



## Hintergrundinfo

14. 6. 2017

### Artikel „Die Tücken des fairen Handels“, Publik Forum (Nr. 10/2017)

Im aktuellen Artikel in der Zeitschrift Publik Forum wird anhand verschiedener Punkte das Konzept des Fairen Handels kritisiert. Überwiegend sind es Aspekte, die bereits in den letzten Jahren in der einen oder anderen Form in Studien und Medien veröffentlicht wurden. Darauf hatten wir bereits mit verschiedenen Stellungnahmen und Kundeninformationen reagiert. Unter [www.gepa.de/service/infomaterial.html](http://www.gepa.de/service/infomaterial.html) findet man unsere entsprechenden Informationen gebündelt.

Publik Forum bezieht sich im Artikel vor allem auf das Fairtrade-System und das Fairtrade-Siegel. Auch die GEPA wurde im Vorfeld zum Thema Preisgestaltung Kakao und Schokolade angefragt, ebenfalls zur Wertschöpfung im Ursprung. Unsere Informationen dazu (siehe auch unten bei den angegebenen Stichpunkten), sind aber nicht in den Artikel eingeflossen. So ist die Praxis einer 100-prozentigen Fair Handelsorganisation wie der GEPA nicht thematisiert. Dennoch nehmen wir die allgemeinen Kritikpunkte ernst und arbeiten daran, den Fairen Handel auch im GEPA-Alltag immer weiter zu entwickeln.

Anbei hier einige Bausteine und Informationen zu den kritisch behandelten Themen im Artikel:

#### **Die GEPA: Fairer Handel als Unternehmenszweck**

Im Artikel wird zu Recht davor gewarnt „der Faire Handel dürfe nicht nur auf die Marktlogik setzen“. Von anderen Anbietern, die nur einen Teil ihres Sortimentes fair anbieten, unterscheidet sich daher die GEPA ganz grundlegend:

Fairer Handel ist unser Unternehmenszweck von Anfang an. Als Fair Trade-Pionier steht die GEPA seit über 40 Jahren für Transparenz und Glaubwürdigkeit ihrer Arbeit. Von den Gesellschaftern werden keine Gewinne entnommen. Die GEPA muss sich selbst tragen und bekommt keinerlei Zuschüsse. Der Anspruch der GEPA ist, wirtschaftlich zu handeln und gleichzeitig Zeichen zu setzen für eine andere Weltwirtschaft.

Hinter der GEPA stehen MISEREOR, Brot für die Welt, die Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Deutschland (aej), der Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ) und das Kindermissionswerk „Die Sternsinger“.

Unsere Kernziele, die seit unserer Gründung 1975 in unserem Gesellschaftsvertrag festgelegt sind:

- benachteiligte Produzentengruppen im Süden fördern
- Verbraucherinnen und Verbraucher im Norden zu einem anderen Einkaufsverhalten und einem anderen Lebensstil motivieren
- Welthandelsstrukturen durch konkrete Alternativen, Lobbyarbeit und politische Arbeit beeinflussen und verändern

Gewinne verwenden wir ausschließlich gemäß der oben genannten Ziele für den Fairen Handel. Außerdem hat sich die GEPA nach dem neuen Garantiesystem der WFTO prüfen lassen. Unsere Mitgliedschaften:

- World Fair Trade Organization (WFTO)
- European Fair Trade Association (EFTA)
- Forum Fairer Handel (FFH)

Mehr zu unseren Zielen und Kriterien:

<http://www.gepa.de/gepa/mission/gepa-kriterien.html>

### **Kritik: Fairer Handel hilft nicht den Ärmsten der Armen**

Fairer Handel berücksichtigt nicht die Ärmsten der Armen, so kommt es im Artikel, aber auch in Aussagen diverser Studien in den letzten Jahren zur Sprache.

Das hat der Faire Handel nie für sich beansprucht, da Fairer Handel als solcher eine gewisse Grundstruktur braucht, z. B. eine demokratisch organisierte Genossenschaft. Historisch waren die Zielgruppen im Fairen Handel Kleinbauern und -bäuerinnen in demokratisch organisierten Genossenschaften, aber auch abhängig Beschäftigte auf Plantagen.

Sehen Sie hierzu auch die Antwort des Forums Fairer Handel, bei dem die GEPA Mitglied ist:

*„Der Faire Handel unterstützt benachteiligte Produzent\*innen beim Handel mit landwirtschaftlichen und handwerklichen Produkten. Er kämpft gegen menschenunwürdige Arbeitsbedingungen und zahlt faire Preise. All dies erfordert jedoch bestimmte Grundvoraussetzungen, wie Landtitel oder Fachwissen. Daher verkennt der Vorwurf, Fairer Handel fördere die Ärmsten nicht, den wirtschaftlichen Ansatz des Fairen Handels.“*

Fairer Handel kann nicht alle Ungerechtigkeiten dieser Welt beseitigen, aber er kann zur Lösung vieler Probleme durch sein Beispiel beitragen und auf ungerechte Welthandelsstrukturen durch politisches Engagement hinweisen. Es werden natürlich weitere Werkzeuge zur Armutsbekämpfung gebraucht.

Näheres dazu in unserer Kundeninformation „Effizienz im Fairen Handel“ vom 21.08.2014 unter folgendem Link:

[http://www.gepa.de/fileadmin/user\\_upload/Info/Hintergrundinfo/Kundeninfo\\_Studie\\_Effizienz\\_Kaffeeanbau\\_Zeit\\_Online\\_21.8.14.pdf](http://www.gepa.de/fileadmin/user_upload/Info/Hintergrundinfo/Kundeninfo_Studie_Effizienz_Kaffeeanbau_Zeit_Online_21.8.14.pdf)

Und: [http://www.gepa.de/fileadmin/user\\_upload/Info/Hintergrundinfo/Kundeninfo-SOAS-Studie.pdf](http://www.gepa.de/fileadmin/user_upload/Info/Hintergrundinfo/Kundeninfo-SOAS-Studie.pdf)

## **Unterstützung von Produzentengruppen**

Wir haben als Fair Handelsunternehmen einen entwicklungspolitischen Auftrag: benachteiligten Produzentenorganisationen einen Zugang zum Markt zu verschaffen. Die GEPA arbeitet daher auch mit kleinen Genossenschaften zusammen, die (noch) nicht die Voraussetzungen für den Export oder eine Fairtrade-Zertifizierung erfüllen können. Wir setzen also schon einen Punkt früher an als Fairtrade, die schon einen gewissen Entwicklungsstand voraussetzen, wie es auch im Artikel erwähnt wird. Ein gutes Beispiel dafür ist die Kaffeegenossenschaft Lalitpur aus Nepal. Die GEPA bietet in Deutschland den ersten Kleinbauernkaffee aus Nepal an. Kaffee ist in Nepal bis jetzt ein absolutes Nischenprodukt, sowohl im Anbau als auch im Verbrauch. Nähere Infos hierzu unter folgendem Link: <http://www.gepa.de/produzenten/partner/ccu-lalitpur.html>

Die GEPA kooperiert zudem mit Handwerksorganisationen und bietet ihnen dadurch langfristige Perspektiven.

## **Zertifizierungskosten und Abnahme**

Im Artikel werden sowohl hohe Zertifizierungskosten als auch mangelnde Abnahmegarantien für die Handelspartner angemerkt.

Bei Biozertifizierung etwa hat die GEPA schon oft Zertifizierungskosten übernommen, zahlt auch schon mal in der Umstellungsphase Bioprämien. So honoriert sie das Risiko der Kleinbauerngenossenschaften, denn die Übergangsphase ist kosten- und zeitintensiv, erfordert Know-how und bringt in der Regel Ernterückgänge mit sich. Ohne faire Preise ist solch eine Umstellung oft nicht zu schaffen. Um auszuschließen, dass Produzent/-innen auf zertifizierter Ware sitzenbleiben, stimmen wir bereits ein Jahr im Voraus Absatzmengen ab. Unsere Erfahrung zeigt beispielsweise bei Kaffee: Ab einer Abnahme von zwei Containern Rohkaffee lohnt sich Zertifizierung für unsere Partner.

## **Zertifizierung**

Auch wenn die GEPA bis auf wenige Ausnahmen auf das Fairtrade-Siegel verzichtet, sind Zertifizierungen durch unabhängige Organisationen für die Glaubwürdigkeit und Transparenz unserer Arbeit unerlässlich. Denn die Partner der national und international anerkannten Fair-Handelssysteme können sich auf verbindliche Standards berufen, sie sind nicht von „Good-Will-Aktionen“ einzelner Unternehmen abhängig. Näheres dazu unter folgendem Link: [https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user\\_upload/dateien/publikationen/materialien\\_des\\_ffh/ffh\\_2014\\_monitoring\\_und\\_zertifizierung\\_im\\_fairen\\_handel.pdf](https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user_upload/dateien/publikationen/materialien_des_ffh/ffh_2014_monitoring_und_zertifizierung_im_fairen_handel.pdf), S. 13

Auch Verbraucherinnen und Verbraucher erwarten von uns eine unabhängige Kontrolle. Heute schmücken sich viele Mitbewerber mit dem Etikett „fair“ oder „nachhaltig“, bleiben aber einen konkreten Nachweis schuldig. Externe Kontrollsysteme konnten in der Vergangenheit mehrfach Missstände vermeiden oder beseitigen. Bei konkreten Problemen treten wir als GEPA in Kontakt mit dem Handelspartner, tauschen uns aus und bieten bei Bedarf unsere Hilfe an.

Zertifizierungen sind sicher kein Allheilmittel. Gegenseitiges Vertrauen, gewachsen durch teilweise jahrzehntelange Beziehungen, ständigen Austausch und regelmäßige Besuche, ist für uns mindestens ebenso wichtig.

Zertifizierungen ersetzen auch nicht die eigene kritische Auseinandersetzung der Verbraucherinnen und Verbraucher mit den Auswüchsen der neokapitalistischen Weltwirtschaft. Deshalb leisten wir zusammen mit den Weltläden und der Fair Handelsbewegung auch schon seit über 40 Jahren umfassende Bildungsarbeit.

### **Arm trotz Fairem Handel?**

Im Artikel von Publik Forum heißt es: „Häufig können Menschen auch im fairen Handel nicht von dem leben, was sie erwirtschaften.“ Als Beispiel für die Ursache wird angeführt, der Fairtrade-Mindestpreis für Kakao sei zu niedrig. Die Information, dass die GEPA hier über Standard liegt und wie wir bewusst Beziehungen mit kleinen Organisationen eingegangen sind, haben wir auch Publik Forum zukommen lassen.

### ***Kakaopreise bei der GEPA: Deutlich über dem Standard***

Die Kakaopreise auf dem Weltmarkt sind stark gefallen, sodass lt. FLO der Mindestpreis (2.000 US-Dollar je Tonne) bzw. der Bio-Mindestpreis (2.300 US-Dollar) greift. (Für Bio-Kakao ist ein eigener Mindestpreis festgelegt.) – Dazu kommt jeweils die Fairtrade-Prämie von 200 US-Dollar.

**Die GEPA zahlt zurzeit deutlich über 3.000 US-Dollar für Bio-Kakao (Stand 06/2017)** und liegt damit nicht nur deutlich über dem Weltmarkt sondern auch über dem nach FLO-Standard festgelegten Preis.

Als Beispiel nennt Publik Forum Kakaoanbau in Westafrika. In Westafrika sind wir bewusst Handelsbeziehungen mit kleinen Organisationen eingegangen, CECAQ-11 auf São Tomé und KONAFSCOOP in Kamerun. In unserer Reportage zu CECAQ-11 ist ebenfalls beschrieben, dass die Mitglieder relativ arm sind, jedoch in der Zeit der Zusammenarbeit mit dem Fairen Handel schon Vieles erreicht wurde:

[http://www.gepa.de/fileadmin/user\\_upload/Produzenten/Data/Weitere\\_Downloads/Menschen\\_CECAQ-11.pdf](http://www.gepa.de/fileadmin/user_upload/Produzenten/Data/Weitere_Downloads/Menschen_CECAQ-11.pdf)

Das erwirtschaftete Einkommen hängt natürlich auch mit der Größe der bewirtschafteten Fläche zusammen – und der Produktivität. Viele unserer Partner nutzen die Mehrpreise des Fairen Handels, um ihre Mitglieder in Sachen (ökologischem) Anbau und auch Steigerung der Produktivität zu schulen. Eine der großen Herausforderungen für Kleinproduzent/-innen ist der Klimawandel – verschobene Regenzeiten, häufigere Dürren und andere Wetterphänomene wirken sich ebenfalls auf die Produktivität aus. Mehr zum Klimawandel, seinen Auswirkungen und politischen Forderungen unserer Partner und der GEPA selbst unter: <http://www.gepa.de/meldungen/climate-first.html>

(siehe auch Seite 7 in diesem Dokument).

### ***Veränderung braucht Zeit: Langfristige Handelsbeziehungen***

Unsere langjährige Arbeit bestätigt das, was Wilfried Wunden von unserem Gesellschafter MISEREOR auch im Interview sagt: „Die Veränderungen brauchen Zeit.“

Die Zuckerbauern von ATC begleiten wir zum Beispiel seit 1988: „Wir hatten damals große Mühe, das Geld für eine Weiterverarbeitungsanlage zusammen zu bekommen“, erinnert sich Elisabeth Mondejar, die zum Management von ATC gehört. „Das Einzige, was wir uns so gerade eben leisten konnten, war eine Fabrik für Mascobado, den traditionellen Vollrohrzucker. Aber keiner wollte die grobe Melasse kaufen, obwohl sie noch viele Ballaststoffe enthält. Sie galt als der 'Zucker der armen Leute'.“

In der GEPA fanden die Bauern schließlich einen Handelspartner, der ihnen diesen besonders bekömmlichen Zucker verlässlich abnimmt - und das inzwischen seit über 25 Jahren. Rund 600 ehemalige Plantagenarbeiter konnten sich so als Bauern selbständig machen. Wir haben ATC auch aktiv bei der Bio-Umstellung beraten und unterstützt:

<http://www.gepa.de/produzenten/partner/atc-alter-trade-corporation.html>

### **Faire Arbeitsbedingungen auch für Saisonarbeiter/SOAS-Studie**

Publik Forum greift auch die Kritik der Londoner SOAS-Studie von 2014 auf. Hier geht es um die Situation von Saison- und Wanderarbeitern im Fairen Handel. Historisch hat sich der Faire Handel zunächst auf die Arbeits- und Lebensbedingungen von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern konzentriert. Standards zu Saison- und Leiharbeitern gibt es bereits seit einigen Jahren. Aber tatsächlich muss sich der Faire Handel hier noch weiterentwickeln. Auch dazu haben wir bereits 2013 und 2014 ausführlich Stellung bezogen. Näheres dazu unter:

[http://www.gepa.de/fileadmin/user\\_upload/Info/Hintergrundinfo/fragen-antworten-fairer-handel-auf-dem-pruefstand-arte.pdf](http://www.gepa.de/fileadmin/user_upload/Info/Hintergrundinfo/fragen-antworten-fairer-handel-auf-dem-pruefstand-arte.pdf)

[http://www.gepa.de/fileadmin/user\\_upload/Info/Hintergrundinfo/Kundeninfo-SOAS-Studie.pdf](http://www.gepa.de/fileadmin/user_upload/Info/Hintergrundinfo/Kundeninfo-SOAS-Studie.pdf)

### **Fairer Handel als Grundlage für hochwertige Produktqualität**

Im Artikel wird konstatiert, die Produzenten hätten „Probleme, die Qualität zu liefern, die Kunden im Norden erwarten“

Wir sehen Fairen Handel jedoch als Grundlage für hochwertige Produktqualität. Wie soll ein Bauer sonst die hohen Qualitätsansprüche erfüllen, die wir an ihn stellen?

Zu einem Handel, der Entwicklung ermöglicht, gehört Produktqualität unbedingt dazu. Nur so können die Partnerorganisationen auch auf dem konventionellen Markt bestehen, unabhängig werden und Verhandlungsmacht aufbauen.

Wir zahlen, zum Beispiel für Kaffee, neben den Preisen, die der Faire Handel vorschreibt, auch GEPA-eigene Qualitäts- und Regionalzuschläge. Vor über 20 Jahren haben wir ein Qualitätsmanagement aufgebaut; dazu gehören neben Beratung der Handelspartner, Ermutigung zum Bioanbau auch ständige Qualitätskontrolle, traditionelles Langzeitröstverfahren. Durch die enge Zusammenarbeit mit den Partnergenossenschaften sichern wir die Qualität unserer Rohware, da mögliche Fehler bei der Produktion schon im Vorfeld behoben werden können. Jede Lieferung wird vor und nach Eingang von der GEPA intern und extern analysiert. Die Analyseergebnisse werden den Handelspartnern mitgeteilt und gemeinsam ausgewertet. Bei Auffälligkeiten wird gemeinsam nach Lösungen gesucht. Hier spielt auch wieder die langfristige Zusammenarbeit mit unseren Partnern eine Rolle.

Positive Produktbewertungen von Stiftung Warentest und ÖKO-TEST sprechen für sich:

<http://www.gepa.de/gepa/mission/produkttests.html>

## **Wertschöpfung im Ursprungsland: Verarbeitung und Vermarktung**

Im Artikel wird auch der Punkt „Verarbeitung“ bzw. „Vermarktung im Ursprungsland“ angesprochen. Wir schließen uns den zitierten Interviewpartnern an, dass es wichtig ist, dass möglichst viel Wertschöpfung im Ursprungsland verbleibt. Die folgenden Informationen hat Publik Forum ebenfalls nicht in den Artikel aufgenommen.

So beziehen wir zurzeit beispielsweise Tee, Mangos, Datteln, Mascobado-Vollrohrzucker, Reis, Nüsse, Wein, Marmeladen, Chutneys, Quinoa-Pops, Bananen-Chips, Instantkaffee oder Kokosmilch von unseren Handelspartnern hergestellt und verpackt. Die Kolleginnen und Kollegen sind dabei zu prüfen, welche weiteren Produkte aus dem Ursprung möglich und sinnvoll sind.

### **Kaffee**

Kaffee im Ursprungsland rösten zu lassen, begrüßen wir. Auch wir lassen Rohware oft im Ursprung verarbeiten, sofern das möglich ist, damit mehr Wertschöpfung bei unseren Partnern bleibt. Beispielsweise wird unser Bio Kagera Instant-Kaffee in Tansania in einer Anlage produziert, die mehrheitlich unserer Partnerkooperative KCU gehört. Damit erreichen wir sogar eine höhere Weiterverarbeitungsstufe als bei einer Röstung im Ursprung.

### **Die Alternative: Konsum in den Anbauländern fördern**

Eine gute Alternative zu Herstellung und Import fertiger Produkte aus dem Ursprungsland wäre die Förderung des Konsums im Anbauland. Würde sich der Eigenbedarf auch in den Anbauländern erhöhen, würde das gemäß dem Prinzip von Angebot und Nachfrage zu einer Verknappung und damit zum Anstieg der Preise führen. Bei Konsum im Ursprungsland würde logischerweise auch die Wertschöpfung zu 100 Prozent dort verbleiben.

Durch den Fairen Handel konnte die Kakao-Kooperative El Ceibo in Bolivien eine eigene Schokoladenfabrik aufbauen und vermarktet selbst Schokolade.

Mehr Infos zu El Ceibo: <http://www.gepa.de/produzenten/partner/el-ceibo.html>

Ein Beispiel aus dem Bereich Kaffee ist die Genossenschaft San Fernando in Mexiko. Die Mitglieder vertreiben ihren Kaffee dort in zwei Qualitäten unter der Eigenmarke „BioCafé“ in eigenen Cafeterien und auch über Supermärkte.

Mehr über San Fernando erfahren Sie in unserer Handelspartnerdarstellung:

<http://www.gepa.de/produzenten/partner/san-fernando.html>

## **Kernziel im Fairen Handel der GEPA: Welthandelsstrukturen verändern**

Im Artikel wird kritisiert, der politische Druck der Fair Handelsakteure müsse höher sein.

Fairer Handel war und ist immer politisch, zielte immer darauf ab, auch durch Kampagnen zur Veränderung von ungerechten Welthandelsstrukturen zu beizutragen. „Wandel durch Handel(n)“ war ein Slogan aus den Anfangsjahren der GEPA – und das war durchaus doppeldeutig gemeint.

Aktuell haben das Forum Fairer Handel, bei dem die GEPA Mitglied ist, und der Weltladendachverband Visionen und Forderungen im Hinblick auf die Bundestagswahl formuliert:

<https://www.forum-fairer-handel.de/politik/bundestagswahl-2017/>

Seit mehreren Jahren fordern die Fair Handelsakteure eine menschenrechtliche Sorgfaltspflicht entlang der Lieferkette, dass also deutsche Unternehmen für Menschenrechtsverletzungen haftbar gemacht werden können.

Näheres zu den politischen Forderungen des Fairen Handels an die Weltwirtschaft unter: <https://www.forum-fairer-handel.de/politik/>

Die GEPA hat letztes Jahr eine politische Referentin eingestellt, und weitet somit die politische Arbeit aus.

Doch: Nur mit vereinter Kraft können Verbraucher, Politik und Fairer Handel den Welthandel gerechter gestalten. Zu diesem Fazit sind die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Podiumsdiskussion „Handel gerechter gestalten – Wie weit reichen der Faire Handel und die Macht der Verbraucher/-innen?“ am 18. September in Berlin gekommen:

<http://www.gepa.de/home/geburtstag-40-jahre-gepa/podiumsdiskussion-berlin.html>

### ***Fair Trade und Klimagerechtigkeit***

Auch das Thema Klimawandel wird im Artikel angesprochen. Fairer Handel spielt eine wichtige Rolle beim Kampf gegen den Klimawandel im Globalen Süden. Soziale Bewegungen wie der Faire Handel legen den Grundstein für Bewusstseinswandel, politische Rahmensetzungen und klimafreundlichere Wirtschaftsweisen. Entschlossenes Handeln aller Interessengruppen ist unabdingbar: Das betrifft Politik, Wirtschaft und Verbraucher/-innen auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene.

So lautete das Fazit unseres Fachpodiums: „Climate First: Wie gelingt die öko-faire Wende bis 2030“, das die GEPA am 8. Juni mit zahlreichen Gästen aus Wissenschaft, Politik, Zivilgesellschaft und Medien veranstaltet hat. Die Diskussion bildet den Auftakt der GEPA-Aktivitäten zu Klimagerechtigkeit in den nächsten Jahren. Das Wuppertal Institut wird diese Arbeit wissenschaftlich begleiten:

<http://www.gepa.de/gepa/presse/pressemitteilung/klimagerechtigkeit-fuer-kleinbauern-im-sueden.html>

Welche Auswirkungen der Klimawandel auf unsere Partner hat und ihre politischen Forderungen sowie einen Zusammenschritt der Podiumsdiskussion finden sich hier:

<http://www.gepa.de/meldungen/climate-first.html>

*Abteilung Presse und Kommunikation  
GEPA – The Fair Trade Company*