



21.08.2014

Kundeninformation

Studien zur Effizienz von Fairem Handel im Kaffeeanbau

Sehr geehrte Kundinnen und Kunden,

„Zeit Online“ und die „Huffington Post“ haben gerade über kritische Studien diverser amerikanischer Universitäten zur angeblichen Ineffizienz von Fairem Handel berichtet. Als Beispiel wird der Kaffeeanbau genannt. Aus unserer Sicht wird in einem Rundumschlag der Faire Handel an und für sich in Frage gestellt. Grundsätzlich sind wir immer für Kritik offen, hätten uns aber eine differenzierte Analyse gewünscht. Denn Fairer Handel bietet Chancen und Risiken. Natürlich stößt er auch immer wieder an seine Grenzen. Der Bremer Professor für Volkswirtschaft, Hans-Heinrich Bass, brachte es neulich in einem Interview mit Tagesschau24 auf den Punkt: Kleinbäuerinnen und Kleinbauern kämpfen in der Regel mit drei Problemen: Sie haben keinen geregelten Zugang zum Exportmarkt, leiden unter stark schwankenden Weltmarktpreisen, können die Produktionskosten nicht decken. „Da kann Fair Trade eine Lösungsmöglichkeit bieten“, so Bass. Er sieht Fairen Handel als „Instrument, das im Instrumentenkoffer nicht fehlen sollte.“ Genauso sehen wir es auch. Aber daneben werden natürlich weitere Werkzeuge zur Armutsbekämpfung gebraucht.

Überleben in Zeiten niedriger Weltmarktpreise

In Zeiten niedriger Weltmarktpreise bieten die Mindestpreise im Fairen Handel den Kleinbäuerinnen und Kleinbauern oft die einzige Überlebenschance. Das haben uns unsere Partner immer wieder bestätigt. Denn wir haben dann bis zum Dreifachen des Weltmarktpreises gezahlt. Wenn die Börse im freien Fall ist, werden Kleinbauern oft zur Aufgabe ihrer Parzellen oder zum Umstieg auf Kokaanbau gezwungen. Nicht wenige emigrieren in die Slums amerikanischer Großstädte, wo sie oft auch keine Perspektive finden. Volkswirtschaftlich bedeutet dies eine Wertvernichtung.

Die Wirksamkeit des Fairen Handels zeigt auch die Geschichte des Genossenschaftsverbands FEDECOCAGUA, der vor über 40 Jahren den ersten fair gehandelten Kaffee nach Deutschland exportierte. Gerardo de León, Verkaufs- und Exportmanager bei FEDECOCAGUA, sagt dazu: „Früher gab es schlechte Wege und nur einfache Transportmittel, für viele nur Lasttiere wie Pferde oder Esel. Jetzt sind die Mitglieder ein ganzes Stück mobiler. Dadurch haben sie auch einen viel besseren Zugang zu Gesundheitsvorsorge und Krankenhäusern.“ Näheres unter folgendem Link:

<http://www.gepa.de/gepa/themenspecials/fairissimo/fedecocagua.html>

Fairer Handel als Basis für gute Produktqualität

Ein kostendeckender Preis ist für uns auch Voraussetzung für hochwertige Rohware. Wie soll ein Bauer sonst die hohen Qualitätsansprüche erfüllen, die wir an ihn stellen? Mindestpreis geht bei uns nicht mit der Abnahme von Minderqualität einher, wie es „Zeit Online“ und die „Huffington Post“ andeuten. Eine Mindestqualität ist mittlerweile für alle im Kaffeehandel Beteiligten eine Selbstverständlichkeit. Wir zahlen neben den Preisen, die der Faire Handel vorschreibt, aktuell Qualitätszuschläge bis zu 90 US-Dollar pro 100 amerikanische Pfund.

Vor über 20 Jahren haben wir ein Qualitätsmanagement aufgebaut; dazu gehören neben Beratung der Handelspartner, Ermutigung zum Bioanbau auch ständige Qualitätskontrolle, traditionelles Langzeitröstverfahren. Heute schneiden GEPA-Kaffees bei Produkttests oft mit „sehr gut“ ab. Nur mit einer Rundumqualität, die Produkt-, Bio- und soziale Qualität einschließt, können die Produzenten und wir am Markt überhaupt wettbewerbsfähig bleiben. Qualität auf allen Ebenen entspricht auch unserem Konzept von Partnerschaft auf Augenhöhe. Die Genossenschaft liefert uns überdurchschnittlich hochwertige Ware und bekommt von uns dafür einen angemessenen Preis.

Fairer Handel und Zertifizierung

Verbraucherinnen und Verbraucher erwarten von uns eine unabhängige Kontrolle. Denn heute schmücken sich viele Mitbewerber mit dem Etikett „fair“ oder „nachhaltig“, bleiben aber einen konkreten Nachweis schuldig. Wir halten es dagegen für sinnvoll, mit externen Kontrollsystemen zusammenzuarbeiten. Dadurch möchten wir Missstände vermeiden oder beseitigen. Das gibt es natürlich nicht zum Nulltarif, soll aber auch nicht unnötig zu Lasten der Kleinbauernkooperativen gehen. Unsere Erfahrung zeigt: Ab einer Abnahme von zwei Containern Rohkaffee lohnt sich Zertifizierung für unsere Partner. Anderen Partnern, die noch ganz am Anfang stehen, strecken wir Zertifizierungskosten vor. Im Bedarfsfall haben wir auch schon Zertifizierungskosten übernommen. Außerdem hat Fairtrade International einen Zertifizierungsfonds eingerichtet. Dieser Fonds unterstützt neue Organisationen finanziell bei den ersten Inspektionen, um ihnen den Einstieg zu erleichtern.

Fairer Kaffee – weniger ist mehr?

Fairer Handel stimuliere durch seine Mehrpreise Überproduktion, was sich langfristig nachteilig auf die Bauern auswirke, so die These der in „Zeit Online“ und „Huffington Post“ zitierten Studien. Diese These lässt sich aus unserer Sicht nicht halten. Bei einem Marktanteil von knapp einem Prozent fairem Kaffee weltweit kann man wohl kaum die Kleinbauern im Fairen Handel für Überproduktion von Kaffee verantwortlich machen. Tatsächlich war es die Überproduktion in Vietnam, gefördert durch die Weltbank, die 2000 und 2001 die Preise in den Keller trieb und vielen Bauern zum Verhängnis wurde. Mehrpreise, wie sie der Faire Handel kennt, sind häufig erst Voraussetzung für Investitionen, sei es in neue Kaffeepflanzen, sei es aber auch in andere Produkte. Denn wie soll ein Bauer, der wegen niedriger Rohstoffpreise ums nackte Überleben kämpft, noch investieren, um seine Marktchancen zu erweitern? Durch Fairen Handel kann der Bauer oft erst Know-how erwerben und auch auf dem konventionellen Markt bestehen.

Fairer Handel – eine Chance für unsere afrikanischen Partnerkooperativen

Laut „Huffington Post“ kommt weniger als 10 Prozent des fair gehandelten Kaffees aus den ärmeren Kaffee-Anbauländern wie Kenia, Äthiopien, Tansania. Die GEPA arbeitet seit langem intensiv mit ostafrikanischen Genossenschaften zusammen. Vor 10 Jahren hat sie gemeinsam mit der Tageszeitung taz den tazpresso auf den Markt gebracht, eine Mischung aus Äthiopien, Uganda und Tansania. Ziel war explizit, Afrika zu unterstützen, das damals noch als Verliererkontinent galt. Darüber hinaus enthalten die meisten Mischkaffees der GEPA auch Rohkaffee von afrikanischen Genossenschaften. Einige Partnerkooperativen haben mittlerweile Modellcharakter. Beispielsweise hat sich der ugandische Genossenschaftsverband Gumutindo seit seiner Gründung rasant entwickelt. Hervorragende Kaffeequalität ist Programm. Die Mehrpreise des Fairen Handels wurden beispielsweise in Weiterbildung investiert. Der ugandische Genossenschaftsverband ACPCU kann ebenfalls eine Erfolgsgeschichte erzählen, die laut Stanley Maniragaba, Betriebsleiter von ACPCU, ohne die Mitwirkung der GEPA nicht möglich gewesen wäre. Auf Anregung unseres Produktmanagers ist ACPCU auf Bioanbau umgestiegen und hat aus den Fairtrade-Prämien Toiletten, regionale Lagerhäuser, Zuschüsse für Schulen und Straßenbau bezahlt.

Fairer Handel leistet Lobbyarbeit

Fairer Handel hat als Grundgedanken eine politische Funktion, denn er will Strukturen verändern. Beispielsweise gibt er Kleinbauerngenossenschaften durch die gemeinsame Stärke eine Stimme in ihrer Region. Gladys Karina Sanchez, technische Beraterin bei der mexikanischen Kleinbauerngenossenschaft CIRSA: „Politisch gesehen hat der Faire Handel hier eine wichtige Rolle gespielt. Die Bauern wollten das Leben in der Organisation. Dass die Genossenschaft noch besteht, ist eine Stärkung für die Bauern.“ Ein weiteres Beispiel ist das lateinamerikanische Netzwerk CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Comercio Justo), das als Interessensverband von Kleinbauern auch durch die Unterstützung des Fairen Handels entstanden ist. Als Mitglieder dieses Interessenverbandes können die lateinamerikanischen Kleinbauern auch überregional für ihre Ziele eintreten.

Fairer Handel muss weiter ausgebaut werden

Fairer Handel berücksichtige nicht die Ärmsten der Armen, so die Aussage diverser Studien, die in „Zeit Online“ und „Huffington Post“ zitiert werden. 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. Sowohl „Zeit Online“ und „Huffington Post“ kritisieren, dass Land- und Saisonarbeiter nur unzureichend berücksichtigt würden. Mittlerweile sind jedoch auch die Arbeitsbedingungen von Saison- und Wanderarbeitern in den Kriterien von Fairtrade International für Kleinbauern-Organisationen festgelegt.

So müssen z.B. je nach Rahmenbedingungen nationale Mindestlöhne oder regionale Durchschnittslöhne gezahlt werden. Dies prüft Fairtrade International auch bei einer Inspektion ab. Die Abteilung „Producer Services and Relations“ – als Teil von Fairtrade International – kümmert sich um die Betreuung und Beratung der Produzentengruppen, unter anderem auch zu Themen wie Arbeiterrechte.

Unabhängig von Fairtrade International erheben wir als GEPA schon seit einiger Zeit Informationen über die Bedingungen von Wander- und Saisonarbeitern bei unseren Partner-Organisationen, um uns einen Überblick über die Realitäten vor Ort zu verschaffen. Darüber hinaus bitten wir die Partner um ihre Meinung und Verbesserungsvorschläge. Näheres dazu in unserer Kundeninfo

http://www.gepa.de/fileadmin/user_upload/Info/Hintergrundinfo/Kundeninfo-SOAS-Studie.pdf

Transparenz – A und O im Fairen Handel der GEPA

Die von „Zeit Online“ und „Huffington Post“ zitierten Studien kritisieren die angeblich fehlende Transparenz im Fairen Handel. Inwieweit die Menschen in den Ursprungsländern an fairen Produkten mitverdienen, bleibe sehr vage. Für uns als GEPA ist Glaubwürdigkeit das A und O. Nur so können wir im Interesse der Handelspartner auch langfristig Absatz sichern und schaffen. Wir stehen allen Interessensgruppen zu allen Fragen Rede und Antwort, seien es Journalisten, Verbraucherorganisationen, End- oder Handelskunden oder Nicht-Regierungsorganisationen. Wir nutzen dafür alle möglichen Plattformen: klassische Pressearbeit, Social Media, Kampagnen, stellen uns auch Untersuchungen zu unserer sozialen und ökologischen Unternehmensverantwortung. Deshalb sind wir schon vielfach ausgezeichnet worden. Näheres dazu unter

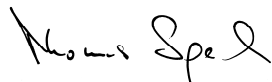
<http://www.gepa.de/gepa/mission/auszeichnungen.html>

Fairer Handel politisch

Gibt es ein richtiges Leben im falschen? Gemessen an den vielen Ungerechtigkeiten im Welthandel erscheint Fairer Handel zunächst wie ein Tropfen auf dem heißen Stein. Viele Missstände weltweit haben politische Ursachen und können nicht „nebenbei“ und ganz pragmatisch durch verändertes Einkaufsverhalten geändert werden. Das wissen auch die Akteure des Fairen Handels. Deshalb nutzen sie auch im Netzwerk Forum Fairer Handel ihre politische Stimme, um so Entscheider in Wirtschaft und Gesellschaft zum Umdenken zu bewegen. (www.forum-fairer-handel.de) Erst kürzlich hat das Forum, dem auch die GEPA

angehört, unter großer Medienresonanz auf die Gefahren des neuen Freihandelsabkommens TTIP hingewiesen. Auch bei vielen anderen weltwirtschaftlichen Themen hat sich das Forum in der Vergangenheit engagiert. Damit knüpft das Forum Fairer Handel an die Anfänge des Fairen Handels vor über vierzig Jahren an. Denn ursprünglich ist der Faire Handel angetreten, sich für ein gerechteres Welthandelssystem einzusetzen. Politische Kampagnen, Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit sowie der Verkauf von fairen Produkten sind dabei wichtige Instrumente. Die Öffentlichkeit beschränkt sich in ihrer Wahrnehmung des Fairen Handels zumeist auf Preise und Marktanteil. Das ist natürlich auch wichtig zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen. Aber der Faire Handel, wie ihn die GEPA als Fair Trade-Pionier versteht, geht darüber hinaus.

Herzliche Grüße



Geschäftsführer Vertrieb
GEPA – The Fair Trade Company