



15.08.2013

ARTE-Dokumentation „Fairer Handel auf dem Prüfstand“ (Erstausstrahlung, 6.8.2013, 21.45 Uhr, Wiederholung 8.8.2013, 8.55 Uhr)

Fragen und Antworten

Sehr geehrte Kundinnen und Kunden,

die ARTE-Dokumentation hat viele Fragen aufgeworfen. Unsere Position zum Beitrag haben wir bereits am Tag nach der Ausstrahlung deutlich gemacht. Näheres dazu unter:

www.gepa.de

Dennoch bleibt viel Diskussionsstoff. Einige Fragen stößt der Filmautor direkt an; andere ergeben sich aus der Darstellung im Film. Wir möchten daher auf mögliche Diskussionspunkte noch konkreter eingehen.

Warum sind Kleinbauern auch nach langjähriger Zusammenarbeit mit dem Fairen Handel immer noch „arm“?

„Arm“ ist immer ein relativer Begriff. Man muss ihn immer an den durchschnittlichen Lebensbedingungen im jeweiligen Land messen. Gemessen an den hohen europäischen Standards, ist der im ARTE-Beitrag gezeigte mexikanische Kleinbauer Andrés Ruiz Gomez „arm“. Gemessen an den eigenen Ausgangsbedingungen und an den Verhältnissen in Chiapas, hat er viel in seinem Leben erreicht: Er kann drei seiner fünf Kinder zur Universität schicken: Das ist keine Selbstverständlichkeit, wenn man bedenkt, dass in einem hochentwickelten Land wie Deutschland laut OECD-Studie nur eine Minderheit von Kindern aus Arbeiterfamilien studiert.

Fairer Handel ist eben immer ein Prozess: Es braucht bisweilen eine Generation, um den nachhaltigen Erfolg sichtbar zu machen. Die zweite Generation ist sehr gut qualifiziert, hat ein höheres Einkommen und kann die Genossenschaft dann auch mit ihrem Know-how unterstützen. Ein Beispiel ist Verónica López Castillejos, Betriebswirtin und Exportmanagerin der mexikanischen Kaffeegenossenschaft San Fernando. Sie stammt ebenfalls aus einer Familie von Kaffeebauern.

Wie können Kleinbauern stärker von der Wertschöpfungskette profitieren?

Vom Fairen Handel der GEPA sollen vor allem die Benachteiligten in der Wertschöpfungskette profitieren – direkt und indirekt. **Direkt** profitieren Produzentengruppen im Süden, indem wir ihnen faire Preise zahlen, teilweise über Standards des Fairen Handels hinaus. Direkt profitieren sie auch, indem wir einen Teil der Rohware im Ursprungsland verarbeiten lassen, sofern das möglich ist. Beispielsweise kaufen wir von der Kakaokooperative El Naranjillo nicht nur Rohkakao, sondern auch fertig verarbeitete Kakaobutter für unsere Bioschokoladen. **Indirekt** profitieren Kleinbauerngenossenschaften durch unsere (kostenlose) Beratungsleistung. Dadurch können sie sich auch konventionellen Käufern gegenüber besser behaupten und höhere Preise fordern, weil sie die Qualität z. B. ihres Rohkaffees kennen. Indirekt profitieren Kleinbauerngenossenschaften auch durch

unsere aufwändige Verarbeitung, beispielsweise durch das schonende Langzeitröstverfahren beim Kaffee. Indem wir ein hochwertiges Endprodukt entwickeln, sorgen wir auch für bessere Absatzmöglichkeiten ihrer Rohware.

Wieso wird Mithilfe von Kindern im elterlichen Betrieb akzeptiert?

Nach den Kriterien von Fairtrade International dürfen Kinder unter 15 Jahren ihren Eltern gelegentlich bei der Arbeit aushelfen – allerdings nur, wenn die Eltern dabei strenge Bedingungen einhalten: Die Kinder arbeiten ausschließlich nach der Schule und während der Ferien. Sie dürfen dabei auf wenige Stunden begrenzt nur eine leichte, altersgemäße Tätigkeit verrichten. Die Kinder im Film sortieren Kaffeekirschen aus und verdienen sich ein paar Pesos dazu. Oft sind Kinder sogar stolz, wenn sie ihre Eltern im begrenzten Rahmen unterstützen können. Mithilfe im elterlichen landwirtschaftlichen Betrieb ist übrigens auch in Europa üblich. Der Faire Handel verbietet ausbeuterische Kinderarbeit, also Arbeit, die der Gesundheit und Entwicklung der Kinder schaden, z. B. stundenlange Feldarbeit in gebückter Haltung, Schleppen von schweren Kaffeesäcken. Fairtrade International stützt sich dabei auf die Konvention 182 der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) von 1999. Ausführlichere Informationen unter www.gepa.de

Sind Genossenschaften ein Auslaufmodell?

Die abfälligen Bemerkungen der Großgrundbesitzerin in der ARTE-Reportage über Genossenschaften in der Dominikanischen Republik haben uns sehr befremdet. Das Prinzip von demokratisch organisierten Kleinbauerngenossenschaften kommt unserem Verständnis von Fairem Handel nach wie vor am nächsten. Denn so können die Kleinbauern mitentscheiden und haben durch ihren Zusammenschluss viel mehr Verhandlungsmacht gegenüber dem Käufer.

Auch der Weltagrarrat setzt auf Stärkung kleinbäuerlicher Genossenschaften. Die Vereinten Nationen haben 2012 zum Jahr der Genossenschaften erklärt, weil sie dazu beitragen, Armut zu verringern und soziale und wirtschaftliche Entwicklung zu fördern.

In der Dominikanischen Republik arbeiten wir erfolgreich mit der Kleinbauerngenossenschaft COOPROAGRO zusammen. Sie ist eine der wichtigsten Lieferanten für den Rohkakao in unseren Bioschokoladen.

Warum arbeiten wir vereinzelt auch mit Privatunternehmen?

Mit welchen Partnern wir zusammenarbeiten, hängt vor allem vom ernst gemeinten Engagement der Produzentenorganisationen ab. Wir arbeiten nur beim Tee mit Plantagen zusammen. Das hat historische Gründe, denn durch die britische Kolonialmacht wurde Tee in Indien ausschließlich auf Plantagen angebaut.

Mit dem Teegarten Samabeong unseres Partners Tea Promoters India (TPI) in Darjeeling haben wir sehr gute Erfahrungen gemacht. Die Lebensbedingungen der Teearbeiterinnen haben sich grundlegend verbessert, die Arbeitnehmervertretung entscheidet mit, wofür die Mehrpreise verwendet werden, und die Bildungsmöglichkeiten an der weiterführenden Schule sind bemerkenswert. TPI setzt sich auch für Gleichberechtigung von Frauen ein, beschäftigt beispielsweise eine Frau als Managerin des Teegartens. Sie ist in ganz Darjeeling die einzige Frau in dieser Position.

Gemeinsam mit TPI fördern wir darüber hinaus Kleinbauernprojekte im Teeanbau, was in Indien aufgrund der kolonialen Vergangenheit sehr ungewöhnlich ist. Näheres dazu unter folgendem Link: www.gepa-teafortwo.de

Wie gehen wir mit Land-, Saison- und Wanderarbeitern um?

Die Rechte der Arbeiter sind in den Standards von Fairtrade International geregelt, reichen von Mindestlohn, schrittweiser Lohnerhöhung, Gesundheits- und Mutterschutz bis zum Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit, um nur einige Beispiele zu nennen. Bei unseren Partnerkooperativen sind uns keine Missbräuche bekannt, die Land-, Wander- oder Saisonarbeiter betreffen. In der Dominikanischen Republik arbeiten wir beispielsweise mit der Kakaokooperative COOPROAGRO zusammen, die keine haitianischen Wanderarbeiter beschäftigt.

Wir werden uns dem Thema aber in nächster Zukunft noch intensiver widmen, denn Fairer Handel richtet sich an alle im Handel Benachteiligten, damit auch an Lohnarbeiter.

Wie erklärt sich Fremdenfeindlichkeit bei Kleinbauern?

Im Filmbeitrag äußert sich der Kleinbauer der Bananenkooperative Banelino herablassend über seine haitianischen Wanderarbeiter. Rassismus ist nach unserer Erfahrung leider auch in der Dominikanischen Republik verbreitet – besonders gegenüber haitianischen Migranten – und macht daher auch nicht vor genossenschaftlich organisierten Kleinbauern Halt.

Sollten uns bei unseren Partnerkooperativen derartige Fälle von Diskriminierung bekannt werden, sprechen wir dieses Problem an.

Warum arbeitet die GEPA immer noch mit FLO-Cert zusammen?

Wir haben bislang gute Erfahrungen mit dem Kontrollsystem von FLO-Cert gemacht. FLO-Cert nimmt bei seinen Inspektionen Stichproben vor, wie sie auch bei der Lebensmittelüberwachung üblich sind. Die Inspektionen können angekündigt oder unangekündigt sein. FLO-Cert hat so immer mal wieder Missstände aufgedeckt und entsprechende Konsequenzen gezogen, die von zeitweiliger Suspendierung bis zur Dezertifizierung reichten. Bei Suspendierung wird der Genossenschaft oder dem Privatunternehmen eine Frist zur Behebung des Problems gesetzt. Näheres dazu unter folgendem Link: www.fairtrade-deutschland.de

Wir treten in solchen Fällen in Kontakt mit dem Handelspartner, tauschen uns aus und bieten bei Bedarf unsere Hilfe an.

Wie kann eine größtmögliche Sicherheit bei Kontrollsystemen gewährleistet werden?

Wir arbeiten nicht nur mit FLO-Cert, sondern auch mit weiteren Zertifizierungs- und Monitoringssystemen zusammen. So wollen wir für die Einhaltung der Fair-Handelskriterien bei unseren Handelspartnern eine größtmögliche Sicherheit erreichen. Näheres dazu unter folgendem Link: www.fairtrade.de

Darüber hinaus ist für uns gegenseitiges Vertrauen, gewachsen durch teilweise jahrzehntelange Beziehungen, ständigen Austausch und regelmäßige Besuche, mindestens ebenso wichtig. Denn so kommen die Partner schon oft von sich aus auf uns zu, wenn es Konflikte gibt.

Was unterscheidet Fairen Handel von Organisationen wie Rainforest Alliance?

Rainforest Alliance ist keine Fair-Handelsorganisation, sondern eine Umweltschutzorganisation mit sozialem Anspruch. Also liegt der Schwerpunkt von Rainforest Alliance eher auf der Umwelt, mit ihren Sozialstandards reicht Rainforest Alliance nicht an die hohen Standards des Fairen Handels heran. Beispielsweise kennt Rainforest Alliance keine Mindest- und Mehrpreisregelungen, wie sie im Fairen Handel üblich sind. Das gilt ebenso wenig für andere Initiativen mit Ethikanspruch wie 4c oder Utz Certified. Auch die Stiftung Warentest und ÖKO-TEST heben Fairen Handel von diesen Initiativen deutlich ab (test, Heft 5/2009, ÖKO-TEST, Heft 8/2012)

Warum haben wir keinen Einfluss auf die Preisgestaltung im Supermarkt?

Vorgaben zur Preisgestaltung sind wettbewerbswidrig und damit laut Kartellrecht verboten. Unternehmen müssen bei einem Verstoß gegen das Kartellrecht (wie es bei Preisabsprachen der Fall ist) mit hohen Bußgeldern rechnen. Die Kartellbehörden arbeiten hier immer intensiver auch auf internationaler Ebene zusammen.

Sind die Margen im Supermarkt wirklich so hoch? Sind sie höher als im Weltladen?

Im Film geht der Leiter der Consulting-Firma ABCD, Philippe Juglar, von einer Marge von 45 Prozent für Supermärkte bei einer fair gehandelten französischen Kaffeemarke aus. Wir halten das für sehr übertrieben. In Deutschland sind uns solche hohen Margen nicht

bekannt. Auf welcher Grundlage Philippe Juglar diese Marge errechnet, wird zudem nicht hinreichend belegt. Welche Spanne ein Lebensmittelhändler hat, kann aus unserer Erfahrung von Fall zu Fall variieren. Das hängt von vielen Faktoren ab: Liefern wir an das Zentrallager der Kette oder an den Händler eines Marktes direkt, holt die Handelskette die Ware direkt bei uns ab? Bisweilen verzichtet ein Händler sogar auf Margen, um bei Sonderaktionen durch vergünstigte Preise Kundinnen und Kunden auf Fairen Handel aufmerksam zu machen.

Professionelle Weltläden schneiden im durchschnittlichen Vergleich übrigens bei Margen nicht schlechter ab als Lebensmittelmärkte.

Warum können Discounter Produkte mit Fairtrade-Siegel günstiger anbieten?

Zur genauen Preisgestaltung der Discounter können wir nichts sagen. Aldi und Lidl gelten laut Medienberichten als sehr verschwiegen, was ihre Unternehmenspolitik angeht. Discounter werden vermutlich nur die Mindestpreiskriterien nach Fairtrade International erfüllen und ansonsten vor allem bei Verwaltungs- und Lagerkosten sparen. Theoretisch könnten auch wir unseren Kaffee viel billiger einkaufen, verarbeiten und verkaufen – auch mit Siegel – dabei würden wir uns und unseren Partnern im Süden langfristig keinen Gefallen tun.

Denn wir suchen keine Gründe für den Verzicht auf Vorfinanzierung; wir legen Wert auf erstklassige Qualität; wir machen keine Qualitätsabschläge; wir verzichten auf Konventionalstrafen, wenn der Handelspartner nicht rechtzeitig liefern kann. Wir kaufen auch bei kleineren Genossenschaften, die noch im Aufbau sind; wir verwenden alufreie Verpackungen und setzen bei unseren Kaffees auf schonendes Langzeitröstverfahren.

Wir können die ganze Produktionskette rückverfolgen. Bei Mischprodukten wie Schokolade und Gebäck streben wir einen möglichst hohen Fair-Handelsanteil an. Das alles kostet Zeit, Kraft und natürlich Geld. Aus allen diesen Gründen entstehen recht große Preisunterschiede im Verhältnis zu Mitbewerbern.

Warum können wir nicht auf Supermärkte verzichten?

Der Lebensmittelhandel ist im Interesse unserer Handelspartner im Süden zu einer unverzichtbaren Absatzchance geworden. Im Laufe der letzten 20 Jahre haben wir viele engagierte Einzelhändler kennengelernt. Nicht selten kooperieren Einzelhändler auf lokaler Ebene auch mit Weltläden.

Für uns stellt sich also die Frage, wie, nicht ob wir mit Supermärkten handeln. Wir lassen uns dabei nicht verbiegen, scheuen uns nicht, Missstände in Wirtschaft, Politik und in internationalen Handelsregeln und -praktiken zu kritisieren. Denn wir möchten ein Höchstmaß an Fairness für unsere Partner im Süden sowie an Qualität für unsere Kunden im Norden gewährleisten.

Wie kann man Händler und Großkonzerne stärker in die Pflicht nehmen?

Es reicht für uns nicht aus, wenn Unternehmen einzelne Produkte zu fairen Preisen in ihr Sortiment aufnehmen. Bei der Vergabe des Fairtrade-Siegels sollte aus unserer Sicht stärker berücksichtigt werden, ob sich der Konzern um eine insgesamt nachhaltigere Unternehmenspolitik bemüht. Auf der einen Seite einen geringen Prozentsatz von gesiegelten Produkten verkaufen, auf der anderen Seite eine ruinöse Preispolitik bei Lebensmitteln betreiben, die auf Kosten von Menschen im Süden geht: Das passt für uns nicht zusammen. Auch Landgrabbing und Privatisierung von Wasser in Ländern des Südens lassen sich nicht mit dem Konzept des Fairen Handels vereinbaren.

Wodurch zeichnet sich Transparenz bei der GEPA aus?

Transparenz ist das A und O im Fairen Handel der GEPA, denn nur so können wir unsere Glaubwürdigkeit unter Beweis stellen. Auch dem Filmautor des ARTE-Beitrags, Donatien Lemaître, stand die GEPA seit April letzten Jahres bei allen seinen Fragen Rede und Antwort. Wir geben auf Anfragen auch Modellkalkulationen von Beispielprodukten mit

durchschnittlichen Handelsspannen heraus. Die Stiftung Warentest hat uns bei einer Untersuchung von Kaffeeröstern zur sozialen und ökologischen Unternehmensverantwortung 2009 nicht nur hohes soziales Engagement, sondern auch sehr starkes Engagement bei Transparenz bescheinigt.

Was unterscheidet die GEPA von profitorientierten Unternehmen?

Fairen Handel haben unsere Gesellschafter – ausnahmslos kirchliche Entwicklungs- und Nichtregierungsorganisationen – als Unternehmensziel im GEPA-Gesellschaftervertrag festgeschrieben. Unsere Gewinne verwenden wir ausschließlich für die Ziele des Fairen Handels. Wir handeln zu 100 Prozent fair. Profitmaximierung lag dabei nie in unserem Eigeninteresse.

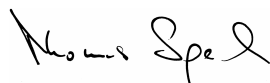
Wachstum? Ja, aber um jeden Preis?

Größere Absatzchancen sind zweifellos im Interesse unserer Handelspartner. Wir setzen dabei aber nicht auf schnelles Wachstum um jeden Preis. Im Gegenteil: Wir haben in den letzten Jahren die Messlatte für uns, unsere Kunden und unsere Geschäftspartner eher höhergelegt. So arbeiten wir beispielsweise kontinuierlich daran, den Anteil fair gehandelter Rohware in Mischprodukten wie Schokolade und Gebäck zu erhöhen. Fairtrade International schreibt hier einen Mindestanteil von 20 Prozent vor. Wir erreichen häufig schon einen Anteil von 80 bis 100 Prozent. Beispielsweise setzen wir in unseren gefüllten Schokoriegeln neben den klassischen Zutaten aus Fairem Handel wie Kakao, Zucker, Kakaobutter auch fair gehandeltes Palmfett aus nachhaltigem Anbau und fair gehandeltes Milchpulver ein. Diese hohen Standards können Absatz auch verlangsamen oder abbremsen. Wir glauben trotzdem, dass das langfristig gesehen ein glaubwürdiger und damit nachhaltiger Weg ist.

Ist der Faire Handel immer noch politisch?

Der Faire Handel der GEPA ist auf jeden Fall politisch, denn Bewusstseinsbildung der Verbraucherinnen und Verbraucher und das Hinwirken auf strukturelle Veränderungen im Welthandel sind unsere Gesellschafterziele. Die GEPA diskutiert oft mit Politikern jeder Partei-Couleur auf lokaler, Landes-, Bundes- und EU-Ebene über Möglichkeiten eines gerechteren Welthandels, z. B. Abbau von EU-Subventionen und Importzöllen, unter denen vor allem Menschen im Süden zu leiden haben. Anlässlich der Ernährungskrise 2008 ist GEPA-Geschäftsführer Thomas Speck im Landwirtschaftsausschuss des Bundestages angehört worden. Erst Anfang Juli hat GEPA-Geschäftsführer Robin Roth auf Einladung des Zentralverbandes der Genossenschaften und des Fair Trade Advocacy Office (FTAO) in Brüssel einen Vortrag zum Thema gehalten: „Wie kann die EU Partnerschaften beim Aufbau der Wertschöpfungskette unterstützen? Wie kann die EU Geschäftsmodelle fördern, die den Menschen im Blick hat?“ In Brüssel leistet das Fair Trade Advocacy Office des europäischen Netzwerks für Fairen Handel politische Lobbyarbeit, spricht sich beispielsweise für mehr faire Beschaffung in den öffentlichen Einrichtungen der EU aus. So kann die EU eine Signalwirkung erzeugen. Näheres zum Fair Trade Advocacy Office unter www.fairtrade-advocacy.org

Falls Sie weitere Fragen haben, können Sie sich gern an uns wenden.



Thomas Speck
Geschäftsführer Vertrieb



Robin Roth
Geschäftsführer Partner, Produkte und
Marketing