



20.08.2018

## Kundeninformation

### FAZ: Studie zu Fairtrade-, Bio- und Nachhaltigkeitssiegeln

Liebe Kundinnen und Kunden,

am 12.08.2018 berichtete die Frankfurter Allgemeine Zeitung über eine Studie der Universität Münster zu Fairtrade-, Bio- und Nachhaltigkeitssiegeln im Kaffeesektor. Der Artikel diskutiert auch die Wirkung des Fairen Handels an sich. Deshalb möchten wir näher darauf eingehen, auch wenn die GEPA kein Siegel, sondern eine Handelsmarke ist.

#### **Fairer Handel wirkt**

Unsere oft jahrzehntelangen und vielfältigen Erfahrungen mit Partnerkooperativen aus Afrika, Asien und Lateinamerika zeigen ein deutlich optimistischeres Bild als die Studie: Weiterqualifizierung, Bio-Anbau, verbunden mit besseren Preisen – vor allem in Niedrigpreisphasen am Weltmarkt – sorgen langfristig für bessere Perspektiven der Kaffeebäuerinnen und -bauern. Wenn möglich, unterstützen auch wir Wertschöpfung im Anbauland, damit zusätzliche Arbeitsplätze und Einkommenschancen geschaffen werden. Die Marke GEPA eröffnet unseren Handelspartnern einen glaubwürdigen Marktzugang und eigenständige Entwicklung.

#### **Allgemeine Einschätzung der Studie**

Ein Ergebnis der Untersuchung deckt sich mit unseren Beobachtungen. Laut Studie haben Mitglieder von Fairtrade- und bio-zertifizierten Kooperativen im Schnitt eine höhere Ausbildung, stellen wesentlich seltener Minderjährige ein und arbeiten ökologischer. Das Fazit der Analyse, Bauern dieser Kooperativen gehe es dennoch ökonomisch schlechter als konventionellen Bauern, können wir dagegen nicht nachvollziehen. Wir fragen uns, wie aussagekräftig und repräsentativ die Münsteraner Studie mit insgesamt 1876 (zertifizierten und konventionellen) Kaffeebauern aus Mittelamerika sein kann. Nach unserer Einschätzung handelt es sich wohl eher um eine stichprobenartige, geografisch eingegrenzte Momentaufnahme. Auf die einzelnen Punkte gehen wir im Folgenden näher ein.

#### **Bessere Preise, Langfristigkeit und Weiterqualifizierung**

Grundsätzlich zahlt die GEPA den Genossenschaften Preise deutlich über Weltmarktniveau. Teilweise gehen wir hier sogar über Fairtrade-Standards hinaus. Aktuell zahlen wir für 100 amerikanische Pfund (45,36 Kilo) Bio-Arabica je nach Qualität und Region 190 bis 320 US-Dollar (bei einem Weltmarktpreis von nur rund 101 US-Dollar). Wenn Weltmarktpreise wie jetzt am Boden liegen, ist der Faire Handel für unsere Partner oft schlicht eine Frage des Überlebens. Viele Bauern wären sonst zur Aufgabe ihrer Farm, zum Emigrieren oder zum Umstieg auf Kokaproduktion gezwungen. Die Kriterien im Fairen Handel mit garantierten Mindest- und Mehrpreiskomponenten sowie langfristige GEPA-Verträge (mit Laufzeit bis zu drei Jahren) geben den Bauern mehr Planungssicherheit, um Schwankungen am Weltmarkt besser abzufedern. Solche Preiskriterien sind beispielsweise in den Standards einer Nachhaltigkeitsinitiative wie Rainforest Alliance nicht enthalten, die in der Studie als Positivbeispiel angeführt wird. Die GEPA bietet ihren Handelspartnern außerdem mehrtägige Schulungen zur Verbesserung der Kaffeequalität. Dadurch werden die Produzenten auch im allgemeinen Markt wettbewerbsfähiger und können höhere Absätze und Preise erzielen.

### **Bio-Anbau als Marktchance**

Rund 83 Prozent unserer Lebensmittel und 75 Prozent unserer Kaffees sind biozertifiziert. Wir empfehlen unseren Handelspartnern die Umstellung auf Bio-Anbau auch als zusätzliche Marktchance. Mittelfristig zahlt sich das für die Genossenschaften aus, auch wenn die Umstellung zeit- und kostenintensiv ist. Ein gutes Beispiel ist der ugandische Kooperativen-Verband ACPCU. Die GEPA hat den Verband ermutigt, auf Bio-Anbau umzustellen. Bis heute ist ACPCU der einzige Lieferant für Bio-Robusta aus Uganda. ACPCU erzielt für den Robusta-Kaffee höhere Preise und Absätze. Seit der Gründung 2006 hat sich ACPCU zu einem Genossenschaftsverband mit Vorbildcharakter entwickelt.

### **Diversifizierung**

Laut Studie setzen Bauern aufgrund der Zertifizierungskosten einseitig auf Kaffeeanbau. Tatsächlich sind faire Preise häufig erst die Voraussetzung für Diversifizierung. Denn wie soll ein Bauer, der wegen niedriger Rohstoffpreise ums Überleben kämpft, noch investieren, um seine Marktchancen zu erweitern? Tatsächlich ist Diversifizierung ein wichtiges Kriterium im Fairen Handel. Beispiel dafür ist die peruanische Genossenschaft Norandino, von der wir neben Kaffee auch Kakao und Vollrohrzucker aus Bio-Anbau importieren.

### **Kontrollen**

Wir stützen uns bei Kaffees in der Regel auf mehrere externe und eigene Kontroll-Systeme. Um im Fairen Handel eine größtmögliche Sicherheit für unsere Partner zu gewährleisten, arbeiten wir zurzeit mit fünf Zertifizierungs- und Monitoring-Systemen, z.B. World Fair Trade Organization (WFTO), Fair Trade International oder Naturland Fair. Viele unserer Bioprodukte sind nicht nur EU-Bio-, sondern auch Naturland-zertifiziert. Genauso wichtig sind für uns aber auch regelmäßiger Austausch mit unseren Partnern und das dadurch oft über Jahrzehnte gewachsene gegenseitige Vertrauen.

### **Zertifizierung schafft Vertrauen**

Zertifizierung gibt es natürlich nicht zum Nulltarif. Nora Zech, Ökonomieprofessorin am Karlsruher Institut für Technologie: „Man muss auch sehen, dass mit der Zertifizierung Kontrolle einhergeht. Gerade Label, die nie kontrollieren, sind oft diejenigen, denen man nicht so viel Vertrauen schenken sollte.“ Vertrauen durch Zertifizierung ist aber gerade wichtig – sowohl für die Abnehmer wie für die Konsument/-innen. Zertifizierung soll aber auch nicht unnötig zu Lasten der Kleinbauernkooperativen gehen. Partnern, die noch ganz am Anfang stehen, strecken wir oft Zertifizierungskosten vor. Im Bedarfsfall haben wir im Biobereich auch schon Zertifizierungskosten übernommen.

### **Wertschöpfung im Ursprung**

Fair war immer schon „mehr“! Und ist es noch heute: Seit Gründung der GEPA 1975 bringen wir Lebensmittelprodukte auf den Markt, die komplett im Anbauland hergestellt und verpackt werden. Zurzeit sind es 47 Produkte. Um die verschiedenen Stufen der Wertschöpfung im Land und für unsere Partner weiterzuentwickeln, wollen wir hier unser Engagement im Herbst 2018 noch weiter verstärken.

1996 haben wir mit dem „Café Auténtico“ aus Costa Rica den ersten im Ursprung gerösteten und verpackten Kaffee angeboten. Da aber damals die Röstung noch nicht optimal den Vorlieben in Deutschland entsprach, wurde dieser Kaffee später wieder aus dem Sortiment genommen. Beispiel für ein teilweise im Anbauland hergestellter Instantkaffee ist unser „Bio Café Kagera“ aus Tansania. Er wird nicht nur vor Ort geröstet, sondern auch sprühgetrocknet, also direkt in einer Anlage zu Instantkaffee verarbeitet, die mehrheitlich unserem Partner KCU gehört.

### Was ist die Lösung?

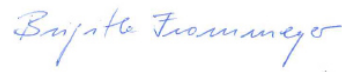
Die eine Lösung gibt es nicht – aber für bessere Perspektiven von Kaffeebauern ist die Verbindung von bio und fair ein wichtiger Baustein im Zusammenspiel mit anderen Maßnahmen. Natürlich ist bei einem Marktanteil von fünf Prozent für fair gehandelten Kaffee noch „viel Luft nach oben.“ Daran arbeiten wir – eine aus unserer Sicht auf Effekte abzielende Überschrift wie im FAZ-Artikel baut kein Vertrauen auf, im Gegenteil. Anstatt pauschal Zertifizierungen zu kritisieren, wäre es deutlich wichtiger, auch Mindeststandards in der konventionellen Kaffeebranche und im Handel allgemein zu fordern, beispielsweise das Verbot von ausbeuterischer Kinderarbeit. Dies sehen auch die UN-Leitlinien für Wirtschaft und Menschenrechte vor. Bei Nichteinhaltung müssten die Unternehmen zur Rechenschaft gezogen werden. Doch leider setzt die Bundesregierung hier weiter auf Freiwilligkeit (<http://www.forum-fairer-handel.de/politik/wirtschaftsmenschenrechte/nationaler-aktionsplan>). Unser Nachbarland Frankreich ist mit seinem Gesetz zur menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht schon weiter. Hier muss der politische Druck deutlich verstärkt werden!



Dr. Peter Schaumberger  
Geschäftsführer



Kleber Cruz Garcia  
Einkaufsmanager Kaffee



Brigitte Frommeyer  
Pressereferentin