

# Fairer Handel

## 1. Warum braucht es den fairen Handel?

Der faire Handel ist ein besonders hoffnungsvoller Zweig innerhalb der Entwicklungszusammenarbeit. Seit der Kolonialzeit bezahlten die Industrieländer zu wenig für landwirtschaftliche Produkte wie Kaffee, Tee, Kakao, Palmöl, Baumwolle etc. Die Länder Afrikas und Lateinamerikas wurden kolonialisiert, damit die landwirtschaftlichen Produkte – aber auch Bodenschätze wie Kupfer, Zinn, Diamanten, Gold etc. - jederzeit günstig zur Verfügung standen. Hinzu kommt, dass diese Produkte bis heute möglichst in den Industrieländern verarbeitet werden, damit der Gewinn hier verbucht werden kann. In den siebziger Jahren fielen die Preise für viele der oben erwähnten Produkte. Das war der Ruin für viele Kleinproduzenten in Afrika und Lateinamerika.

Auf dem heutigen globalisierten Weltmarkt schwanken die Preise je nach Angebot und Nachfrage und es liegt nach wie vor ein grosser Preisdruck auf den oben erwähnten Produkten. Für Kleinbauern und Produzentengenossenschaften ist es deshalb kaum möglich, zu überleben. Hinzu kommt noch der ausbeuterische, lokale Zwischenhandel. Die Folgen sind Kinderarbeit, Verschuldung, extreme Armut, Flucht in die Elendsviertel der Grossstädte oder Emigration.

Im globalisierten Welthandel werden die sogenannten Entwicklungsländer oft gezwungen, billige Produkte wie Reis, Textilien aus den USA, China etc. zu importieren. Dies trägt zur Zerstörung der einheimischen Produktion bei. Die Industrieländer verlangen aber ihrerseits hohe Importzölle für Exportprodukte der Entwicklungsländer.

## 2. Geschichte des Fairen Handels

Um den Menschen in den sogenannten Entwicklungsländern ein Auskommen zu verschaffen, lancierten Hilfswerke - wie zum Beispiel die Basler Mission (heute mission 21), HEKS und Brot für alle - schon seit längerem Projekte zur Herstellung und Verkauf von fairtrade-Produkten.

Die Schweizerischen Hilfswerke Swissaid, Helvetas, Brot für alle, Fastenopfer und Caritas gründeten in den 70er Jahren die Fairtrade Organisation OS3 (Vorgängerorganisation von claro) und 1992 die Fairtrade Organisation Max Havelaar mit dem gleichnamigen Gütezeichen.

Max Havelaar konnte den fairen Handel sehr ausweiten, indem die Grossverteiler Migros, Coop, Globus, Spar etc. gewonnen wurden, fairtrade Produkte mit dem Max Havelaar Gütezeichen zu verkaufen.

Gleichzeitig verschafft Max Havelaar immer mehr Kleinbauern, Plantagebesitzern und kleinen Handwerksbetrieben den Zugang zum fairen Handel, indem ihnen für Produkte, die den Fairtrade-Kriterien entsprechen, das Max Havelaar Gütesiegel verliehen wird. Ausserdem sucht Max Havelaar neue Abnehmer für Fairtrade-Produkte.

Seit dem 1. März 2008 tritt Max Havelaar unter dem Logo des internationalen Dachverbandes „Fairtrade Labelling Organizations International (FLO)“ auf. Mit einem international einheitlichen Fairtrade-Logo können neue Produkte schneller und einfacher in die Schweiz eingeführt werden. Die Fairtrade Labelling Organizations International ist ein Fairtrade Verbund dem 21 nationale Fairtrade Organisationen aus 12 europäischen Ländern sowie der USA, Kanada und Japan angehören.

Inspektorinnen und Inspektoren des FLO beraten und prüfen regelmässig Kleinbauernkooperativen und Plantagen, welche fairtrade-Produkte produzieren.

## 3. Grundsätze des fairen Handels

## **Der faire Handel ermöglicht Kleinbauern- und Handwerkskooperativen:**

- Langfristige, partnerschaftliche Handelsbeziehungen mit Abnahmegarantie und ohne Zwischenhandel.
- Kosten deckende Preise zur Sicherung der wirtschaftlichen Existenz. Die Preise richten sich nicht nach den Schwankungen an den Börsen des Weltmarktes.

## **Fairtrade-Prämien für Gemeinschaftsprojekte**

Das Max Havelaar-Gütesiegel beinhaltet als einziges Label eine verbindlich festgelegte Fairtrade-Prämie. Diese fließt direkt von jedem Einkauf auf ein separates Prämienkonto der jeweiligen Produzentenorganisation.

Kleinbauern und Arbeiterinnen entscheiden selbstständig und demokratisch darüber, welche Projekte sie mit der Prämie realisieren, z. B.: den Bau von Trinkwasserbrunnen und Schulen, die Umstellung auf Bio-Landbau oder subventionierte Arztbesuche, etc.

## **Würdige Arbeitsbedingungen**

An Unternehmen mit Lohnabhängigen (Fabriken, Plantagen, verarbeitende Betriebe usw.) werden - in Übereinstimmung mit den nationalen Gesetzen und ILO-Konventionen - soziale und gesundheitliche Mindestanforderungen gestellt. Die ILO ist die International Labour Organization, welche sich mit Internationalen Arbeitsnormen und deren Einhaltung befasst, (siehe: [www.ilo.org](http://www.ilo.org)):

- Existenz sichernde Löhne
- Organisationsfreiheit (Gewerkschaften)
- Verbot von Zwangsarbeit und Kinderarbeit.
- Keine überlangen Arbeitszeiten
- Sichere Arbeitsplätze durch Lüftung, Schutz vor gesundheitsschädigenden Einflüssen, Lichtverhältnisse, usw.

## **Hohe Produktequalität**

Die Produkte des Fairen Handels sind umweltverträglich hergestellt. Gentechnisch veränderte Produkte werden nicht gehandelt.

## **Kontrolle und Zertifizierung**

Im Fairen Handel wird die Einhaltung der Kriterien entlang der Handelskette regelmässig überprüft. Dazu werden interne und/oder externe unabhängige Kontrollen durchgeführt - möglichst in Zusammenarbeit mit Vertreter/innen der Beschäftigten, mit NGO's und/oder Gewerkschaften.

Für die Zertifizierung von Produkten und Produzenten sowie die unabhängige Überprüfung der Einhaltung der Kriterien ist die internationale Dachorganisation „Fairtrade Labelling Organizations International (FLO)“ verantwortlich.

## **4. Produzentenorganisationen**

Die Grösse der Zusammenschlüsse (Kooperativen) ist sehr unterschiedlich und reicht von 20 Personen in Afrika bis zu 200.000 Kaffeebauern in Lateinamerika. Viele der rund 600 nach internationalen Standards zertifizierten Produzentengruppen sind mittlerweile in regionalen Netzwerken organisiert, was ihren Einfluss auf die Entwicklung des Fairen Handels insgesamt deutlich stärkt.

Aber auch (noch) nicht zertifizierte ProduzentInnen - vor allem aus dem Bereich Handwerk - sind in Netzwerken organisiert, um ihre Interessen gegenüber den Partnern im Norden vertreten und sich untereinander austauschen zu können.

## 5. Zahlen

Laut FLO wurden 2008 weltweit Produkte mit Fairtrade-Label im Wert von 2,89 Mia Euro verkauft.

Die für neue Fairtrade-Standards verantwortliche Stelle bei FLO entwickelt laufend Kriterien für neue Produkte bzw. erweitert die bestehenden auf neue Länder und Regionen. Aufgrund der rasanten Nachfrage in einigen Abnehmerländern ist diese Aufgabe jedoch zunehmend schwieriger geworden. Oft müssen Produzentengruppen in den Ursprungsländern erst mit den Fairtrade-Kriterien vertraut gemacht werden.

## 6. Konsumentinnen und Konsumenten

Das Wachstum des Fairen Handels hängt entscheidend vom Verhalten der Konsumentinnen und Konsumenten ab! Deren zunehmende Sensibilisierung führt langfristig zu veränderten Kaufverhalten und bewussten Entscheiden für den fairen Handel.



Das Logo zeigt zwei ineinandergreifende Formen. Diese stellen die Beziehung zwischen Süden und Norden dar. Die schwarze Form im Zentrum zeigt einen Menschen und ist Dreh- und Angelpunkt des Zeichens. Max Havelaar übernimmt diese Brückenfunktion zwischen Bauern im Süden und Konsumenten im Norden.

Weitere Informationen sowie Bestellung des ‚newsletter‘: [www.maxhavelaar.ch](http://www.maxhavelaar.ch)

Literaturhinweis: ‚**Fairer Handel**, Sensibilisierung für Nachhaltigkeit im Konsum‘ (Grüniger, Held, Teuscher), hep Verlag

März 2010, jt, Quelle: Max Havelaar