

Toblacher Gespräche 2008

DAS RECHTE MASS

Die Begrenzung als Herausforderung für das Solare Zeitalter

Fairhandel, Erste Erkundung zum positiven Wachstum am Beispiel CTM altromercato – eine Erfolgsgeschichte

Rudi Dalvai,

Bozen, Mitbegründer der CTM altromercato und Präsident der IFAT, International Fair Trade Association

Handel bzw. Warenaustausch erfüllt seit jeher eine wichtige soziale und wirtschaftliche Funktion indem sie eine Brücke zwischen Produzenten und Konsumenten bilden, unabhängig davon wie weit diese voneinander entfernt leben.

In der Vergangenheit war es oft die Handelstätigkeit, die Menschen, auf der Suche nach Waren, Märkten oder neuen Handelswegen in ferne Länder trieb und in Kontakt mit anderen Völkern und Kulturen brachte. Krieg, Unterwerfung und Ausbeutung sind dabei oft einhergegangen, wie wir aus unserer Geschichte und Gegenwart wissen. Die primäre Funktion, Brücke zwischen Produzenten und Konsumenten zu sein, einen „Dienst“ zu leisten, die dem Handel zu Grunde liegen sollte, werden sehr oft von Herrschsucht, Habgier und Gewinnsucht ins Abseits gedrängt. Gewinnmaximierung wird von der modernen Betriebswirtschaftslehre und von den Handelsbetrieben zwar nicht mehr als das Maxime in den Vordergrund gestellt, ist aber meistens noch, wenn auch indirekt, die Triebfeder der meisten Handelsunternehmen, ganz egal welchen Ausmaßes. Und bekanntlich werden Gewinne vorwiegend auf Kosten der Schwächeren erzielt, ob das nun die Arbeiter oder kleinere Produzenten sind.

Ganz im Gegensatz dazu der Faire Handel. Der Fairen Handels sucht sich gezielt die sozial und ökonomisch schwachen Produzenten als Partner aus, vorwiegend Kleinbauern und Handwerker/innen in Entwicklungsländern, um mit ihnen gemeinsam zu arbeiten, mit dem Ziel, dessen Lebenssituation zu Verbessern.

Die maßgeblichen Kriterien, der diese Zusammenarbeit zu Grunde liegen sind folgende:

- Kostendeckung statt Gewinnmaximierung
- Unterstützende Zusammenarbeit mit benachteiligten Produzenten (Kleinbauern und Handwerker/innen)
- Möglichst direkte Kontakte zu den Produzenten, Ausschaltung des unnötigen Zwischenhandels
- Gerechte Preise für Produzenten und Konsumenten
- Langfristige Zusammenarbeit mit den Produzentenorganisationen
- Kein Auktionen und Börsendenken sondern garantierte Mindestpreise
- Vorfinanzierung der Produkte bei Vertragsabschluss
- Zwischenkultureller Austausch und gegenseitiger Respekt
- Keine Kinderausbeutung
- Schutz der Umwelt und der Gesundheit der Produzenten/innen

- Ökonomische und soziale Gleichberechtigung von Frau und Mann
- Transparente Preiskalkulation und Transparenz überhaupt
- Verarbeitung der Rohware möglichst im Ursprungsland
- Technische und soziale Bildungstätigkeit

Es gibt kein genaues Datum, das für den der Beginn der Bewegung des Fairen Handels festgelegt werden kann. Die Anfänge in Europa gehen auf die späten 50iger Jahre zurück. Die Verkaufstätigkeiten war anfangs eher sporadisch. 1967 wurde dann die erste eigentliche Faire Handelsorganisation (Fair Trade Organisation oder auch FTO) in den Niederlanden gegründet. Ebenso in den Niederlanden wurde der erste „Dritte Welt Laden“ im Jahre 1969 eröffnet. Die Weltläden spielten von Beginn an eine entscheidende Rolle in der gesamten Fair Trade Bewegung, da sie nicht nur im Verkauf aktiv waren bzw. sind, sondern auch in den Bereichen Bewusstseinsbildung und in der Unterstützung von Kampagnen (zum Beispiel in den 80 Jahren gegen die Apartheid in Süd Afrika). Inzwischen gibt es in Europa über 3.000 Weltläden und 150 Großhandelsorganisationen des Fairen Handels.

Eine wichtige Eigenschaft der FT Bewegung ist die Internationale Vernetzung. Seit den 70iger Jahren werden im zweijährigen Abstand globale Konferenzen der Fairen Handelsorganisationen organisiert. An diesen nehmen Vertreter aus bis zu 60 verschiedenen Ländern teil. Im Jahre 1989 wurde IFAT (International Association for Alternative Trade), der globale Dachverband des Fairen Handels gegründet. Unterdessen ist IFAT ein globales Netzwerk von knapp 400 FTOs in 70 verschiedenen Ländern. Unter den Mitgliedern von IFAT befinden sich auch diverse kontinentale und national Fair Trade dachorganisationen.

Parallel zu den Fair Trade Organisationen in Europa entstanden in vielen Ländern in Asien, Afrika und Lateinamerika Zusammenschlüsse von kleinen Handwerkern und Bauerngenossenschaften, die sich mit den Fair Trade Organisationen im Norden vernetzten. Partnerschaft, Dialog, Transparenz und gegenseitiger Respekt bilden die Basis für diese Beziehungen mit dem gemeinsamen Ziel, eine größere Fairness im internationalen Handel zu erreichen.

Ende der 60er und Anfang der 70er Jahre wurde in der Fairen Handelsbewegung vorwiegend mit Handwerksprodukten gehandelt. Ende der siebziger Jahre wurde in Europa als erstes FT Lebensmittelprodukt Kaffee von Kleinproduzenten aus Guatemala importiert. Nach Kaffee folgten in den 80er Jahren weitere Lebensmittel wie Tee, Kakao, Zucker, Nüsse, Gewürze, Reis usw. Durch das Angebot von Lebensmittel wurden dem Fairen Handel neue Märkte in Institutionen, Supermärkten und Bioläden eröffnet.

Bis in die späten 80er Jahre fristete der Faire Handel ein Nischendasein. Um breitere Kundenschichten zu erreichen, ging man Ende der 80iger Jahren neue Wege. Die Idee eines Fair Trade Label (Gütesiegel) wurde geboren. All jene Produkte, welche die Fair Trade Kriterien erfüllten, wurden für das Label qualifiziert, damit diese Produkte in Supermärkten für die Konsumenten erkennbar werden. Im Jahr 1988 wurde in den Niederlanden das Label „Max Havelaar“ eingeführt. In den folgenden Jahren entstanden in mehreren Länder Europas, jedoch auch in Japan, North Amerika und Kanada, so genannte Fair Trade Label Initiativen (Z.B Transfair Italien, TF Österreich und TF Deutschland), die sich im Jahre 1997 in den weltweiten Dachverband „Fair Trade Labeling Interlnational, kurz FLO, zusammenschlossen. Alleine in Europa werden inzwischen über 25.000 Tonnen Kaffee, 55.000 Tonnen Bananen und 15.000 Kakaoderivate mit dem Fairtrade Seal vertrieben.

Parallel zum fairtrade Seal entwickelte IFAT (International Federation for Alternative Trade) ein Standard und Zertifizierungssystem das ermöglicht, Fair Trade Organisationen mit dem „FTO Mark“ auszuzeichnen.

Von Beginn an war es das Ziel der Fair Trade Bewegung, das Bewusstsein über die unfairen internationalen Handelsbedingungen in der Bevölkerung zu wecken und zu erweitern und gleichzeitig Alternativen anzubieten. Der Verkauf von Produkten ist seit jeher gekoppelt mit Informationen über das Produkt und über die Lebensbedingungen der ProduzentInnen. Die Fairen Handelsbewegung war seit jeher fixer Bestandteil der Anti-WTO Bewegung und versucht über das internationale „Fair Trade Advocacy Office“ in Brüssel die Europäischen Entscheidungsträger im Sinne des Fairen Handels zu beeinflussen.

Einige Beispiele von Zielen die in durch die politische Lobbyarbeit erreicht wurden seien hier erwähnt: Beschlussfassungen zu Fair Trade im Europäischen Parlament (1993 und 1998), Berichte über Fair Trade an die Europäische Kommission (1999) und die Erwähnung des Fairen Handels im Abkommen von Cotonou (2000).

Fairer Handel heute: Die Bewegung des Fairen Handels hat sich zu einer globalen Bewegung entwickelt. Über zwei Million KleinproduzentInnen und ArbeiterInnen haben sich in ca. 3.000 Organisationen in mehr als 50 Ländern in Asien, Latein Amerika und Afrika organisiert. Die Produkte werden in 3.000 Weltläden, über 90.000 Supermärkten, und an vielen anderen Bertieben in Europa angeboten. Auch in den Entwicklungsländern steigt seit einigen Jahren der Absatz von Fair Trade Produkten stetig.

Um den internationalen Handel insgesamt fairer zu gestalten, hat sich die Bewegung in vielen Diskussionen auf politischer Ebene, in europäischen Institutionen und in internationalen Foren engagiert. Vor allem hat der Faire Handel den kommerziellen Handel auf seine soziale und ökologische Verantwortung hingewiesen. Der Einfluss bzw. der Erfolg des Fairen Handels, den traditionellen Handel dazu zu bewegen, Kriterien der sozialen Verantwortung mehr zu beachten, ist unumstritten.

Der Faire Handel (Commercio Equo e Solidale) in Italien.

Die Bewegung des Fairen Handels erreichte Italien erst Anfangs der 80er Jahren. Die ersten Weltläden in Italiens wurden 1981 in Brixen/Bressanone und 1985 in Bolzano/Bozen gegründet. Innerhalb von nur knapp Zehn Jahren wurden weiter 500 Läden in ganz Italien gegründet. Ein wichtiger Faktor für diese rasche Entwicklung der italienischen Bewegung des Fairen Handels war sicherlich die starke Verbreitung von kirchlichen und laizistischen Vereinen und Organisationen die bereits in verschiedenen Bereichen der Sozialarbeit tätig waren. Viele davon haben die Idee des Fairen Handels rasch aufgegriffen und zu eigen gemacht. Eine wichtige Vorreiterrolle dabei spielte Ctm Altromercato, 1988 in Bozen gegründet. In den ersten Jahren gelang es Ctm Altromercato, Katalysator der gesamten Bewegung zu sein. Dadurch war es möglich, sich überwiegend auf das rasante Wachstum zu konzentrieren. Ctm - MAG, im Jahre 1989 von den Mitgliedern der Genossenschaft Ctm Altromercato gegründet und aus der Jahre später die „Banca Popolare Etica“ hervorging, lieferte das notwendige Kapital, den rasanten Wachstum zu finanzieren.

Heute ist Ctm Altromercato die größte Faire Handelsorganisation Italiens, beliefert ca. 70 % des italienischen FT Marktes, und die zweitgrößte FTO's weltweit. Ctm ist ein Konsortium von 135 Organisationen, meist Genossenschaften, die insgesamt 350 Weltläden in allen Regionen Italiens führen.

2002 wurde beschlossen, auch Frischobst in das Sortiment von Ctm Altromercato mit aufzunehmen und 2004 wurde für den Vertrieb von Frischobst Ctm - Agrofair gegründet. Ctm - Agrofair vertreibt mehr als 6.000 Tonnen Bananen im Jahr die vorwiegend über Supermärkte vertrieben werden.

Ca. 50 % des Gesamtumsatzes von ca. 40 Millionen Euro wird über die Weltläden in Italien verkauft. Der Rest geht an Supermärkten und immer mehr auch in das Ausland.

Das Thema des Faire Handels ist mehr und mehr in nationalen und internationalen Medien präsent. Erfreulich ist auch, dass sich immer mehr Länder in Asien, Latein Amerika und Afrika von Produzentenländern immer mehr auch in Richtung Konsumenten Ländern des Fairen Handle entwickeln. In vielen Ländern dieser Kontinente gibt es bereits so genannte Welt Läden.

Aber es gibt auch die Kehrseite dieser Erfolgsgeschichte. Wurde in der Vergangenheit über den Fairen Handel fast ausschließlich positiv berichtet, sind in Internationalen Medien in letzter Zeit Artikel erschienen, in denen die Glaubwürdigkeit des Fairen Handels heftig angegriffen wurde. Die Untersuchungen auf denen diese Artikel basieren sind oft von fraglicher Seriosität, und es entsteht leicht der Eindruck, dass der Faire Handel absichtlich angegriffen wird, um seinem Ansehen in Frage zu stellen. Diese Angriffe haben gezeigt, dass es notwendig ist, sich vor solchen Attacken abzusichern. Basierte der Faire Handel in vergangenen Jahrzehnten noch sehr stark auf die Glaubwürdigkeit die, oft durch das persönliche kennen der Akteure, die Bewegung stark charakterisiert, ist es immer mehr notwendig fuer die Bewegung zu belegen, dass die Kriterien, die proklamiert werden realistisch sind und von den FTOs auch tatsächlich eingehalten werden.

Eine weitere Kehrseite dieser Erfolgsgeschichte ist, dass es immer mehr Unternehmen gibt, auch Multinationale Konzerne, die im Fairen Handel ein lukratives Geschäft erahnen und daher die Fair Trade Leitsätze als reines Marketing Instrument für sich benutzen, ohne wirklich daran interessiert zu sein sie auch zu respektieren, nur um den Verkauf zu fördern oder einfach um kostengünstig ihr Image aufzupolieren (siehe Nestlé das vor 2 Jahren in England einen Fair Trade Kaffee auf den Markt gebracht hat).

Um dies zu vermeiden, ist es immer wichtiger für den Fairen Handel ein glaubwürdiges System einzuführen, das den Konsumenten eine ausreichende Garantie bietet, dass die Produkte auch wirklich den Kriterien entsprechen. Dabei muss allerdings nicht nur auf die Glaubwürdigkeit des Systems geachtet werden, sondern auch darauf dass es nachhaltig ist und für die Produzenten ökonomisch tragbar.

Das Zertifizierungssystem soll nicht nur der Glaubwürdigkeit dienen sondern auch helfen, den Fairen Handelsorganisationen aufzeigt, wo es notwendig ist, ihre FT Performance zu verbessern zur Unterstützung der kleinen und benachteiligten Produzenten.

Der Beweis, dass der Faire Handel wirklich hält was er Verspricht ist schlussendlich bei den Produzenten zu suchen. Nur wenn die Fair Trade Bewegung imstande ist, einen echten Beitrag für die Produzenten zu leisten, damit diese ihr Leben und das ihrer Familienmitglieder in Menschenwürde leben können, könne wir sicher sein, dass die Arbeit von Erfolg gezeichnet ist. Hier ist die Gewinnmaximierung zu suchen und anzustreben.