

Fair Trade

Ein Konzept nachhaltiger Entwicklung

Michael von Hauff



Schriftenreihe

NACHHALTIGKEIT

Hessische Landeszentrale
für politische Bildung



Fair Trade

Ein Konzept nachhaltiger Entwicklung

Autor:

Prof. Dr. Michael von Hauff, Seniorprofessor für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Wirtschaftspolitik und internationale Wirtschaftsbeziehungen an der Technischen Universität Kaiserslautern

Die Veröffentlichung stellt keine Meinungsäußerung der HLZ dar. Für die inhaltlichen Aussagen trägt der Autor die Verantwortung.

In dieser Schriftenreihe werden für die politische Bildungsarbeit relevante Aspekte zum Thema Nachhaltigkeit aufgegriffen, kontroverse Debatten dargestellt sowie aktuelle Streitfragen für eine breite Öffentlichkeit zugänglich gemacht.

Diese Publikation ist nicht zum Verkauf bestimmt.

Impressum:

*Eine Veröffentlichung der
Hessischen Landeszentrale für politische Bildung,
Taunusstraße 4–6, 65183 Wiesbaden.
www.hlz.hessen.de*

Herausgeber: Jürgen Kerwer, Angelika Röming

Redaktion: Martin Seeborn

Gestaltung: .lichtl Ethics & Brands GmbH

Druck: Druckerei Lokay e.k., Reinheim

2. überarbeitete Auflage

ISBN: 978-3-943192-21-6

ISSN: 2364-1274

Wiesbaden 2019



Fair Trade

Ein Konzept nachhaltiger Entwicklung

Michael von Hauff



1	EINLEITUNG	3
2	AUSGANGSSITUATION: DIE ENTWICKLUNG DES INTERNATIONALEN HANDELS	7
3	DAS KONZEPT FAIR TRADE	12
4	FAIR TRADE: EIN KONZEPT NACHHALTIGER ENTWICKLUNG	29
5	WIRKUNGEN DES FAIREN HANDELS IN ENTWICKLUNGSLÄNDERN	38
6	NEUE ENTWICKLUNGSTENDENZEN DES FAIREN HANDELS	42
7	SCHLUSSFOLGERUNGEN	46

Einleitung

1

Die Globalisierung ist heute ein Tatbestand, der sowohl Chancen als auch Risiken aufweist. Ein wichtiger Teilbereich der Globalisierung ist der internationale Handel. Er verzeichnete in den letzten Jahrzehnten eine beachtliche Dynamik. Das gilt besonders für industrielle Produkte, aber auch für Dienstleistungen. Der internationale Handel mit primären Produkten, d.h. mit landwirtschaftlichen Produkten, nahm ebenfalls deutlich zu. Dabei ist jedoch festzustellen, dass die Länder weltweit an den Handelsgewinnen sehr unterschiedlich partizipierten. Das gilt in noch stärkerem Maße für die verschiedenen Bevölkerungsgruppen in den Ländern. Bisher haben besonders die Industrieländer, aber auch einige wenige aufstrebende Entwicklungsländer (Schwellenländer) wie beispielsweise Brasilien, China, Indien und Südafrika in besonderem Maße von den Handelsgewinnen profitiert.

Aber auch in diesen Ländern haben die verschiedenen Bevölkerungsgruppen an den Handelsgewinnen sehr unterschiedlich teilgehabt. Dagegen blieben viele Entwicklungsländer, besonders in Afrika, Südamerika, aber auch Asien, im Rahmen des internationalen Handels marginalisiert. Das gilt in besonderem Maße für die vielen Millionen von Kleinbauern. In diesem Zusammenhang wird vielfach kritisiert, dass der internationale Handel nicht den Anforderungen des neuen Leitbildes der nachhaltigen Entwicklung entspricht. Der globale Handel orientiert sich grundsätzlich an den niedrigsten Preisen für Güter – so Kritiker wie Stiglitz und Charlton – ohne dabei ökologische und soziale Standards zu berücksichtigen (Stiglitz, Charlton 2005). Das Handelssystem begünstigt daher die stärkeren und benachteiligt die schwächeren Handelspartner. Dabei haben sich auf der berühmten Konferenz der Vereinten Nationen in Rio de Janeiro Vertreter aus 178 Ländern zu dem Leitbild der nachhaltigen Entwicklung bekannt, was sich jedoch, zumindest im Rahmen des internationalen Handels, nicht durchsetzen konnte.

Die ungleichgewichtige internationale Handelsstruktur wurde in zunehmendem Maße von Nichtregierungsorganisationen (NGO), aber auch von vielen Bürgern in Industrieländern wahrgenommen und kritisch reflektiert. Dabei geht es jedoch nicht nur um die ungleichgewichtige wirtschaftliche Entwicklung, sondern auch um die wachsenden ökologischen und sozialen Probleme in vielen Entwicklungsländern. In diesem Zusammenhang soll beispielsweise

das Fair-Trade-Siegel den Konsumenten in Industrieländern, aber in zunehmendem Maße auch in Entwicklungsländern, aufzeigen, wie sie mit ihrem Konsumverhalten dieser ungleichgewichtigen Entwicklung der Handelsgewinne entgegenwirken können. Fair Trade zielt also darauf ab, die wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Lebensbedingungen, besonders von Kleinfarmern, zu verbessern und auch einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten. Die Erhaltung der Lebensgrundlage bzw. Lebensräume soll auch dazu beitragen, dass die starke Migration aus ländlichen Räumen in Städte, aber auch ins Ausland, verringert wird.

Interessant hierbei ist, dass die Kritik an den ungleichgewichtigen Handelsstrukturen und mit der Idee von Fair Trade eine Gegenposition aufzubauen, eigentlich nicht neu ist. Schon Ende der 1940er Jahre entstand zunächst in den Vereinigten Staaten eine Gegenbewegung zu den internationalen Handelsstrukturen bzw. Entwicklungen des konventionellen Handels. So kam es bereits Ende der 1950er Jahre zu einer Fair-Trade-Bewegung, die dann in den 1970er Jahren nach Europa kam und auch in Deutschland zunehmend Beachtung fand. Dabei ging es besonders um die Benachteiligung der Produzenten, die im Landwirtschaftssektor in Entwicklungsländern tätig sind.

Es wurde erkannt, dass die vielen Kleinfarmer kaum Chancen haben, ihre Produkte auf den internationalen Märkten und hier besonders auf den Märkten der Industrieländer, zu verkaufen. Auch heute noch werden die niedrigen Weltmarktpreise vieler landwirtschaftlicher Produkte aus Entwicklungsländern und die protektionistischen Instrumente der Außenhandelspolitik der Industrieländer gegenüber diesen Produkten kritisiert. Dabei geht es besonders um die Subventionen im Agrarsektor der Industrieländer sowie um die unzureichende Öffnung der Märkte der Industrieländer für Produkte aus Ländern der Dritten Welt, wodurch der Absatz vieler landwirtschaftlicher Produkte aus Entwicklungsländern verschärft bzw. unmöglich gemacht wird. Da die Kleinfarmer keinen Zugang zu den internationalen Märkten haben, sind sie gezwungen, ihre Produkte an lokale bzw. regionale Zwischenhändler zu verkaufen, die ihnen den Preis aufzwingen können.

Diese Kritik hat zweifellos ihre Berechtigung. Dabei gilt jedoch zu berücksichtigen, dass die Kleinfarmer in Entwicklungsländern vielfältige Probleme bzw. Hemmnisse haben, die als "selbstgemacht" einzuordnen sind. Zu nennen sind u.a. die schlechte Ausbildung vieler kleiner Farmer, die mangelnde Verkehrsinfrastruktur in ländlichen Gebieten, die Nichtexistenz eines Finanzsektors und mangelnde Informationen über die Funktionsweise der internatio-

nen Märkte. Um die Relevanz des Konzeptes Fair Trade besser einordnen bzw. nachvollziehen zu können, ist es hilfreich, zunächst einige Entwicklungstendenzen des internationalen Handels nachzuvollziehen (vgl. Kapitel 2). Dabei wird deutlich, dass sich das Ungleichgewicht des internationalen Handels auf einem hohen Niveau etabliert bzw. verfestigt hat. Es lässt sich in diesem Zusammenhang jedoch nur kurz aufzeigen, warum es dazu kam.

Das Konzept des Fair Trade hat sich über die vergangenen Dekaden in vielfältiger Weise ausdifferenziert bzw. weiterentwickelt (vgl. Kapitel 3). Auch hier geht es nur darum, die Grundstruktur des Konzeptes vorzustellen und die Weiterentwicklung kurz aufzuzeigen (eine umfassende Darstellung ist zu finden in v. Hauff, Claus 2017). Es wird u. a. ausgeführt, wo das Konzept Fair Trade heute steht und welche aktuellen Fragen bzw. Probleme gegenwärtig zu klären sind.

Im Rahmen der weltweiten Diskussion zu dem neuen Leitbild der nachhaltigen Entwicklung soll auch aufgezeigt werden, wie sich das Konzept von Fair Trade hier einordnen lässt (vgl. Kapitel 4). Es gilt zu prüfen, ob die vielfach aufgestellte Behauptung, wonach das Konzept Fair Trade dem Leitbild der nachhaltigen Entwicklung entspricht, auch zutrifft. Dafür ist es notwendig, dass die Förderung durch die Fair-Trade-Organisationen darauf abzielt, die Einkommenssituation der Kleinrentner und ihrer Familien, aber auch die Arbeits- und Lebenssituation, zu verbessern. Die Förderung zielt weiter auf die Vorgabe und Umsetzung ökologischer und sozialer Standards bei der Produktion der landwirtschaftlichen Produkte, aber auch auf die Unterstützung der Produzenten bei dem Auf- und Ausbau ihrer Kapazitäten und ihres Absatzes, ab.

Obwohl Fair Trade in der Bevölkerung insgesamt positiv gesehen wird, kommt es doch oft auch zu der Frage, ob der Nutzen dieses Konzeptes auch tatsächlich die verschiedenen Zielgruppen, d. h. besonders die kleinen Farmer in Entwicklungsländern, wirklich erreicht (vgl. Kapitel 5). Daher werden die Wirkungen des Fairen Handels in Entwicklungsländern näher analysiert. Hierzu gibt es einige Analysen bzw. Evaluierungen, die wichtige Erkenntnisse zu dieser Fragestellung vermitteln. Daraus lässt sich dann begründen, ob und in welchem Maße Fair Trade ein erfolgreiches Konzept bzw. Instrument der Entwicklungspolitik ist, wie heute von namhaften Entwicklungsorganisationen immer wieder festgestellt wird.

Mit Fair Trade werden heute immer noch bekannte Produkte wie Kaffee, Kakao, aber auch Bananen assoziiert (vgl. Kapitel 6). Dabei hat sich das Konzept und die Produktpalette in den vergangenen beiden Jahrzehnten in starkem Maße weiterentwickelt. Sie

werden sich auch in Zukunft noch weiter ausdehnen. So sind nicht nur bestimmte Dienstleistungen wie der Tourismus oder auch Produkte aus kleinen Bergwerken bzw. Minen wie Gold hinzugekommen. In diesem Zusammenhang gibt es gegenwärtig auch eine intensive Diskussion darüber, in welchen neuen Bereichen wie zum Beispiel im Industriesektor das Konzept erfolgreich eingeführt werden könnte. Daher werden diese neuen Entwicklungstendenzen, aber auch einige Zukunftsvisionen, vorgestellt. Wichtige Erkenntnisse werden dann am Ende dieser Publikation noch einmal zusammengeführt.

Ausgangssituation: Die Entwicklung des internationalen Handels

2

Es geht nun darum, in welchem Maße die Entwicklungsländer in den internationalen Handel eingebunden sind bzw. die Möglichkeit haben, am internationalen Handel teilzunehmen. Dabei gilt zu berücksichtigen, dass es heute eine Vielzahl von peripheren und nicht-tarifären Handelshemmnissen gibt, die den Handel einschränken. In dem gegenwärtigen internationalen Handelssystem gibt es bisher keine neutrale „Weltregierung“, die für eine Abstimmung der internationalen Handelsströme im Sinne des Leitbildes der nachhaltigen Entwicklung verantwortlich ist. Die Welthandelsorganisation (World Trade Organization – WTO) hat in ihrer Präambel eine Vereinbarung, die für das Konzept Fair Trade im Grundsatz von großer Bedeutung ist. Dort heißt es:

„The Parties to this Agreement,

Recognizing that their relations in the field of trade and economic endeavour should be conducted with a view to raising standards of living, ensuring full employment and a large and steadily growing volume of real income and effective demand, and expanding the production of and trade in goods and services, while allowing for the optimal use of the world's resources in accordance with the objective of sustainable development, seeking both to protect and preserve the environment and to enhance the means for doing so in a manner consistent with their respective needs and concerns at different levels of economic development.“

Hierzu ist jedoch festzustellen, dass die Welthandelsorganisation bisher weit davon entfernt ist, die in der Präambel aufgezeigten Rahmenbedingungen zu realisieren, obwohl die Entwicklungsländer die größte Gruppe unter den Mitgliedsländern der WTO sind. Gegenwärtig gehören der WTO 164 Länder an (Stand 6/2017). Sie vereinen 98 Prozent des Welthandels. Betrachtet man die letzte Verhandlungsrunde (Doha-Runde), die im Jahr 2001 begann, so lässt sich feststellen, wie groß noch die Kontroverse zwischen Industrie- und Entwicklungsländern ist. Das Ziel der Handelsrunde war, die Entwicklungsländer besser in den Welthandel zu in-

tegrieren. Dabei stand der Agrarsektor im Vordergrund. Die Entwicklungsländer fordern hierbei einen besseren Marktzugang ihrer landwirtschaftlichen Produkte in den Industrieländern. Dabei geht es u. a. um die Reduzierung von Subventionen im Agrarsektor der Industrieländer. Im Gegenzug forderten die Industrieländer für ihre Produkte eine stärkere Öffnung der Märkte in den Entwicklungsländern. Die gegensätzlichen Positionen zeigen noch einmal deutlich die Relevanz des Konzeptes Fair Trade auf.

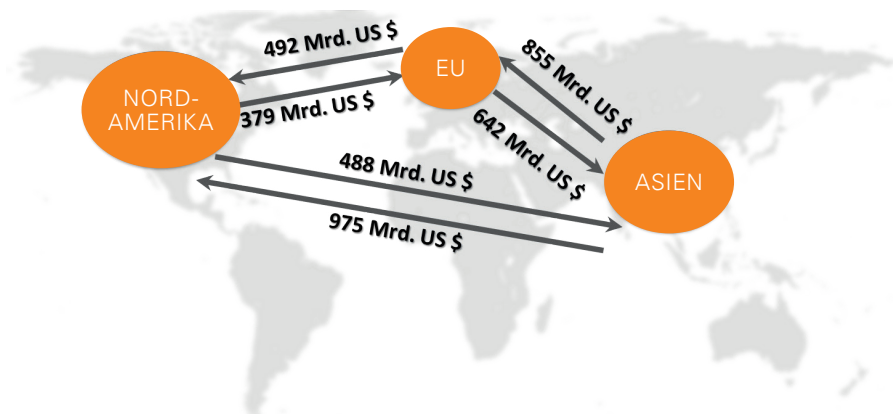
Die folgenden Ausführungen wenden sich nun einigen aktuellen Entwicklungstendenzen im Welthandel zu. Bevor die speziellen Entwicklungstendenzen des internationalen Handels mit landwirtschaftlichen Produkten vorgestellt wird, soll zunächst ein allgemeiner Überblick über die Hauptströme des Welthandels gegeben werden. Dadurch wird die allgemeine Ungleichverteilung des internationalen Handels sichtbar. Es sollte jedoch nicht vernachlässigt werden, dass es nicht nur eine Ungleichverteilung zwischen den drei Kontinenten Nordamerika, Europa und Asien gibt, sondern dass in diesen drei Kontinenten noch einmal große Unterschiede zwischen den einzelnen Regionen bestehen.

Die folgende Abbildung verdeutlicht, weshalb im Zusammenhang mit dem internationalen Handel bisher von der Triade gesprochen wird. Regionen wie Afrika und Südamerika, aber auch einige asiatische Länder, haben in dieser Handelsstruktur bisher eine weitgehend untergeordnete Bedeutung (v. Hauff, Claus 2017, S. 42). Die Handelsstruktur in Abbildung 1 weist die Besonderheit auf, dass nicht nur

ABB. 1

HAUPTSTRÖME DES WELTHANDELS INNERHALB DER TRIADE IM JAHR 2012

(Exporte in Milliarden US-Dollar)



Quelle: Eigene Darstellung, Datengrundlage WTO: World and Regional Export Profiles 2015, S. 41

zwischen den drei Regionen, sondern auch innerhalb der einzelnen Regionen wie beispielsweise in Europa ein umfassender Handel stattfindet: innerhalb Europa etwa 4.700 Milliarden US-Dollar, innerhalb von Nordamerika etwa 1.104 Milliarden US-Dollar und innerhalb von Asien 2.930 Milliarden US-Dollar. Es ist zu erwarten, dass sich die Struktur der Triade nicht wesentlich ändert, wobei die Bedeutung der einzelnen Regionen unterschiedlich wächst. So ist mit dem wirtschaftlichen Erstarken von China und Indien eine Bedeutungszunahme der Region Asien zu erwarten.

Es sollen nun einige wesentliche Strukturmerkmale des internationalen Handels von landwirtschaftlichen Produkten näher betrachtet werden. Die folgenden Abbildungen zeigen den Anteil in absoluten Werten und prozentualen Anteilen der Exporte von Primärgütern, d.h. von landwirtschaftlichen Produkten der verschiedenen Regionen. Dabei fällt auf, dass sowohl der absolute als auch prozentuale Anstieg in den einzelnen Regionen für den Zeitraum von 2003 bis 2012 sehr unterschiedlich ausfiel. Während beispielsweise in Europa, aber auch in Asien, ein relativ hoher Anstieg zu verzeichnen ist, fiel der Anstieg in Afrika im Verhältnis relativ gering aus. Die Abbildung 3 zeigt besonders deutlich, wie unterschiedlich das Wachstum der Exporte von Gütern des primären Sektors für den genannten Zeitraum ausgefallen ist.

ABB. 2

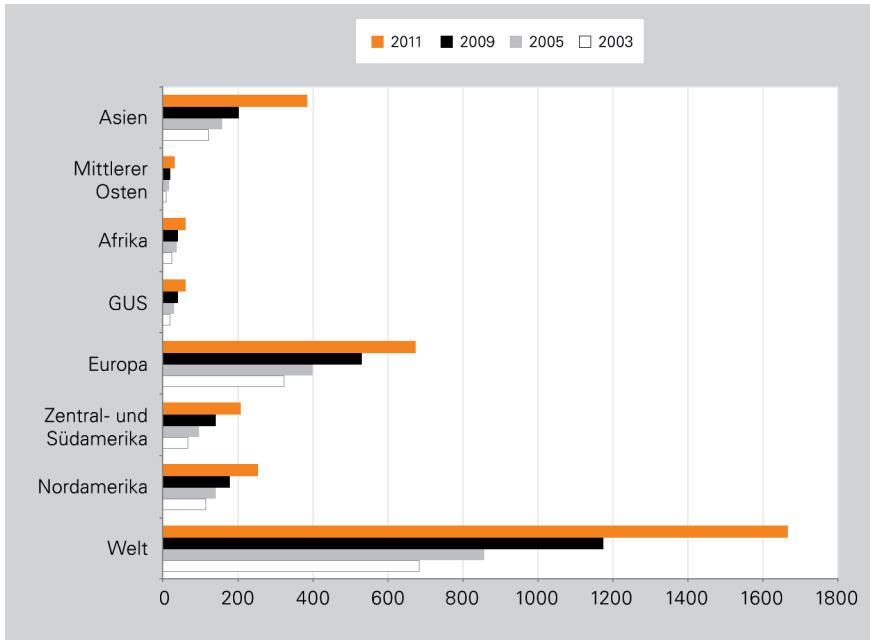
ABSOLUTER UND PROZENTUALER ANSTIEG DER EXPORTE DES PRIMÄREN SEKTORS 2003–2012 (in Milliarden US-Dollar und in Prozent)

	2003		2004		2005		2006		2009		2011		2012
WELT	681	15%	783	9%	852	11%	945	24%	1169	42%	1660	0%	1657
Nordamerika	115	14%	131	4%	137	11%	152	17%	178	41%	251	3%	258
Zentral- und Südamerika	67	20%	80	17%	94	10%	102	36%	139	48%	206	0%	205
Europa	323	14%	368	8%	396	10%	436	21%	528	27%	670	-2%	657
GUS	19	26%	24	11%	27	12%	30	31%	39	51%	59	12%	66
Afrika	24	19%	28	15%	32	-1%	32	22%	39	51%	59	-3%	57
Mittlerer Osten	8	11%	9	33%	12	11%	14	30%	18	78%	32	-6%	30
Asien	121	18%	143	8%	154	16%	179	26%	225	70%	383	0%	384

Quelle: World Trade Organization: International trade statistics 2005, Genf 2005, S. 46-86, S. 113; International trade statistics 2006, Genf 2006, S. 111 und International Trade Statistics 2007, Genf 2007, S. 47; World Trade Organization: World Trade Report 2011, Genf, S. 217ff.; World Trade Organizations: International trade statistics 2012, Genf 2012, S. 66; World Trade Organization: International trade statistics 2013, Genf 2013, S. 64.

ABB. 3

WACHSTUM DER EXPORTE VON GÜTERN DES PRIMÄREN SEKTORS NACH REGIONEN (in Milliarden US-Dollar 2003–2011)



Quelle: World Trade Organization: International trade statistics 2005, Genf 2005, S. 46-86, S. 113; International trade statistics 2006, Genf 2006, S. 111 and International Trade Statistics 2007, Genf 2007, S. 47; World Trade Organization: World Trade Report 2011, Genf 2005, S. 217ff.; World Trade Organization: International trade statistics 2013, S. 64

Hier liegt das Wachstum der meisten Entwicklungsländer deutlich unter jenem der Industrieländer.

Hierfür gibt es jedoch unterschiedliche Ursachenfaktoren, die nicht alle den internationalen Handelsstrukturen zugewiesen werden können. Die Ursachenfaktoren können in interne und externe Ursachenfaktoren untergliedert werden. Es werden einige ausgewählte interne Ursachenfaktoren genannt, für die primär die Regierungen der jeweiligen Entwicklungsländer verantwortlich und damit auch zuständig sind: Entwicklungsländer verfügen besonders in ländlichen Regionen über zu wenig Humankapital, sie haben qualitativ und quantitativ unzureichende Produktionskapazitäten, eine mangelhafte Infrastruktur und ein unzureichendes Gesundheitswesen, es mangelt an einer diversifizierten Branchenstruktur, wodurch eine Weiterverarbeitung der landwirtschaftlichen Produkte oft nicht möglich ist, und sie haben nur einen begrenzten

Zugang zu sozialen Dienstleistungen. Weiterhin wird in zunehmendem Maße der mangelnde Zugang zu Informations- und Kommunikationstechnologien kritisiert (Stiglitz, Charlton 2005, S. 87).

Die verschiedenen Handelsrestriktionen gegenüber landwirtschaftlichen Produkten aus Entwicklungsländern (externe Ursachenfaktoren) wurden bereits erwähnt. Es handelt sich besonders um Subventionen von landwirtschaftlichen Produkten und Textilien in Industrieländern. Maßnahmen der Industrieländer zum Schutz ihrer eigenen Märkte sind häufig auch Anti-Dumping-Zölle. Zölle der Industrieländer für landwirtschaftliche Produkte übersteigen die durchschnittlichen Industriewaren aus diesen Ländern um ein Mehrfaches (Sachs 2008, S. 192). Der Einsatz von Anti-Dumping-Maßnahmen lässt sich daraus begründen, dass es in Industrieländern darum geht, die eigenen Produzenten und deren Erzeugnisse vor der ausländischen Konkurrenz zu schützen. Daher müssen Entwicklungsländer ihre Produkte oft langwierigen Kontrollen unterziehen, oder sie können ihre Produkte auf den Märkten der Industrieländer erst gar nicht anbieten (v. Hauff, Claus 2017, S. 52). Daraus entstehen – wie schon erwähnt – für die Anbieter landwirtschaftlicher Produkte aus Entwicklungsländern große Nachteile.

In diesem Zusammenhang wird oft die Frage gestellt, weshalb Entwicklungsländer bei WTO-Verhandlungen nicht klarer bzw. erfolgreicher auftreten. Als Grund hierfür kann die mangelnde Erfahrung im Umgang mit dieser Institution genannt werden. Hinzu kommt noch die geringe Verfügbarkeit von finanziellen Mitteln, die den Handlungsspielraum der Entwicklungsländer einschränken. Dagegen haben Industrienationen eine Vielzahl von Experten, die sie zu den WTO-Verhandlungen schicken. Die letzten Verhandlungen der sogenannten Doha-Runde haben gezeigt, dass sich hier ein Wandel zu Gunsten der Entwicklungsländer abzeichnet. Es ist jedoch nicht zu erwarten, dass eine Veränderung der Handelsbedingungen zu Gunsten der Entwicklungsländer die internen Ursachenfaktoren beseitigen. Dennoch wird auch in Zukunft Fair Trade eine große Bedeutung haben, solange die Entwicklungsländer ihre internen Handelsbeschränkungen nicht lösen.

Das Konzept Fair Trade

3

1. HISTORISCHE ENTWICKLUNG
2. GRUNDSÄTZE UND ZIELE VON FAIR TRADE
3. DAS ANGEBOT DER PRODUKTE
4. DIE ENTSTEHUNG DES „FAIREN PREISES“
5. DER FAIRE HANDEL IM WELTHANDELSSYSTEM
6. DER POLITISCHE EINFLUSS DES FAIREN HANDELS

Die Existenz zahlreicher Akteure und Organisationen im Fairen Handel hat im Laufe der Zeit dazu geführt, dass sich verschiedene Definitionen zu dem Konzept entwickelten. Im Jahr 2002 einigten sich die Mitglieder der Organisation „International Federation of Alternative Trade“ (IFAT), heute „World Fair Trade Organization“ (WFTO), welcher sowohl Produzenten als auch Importorganisationen fair gehandelter Produkte angehören, auf die folgende Definition des Fairen Handels:

„Fair Trade organisations have a clear commitment to Fair Trade as the principal core of their mission. They, backed by consumers, are engaged actively in supporting producers, awareness raising and in campaigning for changes in the rules and practice of conventional international trade.“ (WFTO: What is fair trade?, 2009; www.wfto.com Stand: 21.03.2011).

In den folgenden Abschnitten wird das Konzept des Fairen Handels vorgestellt. Neben den Anforderungen, die an die Partnerschaft bzw. die Handelsbeziehung zwischen den Importorganisationen und den Produzenten gestellt werden, ist es wichtig, zu analysieren, welche Rolle der Faire Handel in der Politik und in der Kaufentscheidung der Konsumenten spielt. Weiterhin werden die verschiedenen Initiativen und Organisationen in einen Zusammenhang gebracht.

3.1 Historische Entwicklung

Die Entwicklung des Fairen Handels lässt sich in verschiedene Phasen untergliedern. Diese historischen Phasen lassen sich auch inhaltlich, hinsichtlich der Motivation, klar voneinander abgrenzen. Insgesamt lässt sich feststellen, dass sich die ursprüngliche Motivation der „Wohltätigkeit“ hin zu einer zunehmenden „Professionalisierung“ weiterentwickelt hat. Daraus ergeben sich heute gewisse Probleme vieler Befürworter von Fair Trade hinsichtlich

der Identifikation mit Fair Trade. Das soll in den folgenden Ausführungen verdeutlicht werden.

1. PHASE: 1945 bis Ende der 1960er Jahre

„**Fairer Handel als Wohltätigkeit**“: Die Fair-Trade-Bewegung begann nach dem Zweiten Weltkrieg in den Vereinigten Staaten. Sie war durch die „Ten Thousand Villages“ Wohlfahrtsorganisation zunächst stark religiös geprägt. Es begann mit handwerklichen Produkten, die über das Kirchen-Netzwerk vertrieben wurden. 1958 wurde in den USA das erste Fair-Trade-Geschäft eröffnet. Später begannen Organisationen in Nordeuropa, ebenfalls Produkte des Kunsthandwerks zu verkaufen. In Europa hatte hierbei die britische Hilfsorganisation Oxfam eine gewisse Vorreiterrolle. Sie gründete 1964 die erste „Food and Agricultural Organization“(FAO), die sich ausschließlich dem Fairen Handel widmete. In dieser Zeit wandte sich auch die „United Nations Conference on Trade and Development“(UNCTAD) den Entwicklungstendenzen des ungleichgewichtigen Handels zu. Es kam 1968 zu einer Konferenz in Delhi, bei der sich der Slogan „Trade not Aid“ etablierte.

2. PHASE: 1970 bis Mitte der 1980er Jahre

„**Fairer Handel aus Solidarität**“: 1969 eröffnete der erste Weltladen in den Niederlanden, und 1972 kam es in Deutschland zur Gründung des Ökumenischen Arbeitskreises Entwicklungshilfe. Aus ihm ging einer der größten Importorganisationen des Fairen Handels hervor. Damit begann im Prinzip die Fair-Trade-Bewegung in Deutschland, die sich als Solidaritäts-Bewegung charakterisieren lässt (Nicholls, Opal 2004, S. 99). Das Fair-Trade-Netzwerk vergrößerte sich ständig, und die Verkaufszahlen der Produkte stiegen. Das erste Lebensmittel, das in die Produktpalette mit aufgenommen wurde, war Kaffee.

Betrachtet man die Entwicklung aus ökonomischer Perspektive so lässt sich feststellen, dass der Handel Anfang der 1970er bis Ende der 1980er Jahre überwiegend angebotsorientiert war. Das Angebot orientierte sich also an den Möglichkeiten der Produzenten und weniger an dem Bedarf der Nachfrager bzw. Konsumenten. Eine weitere Entwicklungstendenz zeichnete sich dadurch ab, dass die Produzenten immer stärker zu Partnern der Fair-Trade-Organisationen wurden und damit von der Position, die Produzenten als Wohltätigkeitsempfänger zu verstehen, abgerückt wurde. Die FAOs verstanden sich in diesem Zusammenhang auch immer stärker als Bindeglied zwischen den Produzenten und den Konsumenten in den Industrieländern.

3. PHASE: Mitte der 1980er Jahre bis Ende der 1990er Jahre

„Konsolidierung und Professionalisierung“: Die angebotsorientierte Strategie, wonach man sich an dem Angebot der Produzenten und weniger an der Nachfrage der Konsumenten orientierte, stellte sich zunehmend als problematisch dar. Sowohl die Alternative Handelsorganisation (AHO) als auch die Weltläden mussten in zunehmendem Maße rückläufige Verkaufszahlen zur Kenntnis nehmen. Das soll an einem Beispiel verdeutlicht werden: Die Handelskette von Oxfam wurde von der Unternehmensberatung McKinsey analysiert, und es stellte sich im Jahr 2000 heraus, dass Oxfam ein Produkt für 36 US-Dollar verkaufte, wobei die Kosten 54 US-Dollar betragen. Der Grund hierfür war, dass Oxfam in zunehmendem Maße das Problem hatte, dieses Produkt am Markt noch abzusetzen und daher einen geringeren Preis akzeptieren musste.

Aber auch die AHO erkannten, dass sie sich in stärkerem Maße an die Rahmenbedingungen anpassen müssen, um nicht in Insolvenz zu gehen. Als es im Jahr 1989 zum Scheitern des internationalen Kaffeeabkommens kam, wonach jedes Land beliebig viel Kaffee produzieren und exportieren durfte, bedeutete dies für die Kleinbauern in Entwicklungsländern deutliche Einkommensrückgänge. Die Preise sanken, und die AHO erkannten zunehmend, dass eine Steigerung der Absatzmenge nötig war. Es kam zu einer Neuorientierung, indem ein Label angestrebt wurde, das sich am Biosiegel orientierte.

Dadurch wurde der Verkauf auch im konventionellen Handel möglich, und die Nachfrageorientierung gewann in zunehmendem Maße an Bedeutung. In den 1990er Jahren gab es verschiedene nationale Initiativen, die unter der „Fairtrade Labelling Organizations“ (FLO) koordiniert wurden (Fridell 2004, S. 411 ff.). Die Forderung nach einer besseren Koordinierung führte schließlich im Jahr 1994 dazu, dass sich die europäischen Weltläden in dem neu gegründeten „Network of European Worldshops“ (NEWS!) zusammenschlossen.

4. PHASE: Ende der 1990er Jahre bis zur Gegenwart

„Stetiges Wachstum und zunehmende Kommerzialisierung“: Durch das Produktlabel erhielten die konventionellen Einzel- und Großhändler die Möglichkeit, Produkte aus dem Fairen Handel zu verkaufen. 1997 wurde die FLO als Dachorganisation der nationalen Label-Initiativen gegründet. In diesem Zusammenhang kam es zu einer Vereinheitlichung der Standards für die Produkte und den Handel, und es wurde das gesamte Kontrollsystem zentrali-

siert und professionalisiert. Dabei kam es auch zu dem informellen Zusammenschluss der vier Dachorganisationen unter der Bezeichnung „FINE“ (FINE Advocacy Office 2010, S. 32). In den folgenden Jahren haben sich sowohl in den Industrieländern als auch in den Entwicklungsländern regionale Netzwerke gebildet, die zu einer Stärkung der regionalen Aktivitäten führten.

Diese Entwicklungstendenzen wie beispielsweise der Zusammenschluss der nationalen Labelling Initiativen führte nach Auffassung vieler Experten zu der endgültigen Integration in den Mainstream und damit auch zu einer stärkeren Kommerzialisierung bzw. Marktorientierung (Nicholls, Opal 2008, S. 80). Damit wurde eine klare Trennung zum konventionellen Handel aufgegeben. Diese Entwicklung wird teilweise auch als „Zerreißprobe für die Fair-Trade-Bewegung“ eingeordnet. Dolen stellt hierzu fest:

“The fairtrade movement diverged into two discrete paths: an idealist orientation toward trade justice, structural change, and human solidarity; and an instrumentalist focus on certification, standardization and market expansion. The first approach, pursued by the International Fairtrade Association (IFAT), markets goods that are produced, imported and/or distributed by specialized Fairtrade or Alternative Trade Organizations (FTOs or ATOs) through ‘alternative’ distribution chains that are oriented toward speciality outlets and defined by shared understandings of fairness, grassroots development and north south partnerships. The second approach, epitomized by FLO, certifies and markets fairtrade products through mainstream distribution channels, with sales increasingly targeted toward supermarkets and transnational food corporations” (Dolen 2008, S. 33).

Es kam zu einer weiteren Veränderung, indem seit Anfang der 1990er Jahre auch die Zertifizierung von Plantagen und nicht nur von Kooperativen möglich ist. Zusammenfassend zu der historischen Rückschau lässt sich feststellen, dass das Konzept Fair Trade eine beachtliche Veränderung erfahren hat, deren Auswirkungen gegenwärtig noch nicht in vollem Maße abzusehen sind.

3.2 Grundsätze und Ziele von Fair Trade

Die Grundsätze und Ziele von Fair Trade orientieren sich im Prinzip daran, dass dieses Konzept eine Gegenposition zu dem konventionellen Handel entwickelt hat und einnimmt. Obwohl die Kleinbauern in Entwicklungsländern heute nicht mehr die einzige Zielgruppe ist, werden die Grundsätze und Ziele immer noch primär an ihnen verdeutlicht. Danach sollen die Kleinbauern in Entwicklungsländern bei der Produktion und Vermarktung ihrer Produkte

unterstützt bzw. gefördert werden und es soll ihnen die Möglichkeit gegeben werden, durch den Handel ihre Lebensbedingungen zu verbessern.

Ohne diese Förderung ist es für sie und ihre Familien in der Regel nicht möglich, von der Produktion und dem Verkauf ihrer landwirtschaftlichen Produkte ein menschenwürdiges Leben im Sinne der Verwirklichung ihrer Grundbedürfnisse zu führen. Häufig fehlt ihnen das Grundkapital, um Saatgut und Dünger anzuschaffen, und aufgrund einer mangelnden Infrastruktur haben sie nicht die Möglichkeit, ihre Produkte auf den Märkten zu verkaufen. Häufig sind sie von den Zwischenhändlern abhängig, die ihnen sehr geringe Preise diktieren, die sie akzeptieren müssen. Daher ist es für die Lebensbedingungen der Kleinrentner von zentraler Bedeutung, sie aus diesen Abhängigkeitsverhältnissen herauszuholen. Durch den Fairen Handel haben sie die Möglichkeit, ihre Produkte direkt in die Industrieländer zu exportieren. In der Regel schließen sie sich zu Kooperativen zusammen, um dadurch die Abwicklung des Exportes mit den Organisationen in den Industrieländern zu vereinfachen. Daher ist der Zusammenschluss mehrerer Produzenten zu Kooperativen ein wichtiger Bestandteil des Konzeptes des Fairen Handels. Die Zusammenarbeit zwischen den Kooperativen und den Organisationen in den Industrieländern unterscheidet sich teilweise.

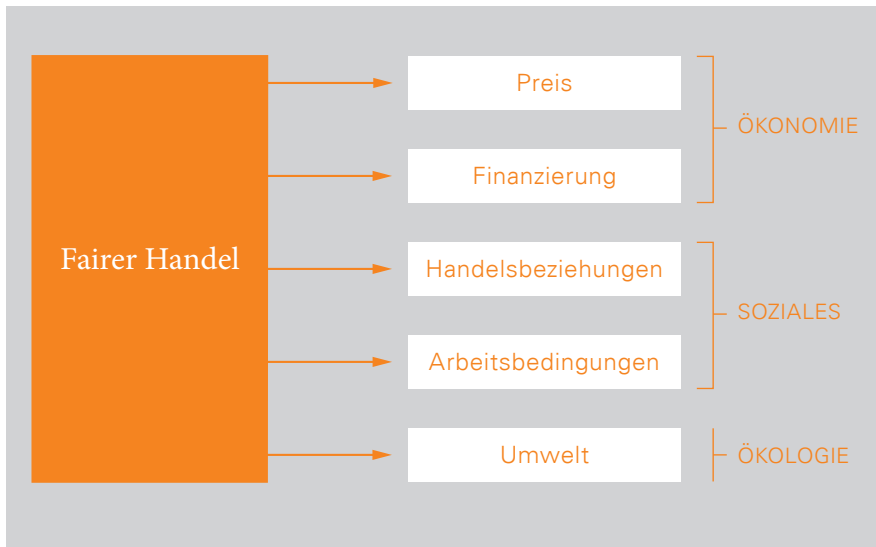
Hierzu gibt es aber ein Grundmuster, das in der folgenden Abbildung dargestellt wird. Es gibt fünf Bausteine, die den drei Nachhaltigkeitsdimensionen Ökonomie, Ökologie und Soziales zugeordnet werden können. Sie verdeutlichen, welche Bestandteile die Partnerschaft zwischen den Produzenten und den Fair-Handelshäusern bestimmen.

Das Konzept setzt sich aus folgenden Bausteinen zusammen:

- Die Festsetzung eines Mindestpreises für die Produkte der Produzenten,
- die Unterstützung der Produzenten bei der Finanzierung der Projekte,
- die zuverlässigen Handelsbeziehungen zwischen den Importeuren im Norden und den Produzenten im Süden,
- die sozial verträglichen Arbeitsbedingungen auf den Plantagen und den Produktionsstätten in Produzenten-Kooperativen sowie
- die Einhaltung bestimmter Umweltstandards zur Verbesserung der Umweltsituation in den Entwicklungsländern.

ABB. 4

BAUSTEINE DES KONZEPTES FAIRER HANDEL



Quelle: Eigene Darstellung

Sie sollen im Folgenden kurz vorgestellt werden:

DER PREIS

Viele landwirtschaftliche Produkte zeichnen sich dadurch aus, dass sie eine geringe Preiselastizität haben. Das bedeutet, dass sich ein Sinken des Preises in der Regel nur unwesentlich auf die Nachfrage auswirkt. Dies lässt sich an dem Produkt Kaffee verdeutlichen: Ein Sinken des Kaffeepreises bedeutet in der Regel, dass sich die Nachfrage nach Kaffee kaum verändert. Diese Produkte werden oft auf dem Markt zu Preisen angeboten, die unter den Produktionskosten liegen, um sie überhaupt verkaufen zu können. Hier setzt das Konzept Fair Trade an. Die Importorganisationen gewähren den Produzenten einen Mindestpreis, der die Produktionskosten deckt und den Kleinbauern Löhne zusichert, die sich nicht an den nationalen Mindestlöhnen orientieren, sondern den realen Lebenshaltungskosten der Produzenten entsprechen (Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. 2011, S. 1). Zusätzlich zu dem Mindestpreis wird den Produzenten eine „Fairtrade-Prämie“ bezahlt.

FINANZIERUNG BZW. VORFINANZIERUNG

Ein weiterer Baustein des Konzeptes Fairer Handel ist die Finanzierung bzw. Vorfinanzierung. Die Produzenten erhalten einen Teil der Bezahlung für ihre Produkte im Voraus. Die Finanzmittel können dann von ihnen für Saatgut bzw. Düngemittel oder auch für landwirtschaftliche Gerätschaften eingesetzt werden. Die Begründung hierfür ist, dass sie dann keine Kredite bei den lokalen oder regionalen Geldverleihern aufnehmen müssen, die aufgrund ihrer Monopolstellung oft völlig überhöhte Zinsen verlangen. Dadurch wird vermieden, dass die Kleinfarmer sich schon im Vorfeld der Produktion ihrer landwirtschaftlichen Produkte verschulden müssen (v. Hauff, Claus 2017, S. 92). Auf der Grundlage einer Befragung von Fairtrade International in Südamerika gaben Produzentenorganisationen weiterhin an, dass sie besonders langfristige Kredite für Investitionen in Projekte benötigen. Daher wurde im Jahr 2012 der „Fairtrade Access Fund“ für die Vorfinanzierung/Finanzierung von Projekten der Produzentenorganisationen gegründet. Den Fairtrade Access Fund gibt es jedoch bisher nur in Südamerika. 2016 stellte der Fund bereits eine Gesamtsumme von 21,238 Millionen US\$ zur Verfügung (Fairtrade International 2016). In den letzten Jahren wurden auch in Afrika und Asien Niederlassungen gegründet und Förderprogramme realisiert.

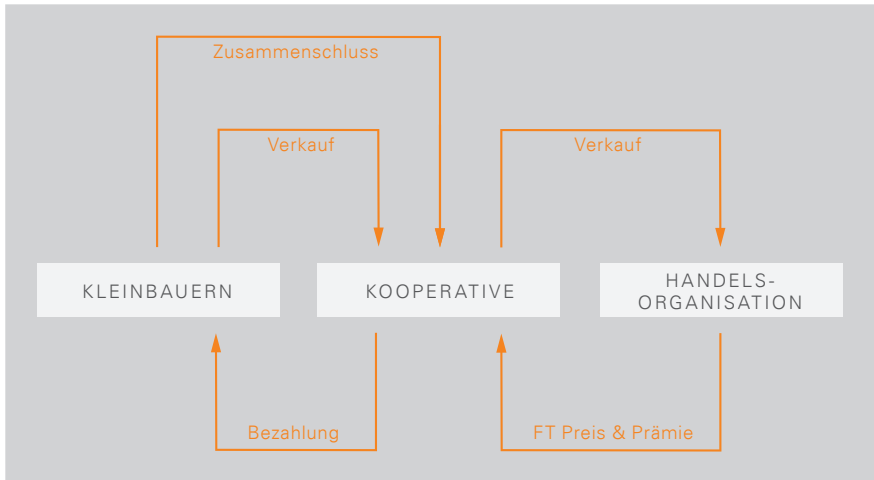
HANDELSBEZIEHUNGEN

Im Rahmen der Handelsbeziehungen geht es darum, dass die Kleinfarmer bzw. die Kooperativen mit den Importorganisationen eine langfristige Beziehung aufbauen können. Hierbei handelt es sich um eine Alternative zu dem konventionellen Welthandel. Aus der Perspektive der Kleinfarmer besteht der Vorteil darin, die Herstellung und den Vertrieb und damit ihre Wirtschaftlichkeit zu planen. Hierbei ist es wichtig, dass die Produkte von den Produzenten direkt zu den Importorganisationen der Industrieländer gelangen. Dadurch können die Zwischenhändler ausgeschaltet werden. Auch in diesem Zusammenhang hat die Konstruktion der Kooperativen eine wichtige Bedeutung, indem sie größere Mengen an Importorganisationen in den Industrieländern liefern können. Das wirkt sich positiv auf die Preisbildung aus. Dieser Zusammenhang wird aus der folgenden Abbildung 5 deutlich.

Ein weiterer Vorteil ist, dass die einzelnen Kleinfarmer in eine Organisationsstruktur eingebunden sind und damit die Möglichkeit der Zusammenarbeit mit den anderen Kleinfarmern besteht. Sie haben dann auch die Möglichkeit, eine Fairtrade-Prämie zu erhalten,

ABB. 5

STRUKTUR DES MODELLS DER KOOPERATIVE



Quelle: Nicholls, Opal 2004, S. 92 ff.

die sie für gemeinsame Projekte wie den Bau einer Schule oder einer Krankenstation verwenden können. Sie haben auch die Möglichkeit, gemeinsam landwirtschaftliche Geräte anzuschaffen, die dann alle Mitglieder der Kooperative nutzen können. Dadurch steigen die Produktivität und auch der Gewinn der Kleinfarmer.

Seit Beginn der 1990er Jahre sind auch Plantagen in die Fair-Trade-Bewegung eingebunden. In dem Plantagenmodell wählen die Plantagenarbeiter einen Ausschuss, in den auch Mitglieder des Managements eingebunden sind. Plantagen werden in das System des Fairen Handels aus dem Grund mit eingebunden, da landlose Arbeiter auf den Plantagen durch den konventionellen Handel ebenfalls benachteiligt sind.

ARBEITSBEDINGUNGEN

In der Mehrzahl der Entwicklungsländer herrschen prekäre Arbeitsbedingungen. Das gilt auch in besonderem Maße bei der landwirtschaftlichen Produktion. So werden viele Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) nicht eingehalten. Oft werden mehr als zehn Stunden pro Tag und sechs Tage pro Woche gearbeitet. Sozialleistungen gibt es für die große Mehrheit der Arbeiter nicht. Auch eine regelmäßige ärztliche Versorgung ist die absolute Ausnahme. Die gesetzlich vorgegebenen Mindestlöhne, besonders bei landwirtschaftlichen Planta-

genarbeitern, werden oft nicht eingehalten. Mit dem Konzept von Fair Trade soll diesen Defiziten entgegengewirkt werden. Eine wichtige Grundlage für die Gestaltung der Arbeits- und Lebensbedingungen sind daher die Kernarbeitsnormen der ILO.

Hierbei handelt es sich um folgende Standards:

- Recht auf Versammlungsfreiheit,
- Recht auf kollektive Verhandlungsführung,
- Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit,
- Verbot der Diskriminierung.

In dem Konzept geht es vor allem um die Stärkung von Kindern und Frauen, die besonders unter der Diskriminierung zu leiden haben. Dabei werden im Prinzip die Rechte in den jeweiligen Verfassungen festgelegt, jedoch häufig nicht eingehalten. Die Versammlungsfreiheit soll besonders die Situation der Plantagenarbeiter stärken und ihnen die Möglichkeit bieten, ihre Arbeitsbedingungen gemeinsam zu diskutieren und auch darüber zu verhandeln. Das Recht auf kollektive Verhandlungsführung soll dazu beitragen, dass die Lohnfindung über dem Existenzminimum liegt und das Lohnniveau zu menschenwürdigen Lebensbedingungen für die Arbeiter und ihre Familien führt.

Kinder- und Zwangsarbeit, von der hauptsächlich Mädchen und Frauen betroffen sind, sollen grundsätzlich verboten sein. Das ist im Prinzip schon in den Verfassungen der Länder garantiert. Schließlich soll auch eine geschlechterspezifische Diskriminierung verboten werden. Das Fair-Trade-Konzept ist auch darauf ausgerichtet, die Rechte der Arbeiter zu stärken. In diesem Zusammenhang wurde beispielsweise das „Fairtrade Advisory Committee on Worker Rights and Empowerment“ (WRAC) im Januar 2011 gegründet, das die oben genannten Themen bearbeiten soll (Fairtrade International, 27.04.2013).

UMWELT

Neben der wirtschaftlichen und sozialen Dimension ist auch die ökologische Dimension in dem Konzept von Fair Trade verankert, wie in Abbildung 4 bereits deutlich wurde. Mit den Produzenten werden entsprechend ökologische Standards festgelegt, die oft auch zu einer Umstellung der landwirtschaftlichen Produktions- und Anbaumethoden beitragen. Dabei geht es dann beispielsweise um die Reduzierung des Einsatzes von Chemikalien (zum Beispiel Pestizide) und die Verwendung gentechnisch veränderter Organismen wie sie im konventionellen landwirtschaftlichen An-

bau schon weit verbreitet sind. Ein wichtiger Aspekt hierbei ist die Erhaltung der Bodenfruchtbarkeit. Aufgrund der weit verbreiteten Wasserknappheit in vielen Entwicklungsländern ist es auch von zentraler Bedeutung, die Wasserressourcen durch ein Wassermanagement, das besonders durch Effizienz geprägt ist, zu fördern. Ein weiteres Anliegen ist die Erhaltung bzw. Förderung der Biodiversität, die zu einer Stärkung des ökologischen Gleichgewichts beitragen soll.

Bisher müssen Fair-Trade-Produkte nicht biologisch angebaut werden. Aktuell beträgt der Anteil von Fairtrade zertifizierten Bio-Produkten im Durchschnitt 65 Prozent. Der Bioanteil ist bei den einzelnen landwirtschaftlichen Produkten bzw. Lebensmitteln jedoch sehr unterschiedlich (Fairtrade Deutschland 2013).

Die folgenden Produkte haben jeweils einen Bioanteil von:

- Fairtrade Südfrüchte 88 Prozent
- Fairtrade Tee 82 Prozent
- Fairtrade Kaffee 73 Prozent
- Fairtrade Textilien 34 Prozent
- Fairtrade Honig 14 Prozent
- Fairtrade Zucker 9 Prozent
- Fairtrade Eiscreme 0,4 Prozent.

Der biologische Anbau ist jedoch im Prinzip erwünscht, und daher werden Prämien für die Umstellung auf den biologischen Anbau gewährt. Hinzu kommen in diesem Zusammenhang noch Beratungs- und Informationsveranstaltungen für die Produzenten, bei denen die Vorteile des biologischen Anbaus auch hinsichtlich der Nachfrage nach diesen Produkten verdeutlicht werden. Kommt es zu Handelsbeziehungen zwischen den Produzenten und den Importeuren in den Industrieländern, müssen die Kleinbauern nicht alle aufgeführten Standards erfüllen. Sie müssen sich jedoch zu den Grundsätzen bekennen und an der Umsetzung der Standards arbeiten. 2011 kam es zu einer Überarbeitung der Standards (New Standards Framework-NSF), bei denen es darum ging, diese Standards für die Produzenten verständlicher zu machen. Es lässt sich jedoch feststellen, dass sich die Standards im Bereich Ökologie, Ökonomie und Soziales nicht grundsätzlich verändert haben.

3.3 Das Angebot der Produkte

Die Produktpalette hat sich in den vergangenen Jahrzehnten stark erweitert und wird sich auch in Zukunft noch erweitern. Gegenwärtig gibt es mehr als 5.500 zertifizierte Fairtrade Produkte. Wie bereits in dem historischen Rückblick aufgezeigt (vgl. hierzu die Phase 1) begann es besonders mit dem Export von kunsthandwerklichen Produkten aus afrikanischen Ländern in die USA. Neben dieser Produktgruppe entstanden zwei weitere Produktgruppen, durch die Fair Trade besonders bekannt wurde: kleinbäuerliche Erzeugnisse wie Kaffee und Kakao und Plantagenprodukte wie Tee. Ein wesentliches Kriterium für die Zusammensetzung von Produkten ist, dass mindestens 20 Prozent der enthaltenen Zutaten fair gehandelt sein müssen. Dieser Anteil wurde in den vergangenen Jahren reduziert. Etwa 17% der Fairtrade-Produkte sind Mischprodukte, davon nur 1% mit weniger als 50% Fairtrade Anteil (v. Hauff, Claus 2017, S. 109). Dabei gilt jedoch zu berücksichtigen, dass grundsätzlich so viele fair gehandelte Zutaten verarbeitet werden müssen wie verfügbar sind (Fairtrade Labelling Organizations International, 06.04.2013).

Ein wesentliches Merkmal der internationalen Handelsstruktur ist, dass Entwicklungsländer überwiegend Rohstoffe und landwirtschaftliche Erzeugnisse exportieren. Als absatzstärkste Produktgruppen haben sich Kaffee, Blumen und Bananen etabliert. Auch die Marktanteile der einzelnen Produkte unterscheiden sich in Deutschland teilweise recht deutlich. Während der Marktanteil bei Kaffee bei 2,1 Prozent liegt, beträgt er bei Bananen 12 Prozent (bei Biobananen beträgt der Marktanteil sogar 45 Prozent). Die in Deutschland verkauften Rosen mit einem Fair-Trade-Siegel haben einen relativ hohen Marktanteil von 28 Prozent (TransFair Jahresbericht 2017, S. 6).

Diese Produkte weisen jedoch die Besonderheit auf, dass sich sowohl die Nachfrage als auch das Angebot durch eine geringe Preiselastizität auszeichnen. Das bedeutet, dass bei Preisschwankungen keine wesentlichen Auswirkungen auf das Angebot und die Nachfrage zu beobachten sind. Auf der Angebotsseite erklärt sich das daraus, dass die Produktionsbedingungen zum Beispiel bei Preissenkungen nur im Laufe der Zeit verändert bzw. angepasst werden können. Kaffeebauern können beispielsweise erst nach einigen Jahren vom Anbau neuer Kaffeesträucher profitieren, was sich bei Bananenplantagen ganz ähnlich verhält. Kommt es also zu Preissenkungen, können sich die Kleinfarmer bzw. Plantagenbesitzer nicht kurzfristig umstellen, d. h. sie müssen die Preissenkungen akzeptieren. Das soll an dem Produkt Kaffee verdeutlicht werden.

In Entwicklungsländern leben etwa 25 Millionen Bauern und ihre Familien vom Kaffeeanbau. Für sie ist die Preisentwicklung von existenzieller Bedeutung. Betrachtet man sich das Jahr 2011,

so wurden 8,88 Millionen t Kaffee produziert, wobei 85 Prozent in zehn Ländern produziert wurden. Die Abbildung 6 verdeutlicht, dass die beiden Länder Brasilien und Vietnam eine dominierende Stellung unter den Kaffee produzierenden Ländern einnehmen. So hat Brasilien mit 3,35 Millionen t einen Anteil von 37 Prozent an der Kaffeeproduktion, während Vietnam mit 1,34 Millionen t einen Anteil von 17 Prozent aufweist. Danach folgen Länder wie Indonesien mit einem deutlich geringeren Anteil von 6 Prozent.

ABB. 6

WELTPRODUKTION KAFFEE NACH LÄNDERN, KAFFEEJAHR 2011/2012

Länder	Mio t	Prozent
Brasilien	3,35	37
Vietnam	1,34	17
Indonesien	0,58	6
Kolumbien	0,45	5
Äthiopien	0,39	4
Indien	0,31	4
Honduras	0,30	4
Peru	0,29	3
Mexiko	0,26	3
Guatemala	0,23	3
andere Länder	1,37	15
Welt	8,88	100

Quelle: United States Department of Agriculture, 07.04.2013

Betrachtet man sich nun einige Entwicklungstendenzen des internationalen Kaffeemarktes, so ist zunächst festzustellen, dass Vietnam durch entwicklungspolitische Maßnahmen ganz wesentlich, nämlich zum zweitgrößten Produzenten von Kaffee aufgestiegen ist. Die vietnamesische Regierung hat zusätzlich noch zur Steigerung der Kaffeeproduktion beigetragen, indem sie den Bauern Ertragsziele vorgegeben hat. Hinzu kommt noch, dass es sich hierbei um einen Käufermarkt mit oligopolistischen Strukturen handelt. Eine kleine Anzahl von internationalen Handelsunternehmen und Kaffeeröstern hat einen Marktanteil von etwa 50 Prozent. In Deutschland beschränkt sich die Kaffeewirtschaft auf sechs Anbieter, die einen Anteil von 80 Prozent des Marktes haben.

Neben dem Marktmechanismus, der Angebot und Nachfrage nach Kaffee zusammenführt, wird der Kaffeepreis noch durch Warendeschäfte an der Börse und durch Termingeschäfte und Spekulationen in starkem Maße beeinflusst. Daher ist es besonders wichtig, dass die Kleinproduzenten von Kaffee eine verlässliche bzw. relativ

stabile Preisentwicklung haben, um nicht in existenzielle Probleme zu geraten. Hier genau greift das Konzept von Fair Trade, indem die Preise mit dem Kleinproduzenten bzw. Kooperativen vereinbart werden.

3.4 Die Entstehung des „fairen Preises“

Die verschiedenen internationalen Organisationen legen den Preis für Fairtrade-Produkte unterschiedlich fest. Die folgenden Ausführungen beschränken sich auf die Preisbildung der FLO und der Importorganisationen El Puente und GEPA. Dabei geht es um das System der Preisbildung. Die FLO hat bestimmte Kriterien vorgegeben, nach denen sie die Preise festlegt:

$$\text{FTP} = \text{COSP} + \text{DFC} + \text{MD} + \text{OD} + \text{FIP}$$

COSP	Cost of Sustainable Production
DFC	Direct Fair Trade Costs
MD	Market Differential
OD	Organic Differential
FIP	Fair Trade Investment Premium

Die nachhaltigen Produktionskosten müssen berücksichtigen, dass viele Kleinbauern ihre Produktionskosten nicht genau ermitteln können. Daher ist ein Puffer notwendig, der die realen Produktionskosten in jedem Fall deckt. Das Markt- und Qualitäts-Differenzial (MD) wird dann berücksichtigt, wenn qualitative Unterschiede zu erhöhten Kosten führen. Kommt es zu ökologischem Anbau, dann entsteht hier der Bioaufschlag (OD). Diese Prämie können sich die Produzenten dann sichern, wenn sie bereit sind, biologische Landwirtschaft zu betreiben. Das FIP wird den Produzentenorganisationen gewährt, um in nachhaltige Entwicklungsprojekte investieren zu können. Ein wesentliches Merkmal der Preisbildung ist, dass die FLO die Preise regelmäßig an die Marktgegebenheiten anpasst. Da sich das Preisbildungssystem bei den einzelnen Organisationen unterscheidet, kommt es dann auch bei den entsprechenden Produkten in Weltläden zu unterschiedlichen Preisen. Im Non-Food-Bereich ist die Preisbildungsgestaltung jedoch sehr viel schwieriger. In diesem Bereich existieren bisher noch keine festgelegten Berechnungsschemata.

3.5 Der Faire Handel im Welthandels- system

Im Rahmen der Globalisierung haben sich einige Entwicklungsländer, besonders in den vergangenen zwei Jahrzehnten, entsprechend ihrer wirtschaftlichen Entwicklung positiv entwickelt. Das gilt besonders für die vier asiatischen Tiger (Hongkong, Singapur, Südkorea und Taiwan). Auch China und Indien konnten ihre Wachs-

tumsraten und Exporte auf ein relativ hohes Niveau steigern. Besonders in Indien, aber auch in anderen Schwellenländern, gibt es jedoch noch eine große Zahl von Kleinfarmern, die an dem Globalisierungsprozess nicht partizipieren konnten. Die Mehrzahl der Entwicklungsländer, besonders in Afrika, konnte am Globalisierungsprozess bisher nur in sehr geringem Maße teilhaben. Einige Ursachenfaktoren wurden bereits erwähnt. Ein weiterer wichtiger Grund ist die mangelnde bzw. unzureichende Diversifizierung ihrer Exporte. Viele Entwicklungsländer beschränken sich immer noch ganz wesentlich auf den Export weniger landwirtschaftlicher Produkte, wodurch die Nachfrage auf dem Weltmarkt teilweise stagniert.

Fair gehandelte Produkte stehen oft mit Produkten des konventionellen Handels in Konkurrenz. Es gibt aber auch zunehmend Produkte, die den fair gehandelten Produkten ähnlich sind und mit ihnen definitiv in Konkurrenz stehen. Dazu gehören beispielsweise Bioprodukte oder Güter, deren Produktionsprozesse sozialen und ethischen Anforderungen gerecht werden. Daher gibt es beispielsweise eine Gemeinsamkeit zwischen fair gehandelten Produkten und dem ethischen Handel (ethical trade). Unternehmen, die den Kriterien des ethischen Handels gerecht werden wollen, müssen den Standards der „Ethical Trading Initiative“ (ETI) entsprechen.

Folgende Standards sind zu nennen:

- freie Wahl des Arbeitsverhältnisses,
- Vereinigungsfreiheit und Recht auf Tarifverhandlungen,
- sichere und hygienische Arbeitsbedingungen,
- angemessene Arbeitszeiten,
- Bestehen eines geregelten Arbeitsverhältnisses,
- Verbot von Kinderarbeit,
- Verbot von unmenschlicher Behandlung,
- Verbot von Diskriminierung,
- Bezahlung von Mindestlöhnen.

Durch den Kauf dieser Produkte tragen die Konsumenten dazu bei, dass es in kleinen Schritten zu einem Veränderungsprozess in den entsprechenden Entwicklungsländern kommt. 2017 wurden in Deutschland Fairtrade-Produkte im Wert von 1,33 Milliarden Euro verkauft. Das entspricht einer Steigerung des Umsatzes gegenüber dem Vorjahr um 15 Prozent (Fairtrade Deutschland 2017). Auch hier ist festzustellen, dass die Umsatzsteigerung bei einzelnen Produkten sehr unterschiedlich ist. Das reicht von einer Umsatzsteigerung bei Fairtrade Honig von 93 Prozent über Fairtrade

Kaffee (20 Prozent) bis Fairtrade Tee (2 Prozent). Ein wichtiges Kriterium in diesem Zusammenhang ist der Bekanntheitsgrad. Hierzu stellt der Verein TransFair e.V. fest, dass der Bekanntheitsgrad des Fairtrade-Siegels in Deutschland bei knapp 70 Prozent liegt. Dennoch nehmen fair gehandelte Produkte noch ein Nischendasein ein. Im Durchschnitt haben sie einen Marktanteil von 1 bis 2 Prozent. In Europa weisen die Schweiz und Großbritannien den größten Anteil fair gehandelter Produkte auf.

In der Schweiz erzielten beispielsweise Bananen einen Marktanteil von über 50 Prozent. Dieser hohe Marktanteil ist jedoch ganz wesentlich zwei Supermarktketten zu verdanken, die sich hier besonders hervor tun. Aber auch bei den Produkten Kaffee (6 Prozent) und Tee (5 Prozent) weist die Schweiz überdurchschnittliche Anteile auf. Im Jahr 2011 wurden insgesamt fair gehandelte Produkte im Wert von 340 Millionen Euro verkauft. Der Bekanntheitsgrad liegt in der Schweiz auf einem hohen Wert von 90 Prozent (Havelaar, 13.04.2013). Der Verkauf von fair gehandelten Produkten betrug im Jahr 2011 weltweit 5 Milliarden Euro. Im Vergleich zum Vorjahr war dies ein Zuwachs von 12 Prozent oder 0,6 Milliarden Euro.

ABB. 7

ABSATZ VON FAIR-TRADE-PRODUKTEN AUF DEN 18 BEDEUTENDSTEN ABSATZMÄRKTEN IN MIO. EURO (Vergleich in absoluten und Pro-Kopf-Werten für 2011)



Quelle: Fairtrade International 2012, S. 1-20; Eigene Berechnungen

Die Wachstumsraten der einzelnen Produkte unterscheiden sich jedoch auch auf dieser Ebene: Kaffee stieg um 3 Prozent, Kakao um 34 Prozent, Blumen und Zucker um 5 bzw. 7 Prozent. Vergleicht man die Länder hinsichtlich des Gesamtumsatzes untereinander, so liegt Deutschland hinter England und den USA auf dem dritten Platz. Vergleicht man jedoch den Umsatz pro Kopf, so führte Irland im Jahr 2011 die Liste mit einem durchschnittlichen Pro-Kopf-Umsatz von 34,68 Euro an. Auf dem zweiten Platz liegt die Schweiz mit einem Pro-Kopf-Umsatz von 33,04 Euro. Deutschland befindet sich mit einem Wert von 4,90 Euro auf dem 14. Platz (Fairtrade International 2017, S. 1-2).

In der Abbildung 7 werden die 18 bedeutendsten Absatzmärkte in Millionen Euro (in absoluten und Pro-Kopf-Werten) aufgezeigt. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass sich in den letzten Jahren einige Entwicklungsländer herauskristallisierten, die ebenfalls einen Markt für fair gehandelte Produkte aufbauen. Insofern ist zu erwarten, dass es in den nächsten Jahren im Rahmen dieser Abbildung zu Veränderungen kommen wird. Die 991 Produzentenorganisationen, die es gegenwärtig gibt und die von der FLO zertifiziert wurden, sind über 66 Länder verteilt. In der Region Afrika/Naher Osten beträgt die Zahl der Organisationsmitglieder 760.000 und ist somit doppelt so groß wie in der Region Lateinamerika/Karibik (280.000). Dabei gibt es in Lateinamerika/Karibik mit 476 Produzentenorganisationen doppelt so viele wie in Afrika/Naher Osten (231). Sodass sich daraus ableiten lässt, dass in der Region Afrika/Naher Osten überwiegend Plantagen zertifiziert werden und damit auch die Organisationen viel mehr Mitglieder aufweisen.

3.6 Der politische Einfluss des Fairen Handels

Bisher ist der politische Einfluss des Fairen Handels sowohl in Deutschland und auf der EU-Ebene, aber auch auf internationaler Ebene relativ gering.

Dafür nennt Piepel drei Ursachen:

- Die organisatorische Zersplitterung der Bewegung,
- die thematische Beschränkung auf traditionelle Exportprodukte der Dritten Welt und
- die methodische Selbstbeschränkung auf Handlungsformen in Verbindung mit dem Warenverkauf (Piepel 1999, S. 100).

Das Konzept wird jedoch in zunehmendem Maße wahrgenommen und auch unterstützt. So wirbt beispielsweise die Bundesregierung in ihrem Aktionsprogramm 2015 für den Fairen Handel. Im Jahr 2011 unterstützte sie beispielsweise die Organisationen

Forum Fairer Handel, Transfair e.V. und Weltladen Dachverband in ihrer Kampagnenarbeit mit einem Beitrag in Höhe von 780.000 Euro, wobei die Förderung im Jahr 2012 auf 532.699 Euro gekürzt wurde. Die Bundesregierung unterstützt weiterhin die Kampagnen Fairtrade-Towns und Fairtrade-Schools. Hierzu stellt die Bundesregierung fest:

„Die Bundesregierung unterstützt den Fairen Handel. Er ist moderne Entwicklungspolitik, weil er Menschen die Möglichkeit gibt, sich aus eigener Kraft aus der Armut zu befreien und weil er auf die Entscheidungsfreiheit von Verbrauchern setzt...“ (Die Bundesregierung, 1/2012).

Auf der nationalen Ebene haben beispielsweise die Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) in Kooperation mit dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) ein Fair-Handels-Forum gegründet. Dieses Forum soll die Koordination verschiedenster Initiativen verbessern. Auffällig ist, dass auf europäischer Ebene die Einbindung des Fairen Handels besser wahrgenommen wird als auf Bundesebene. Für Fragen der Handelspolitik ist die europäische Kommission zuständig. Die Kommission teilt in ihrer Mitteilung an den Rat über den Fairen Handel mit:

„Fair Trade is an example of development occurring through trading relationship and improved commercial opportunities to bridge the gap between developed and developing countries and to facilitate the better integration of developing countries in the world economy. Fair Trade initiatives give consumers the opportunity to contribute through their purchasing preferences“ (Commission of the European Communities 2001, S. 4).

In Artikel 23 a wird ganz allgemein eine nachhaltige Politik, aber auch explizit die Förderung des Fairen Handels betont. Im Jahr 2006 wurde dann ein Bericht über Fairen Handel und Entwicklung vorgelegt. Weiterhin richtete die Kommission an den Rat, das europäische Parlament und den europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss im Jahr 2009 eine Mitteilung, in der die wachsende Bedeutung des Fairen Handels besonders in Europa anerkannt wird. Weiterhin ist der jährliche World Fair Trade Day zu erwähnen, der im Europäischen Parlament stattfindet. Dabei treffen sich Mitglieder verschiedener NRO und der Europäischen Kommission, um neue Initiativen und Entwicklungen im Fairen Handel zu diskutieren.

Schließlich ist noch zu erwähnen, dass die Welthandelsorganisation (WTO) die Auffassung vertritt, dass der Faire Handel kein Hindernis für die Liberalisierung der Weltmärkte darstellt. Danach sind Initiativen auf der Grundlage des Fairen Handels keine protek-

tionistischen oder handelsbeschränkenden Maßnahmen. Es gibt jedoch keine konkreten Aktivitäten der WTO zur Förderung des Fairen Handels. Für die nähere Zukunft ist in diesem Zusammenhang auch kein Durchbruch zu erwarten.

Fair Trade: Ein Konzept nachhaltiger Entwicklung

4

Es gibt heute einen breiten Konsens, wonach das Konzept des Fairen Handels einen klaren Bezug zu dem Paradigma der nachhaltigen Entwicklung hat. Dieser Bezug wurde jedoch bisher inhaltlich kaum bzw. nur sehr allgemein konkretisiert. Die Konkretisierung ist jedoch erforderlich, um auch den Nachweis leisten zu können, dass die vielfältigen Programme des Konzeptes und deren Umsetzung den Anforderungen nachhaltiger Entwicklung tatsächlich gerecht werden. In der Agenda 21 als Handlungsprogramm des Paradigmas nachhaltiger Entwicklung wird den internationalen Wirtschaftsbeziehungen eine große Bedeutung beigemessen. Dort wird festgestellt:

„Sowohl die Wirtschaftspolitik einzelner Länder als auch die internationalen Wirtschaftsbeziehungen sind für eine nachhaltige Entwicklung enorm wichtig. Um die Entwicklung neu zu beleben und voranzutreiben, bedarf es dynamischer und kooperativer internationaler wirtschaftlicher Rahmenbedingungen und einer entschlossenen Wirtschaftspolitik auf nationaler Ebene. Ist eine dieser beiden Vorgaben nicht erfüllt, sind alle Bemühungen zwecklos. Günstige außenwirtschaftliche Rahmenbedingungen sind hierbei von entscheidender Bedeutung“ (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit 1992, S.5).

1992 verpflichteten sich auf der „United Nations Conference on Environment and Development“ (UNCED) in Rio de Janeiro Vertreter aus 178 Nationen zu dem Leitbild nachhaltiger Entwicklung. In der Agenda 21, dem Anwendungsprogramm des Leitbildes für das 21. Jahrhundert, werden die Ziele, Maßnahmen bzw. Handlungsprogramme und die Akteure ausführlich genannt. Die Rio-Konferenz wurde bereits von der Brundtland-Kommission angeregt und initiiert, was kurz vorgestellt werden soll, da die Kommission für das Paradigma nachhaltiger Entwicklung eine große Bedeutung hatte. Die Brundtland-Kommission wurde 1983 berufen und unter dem Vorsitz von Gro Harlem Brundtland, der norwegischen Ministerpräsidentin, geleitet. Die Kommission legte 1987 den bedeutenden Bericht mit dem Titel „Unsere gemeinsame Zukunft“ vor. In diesem Bericht ist die international bekannte und anerkannte Definition von Nachhaltigkeit zu finden. In der deutschen Version des Brundtland-Berichts wurde die Definition wie folgt übersetzt: *„Dauerhafte Entwicklung ist Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht auch befriedigen können“* (Hauff 1987, S. 46).

Damit stellt der Bericht die menschlichen Bedürfnisse der gegenwärtigen Generation und der zukünftigen Generationen in den Mittelpunkt. Dabei geht es einerseits um die intragenerationelle Gerechtigkeit, die darauf abzielt, dass mehr Gerechtigkeit zwischen den Industrie- und Entwicklungsländern, aber auch innerhalb der jeweiligen Länder hergestellt wird. Diese Forderung hat eine eindeutige Beziehung zu dem Konzept des Fairen Handels. Andererseits wird in der Definition auch die intergenerationelle Gerechtigkeit gefordert, bei der es um mehr Gerechtigkeit zwischen der heute lebenden und den zukünftigen Generationen geht. Die heute lebende Generation soll für zukünftige Generationen eine Umwelt hinterlassen, die es den Menschen ermöglicht, ihre Bedürfnisse ebenfalls in vollem Maße zu befriedigen. Auch diese Gerechtigkeit weist einen klaren Bezug zu dem Konzept des Fairen Handels auf, indem die Kleinrentner in Entwicklungsländern so wirtschaften, dass auch zukünftige Generationen die landwirtschaftliche Produktion weiterführen können.

Es ist sicherzustellen, dass sowohl die Brundtland-Kommission als auch die Rio-Konferenz wichtige Grundlagen für das Paradigma nachhaltiger Entwicklung gelegt haben. Aus ökonomischer Sicht zielt nachhaltige Entwicklung in einem ersten Schritt auf die Sicherung der Lebens- und Produktionsgrundlagen ab. Daraus lässt sich

der Anspruch nachhaltiger Entwicklung ableiten, wonach es darum geht, die Umwelt global und dauerhaft zu erhalten und auf dieser Grundlage das Wirtschafts- und Sozialsystem zu entwickeln und zu stabilisieren (v. Hauff 2014, S. 31). Auch dieser Anspruch ist in dem Konzept des Fairen Handels verankert.

Heute gibt es international einen breiten Konsens, dass es neben dem Anspruch der Gerechtigkeit auch darum geht, die drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales gleichrangig zusammenzuführen und zwischen diesen drei Dimensionen ein Gleichgewicht anzustreben. Es besteht kein Zweifel: Ein Gleichgewicht zwischen diesen drei Dimensionen ist ein Idealzustand, der sicher nie ein befriedigendes Maß erreichen wird. Es geht vielmehr darum, dieses Gleichgewicht so weit wie möglich zu realisieren. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass der Ökologie eine besondere Bedeutung zukommt, indem die Funktionsweise der ökologischen Systeme für die menschliche Existenz von zentraler Bedeutung ist.

Ein bekanntes Beispiel ist der Klimawandel, der ganz wesentlich durch die Menschheit verursacht wird und für die Menschheit in zunehmendem Maße negative Folgen bzw. Folgekosten verursacht. Hier wurden also bereits die Grenzen des ökologischen Systems Klima überschritten. Das bedeutet, dass jede Form des Wirtschaftens aber auch der menschliche Konsum nur innerhalb der Grenzen ökologischer Systeme möglich ist, um die menschliche Existenz nicht zu gefährden. Insofern kommt es häufig zu der Forderung, dass das Wirtschaften und Konsumieren in die Grenzen ökologischer Systeme zurückgeführt werden muss. Die folgenden Ausführungen konzentrieren sich nun darauf, die drei Dimensionen inhaltlich näher zu konkretisieren und den Bezug zu dem Konzept des Fairen Handels herzustellen.

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT

Die Menschheit bedarf eines bestimmten Zustandes der Natur bzw. der ökologischen Systeme, da sie sonst nicht überlebensfähig ist. Daraus ergibt sich die Schlussfolgerung: Ökonomische und soziale Systeme alleine können nicht nachhaltig sein. Ihre langfristige Existenz hängt also von dem ausgewogenen Zusammenspiel mit der Wirtschaft und der Gesellschaft ab. Dazu gibt es sowohl national als auch international einen breiten Konsens, und dennoch wird die Natur in bestimmten Bereichen übernutzt bzw. hat bereits ein hohes Niveau der Übernutzung erreicht. Das bisher erreichte Maß ist, besonders für zukünftige Generationen, zunehmend bedrohlich. Das gilt jedoch nicht nur für die Umweltmedien wie Wasser, Luft und Boden, sondern auch für die Nutzung von

Rohstoffen. So weist eine neue OECD-Studie darauf hin, dass Todesfälle und Erkrankungen durch Luftverschmutzung China, Indien und die größten Industrienationen rund 3,5 Billionen US-Dollar im Jahr kosten. Es ist zu erwarten, dass die Kosten auch in anderen Entwicklungsländern weiter steigen, wenn die Regierungen keine schärferen Maßnahmen dagegen ergreifen (OECD 2014). Das Wissen der Menschheit um die teilweise Übernutzung der Ökologie durch ihr wirtschaftliches Verhalten, das teilweise noch zu einer weiteren Verschärfung der Umweltbelastung führt, kann man als Schizophreniedilemma bezeichnen: wir wissen um die zunehmenden Belastungen und tun dennoch zu wenig.

Daher zielt die ökologische Nachhaltigkeit auf die Erhaltung und Stabilisierung der ökologischen Systeme bzw. des ökologischen Kapitalstocks ab und es müssen sowohl die nicht nachhaltigen Produktionsformen auch in der Landwirtschaft als auch die Konsumstile an die ökologischen Systeme angepasst werden. Im Rahmen der ökologischen Nachhaltigkeit ist besonders die Politik gefordert, von Landwirten, Unternehmen, Wirtschaftsverbänden und Konsumenten eine stärkere Anpassung ihrer Verhaltensweisen an die Belastbarkeit der ökologischen Systeme einzufordern. Dies wird jedoch auch in Entwicklungsländern oft vernachlässigt, wobei festzustellen ist, dass viele Kleinfarmer und Kleinunternehmen oft nicht in der Lage sind, diesen Anforderungen zu entsprechen.

Den Akteuren fehlt häufig das Wissen, aber auch die notwendigen finanziellen Mittel, um diese Anforderungen aufzugreifen und umzusetzen. Daher ist es im Rahmen des Konzeptes des Fairen Handels besonders wichtig, dass die Kleinfarmer – wie dies bereits in Kapitel 2 aufgezeigt wurde – beraten und auch finanziell unterstützt werden. Die Konsumenten von fair gehandelten Produkten in Industrieländern, aber auch in jenen Entwicklungsländern, in denen bereits fair gehandelte Produkte angeboten werden, haben die Möglichkeit, diesen Prozess zu fördern. Dabei geht es besonders um die Nachfrage nach ökologisch angebauten Produkten. Hier gibt es zumindest für bestimmte fair gehandelte Produkte noch ein relativ großes Potenzial, wie in Kapitel 3 aufgezeigt wurde. Die Natur wird vielfach auch als „Dienstleistungsunternehmen“ eingeordnet, das die Menschen in Anspruch nehmen. Die Ökologie dient als Aufnahmemedium (Senke) anthropogener Emissionen wie am Beispiel CO₂ verdeutlicht werden kann und als Quelle natürlicher Ressourcen, die den Menschen in vielfältiger Weise Nutzen stiften. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, wann ein Optimum an Nutzen erreicht ist.

Wird beispielsweise Regenwald abgeholzt, um zusätzliche landwirtschaftliche Nutzflächen zum Anbau von Pflanzen für die Erzeu-

gung von Kraftstoff zu gewinnen, oder werden große Infrastrukturprojekte wie zum Beispiel der Bau von breiten Straßentrassen durch einen Regenwald realisiert, wird dadurch das Naturkapital verringert. Dabei stellt sich die Frage, wer hiervon den Nutzen hat. Werden andere natürliche Ressourcen wie beispielsweise Kohle, Metalle oder Natursteine abgebaut, ohne die Region wieder zu renaturalisieren, geht diese Region für jegliche weitere Nutzung verloren. Kommt es durch solche Projekte noch zusätzlich zu einer Umsiedlung der lokalen bzw. regionalen Bevölkerung, entstehen hierdurch oft neue Probleme, die nicht adäquat gelöst werden.

ÖKONOMISCHE NACHHALTIGKEIT

Das Ziel der ökonomischen Nachhaltigkeit ist es, die Wirtschaftskraft einer Region oder eines Landes zu stärken. Dadurch soll eine ausreichende bzw. gewünschte Lebensqualität im Zeitablauf erreicht bzw. aufrechterhalten werden. Die Stärkung der Wirtschaftskraft lässt sich u.a. durch Innovationen, Anlageinvestitionen, die Erhöhung der Arbeitsproduktivität und Ausgaben für Forschung und Entwicklung fördern. Das erfordert jedoch – wie auch in dem Abschnitt zuvor gezeigt wurde – ein Überdenken der bestehenden Produktionsweisen und Konsumstilen, die bisher als nicht nachhaltig zu klassifizieren sind. Eine gewünschte Lebensqualität erfordert neben der Erhaltung der materiellen auch die Erhaltung der immateriellen Lebensbedingungen, wie Vornholz bereits in den 1990er Jahren festgestellt hat (Vornholz 1997, S. 47).

Daher ist von dem materiellen Wohlstand eines Menschen der gesellschaftliche Wohlfahrtsbegriff abzugrenzen, der weit darüber hinausgeht. Er bezieht neben der quantitativen Dimension der materiellen Ausstattung des Individuums auch die subjektiv bewertete Lebenslage (Lebensqualität) mit ein. Auch hier gibt es wieder einen klaren Bezug zu dem Konzept des Fairen Handels, in dem es nicht nur um eine Erhöhung des Einkommensniveaus von Kleinfarmern geht, sondern auch um die Verbesserung der Dorfgemeinschaft und um die Erhaltung bzw. Verbesserung der Umweltbedingungen. So werden die materiellen Dimensionen wie Arbeit, Einkommen und Konsum durch immaterielle Dimensionen wie Freiheit, soziale Gerechtigkeit und sozialer Konsens und auch die Umweltqualität erweitert. Zumindest seit dem ersten Bericht an den Club of Rome "Grenzen des Wachstums" gibt es eine intensive Kontroverse über die Möglichkeit und auch die Notwendigkeit von steigenden Wachstumsraten (Meadows u.a. 1972). Dabei gilt jedoch zu berücksichtigen, dass in dem Bericht der Brundtland-Kommission die Bedeutung des technischen Fortschritts und des wirtschaftlichen

Wachstums besonders zur Armutsbekämpfung hervorgehoben wird. Die Bedeutung von Wachstum wird besonders in Entwicklungsländern hervorgehoben. Aber auch in Industrieländern gibt es eine intensive Diskussion um die Notwendigkeit von Wachstum für die Verwirklichung der intergenerationellen Gerechtigkeit.

Positive Wachstumsraten sind eine wichtige Voraussetzung – so eine häufig vertretene Position – für eine gerechtere Einkommensverteilung. Dabei wird oft argumentiert, dass bei stagnierenden Wachstumsraten die Maßnahmen zur (Um-)Verteilung von Einkommen deutlich schwieriger zu verwirklichen sind als bei steigenden Wachstumsraten. Dieses Argument gilt im Prinzip auch für Entwicklungsländer. Wachstumsraten – so die übliche volkswirtschaftliche Lehrmeinung – ist aber auch für die Beschäftigungslage auf den Arbeitsmärkten und für die Gewährleistung der sozialen Sicherungssysteme von Bedeutung. Dieser Argumentation wird häufig entgegengehalten, dass steigende Wachstumsraten auch zu mehr Umweltbelastung führen. Analysiert man jedoch das Konzept des Fairen Handels, so kann die Produktion landwirtschaftlicher Produkte durch die Produktionsgenossenschaften auf der Grundlage des biologischen Anbaus zu einer stabilen Umweltsituation bzw. sogar zu einem Abbau der Umweltbelastung beitragen.

Betrachtet man jedoch die ökonomische Nachhaltigkeit von der Nachfrageseite, so führt das Konzept des Fairen Handels bei den Produktionsgenossenschaften bzw. bei den Mitgliedern zu mehr Einkommen und damit auch zu mehr Kaufkraft. Das führt mittel- bis langfristig zu steigendem Konsum, der sich wiederum negativ auf die Umwelt auswirken kann. Natürlich kann hier zu Recht argumentiert werden, dass es erwünscht ist, dass die unteren Einkommensgruppen in ländlichen Regionen, gerade in Entwicklungsländern, einen grundsätzlichen Anspruch auf Einkommenssteigerungen haben. Dieser Zusammenhang wurde jedoch bisher sowohl in der entwicklungsökonomischen als auch in der Diskussion zum Fairen Handel weitgehend vernachlässigt.

Obwohl eine Verringerung von Armut ohne Wachstum kaum denkbar ist, sollte auch in Entwicklungsländern darauf geachtet werden, dass Wachstum nicht zu einer Verschärfung der Umweltprobleme führt. Wie ein nachhaltiges Wachstum inhaltlich zu konkretisieren ist, wird heute teilweise schon in der Literatur aufgezeigt (v. Hauff, Jörg 2017, S. 125 ff.). Ein nachhaltiges Wachstum wird auch im Konzept des Fairen Handels angestrebt. In einem der folgenden Kapitel geht es darum, diesen Zusammenhang näher zu betrachten.

SOZIALE NACHHALTIGKEIT

Neben der ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeit findet die soziale Nachhaltigkeit in zunehmendem Maße Beachtung. Das ist gerade auch für den Fairen Handel von großer Bedeutung, da es bei dieser Form der Nachhaltigkeit um sozialen Zusammenhalt in Organisationen wie beispielsweise Produktionsgenossenschaften bzw. Kooperativen geht. Weiterhin geht es aber auch um den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Humanität, Freiheit und Gerechtigkeit. Dieses Ziel ist nicht weniger bedeutend wie die Ziele der beiden anderen Dimensionen, um die zukünftige ökologische, ökonomische und soziale Stabilität einer Gesellschaft zu gewährleisten.

Die soziale Nachhaltigkeit weist verschiedene Zugänge auf (v. Hauff 2014). Die folgenden Ausführungen konzentrieren sich jedoch im Wesentlichen auf den Ansatz der „Grundgüter und Grundbedürfnisse“. Das Grundbedürfniskonzept zielt auf einen gerechten Zugang zu den sozialen Grundgütern ab. Dieses Konzept wurde später durch die theoretischen Arbeiten von Amartya Sen weiterentwickelt (Sen 2000). Er hat den Ansatz der Verwirklichungschancen (Capability Approach) bereits Ende der 1980er Jahre entwickelt. In dem weiterentwickelten Ansatz geht es um die Möglichkeiten oder Fähigkeiten der Menschen, ein Leben so zu führen, dass die Selbstachtung nicht in Frage gestellt wird.

Dies erfordert für die einzelnen Menschen oder Gruppen eine Erweiterung von Handlungsspielräumen und ein Herauslösen aus der Position des Empfängerstatus. Dadurch wird es den Betroffenen möglich, ein sicheres, würdiges und selbstbestimmtes Leben zu gestalten, was häufig mit der Begrifflichkeit „Empowerment“ umschrieben wird. Zu den Grundgütern gehören auch soziale Ressourcen wie Toleranz, Solidarität, Integrationsfähigkeit, Gemeinwohlorientierung, Rechts- und Gerechtigkeitssinn. Die sozialen Ressourcen sind eine wichtige Bedingung für den dauerhaften Zusammenhalt von Gesellschaften oder die gesellschaftlichen Teilsysteme. Für Fischer-Kowalski u. a. ist das wesentliche Ziel sozialer Nachhaltigkeit die Erhaltung des sozialen Friedens.

Darunter versteht sie eine

„... akzeptable Lösung der Verteilungsprobleme zwischen Regionen, zwischen sozialen Schichten, Geschlechtern und Altersgruppen und Lösungen des Problems kultureller Integration, von Zugehörigkeiten und Identitäten“ (Fischer-Kowalski 1995, S. 5).

Für die Umstellung auf nachhaltige Entwicklung setzt dies konkrete Schutz- und Gestaltungsziele voraus, was an jede Gesellschaft

hohe Anforderungen stellt. Abschließend kann festgestellt werden, dass die soziale Nachhaltigkeit im Sinne des Grundbedürfniskonzeptes den Anforderungen des Fairen Handels weitgehend entspricht. Ob und in welchem Maße dies bisher auch im Rahmen von konkreten Maßnahmen des Fairen Handels umgesetzt werden konnte, gilt in der Evaluierung dieses Konzeptes zu prüfen.

DIE BEZIEHUNGEN DER DREI DIMENSIONEN ZUEINANDER

Die inhaltliche Abgrenzung und Konkretisierung der drei Dimensionen sagt noch nichts über deren Beziehung zueinander aus. In diesem Zusammenhang stellt sich auch die Frage, wie die drei Dimensionen die Lebenslage bzw. Lebensqualität der Menschen tatsächlich verbessern können. Daher geht es jetzt darum, die Komplementarität der drei Dimensionen zu analysieren und aufzuzeigen. Hierbei kann festgestellt werden, dass die Beziehung zwischen der ökologischen und ökonomischen Dimension in der Literatur bisher umfassend behandelt wurde. Die Bedeutung der sozialen Dimension für die beiden anderen Dimensionen wurde in der Literatur lange vernachlässigt. In jüngerer Vergangenheit gibt es aber einige Beiträge, in denen aufgezeigt wird, welche Bedeutung die soziale Dimension für die Stärkung der beiden anderen Dimensionen haben kann. Das lässt sich beispielsweise an Themen wie Rechtssicherheit, der Verwirklichung von Chancengleichheit und Partizipation, die der sozialen Nachhaltigkeit zuzurechnen sind, verdeutlichen. Diese Themenbereiche spielen auch zwischen den Mitgliedern der Produktionskooperativen eine wichtige Rolle. Auch hier stellt sich jedoch die Frage, inwieweit diese Ansprüche auch umgesetzt werden konnten.

Es lässt sich aber auch zeigen, welchen Beitrag die ökologische Nachhaltigkeit für die ökonomische Nachhaltigkeit leisten kann. Sauberes Wasser, aber auch saubere Luft, sind wichtige Voraussetzungen für die Erhaltung bzw. Stärkung der menschlichen Gesundheit und auch für die Produktivität von Humankapital. Das wird dann besonders deutlich, wenn man sich vergegenwärtigt, dass in Entwicklungsländern eine Vielzahl von Krankheiten durch verschmutztes Wasser verursacht wird. Aber auch die Verwendung bestimmter Pflanzenschutzmittel wie zum Beispiel Pestizide wirkt sich oft negativ auf die Gesundheit der Kleinrentner und den mithelfenden Familienmitgliedern, aber auch auf die Erhaltung der Erträge der landwirtschaftlichen Nutzflächen aus. Aus diesen wenigen Beispielen wird bereits deutlich, dass die Synergien aus der Komplementarität von zwei oder mehr Dimensionen die Lebensqualität der betroffenen Bevölkerung erhöhen kann.

Insgesamt lässt sich feststellen: Die soziale Dimension nachhaltiger Entwicklung kann positive, aber auch negative Effekte auslösen. Negative Effekte können dann entstehen, wenn die sozialen Strukturen in einer Region von der Macht einzelner Personen ganz wesentlich beeinflusst bzw. beherrscht werden. Ein negativer Effekt ist beispielsweise die Macht von Geldverleihern in ländlichen Regionen von Entwicklungsländern, die aufgrund völlig überhöhter Zinsen viele Kleinrentner in existenzielle Nöte bringen können bzw. gebracht haben. Eine weitere Gruppe sind die Zwischenhändler von Lebensmitteln, die den Kleinrentnern – wie schon erwähnt – die Preise „diktieren“ können. Auch hierdurch sind bereits viele Kleinrentner in existenzielle Nöte geraten.

Die Stärkung sozialer Beziehungen kann dazu führen, dass umweltschädliches Verhalten als unsozial und unproduktiv empfunden wird. Das kann zu einer Reduzierung von Umweltbelastungen beitragen (Pearce, Atkinson 1998, S. 260). So gibt es Beispiele dafür, dass im Umfeld von ökologisch orientierten Produktionskooperativen auch Kleinrentner, die nicht Mitglied in der Kooperative sind, auf ökologischen Landbau umgestellt haben. Im Kontext der Beziehungen der drei Dimensionen zueinander gibt es jedoch zweifellos noch Forschungsbedarf.

Wirkungen des Fairen Handels in Entwicklungsländern

5

1. ÖKONOMISCHE WIRKUNG
2. SOZIALE WIRKUNG
3. ÖKOLOGISCHE WIRKUNG

In diesem Kapitel sollen die Wirkungen des Fairen Handels im Kontext des Leitbildes nachhaltiger Entwicklung analysiert werden (zu einer ausführlicheren Analyse vgl. v. Hauff, Claus 2017, S. 155ff.). Auf den Bedeutungszusammenhang hat Dietz schon im Jahr 2000 hingewiesen (Dietz 2000, S. 91). Die Erkenntnisse zu den ökologischen, ökonomischen und sozialen Wirkungen werden hierbei aus einer Reihe von Fallstudien aus verschiedenen Entwicklungsländern, aber auch aus einer umfangreichen neueren Evaluierung, abgeleitet. Dabei geht es u. a. um Studien des Oxford Policy Management und der Sustainable Market Group, die Studie von Hopkins und die 2012 veröffentlichte Studie „Assessing the Impact of Fairtrade on Poverty Reduction through Rural Development“ von CEval für TransFair Germany und Max Havelaar Foundation Switzerland. Eine wichtige Übersichtsstudie zur Wirkung des Fairen Handels ist auch jene von Nelson und Pound aus dem Jahr 2009. Bisher gibt es jedoch nur regionale Studien. Eine flächendeckende Studie, in der alle Wirkungen analysiert und präsentiert werden, gibt es noch nicht. Die folgende Wirkungsanalyse konzentriert sich auf die Wirkungen bei den drei Dimensionen.

5.1 Ökonomische Wirkung

Es lassen sich verschiedene ökonomische Wirkungen unterscheiden. Zunächst ist positiv festzustellen, dass die Produzenten, d. h. die Kleinfarmer, durch den Fairen Handel Zugang zu den internationalen Märkten erhalten. Das wird ganz wesentlich durch den Zugang zu Informationen wie zum Beispiel jene über den Marktmechanismus oder geeignete Handelspartner, ermöglicht. Ein weiterer positiver Effekt ist, dass sie über die langfristigen Beziehungen zu den Handelsorganisationen in Industrieländern Planungssicherheit und, in Kombination mit der Vorfinanzierung, auch eine existenzielle Absicherung erhalten. Dadurch sind auch notwendige Investitionen möglich, die zu einer Produktivitätssteige-

rung führen. Ein wichtiger Indikator für die ökonomische Wirkung ist das höhere Einkommen der Produzenten. Die von den Importorganisationen garantierten Preise und die zusätzliche soziale Prämie führen dazu, dass die Produzenten ein Einkommen erhalten, das über dem Existenzminimum liegt.

Bisher entstand der Eindruck, dass die Kleinfarmer ihre gesamten Produkte über den Fairen Handel verkaufen. Die Studien zeigen jedoch, dass sich dies sehr unterschiedlich verhält. Bei einigen Produzenten handelt es sich hier nur um einen geringen Prozentsatz der Ausbringungsmenge, während andere Produzenten bzw. Produktionskooperativen fast die gesamte Produktion an Fair-Handelshäusern verkaufen. Dementsprechend richtet sich der Gewinn der Produzenten ganz wesentlich nach dem Anteil, den sie über den Fairen Handel verkaufen können. Der Faire Handel führt für die Produzenten immer dann zu einem Vorteil, wenn der Gewinn aus dem Verkauf der Produkte höher ist als der Gewinn, der über den konventionellen Handel erzielt worden wäre. Teilweise kommt es jedoch auch zu einer Mischform des Vertriebs, indem nur ein Teil über den Fairen Handel verkauft werden kann und der andere Teil dann über den konventionellen Handel erfolgt. Somit sind Zwischenhändler nicht grundsätzlich zu vermeiden.

Ein wichtiger Vorteil des Fairen Handels für die Produzenten ist, dass sie bei dem Markteintritt unterstützt werden. In diesem Zusammenhang lernen sie auch neue Akteure (Fair-Handels-Organisationen) kennen. Die Bedingungen, die damit an die Produzenten gestellt werden, haben vielfach positive Auswirkungen auf die Qualität und damit auch auf die Vermarktung der Produkte. Teilweise kommt es auch zu einer Erweiterung der Produktionskapazitäten, zu neuen Produkten oder auch zu neuen Designs. Die Qualitätskontrolle der Fair-Handels-Organisationen führt zu einer geringeren Ausschussquote, was zu höheren Einnahmen führt.

Da die Produzenten längerfristig von den Fair-Handels-Organisationen unabhängig werden sollen und dann im konventionellen Handel bestehen und damit aus dem „geschützten“ Umfeld heraus treten müssen, haben sie durch die verschiedenen Förderungen einen erheblichen Vorteil. Weiterhin lernen sie auch die Marktstrukturen des konventionellen Handels kennen, und haben dadurch größere Chancen, sich zu behaupten. Betrachtet man sich jedoch die Praxis, so muss man feststellen, dass nur wenige Produzenten den Zugang zu den konventionellen Märkten finden und sich auf diesen Märkten auch behaupten. Natürlich gibt es noch weitere Probleme, die hier nicht alle aufgeführt werden können. Exemplarisch ist zu nennen, dass in einigen Fällen die So-

zialprämie nicht für die vorgesehenen Investitionen wie Schulen verwendet werden, da die Mitglieder in der Kooperative zu wenig Einkommen zur Verfügung haben und den zusätzlichen Gewinn zur Befriedigung ihrer Grundbedürfnisse verwenden (Develtere, Poller 2005, S. 21). Somit lässt sich feststellen, dass der Faire Handel für die Produzenten vielfältige positive aber auch negative Auswirkungen hat.

5.2 Soziale Wirkung

Der Faire Handel führt für die Produzenten im Vergleich zum konventionellen Handel zu höheren Einkommen/Löhnen und die langfristigen Lieferbeziehungen garantieren zusätzlich ein gesichertes Einkommen. Die Fairtrade-Prämie ermöglicht noch den Auf- bzw. Ausbau sozialer Einrichtungen wie Schulen und Krankenstationen. Das wirkt sich positiv auf die Lebensbedingungen bzw. die Lebensqualität der Produzenten und ihrer Familien aus. Dabei gilt jedoch auch zu beachten, dass in den meisten Regionen nur ein bestimmter Teil der ansässigen Produzenten von dem Konzept des Fairen Handels profitieren können und somit auch Neid aufkommen kann (Chandra 2000, S. 211ff.). Ein weiteres wichtiges Ziel des Fairen Handels zielt auf die Ausschaltung bzw. Reduzierung von Zwischenhändlern ab. Damit wird die Abhängigkeit der Produzenten von den Zwischenhändlern ganz wesentlich verringert. Die Zwischenhändler mit ihrer Monopolstellung haben durch ihre Festsetzung von sehr geringen Preisen viele Produzenten in existenzielle Not geführt. Durch den Fairen Handel wurden also soziale Machtstrukturen aufgebrochen, was für die Kleinfarmer hoch einzuschätzen ist.

Die Vorgabe der ILO-Standards hat dazu geführt, dass Kinderarbeit in hohem Maße reduziert werden konnte. Auch dies ist ein beachtlicher sozialer Fortschritt. Im Zusammenhang mit den Fairtrade-Prämien haben viele Kinder aus den Familien der Produzenten die Möglichkeit zur Schule zu gehen, was ihnen ganz neue Perspektiven für die Zukunft eröffnet. Die Bereitstellung bzw. der Ausbau von Gesundheitsleistungen trägt ebenfalls zur Verbesserung der Lebensbedingungen der Produzenten und ihrer Familien bei. Ein weiterer wichtiger Aspekt sind die Fort- und Weiterbildungsprogramme für die Mitglieder der Produzentenorganisationen. In allen Studien wird das Angebot an Trainingsmaßnahmen als positiv bewertet. Dabei werden die Trainingsinhalte auf die Bedarfe der jeweiligen Produzentenorganisationen und ihrer Mitglieder abgestimmt. Ein wichtiges Thema hierbei ist beispielsweise die Benutzung von Chemikalien bei der Produktion. Aber auch Alphabetisierungskurse tragen längerfristig zu einer Reduktion der sozi-

alen Abhängigkeit der Produzenten von Händlern etc. bei. Ein weiteres Anliegen in diesem Zusammenhang ist auch die besondere Förderung von Frauen, damit sie sich in den Produzentenorganisationen gleichberechtigt einbringen und auch entsprechende Positionen wahrnehmen können.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass der Faire Handel große Potenziale zur Verbesserung der sozialen Lebenslage für die Produzenten bietet. Diese Potenziale sind in einigen Regionen bzw. Produzentenorganisationen noch nicht in vollem Maße ausgeschöpft. So besteht hinsichtlich der Kinderarbeit und der Gleichberechtigung von Frauen noch Handlungsbedarf. Manche Farmerfamilien sind auch heute noch auf die Mitarbeit ihrer Kinder existenziell angewiesen. Es ist jedoch problematisch, wenn Kinder während der Erntezeit mitarbeiten müssen und dadurch für längere Zeit nicht zur Schule gehen können. Bisher ist es in den meisten Produzentenorganisationen auch noch nicht gelungen, Frauen in entsprechende Entscheidungspositionen mit einzubeziehen.

5.3 Ökologische Wirkung

In Entwicklungsländern kommt es durch die konventionelle Landwirtschaft häufig zu großen Umweltbelastungen. Das zeigt sich zum Beispiel durch eine sich verschärfende Wasserknappheit und durch die Abnahme der Fruchtbarkeit landwirtschaftlicher Nutzfläche. Insofern bietet auch hier das Konzept des Fairen Handels vielfältige Ansatzpunkte für Umweltentlastungen. So werden beispielsweise die Produzentenorganisationen bzw. die Kleinfarmer durch ein breites Angebot an Weiterbildungsmaßnahmen aber auch durch die Vorgabe ökologischer Standards zu mehr Umweltbewusstsein angehalten.

Die Umstellung auf ökologischen Landbau wird ebenfalls gefördert. Dadurch werden gesundheitsschädigende Produktionsmethoden verringert. Die Umsetzung der ökologischen Standards hat oft auch positive Auswirkungen auf die Kommune oder die Region. Ein konkretes Beispiel im Rahmen des Fairen Handels ist die Zusammenarbeit der Gemeinschaft Raos (Cooperativa Regional Mixta de Agricultores Organicos de la Sierra) in Honduras, bei der der ökologische Landbau regional gefördert wird. Ganz konkret werden hier die Anbaumethoden und die Düngung umgestellt und es werden Biodüngemittel hergestellt und verwendet. Teilweise wurden die Methoden des ökologischen Landbaus auch von Nichtmitgliedern der Produktionsgenossenschaften übernommen, da sie erkennen, dass sie dadurch für ihre Produkte bessere Absatzchancen haben.

Ein weiterer wichtiger Aspekt in den umweltpolitisch orientierten Weiterbildungsprogrammen ist die Vermittlung, wie sie ihre Produktion diversifizieren können. Die Diversifikation hat beispielsweise für die Qualität der Böden und für die Unabhängigkeit der Produzenten positive Effekte und somit auch eine große ökonomische Bedeutung. Ein weiteres wichtiges Anliegen der Weiterbildung ist die Mülltrennung (Aufstellung von Müllcontainern, Weiterleitung von Plastikmüll an Recycler) und die Aufbereitung und Wiederverwendung von Brauchwasser (CEval Saarland University 2012, S. 64ff.). Das gilt besonders für Regionen, in denen eine zunehmende Wasserknappheit aufkommt.

Neue Entwicklungstendenzen des Fairen Handels

6

Der historische Rückblick hat bereits verdeutlicht, dass sich der Faire Handel sowohl konzeptionell als auch hinsichtlich der Produktvielfalt seit den 1950er Jahren in starkem Maße weiterentwickelt hat und eine relativ hohe wirtschaftliche Stabilität aufweist. Die folgenden Ausführungen zeigen hierzu exemplarisch einige Tendenzen auf. Zunächst kann man feststellen, dass die internationale Finanz- und Wirtschaftskrise keinen Rückgang des Absatzes fair gehandelter Produkte verursacht hat. Die Umsetzung des Konzeptes hat sich also auch in einer weltweiten Wirtschaftskrise bewährt und als stabil erwiesen. Im Gegenteil: Die Verkaufszahlen sind auch in den Jahren nach dem Ausbruch der Finanzkrise weiter gestiegen (Fairtrade International 2017, S. 1-20). So stieg beispielsweise der Absatz in Deutschland im Jahr 2016 um 18 Prozent zu einem Gesamtvolumen von 1,155 Milliarden Euro.

Weiterhin lässt sich feststellen, dass viele Supermarktketten, Discounter und Versandhäuser fair gehandelte Produkte in ihren Sortimenten führen, wodurch die zunehmende Einordnung von Fairtrade in den ökonomischen Mainstream erkennbar wird. Dieser Trend wird jedoch gerade in Deutschland sehr kontrovers diskutiert. Es gibt viele Vertreterinnen und Vertreter aus der Fair-Trade-Bewegung, die die Gefahr sehen, dass dadurch die eigentliche Zielsetzung an Bedeutung verliert. Die Befürworter halten entgegen, dass durch diesen Trend mehr Fair-Trade-Produkte verkauft werden, was der Zielgruppe zugute kommt. In jedem Fall führt dieser Trend dazu, dass eine deutlich größere und breit gestreute Kundschaft erschlossen werden konnte, wodurch der Absatz nachweisbar stieg. Weitere Potenziale werden gegenwärtig durch das Online-Shopping erschlossen. So setzt Tradecraft, ein Fair-Handelsponier, heute etwa 8,8 Millionen Euro über das Internet um. Ein weiteres Potenzial ergibt sich aus der Einbeziehung der öffentlichen Beschaffung und durch öffentliche Ausschreibungen unter dem Begriff „Fair Procura“ (Krier 2007, S. 41).

Es gibt auch eine Neuentwicklung, wonach fair gehandelte Produkte in zunehmendem Maße in Entwicklungsländern angeboten und verkauft werden. So erklärte beispielsweise im Jahr 2010 die südafrikanische Supermarktkette „Pick’n Pay“, dass sie Fairtrade-Kaffee in ihr Sortiment aufnehmen werde. In diesem Zusammenhang haben sich auch in einigen Entwicklungsländern entsprechende Organisationen etabliert wie beispielsweise die Organisation Fair-trade Label South Africa (FLSA). Diese Entwicklungstendenzen begründen sich daraus, dass es in einigen Entwicklungsländern eine wachsende Mittelschicht gibt, die für solche Produkte Interesse zeigt.

ZERTIFIZIERUNG IM NON-FOOD-BEREICH

Während sich lange Zeit der Faire Handel ganz wesentlich auf Lebensmittel konzentrierte, wird in zunehmendem Maße auch das Potenzial des Non-Food-Bereichs erkannt und erschlossen. Hier hat sich jedoch gezeigt, dass die Vergabe eines Siegels für Produkte dieses Bereichs problematisch ist. Besonders die Festlegung von Qualitätsstandards für Produkte aus diesem Bereich ist nicht nur schwierig, sondern auch kostenintensiv. Ein weiteres Problem ist die Vielzahl von Produkten und Produzenten. Daher ist eine Reihe von Fair-Handels-Organisationen darum bemüht, Standards auszuarbeiten. In diesem Zusammenhang kam es zu einer von Fairtrade International und dem Forest Stewardship Council (FSC) gegründete Initiative. Die FSC-Zertifizierung zeigt, dass die Bewirt-

schaftung von Wäldern nach den Nachhaltigkeitsstandards, d. h. nach ökologischen, ökonomischen und sozialen Standards, erfolgt. Dabei geht es besonders um die Rechte der Arbeiter, die es zu berücksichtigen gilt. Für die Kleinwaldbetriebe geht es darum, dass sie mit der zusätzlichen Zertifizierung mit dem Fairtrade-Label einen besseren Preis für ihre Produkte erhalten.

NEUE BEREICHE AUSSERHALB DES LEBENSMITTELSEKTORS

Ein neuer Bereich in der Produktvielfalt des Fairen Handels sind Öl- und andere Treibstoffe. Die Gebana AG in der Schweiz bietet als weltweit erstes Unternehmen fair gehandelten biologischen Treibstoff an. Dieser Treibstoff basiert auf Sojaöl. Die Sojapflanzen werden in nachhaltigem Anbau von Kleinbauern im Südwesten Brasiliens angepflanzt, zu Sojaöl verarbeitet und von ihnen angeboten. Das Unternehmen Gebana bezahlt den Produzenten einen Preis, der um etwa 50 Prozent höher liegt als jener, der auf dem konventionellen Absatzmarkt erzielt werden kann. Gebana sichert den Produzenten auch die sonst üblichen Fair-Handels-Kriterien zu: Vorfinanzierung, lange Handelsbeziehungen und die Einhaltung eines menschenwürdigen und sicheren Arbeitsumfeldes.

2010 haben die Alliance for Responsible Mining (ARM) und die FLO den ersten Fairtrade/Fairmined Standard für Gold entwickelt. Es geht darum, die Lebens-, Arbeits- und Umweltbedingungen in traditionellen Goldminen, Verarbeitungsanlagen und Bergbaugemeinden zu verbessern. Auch in diesem Zusammenhang wurden Standards entwickelt, die den ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsanforderungen gerecht werden. Bei den sozialen Standards geht es besonders um Arbeitssicherheit, Unfallschutz, Nachverfolgbarkeit der Lieferkette, Freiheit von Gewerkschaften und die adäquate Verwendung der Fairtrade-Prämie. So kam es zum Abbau und zur Vermarktung eines weiteren Fairtrade-Produktes (Fairtrade Foundation 2011). Dabei gilt zu berücksichtigen, dass, entsprechend der internationalen Arbeitsorganisation, etwa 15 Millionen Menschen in kleinen Bergbauminen ihren Lebensunterhalt verdienen und somit unter Hinzuziehung der Familienmitglieder, Transport- und Weiterverarbeitungsunternehmen etwa 100 Millionen Menschen davon abhängig sind.

FAIRER HANDEL IM DIENSTLEISTUNGSBEREICH

Es gibt eine Reihe von Potenzialen im Dienstleistungssektor, wonach das Konzept des Fairen Handels auch auf diesen Sektor übertragen werden kann. Bereits im Jahr 1999 wurde die Organisation „Tourism Concern“ mit Sitz in London gegründet. Dabei geht es

besonders um die Schaffung eines internationalen Netzwerkes. Besonders zu erwähnen ist die im Jahr 2002 in Südafrika gegründete Organisation „Fair Trade Tourism South Africa“. Sie entwickelte das Handelszeichen FT TSA. Danach wurden Richtlinien entwickelt, die von den zertifizierten Tourismusunternehmen eingehalten werden müssen. Hierzu zählen beispielsweise faire Gehälter und Arbeitsbedingungen, faire Transaktionen, Einkäufe und Sozialabsicherung und die Respektierung von Menschenrechten, Kultur und Umwelt (Fair Trade Tourism South Africa 2007).

Eine andere Initiative ist die von dem evangelischen Entwicklungsdienst (eed) eingerichtete Fachstelle „Tourism Watch“, die sich besonders für die Einführung sozialer Standards einsetzt. Die Akteure dieses Konzeptes können sowohl Reiseveranstalter, als auch Regierungen oder Touristen selbst sein (Fuchs, Kamp 2011). Es geht also grundsätzlich um die verantwortliche Gestaltung von Urlaubsreisen in Entwicklungsländern. Dabei lassen sich vor allem jene Touristen ansprechen, die einen besonderen Bezug zu Entwicklungsländern und ihren Problemen haben. Insofern erklärt sich auch, weshalb diese Form des Tourismus, von dem die vielenkleinen Akteure im Tourismussektor in Entwicklungsländern profitieren sollen, bisher nur ein „Nischenprodukt“ ist. In diesem Zusammenhang ist zu berücksichtigen, dass der Tourismus international die größte Wirtschaftsbranche ist. Insofern weist diese Wirtschaftsbranche in Zukunft noch ein großes Potenzial für das Konzept des Fairen Handel auf.

Schlussfolgerungen

7

Die Entwicklung des Welthandels führte in zunehmendem Maße zu einer Marginalisierung vieler Entwicklungsländer. Davon sind bestimmte Gruppen in Entwicklungsländern wie beispielsweise Kleinfarmer in besonderem Maße betroffen. Sie haben keine Möglichkeiten mit ihren landwirtschaftlichen Produkten am internationalen Handel teilzunehmen. Hierfür gibt es eine Vielzahl von endogenen, d. h. in den Entwicklungsländern selbst entstandenen Ursachenfaktoren und exogene Ursachenfaktoren, die besonders auf Handelshemmnisse in Industrieländern zurückzuführen sind. Vor diesem Hintergrund entstand das Konzept des Fairen Handels, das sich zunächst in den USA und später in anderen Regionen dieser Welt wie beispielsweise in Europa etablierte.

Das Konzept des Fairen Handels entspricht grundsätzlich den Anforderungen des Paradigmas nachhaltiger Entwicklung. Es geht also darum, die wirtschaftliche Situation der Kleinfarmer so zu verbessern, dass sie nicht mehr einer existenziellen Armut ausgesetzt sind. Weiterhin soll die Landwirtschaft so betrieben werden, dass sie nicht zu Umweltschäden führt, sondern die Umwelt bzw. die ökologischen Systeme schont. Und schließlich soll sich auch die soziale Situation der Kleinfarmer verbessern, indem sie sich überwiegend in Produktionsgenossenschaften zusammenschließen und sich damit aus der Abhängigkeit der Zwischenhändler lösen können. Ein weiterer wichtiger Aspekt der sozialen Nachhaltigkeit ist die Stärkung der Rechte der Frauen allgemein und eine Stärkung ihrer Position in den Produktionskooperativen. Das Konzept des Fairen Handels basiert also auf einer Vielzahl bzw. auch Vielfalt von Programmkomponenten bzw. Maßnahmen, die zu einer Verwirklichung der Zielsetzung nachhaltiger Entwicklung beitragen.

In den vergangenen Jahren kam es zu einer Reihe von Wirkungsanalysen des Fairen Handels. Ausgehend von der Frage, ob und in welchem Maße die Zielgruppe, d. h. besonders die Kleinfarmer von dem Konzept und den vielfältigen Maßnahmen tatsächlich profitieren, kann festgestellt werden, dass viele Kleinfarmer im Sinne der nachhaltigen Entwicklung zweifellos profitiert haben. Im Rahmen der verschiedenen Wirkungsanalysen konnten jedoch auch Defizite festgestellt werden, die abgebaut werden sollten. Die Defizite sind häufig auch damit zu erklären, dass die Anforderungen des Konzeptes zu Verhaltensänderungen bei der Zielgruppe führen

müssen, was in der Regel einen langen Prozess erfordert. Hier gibt es zweifellos Parallelen zu Industrieländern, wo Verhaltensänderungen i.d.R. ebenfalls schwer durchzusetzen sind, wenn man sich beispielsweise den Anforderungen des nachhaltigen Konsums zuwendet.

Betrachtet man sich die Entwicklung des Konzeptes des Fairen Handels, so hat sich sowohl das Konzept als auch das Umfeld ganz wesentlich verändert. Gegenwärtig gibt es offene Fragen bzw. auch Kontroversen, zum Beispiel hinsichtlich der Bedeutung des Verkaufs von fair gehandelten Produkten durch die großen Einzelhandelsketten. Ein weiteres Problem sind die ständigen und vielschichtigen Änderungen in Zertifizierungskriterien und Zuständigkeiten etc. Das kann sowohl positiv im Sinne einer Weiterentwicklung des Konzeptes, aber auch negativ als wachsende Intransparenz für die Konsumenten gesehen werden. Insofern steht das Konzept, aber auch die Fair-Trade-Bewegung vor wichtigen Frage- und Weichenstellungen, die in nächster Zukunft zu lösen sind.

Literatur

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU): Agenda 21, Bonn 1992.

Chandra, R.: Regionalstudie Südasien: in: Misereor, Brot für die Welt, Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.): Entwicklungspolitische Wirkungen des Fairen Handels, Aachen 2000, S. 211–226.

CEval Saarland University: Assessing the Impact of Fairtrade on Poverty Reduction through Rural Development, Commissioned by Transfair Germany and Max Havelaar Foundation Switzerland, Saarbrücken 2012.

Commission of the European Communities, www.justice.gov/criminal/cybercrime/intl/netsec_comm.pdf, 2001.

Daly, H. E.: Wirtschaft jenseits von Wachstum – Die Volkswirtschaftslehre nachhaltiger Entwicklung, Salzburg, München 1999 (Original: Beyond Growth – The Economics of Sustainable Development, Boston 1996).
Develtere, P., Pollet, I.: Co-operatives and Fair Trade (COPAC), Leuven 2005.

Die Bundesregierung: 20 Jahre faire Handelsalternativen – Strategie zur Armutsbekämpfung, in: Magazin für Europa und Internationales, 1/2012.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.: Begleitmaterial Fairer Handel, www.oeko-fair.de/media/file/60.64.pdf, Stand: 22.03.2011.

Dietz, H.-M.: Die Wirkungen des Fairen Handels bei seinen Partnern im Süden – Einführung und Kommentierung der Regionalstudien, in: Misereor, Brot für die Welt, Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.): Entwicklungspolitische Wirkungen des Fairen Handels, Beiträge zur Diskussion, Aachen 2000, S. 187-210.

Dolan, C. S.: Virtual Moralities: The Mainstreaming of Fairtrade in Kenyan tea fields, in: Geoforum, H. 1, 41, Jg., 2010, S. 33–43.

Fairtrade Deutschland: Zahlen und Fakten, <https://www.fairtrade-deutschland.de/was-ist-fairtrade/wirkung-von-fairtrade/zahlen-und-fakten.html>, Stand 25.02.2019.

Fairtrade International: For producers, with producers. Annual Report 2016-2017, <https://annualreport16-17.fairtrade.net/en/driving-sales-bettering-lives/>, Bonn 2019, Stand 25.02.2019.

Fairtrade International: Building Fairtrade Markets, Annual Report 2016/2017, <https://annualreport16-17.fairtrade.net/en/building-fairtrade-markets/>, Stand 25.02.2019.

Fairtrade International: Fairtrade Access Fund's first loans making impact. HYPERLINK "<http://www.fairtrade.net>" www.fairtrade.net; Stand 30.6.2016.

Fairtrade International: Fairtrade Project on Worker's Rights. www.fairtrade.net/single_view1.html?@chHash=d2ac6fb05dfcecf57546b62fbd9f9539&tx_ttnews%5Btt_news%5D=226, Stand: 27.04.2013.

Fairtrade International: Fairtrade Access Fund's first loans making impact. HYPERLINK "<http://www.fairtrade.net>" www.fairtrade.net; Stand 30.6.2016.

Fairtrade Labelling Organizations International (FLO): www.fairtrade.net/generic_trade_standards00.html, Stand: 06.04.2013.

FINE Advocacy Office, www.european-fair-trade-association.org/efcta/Doc/FT-E-2007.pdf, Stand: 28.9.2010.

Fridell, G.: The Fair Trade Network in Historical Perspective, in: Canadian Journal of Development Studies, Bd. 25, 2004.

Fuchs, H., Kamp, C. (Informationsdienst Dritte-Welt-Tourismus): Fairer Handel(n) – auch im Tourismus! Sofortiger Stop

der GATS-Verhandlungen gefordert, 2002, www.tourism-watch.de/node/364, Stand: 29.03.2011.

Hauff, V.: Unsere gemeinsame Zukunft – Der Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung, Greven 1987.

Hauff, M. von, Jörg, A.: Nachhaltiges Wachstum, 2. Aufl., München 2017.

Hauff, M. von, ebd. Claus, K.: Fair Trade, , 3. Aufl., Stuttgart 2017.

Hauff, M. von, Schulz, R., Wagner, R.: Deutschlands Nachhaltigkeitsstrategie, Konstanz 2018

Hauff, M. von: Nachhaltige Entwicklung, 2. Aufl., München 2014.

Havelaar, M.: Zahlen und Fakten aus 20 Jahren Fairtrade Max Havelaar, www.maxhavelaar.ch, Stand: 13.04.2013.

International Trade Statistics 2006, Genf 2006, S.111.

International Trade Statistics 2007, Genf 2007.

Krier, J.-M.: Fair Trade 2007: news facts and figures from an ongoing success story – A report on Fair Trade in 33 consumer countries, Culemborg 2008.

Meadows, D. L., Meadows, D. H., Zahn, E.: Die Grenzen des Wachstums – Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit, Stuttgart 1972 (Original: Meadows, D. L., Meadows, D. H., Randers, J., Behrens, W. W.: The Limits to Growth – a Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind, New York 1972).

Nelson, V., Pound, B.: The last Ten Years: A Comprehensive Review of the Literature on the Impact of Fairtrade, University of Greenwich, September 2009.

Nicholls, A., Opal, C.: Fair Trade – Market-Driven Ethical Consumption, London 2004.

Nicholls, A., Opal, C.: Fair Trade. Market-Driven Ethical Consumption, London 2005, Reprinted 2006, 2008.

OECD: The Cost of Air Pollution: Health Impacts of Road Transport, Paris 2014.

Pearce, D.W., Atkinson, G.D, Duborg, W.R.: The Economics of Sustainable Development, in: Annual Review of Energy and the Environment, 19. Jg. 1994, S. 457–474.

Piepel, K.: Fairer Handel – eine (entwicklungs-)politische Handlungsmöglichkeit?, in: Nord-Süd aktuell, H. 1, Bd. 13 (1999), S. 100.

Sachs, W. et al.: Die zwei Ebenen einer gerechten Weltwirtschaft – Oder warum FAIRTRADE heute besonders wichtig ist, in: Eigner, C. et al.(Hrsg.): UN/FAIR TRADE – Die Kunst der Gerechtigkeit, Wien 2008, S. 192–201.

Sen, A.: Ökonomie für den Menschen – Wege zu Gerechtigkeit und Solidarität in der Marktwirtschaft, München 2000.

Stiglitz J., Charlton, A.: Fair Trade for all. How trade can promote development, New York 2005.

TransFair e.V.: Jahres- und Wirkungsbericht 2017, https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/fairtrade_transfair_jahresbericht_2017_web.pdf, Stand 25.02.2019.

USDA World Coffee Market Report per June 2012/2012, www.fac.usda.gov/psdonline/circulars/coffee.pdf, Stand 07.04.2013.

Vornholz, G.: Zum Spannungsverhältnis von Ökonomie und Sustainable Development, in: Feser, H.-D., von Hauff, M. (Hrsg.): Neuere Entwicklungen in der Umweltökonomie und -politik, Regensburg 1997, S. 39–56.

World Trade Organization: International Trade and Market Access Data; www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_bis_e.htm?solution=WTO&path=/Dashboards/MAPS&file=Map.wcd&bookmarkSte={%22imp%22:%22client%22,%222params%22:{%22langParam%22:%22en%22}}

World Trade Organization: World Trade Report 2015, Genf 2016.

World Trade Organization: International trade statistics 2015, Genf 2015.

In der Schriftenreihe Nachhaltigkeit sind erhältlich:

- 1 Fair Trade – Ein Konzept nachhaltiger Entwicklung
von Michael von Hauff
- 2 Bildung für nachhaltige Entwicklung
von Gerd Michelsen und Daniel Fischer
- 3 Nachhaltiger Konsum
von Daniel Fischer und Michael von Hauff
- 4 Vom Wert der Nachhaltigkeit –
Traditionen und Visionen einer Leitidee
von Ulrich Grober
- 5 Kreislaufwirtschaft –
Ein Ausweg aus der sozial-ökologischen Krise?
von Melanie Jaeger-Erben und Florian Hofmann

