

Begegnung der Kritik am Fairen Handel

Zusammenfassung des Artikels „Die große FairTrade-Frage“
aus der Freitag Extra vom 04. Dezember 2014

Grundsätzliches zum System

Kleinbauernorganisationen im globalen Süden erhalten für ihren Kaffee einen garantierten Abnahmepreis von 1,40 Dollar je englisches Pfund (453,6 Gramm), auch wenn der Marktpreis an der Börse darunter liegt. Liegt der Börsenpreis höher, bekommen sie den besseren Preis. Zusätzlich zahlen die Abnehmer 20 Cent pro Pfund, die in bessere Anbaumethoden, Steigerung der Produktivität, Schulen oder Gesundheitsversorgung investiert werden. Weitere 30 Cent pro Pfund kommen hinzu, wenn der Rohstoff aus biologischem Anbau stammt.

Kritikpunkt	Entgegnung
Eine Studie der London School of Oriental and African Studies kam zu dem Ergebnis, dass FairTrade die Einkommen armer Landarbeiter im Vergleich zu konventioneller Produktion nicht verbessert hätte.	Die wesentliche Zielgruppe des Fairen Handels bilden Kleinbauern. Da sie einen großen Teil der Bevölkerung vieler armer Länder darstellen, orientiert sich FairTrade an ihren Bedürfnissen. Landarbeiter sollen vermehrt in den Fokus genommen werden. Beispielsweise setzt sich FairTrade dafür ein, dass existenzsichernde Löhne gezahlt werden. Die Kooperationspartner im Süden fürchten jedoch wirtschaftliche Schwierigkeiten.
Der Ökonom Bruce Wydick ist der Meinung „FairTrade-Kaffee hat kleine oder vernachlässigbare positive Effekte für die Bauern, besonders für die ärmsten unter ihnen“.	Zahlreiche Untersuchungen liefern ein positives Bild. Das Centrum der Evaluation kam zu dem Schluss, dass FairTrade einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung der Lebensverhältnisse von Kleinbauern leistet. Sie verfügen demnach über leicht bessere und vor allem stabilere Einkommen, die lokale Infrastruktur konnte enorm verbessert werden, das Gesundheits- und Bildungswesen wurde ausgebaut. Studien sind meist nur auf Kaffee und Kakao und dann auf Lateinamerika bezogen. Dabei sind die äußeren Umstände selbst von Ort zu Ort verschieden, was eine differenzierte Betrachtung notwendig macht.
Man kann nicht sicher sein, ob überall, wo FairTrade drauf steht, auch FairTrade drin ist.	Da viele Erzeuger fairer Produkte zu kleine Mengen liefern und keine eigenen Weiterverarbeitungsanlagen besitzen, werden in der Verarbeitungskette bestimmte Produkte (z.B. Orangen für Orangensaft) aus fairem und konventionellen Anbau vermischt. Die Gesamtmenge des gesiegelten Saftes muss der tatsächlich geernteten Menge aus fairem Handel entsprechen. Ohne den sogenannten Mengenausgleich hätten Erzeuger geringer Mengen keine Chance auf dem Markt. Um dem Wunsch der Verbraucher nach Transparenz nachzukommen, werden Lebensmittel aus Mengenausgleich gekennzeichnet.

Der Mindestanteil von Fair-Trade-zertifizierten Inhaltsstoffen sei mit 20% zu niedrig.	Die Grundregel lautet: Alles was geht, ist FairTrade. Kakao, Nüsse, Zucker, Vanille für Schokolade oder Eis müssen also unter fairen Bedingungen eingekauft werden. Milch oder Sahne kommt jedoch aus Europa und ist daher nicht FairTrade zertifiziert. Der Fairhandelsanteil ist immer auf der Verpackung angegeben. 86% der hier umgesetzten FairTrade-Produkte sind Monowaren (nur ein Rohstoff, bspw. Kaffee) und somit zu 100% fair. Unter 50% Mengenteile sind ca 1% aller FairTrade-Produkte.
FairTrade hilft Konzernen wie Lidl oder Starbucks dabei, ihr Image aufzupolieren (Greenwashing).	Das mag sein. Wichtiger aus Sicht der FairTrade-Organisationen ist aber, dass Kooperationen mit großen Organisationen dazu beitragen, den Marktanteil der FairTrade-Produkte zu erhöhen. Dadurch erweist sich das Modell als erfolgreich, gewinnt Einfluss und wird kopiert. Größere Mengen fairer Produkte verbessern außerdem die Absatzmöglichkeiten der Produzenten. Damit steigen ihre Einkommen, die Infrastruktur kann verbessert, das Bildungs- und Gesundheitssystem weiter ausgebaut werden. Der Lebensstandard verbessert sich und die Selbstbestimmung nimmt zu.
FairTrade-Cacao-Program ist eine Verwässerung des Systems.	Alle deutschen Kakaoproduzenten wollen fairen Kakao verarbeiten, nicht aber fairen Zucker. Bisher hat sich FairTrade auf die Zertifizierung von Endprodukten wie Schokoladentafeln konzentriert, für die der Grundsatz „Alles was geht, ist FairTrade“ gilt. Seit 2014 gibt es ergänzende Programme für Kakao, Zucker und Baumwolle. Die Grundpfeiler von FairTrade bleiben davon unberührt: FairTrade-Prämie, Mindestpreise und verbindliche Standards für Arbeitsbedingungen, Umwelt und Organisation. Erst wenn ein Produzent 100 % fair gehandelten Kakao verarbeitet, darf er das Siegel des Kakaoprogrammes auf seine Produkte drucken. Somit kann die Absatzmenge an Kakao enorm vergrößert werden. Zucker kann auch aus Europa bezogen werden.
Die Kleinbauern können nicht alle ihre unter fairen Bedingungen produzierten Produkte als zertifizierte Produkte verkaufen.	Auch wenn die Kleinbauern nicht alle Produkte zu besseren Preisen verkaufen können, haben sie durch die Teilnahme an FairTrade Vorteile durch die Prämien wie verbesserte Infrastruktur, verbessertes Gesundheits- und Bildungssystem. TransFair ist außerdem ein Siegelunternehmen und macht keine Handelsverträge mit den Kooperationspartnern.

Bei allem darf der FairTrade-Ansatz nicht überschätzt werden. Er allein löst die Probleme des globalen Südens nicht. Als ein Mittel unter mehreren kann Fairer Handel aber durchaus positives bewirken.