

Fairer Handel im Norden

Positionspapier – beschlossen von der Mitgliederversammlung am 29.03.2012

Die Fair-Handels-Bewegung setzt sich seit über 40 Jahren für gerechtere Handelsbedingungen für Produzentengruppen aus dem Süden ein. Dabei fußt die Strategie des Fairen Handels auf drei Säulen:

- Durch Beratung bei Anbau-Methoden, Produkt- und Organisationsentwicklung und Exportabwicklung, durch die Zahlung von Preisen, die existenzsichernde Einkommen und die Finanzierung von Gemeinschaftsaufgaben ermöglichen sowie durch weitere Maßnahmen werden Produzentengruppen gestärkt und in die Lage versetzt, sich auf dem Markt zu behaupten.
- Mit Hilfe von Bildungs- und Informationsarbeit in den Ländern des Nordens werden Verbraucherinnen und Verbraucher über ungerechte Handelsstrukturen informiert und auf den Fairen Handel als Handlungsalternative aufmerksam gemacht.
- Politische Kampagnen und der Dialog mit Akteuren aus der Politik zielen darauf ab, internationale Strukturen und Regelungen der Handels- und Agrarpolitik gerechter zu gestalten.

Der Faire Handel nimmt seit seiner Gründung Ende der 1960er Jahre in Anspruch, ein entwicklungspolitisches Konzept für die „Länder des Südens“ zu sein. Sein Ziel besteht darin, die Lebens- und Arbeitsbedingungen von benachteiligten Produzent_innen zu verbessern.

Neue Entwicklungen im Fairen Handel

Seit einigen Jahren nehmen die Mitglieder des Forum Fairer Handel verschiedene Entwicklungen wahr, die eine grundsätzliche Überprüfung bzw. Präzisierung dieses „Gründungsauftrags“ erforderlich erscheinen lassen:

- Der Faire Handel weist insbesondere in den letzten Jahren große Wachstumsraten auf, was mit einer stark gestiegenen Wahrnehmung in der Öffentlichkeit und in Politik und Medien einhergeht. Das Etikett „Fairer Handel“ wird dadurch zunehmend attraktiv für neue Akteure, die für sich in Anspruch nehmen, Fairen Handel zu betreiben und teilweise eigene Kriterienkataloge aufgestellt haben. Im Zuge dieser Entwicklung wird der Begriff „Fairer Handel“ immer öfter auch auf Produkte und Handelspartner aus den Ländern des Nordens bezogen.
- Im klassischen Fairen Handel geht es nicht mehr nur darum, neuen Produzentengruppen einen Marktzugang zu ermöglichen, sondern auch um die Stabilisierung und Weiterentwicklung bestehender Handelspartnerschaften mit Produzentenorganisationen. Diese werden so in die Lage versetzt, weitere Produzent_innen in den Fairen Handel zu integrieren sowie die Produktqualität und die Herstellungsbedingungen kontinuierlich zu verbessern. Diese Entwicklung wurde

mit der Einführung des Fairtrade-Siegels Anfang der 1990er Jahre und der damit einhergehenden Ausweitung des Fairen Handels gefördert.

- Die fortschreitende Globalisierung führt dazu, dass ökonomische Unterschiede zwischen einzelnen Ländern an Bedeutung verlieren und stattdessen das ökonomische Gefälle innerhalb einzelner Länder – auch und gerade im Norden – stark zunimmt. Im Zuge dessen haben auch die klassischen Akteure des Fairen Handels wie Weltläden und Fair-Handels-Importeure einzelne Produkte aus dem Norden oder mit Zutaten aus dem Norden in ihre Sortimente aufgenommen.
- Politische Kampagnen zur internationalen Handels- und Agrarpolitik, die von Mitgliedern des Forum Fairer Handel organisiert werden oder an denen sie sich beteiligen, zielen vorrangig darauf ab, die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen von Kleinbauern in Ländern des Südens zu beeinflussen. Die Mitglieder des Forum Fairer Handel nehmen jedoch wahr, dass diese Rahmenbedingungen eine strukturelle Benachteiligung kleinbäuerlicher Landwirtschaft gleichermaßen im Süden wie auch im Norden zur Folge haben, z. B. durch die gemeinsame europäische Agrarpolitik.
- In vielen Politikbereichen setzt sich seit der UN-Konferenz für Umwelt und Entwicklung 1992 die Sichtweise durch, dass eine nachhaltige Entwicklung ökologische, soziale und wirtschaftliche Belange gleichermaßen berücksichtigen muss. An die Stelle entwicklungspolitischer Ziele, die allein auf die Länder des Südens ausgerichtet sind, ist das globalere Ziel einer nachhaltigen Entwicklung im Norden und im Süden getreten.

Aufgrund dieser Entwicklungen haben die Mitglieder des Forum Fairer Handel sich grundsätzlich mit der Zielsetzung des Fairen Handels und der Frage nach der Zielgruppe der Produzenten auseinandergesetzt. Den aktuellen Diskussionsstand gibt dieses Positionspapier wieder.

Zielsetzung des Fairen Handels

Der Faire Handel zielt darauf ab, Produzent_innen und ihre Zusammenschlüsse zu stärken (Empowerment) und dadurch einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung ihrer Regionen zu leisten. Der Faire Handel ist somit mehr als der bloße Verkauf von Produkten aus dem Süden in den Ländern des Nordens, sondern hat zum Ziel, durch partnerschaftliche und transparente Zusammenarbeit die Schaffung von nachhaltigen Produktions- und Handelsstrukturen zu unterstützen. Darüber hinaus fordert der Faire Handel auf internationaler Ebene die bestehende Handels- und Agrarpolitik heraus und setzt sich für gerechtere Regelungen ein.

Zielgruppen des Fairen Handels (auf Seiten der Produzenten):

Als Handelspartner für das System des Fairen Handels kommen Produzenten/-gruppen in Frage, die durch wirtschaftliche, gesellschaftliche, ökologische, politische oder andere Faktoren in ihrer eigenständigen Entwicklung benachteiligt werden. Dabei können die

Faktoren, die die Benachteiligung ausmachen, nicht global einheitlich gelten, sondern müssen im jeweiligen regionalen kulturellen und sozialen Kontext betrachtet werden. Der Faire Handel fördert Produzenten/-gruppen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung, wodurch ein Beitrag zur wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung von Regionen geleistet wird. So arbeitet der Faire Handel zum Beispiel mit Kleinbauern zusammen, die durch internationale Handelsregeln benachteiligt werden, gleichzeitig aber einen wichtigen Beitrag zur Ernährungssicherheit in ihren Regionen leisten.

Dabei ist die Vertriebsstruktur vieler Produzentengruppen im Süden häufig nicht einseitig auf die Länder des Nordens ausgerichtet, sondern für viele Produzentengruppen ist die Vermarktung innerhalb des eigenen Landes sowie zunehmend in benachbarte Länder ein wichtiger Absatzmarkt. Daher ist die Stärkung der regionalen Strukturen in den Ländern der Produzent_innen wichtig und sinnvoll, um die regionale Vermarktung zu fördern. Auch hierzu leistet der Faire Handel einen Beitrag.

Geographische Verortung der Handelspartner des Fairen Handels

In der von den internationalen Netzwerken des Fairen Handels festgelegten Definition werden die Zielgruppen des Fairen Handels auf Seiten der Produzenten „insbesondere in den Ländern des Südens“ verortet. Damit sind die Länder gemeint, die im klassischen Sinn als Entwicklungsländer bezeichnet werden. Die Mitglieder des Forum Fairer Handel halten eine Einteilung auf der Basis von makroökonomischen Daten (z. B. nach der DAC-Liste der OECD) in Länder, in denen Produzentengruppen am Fairen Handel partizipieren dürfen und solche, die von der Teilnahme am Fairen Handel ausgeschlossen werden, für nicht zielführend. Diese Daten geben wenig Auskunft darüber, wie es um die Verteilung von Armut und Reichtum in den einzelnen Ländern bestellt ist. Denn es gibt auch in Ländern, die nicht auf der DAC-Liste aufgeführt sind, Produzentengruppen und Regionen, die durch ökonomische, ökologische, gesellschaftliche oder politische Faktoren benachteiligt sind und wo der Faire Handel einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten kann. Deshalb ist aus Sicht der Mitglieder des Forum Fairer Handel eine genaue Betrachtung der jeweiligen benachteiligenden Rahmenbedingungen im Länderkontext und in der jeweiligen Region notwendig, um eine Einschätzung abgeben zu können, ob die Instrumente des Fairen Handels zu einer nachhaltigen Entwicklung dieser Region beitragen können.

Praktische Konsequenzen

Der Schwerpunkt der Arbeit der Mitglieder des Forum Fairer Handel, die ihre Wurzeln in der entwicklungspolitischen Bewegung haben, liegt – derzeit und auch in Zukunft – auf der Zusammenarbeit mit Handelspartnern in den Ländern des Südens.

Jedoch können punktuell neue Produkte oder Zutaten aus dem Norden und die entsprechenden Hintergründe der Produzent_innen die Diskussionen im Fairen Handel anregen und bereichern. So können Synergieeffekte für den Fairen Handel insgesamt in verschiedenen Bereichen erzielt werden, z. B. durch

- die Sensibilisierung von Konsument_innen für strukturelle Benachteiligungen von Kleinproduzent_innen auch im Norden, so dass neue Zielgruppen erreicht werden.
- die Kooperation mit neuen Bündnispartnern vor allem im Hinblick auf die Auseinandersetzung mit übergreifenden Themen, die für die Produzent_innen des Fairen Handels immer wichtiger werden (z. B. Klimawandel, Ernährungssicherung). Gemeinsame Kräfte können so gebündelt werden und eine größere Wirkung entfalten.
- die Ergänzung bestehender, zusammengesetzter Produkte durch Zutaten aus dem Norden, wodurch die Fairness entlang der Lieferkette deutlich erhöht werden kann.
- bei zusammengesetzten Produkten entstehen darüber hinaus neue Absatzmärkte für fair gehandelte Produkte aus den Ländern des Südens im Biobereich, wo bisher bei den Zutaten nicht auf das Kriterium „fair gehandelt“ geachtet wurde (z.B. Kakao oder Zucker in Bio-Milchprodukten).

Die Mitglieder des Forum Fairer Handel sind sich einig, dass die Position der Handelspartner im Süden durch die Ausdehnung des Fairen Handels auf den Norden nicht geschwächt werden darf. Dies bedeutet z. B., dass die Mitglieder des Forum Fairer Handel bei der Auswahl ihrer Handelspartner und der Zusammenstellung ihrer Produktsortimente darauf achten, dass Produkte, die auch in Ländern des Nordens hergestellt werden (z. B. Wein oder Honig) nicht zu einer Reduzierung des Absatzes dieser Produkte von den klassischen Handelspartnern im Süden führen.

Ausblick

Neue globale Herausforderungen erfordern die Erweiterung bestehender Konzepte. Mit der Ausweitung des Fairen Handels auf benachteiligte Produzent_innen in Ländern des Nordens wird das erfolgreiche Handelsprinzip des Fairen Handels in einen neuen Zusammenhang gestellt und dort adaptiert. Diese Entwicklung begrüßen die Mitglieder des Forum Fairer Handel, insbesondere wenn neue Initiativen zivilgesellschaftlich und politisch getragen sind.

Die in diesem Papier dargelegten Positionen geben den aktuellen Stand der Diskussion im FFH zu diesem Themenspektrum wieder. Einige grundlegende Punkte müssen noch diskutiert werden, z. B. welche Kriterien und Indikatoren für Produzent_innen aus dem Norden sowie für die Verarbeitung und den Vertrieb von Nordprodukten gelten sollen. Die Mitglieder des FFH stellen sich diesen Fragen und Diskussionen. Sie bringen ihre Erfahrung und Kompetenz ein in die Weiterentwicklung ihrer Positionen und tauschen sich mit den internationalen Netzwerken des Fairen Handels aus. Dabei werden sie den Fortgang der Entwicklung von Zertifizierungssystemen weiterhin kritisch verfolgen und auf die Einhaltung der Fair-Handelsprinzipien auch bei der Entwicklung und Zertifizierung von fair gehandelten Nord-Produkten achten.

Definition Fairer Handel:

Der Faire Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Durch bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte für Produzent_innen und Arbeiter_innen – insbesondere in den Ländern des Südens –, die durch wirtschaftliche, kulturelle, ökologische, politische oder andere Faktoren benachteiligt werden, leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung.

Fair-Handels-Organisationen engagieren sich - gemeinsam mit Verbraucher_innen - für die Unterstützung der Produzent_innen, die Bewusstseinsbildung sowie die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels.

Das Forum Fairer Handel

Das Forum Fairer Handel ist das Netzwerk des Fairen Handels in Deutschland. Die Aufgabe des Forum Fairer Handel besteht darin, die Bekanntheit des Fairen Handels in Deutschland zu erhöhen und sein Profil zu schärfen. Mitglieder des Forum Fairer Handel sind BanaFair, dwp eG, EL PUENTE, GEPA – The Fair Trade Company, GLOBO Fair Trade Partner, TransFair e.V. und der Weltladen-Dachverband e.V.