



Stärkung von Kleinproduzent_innen in nachhaltigen Wertschöpfungsketten

1. Einleitung	2
2. Fhlor de Maria Zelaya Contreras berichtet von den Erfahrungen von COMUCAP aus Honduras	3
- Ursprung und Erfolge einer Kleinbäuerinnen-Kooperative	3
- Unterstützung und Erfolgsfaktoren auf dem Weg	4
- Beitrag zur Ernährungssicherung	5
- Weiterentwicklung und Herausforderungen für die Zukunft	5
3. Carlos Canales spricht über die Unterstützung von Kleinproduzent_innen bei der Anpassung an den Klimawandel durch Fairtrade International	6
- Fairtrade International	6
- Weiterentwicklung des Fairen Handels aus Sicht von Fairtrade International	7
- Problematik des Klimawandels für Fairtrade International	8
- Strategie und Aktivitäten von Fairtrade International gegen den Klimawandel	8
- Investitionen in Klimaanpassung: Regionale Produktinitiativen	9
- Aktivitäten im Bereich Bewusstsein schaffen und Interessenvertretung	11
4. Andrea Fütterer berichtet von den Erfahrungen der Fair-Handels-Organisation GEPA mit der Stärkung von Kleinproduzent_innen in nachhaltigen Wertschöpfungsketten	11
- Ein Fair Trade-Pionier: Die Fair-Handels-Organisation GEPA	11
- Was brauchen Kleinproduzent_innen, um einen Beitrag zur Ernährungssicherung leisten zu können ?	12
- Anspruch und Leistungen des Fairen Handels	13
- Notwendige politische Weichenstellungen	16
5. Schlusswort	17

1. Einleitung

Im Rahmen des „**Global Forum for Food and Agriculture**“ trifft sich seit fünf Jahren ein breites internationales Fachpublikum in Berlin, um Zukunftsfragen der Land- und Ernährungswirtschaft miteinander zu diskutieren. „Verantwortliche Investitionen in Agrar- und Ernährungswirtschaft – Schlüsselfaktor für Ernährungssicherung und ländliche Entwicklung“ lautete das Oberthema im Januar 2013. Das Forum Fairer Handel lud in diesem Rahmen zu einer Podiumsdiskussion ein, die den Blick auf die Kleinproduzent_innen lenkte und aufzeigte, welchen Beitrag zu Ernährungssicherung und ländlicher Entwicklung sie in nachhaltigen Wertschöpfungsketten leisten können und welche Unterstützung sie dabei brauchen.

Das **Forum Fairer Handel** ist das Netzwerk des Fairen Handels in Deutschland, in dem verschiedene Akteure der Fair-Handels-Bewegung miteinander kooperieren. Das Forum Fairer Handel bietet Informationen zum Fairen Handel, macht Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit und versteht sich als Stimme der politischen Fair-Handels-Bewegung, deren Ziel die Veränderung der politischen Rahmenbedingungen in Richtung zu mehr globaler Gerechtigkeit ist.

Der **Faire Handel** unterstützt Kleinbauerngruppen, indem diese in Wertschöpfungsketten eingebunden werden, in denen sie faire Preise für ihre Produkte erhalten. Fairer Handel bedeutet aber vor allem auch „Empowerment“ - einen Zugewinn an Macht für Kleinbäuer_innen, denn der Faire Handel stärkt durch Beratung, langjährige Partnerschaft und die Zahlung einer Fair-Handels-Prämie die Handlungsfähigkeit von Kleinbauernorganisationen. Viele Beispiele aus dem Bereich Fairer Handel zeigen, wie Kleinbäuer_innen eigenständig und erfolgreich in die eigene Entwicklung investieren und dabei einen wertvollen Beitrag im Kampf gegen den Hunger leisten.

Anhand von Erfahrungen aus dem Fairen Handel auf verschiedenen Ebenen der Wertschöpfungskette beantworteten drei Expert_innen die **Fragen**:

1. Wie können Kleinproduzent_innen gestärkt werden?
2. Was sind notwendige Investitionen?
3. Welche politischen Weichenstellungen sind erforderlich?

Dabei ging es in den Beiträgen der Referent_innen und der Redner_innen aus dem Publikum auch um zwei hoch aktuelle Herausforderungen im Fairen Handel: die Auswirkungen des Klimawandels und die Ausweitung des Fairen Handel.

Nach den Präsentationen der Podiumsgäste gab es für das Publikum die Möglichkeit des Austausches. In dieser Dokumentation wurden die Fragen und Beiträge aus dem Publikum zur besseren Lesbarkeit in die Beiträge der Referent_innen eingearbeitet.

2. Fihor de Maria Zelaya Contreras berichtet von den Erfahrungen von COMUCAP aus Honduras

Ursprung und Erfolge einer Kleinbäuerinnen-Kooperative

Die Kooperative COMUCAP (*Coordinadora de Mujeres Campesinas de la Paz*) in Honduras ist ein Beispiel dafür, wie Kleinbäuerinnen mithilfe des Fairen Handels erfolgreich gestärkt und in nachhaltige Wertschöpfungsketten eingebunden wurden. COMUCAP besteht seit 1993.

Ursprünglich gründeten Frauen in der Gemeinde Marcala eine **Frauengruppe**, in welcher sie sich zusammenschlossen, um gemeinsam für ihre Rechte zu kämpfen. Sie lebten in einer Gesellschaft, die stark durch den „*machismo*“ geprägt war, und in der sich die Frauen um Kinder und Haushalt zu kümmern und ansonsten den Entscheidungen ihrer Ehemänner Folge zu leisten hatten. Gewalt gegen Frauen und Alkoholmissbrauch waren weit verbreitet. Die Frauen begannen damals, mit einer eigenen Radiosendung das Thema Frauenrechte öffentlich zu machen. Einige Jahre später gründeten sie formal COMUCAP als Kaffeekooperative mit ausschließlich weiblichen Mitgliedern und begannen so, für ihre ökonomische Unabhängigkeit zu arbeiten.

Fihor de Maria Zelaya Contreras, Tochter einer der Gründerinnen, studiert Ingenieurwesen der Chemie und arbeitet bereits im Bereich Produktentwicklung und Vertriebsmanagement bei COMUCAP. Sie schilderte in ihrer Präsentation über die Arbeit von COMUCAP eindrücklich, was in 18 Jahren seit Bestehen erreicht wurde und wo die Herausforderungen für die weitere Arbeit liegen.

COMUCAP versteht sich weiterhin als Frauen(rechts)organisation und verfolgt das **Ziel, die ökonomische, politische und soziale Entwicklung der Frauen zu fördern**. Die Aktivitäten wie auch die Erfolge der Organisation liegen sowohl im sozialen als auch im unternehmerischen Bereich.

COMUCAP erzeugt und vertreibt heute Biokaffee von ausgezeichneter Qualität sowie Getränke und Kosmetika aus dem Saft der Aloe Vera. COMUCAP hat ein Büro als Anlaufstelle für Frauen in Not, die rechtliche Unterstützung benötigen. Die Organisation verfügt über eigenes Land, auf dem die Frauen **Kaffee und Aloe Vera, aber auch Obst und Gemüse** für den eigenen Bedarf und lokale Märkte anbauen. Gleichzeitig dienen diese Parzellen in ihren Gemeinden zur Anregung und Nachahmung.

COMUCAP ist als Organisation anerkannt und gefragt, wenn es um die Erfahrungen der Frauen im Kampf um ihre Rechte, um Fragen der Organisation und um den Bioanbau von Kaffee und Aloe Vera geht. Auf diese Weise bietet COMUCAP den Frauen inzwischen einen wirksamen Schutz vor Gewalt und Unterdrückung. 70% der Frauen können lesen und schreiben und haben sich Fähigkeiten im Bereich ökologische Landwirtschaft und Handel angeeignet; die Kinder der 1.Generation können einen Schulabschluss machen oder sogar studieren.

Einzelne der 256 Mitglieder der Organisation üben als Abgeordnete oder gar Bürgermeisterin direkten **politischen Einfluss** aus. COMUCAP beteiligte sich an einer politischen Initiative zur Unterstützung von Kleinbäuer_innen in Honduras; durch den Putsch im Jahr 2009 wurden jedoch die Gespräche mit Präsident Zelaya unterbrochen.

Unterstützung und Erfolgsfaktoren auf dem Weg

Bis dahin aber war es ein langer Weg. Die Frauen begannen vor 18 Jahren auf einem Stück Land von etwa einem $\frac{3}{4}$ ha Kaffee in einem Agroforstsystem anzubauen, zusammen mit Aloe Vera.

Bei der **Entscheidung ökologisch zu wirtschaften** spielte der Widerstand der Frauen gegen die Abholzung der Wälder, das ökologische System des Betriebskreislaufes und die Unabhängigkeit von den Produkten der großen Agrochemieunternehmen eine wichtige Rolle. Anfangs wussten die Frauen nichts von ökologischen Landbautechniken. Was sie heute wissen und können, haben sie sich überwiegend selber angeeignet, indem sie einfache Versuche machten und ihre Erfahrungen miteinander austauschten. „Wir haben viel gelernt. Früher wurde gesagt „Bio bringt keinen Ertrag“, aber jetzt haben wir ein Anbausystem mit einer hohen Produktivität geschaffen“, sagte Flhor de Maria Zelaya.

Im Jahr 2006 konnte COMUCAP zum ersten Mal selbst Kaffee nach Deutschland exportieren. Auf die **Idee, die Aloe Vera auch zu verarbeiten und zu vermarkten**, brachte sie ein Kunde aus Honduras. Durch einen Kontakt in die Schweiz begannen sie dann im nächsten Schritt, die Pflanze selber zu verarbeiten, den puren Saft zu exportieren und später auch mit Früchten zu mischen. Dadurch entstanden Getränke, die sich auch in Honduras gut verkaufen ließen. Zusätzlich begannen sie mit der Herstellung von Shampoo und anderer Kosmetikprodukte aus Aloe Vera und haben so einerseits zusätzliche Arbeits- und Einkommensbereiche für Frauen geschaffen und sind andererseits als Organisation nicht mehr ausschließlich vom Kaffee abhängig. Einige der 16 Basisgruppen von COMUCAP erzeugen auch Honig oder stellen Kunsthandwerk aus Kaffeewurzeln her.

Geholfen haben den Frauen von COMUCAP neben ihrem Mut und Erfindergeist anfangs **Kontakte zu anderen nationalen und internationalen Organisationen**: Eine dänische NGO, die Hilfsorganisation Oxfam, die Kaffeebauernorganisation RAOS, ebenfalls in Honduras, die ihre Erfahrungen im Bio-kaffeeanbau weitergab und den Export des Kaffees übernahm, bevor die Frauen eine eigene Exportlizenz erhielten.

Geholfen hat aber vor allem auch der **Faire Handel**. Die GEPA in Deutschland war die erste Abnehmerin des Kaffees, zusammen mit dem Katholischen Deutschen Frauenbund in Regensburg wurde der erste Partnerschaftskaffee entwickelt. „Über den Fairen Handel werden unsere Anstrengungen belohnt“ sagte Flhor de Maria Zelaya. Er ermöglicht es COMUCAP, den wertvollen Kaffee und damit die Arbeit der Mitglieder bezahlen zu können. Mit dem Fair-Handels-Aufschlag haben die Frauen in jeder der 16 Mitgliedsgruppen eine Art Sparkasse eingerichtet und vergeben Kleinkredite für Ausbildung, Gesundheit, Ernte oder weitere Geschäfte.

Neben einem fairen Preis erhält COMUCAP im Fairen Handel zu Zeit einen Bio-Zuschlag von 30 US-Dollar je „Quintal“ (etwa 45kg) Rohkaffee und eine Fairtrade-Prämie von 20 US-Dollar pro Quintal. Das bedeutet, dass die Organisation in der Lage ist, den Mitgliedern einen attraktiveren Kaffeepreis zu bezahlen und gleichzeitig die eigene Arbeit zu finanzieren. Das ist wichtig, denn so wird die harte Arbeit der Bäuerinnen belohnt und die Organisation gestärkt.

Beitrag zur Ernährungssicherung

Die Erfolge von COMUCAP sind ein deutlicher Beitrag zu einer dauerhaften Ernährungssicherung. Denn die ist nicht allein eine Frage des eigenen **Anbaus von Nahrungsmitteln** zur besseren Versorgung der Mitgliedsfamilien. Auch das mit den Verkaufsprodukten **erzielte Einkommen und die Möglichkeit des selbstbestimmten Wirtschaftens** der Frauen wirken sich unmittelbar positiv auf die Ernährungssituation der Familien aus. Ziel der Frauen war es von Anfang an, **eigenes Land** zu besitzen, um sicheren Zugang zu diesem wichtigsten Produktionsmittel zu haben. So erreichen sie Unabhängigkeit von Großgrundbesitzern, die in Honduras über den Großteil der landwirtschaftlichen Flächen verfügen, und Unabhängigkeit von ihren Männern. Produktion und Produktivität sind gestiegen, und die Lebenssituation der Frauen und auch der Männer in den Mitgliedsfamilien hat sich stark verbessert.

Insgesamt werden in Honduras nur 30% der im Land verbrauchten Nahrungsmittel erzeugt. Der überwiegende Teil muss importiert werden – und das in einem Land, welches reich an natürlichen Ressourcen ist. 90% der Bäuer_innen in Honduras sind Kleinbäuer_innen. „Es geht um **Ernährungssouveränität!** Was wir vor allem brauchen, ist eine Verbindung zwischen Erzeugung und Konsum innerhalb unserer Gemeinden, ein Bewusstsein von der Qualität unserer eigenen Produktion.“ machte Fhlor de Maria Zelaya deutlich.

Weiterentwicklung und Herausforderungen für die Zukunft

Die Frauen von COMUCAP verlassen sich nicht auf das, was sie erreicht haben, sondern wollen weiter kommen. Ein wichtiges Thema ist für sie die **Entwicklung des heimischen Marktes**, auf dem sie bisher nur einen Bruchteil (2%) ihres Kaffees verkaufen. In Honduras, so sagen sie, wird vor allem Kaffee niedrigerer Qualität gekauft und getrunken, den die großen transnationalen Unternehmen in großer Menge und sehr billig anbieten. Da die Verbraucher_innen an diese Preise und Qualität gewöhnt sind, kommt es darauf an, die Qualität des heimischen Kaffees hervorzuheben, um ihn auch zu höheren Preisen verkaufen zu können. Seit sechs Monaten hat COMUCAP eine eigene Kaffeemarke auf dem Markt, die eine Qualitätsauszeichnung bekam und deren Akzeptanz langsam wächst.

Die Frauen von COMUCAP streben nicht nur eine Diversifizierung in der Einkommensstruktur an, sondern wollen auch weiterhin entlang der gesamten Wertschöpfungskette von der Erzeugung des Rohproduktes über die Verarbeitung bis zur Vermarktung an den Endkunden beteiligt sein. So stärken sie ihre Unabhängigkeit als Organisation und den Aufbau von Wissen und Fähigkeiten unter ihren Mitgliedern.

Neben der Weiterentwicklung der Organisation in diese Richtung und dem Auf- und Ausbau der heimischen Märkte sehen sie eine weitere große Aufgabe der Zukunft im Umgang mit den **Auswirkungen des Klimawandels**. Die Auswirkungen bekommen sie bereits jetzt zu spüren, denn der Kaffeerost – ein Pilz, der die Blätter der Kaffeepflanzen befällt und dazu führt, dass die Kaffeekirschen nicht richtig reifen – ist in Folge außergewöhnlich hoher Temperaturen zusammen mit ungewöhnlichen Regenfällen zu einem ernststen Problem geworden. Bisher hielt sich der Schaden an den ökologischen Kaffeegärten der COMUCAP-Mitglieder in Grenzen und konnte mit im ökologischen Landbau gebräuchlichen Methoden und erlaubten Kupferpräparaten behandelt werden. Aber die konventionellen Kaffeepflanzen in der Umgebung sind durchweg stark befallen, so dass der Rost immer wieder leicht übertragen werden kann. Bioanbau ist für COMUCAP auch ein Mittel gegen den Klimawandel, er schützt die natürlichen Ressourcen und bewahrt sie für die Zukunft.

Die Frauen von COMUCAP haben viel geschafft, aber sie sind noch lange nicht am Ziel. Um ihren Weg der selbstbestimmten Entwicklung weiter zu gehen, brauchen sie **mehr Land, weiterhin Möglichkeiten der Ausbildung und Finanzierung** (z.B. zum Ausbau der Verarbeitungskapazitäten für Aloe Vera) **und weiteren Marktzugang**. Außerdem braucht es eine **Politik zum Schutz der Kleinbäuer_innen und eine Agrarreform**, damit mehr Menschen sicheren Zugang zu produktivem Land erhalten. Eine Unterstützung in allen diesen Bereichen ist für COMUCAP eine wertvolle und wirksame Hilfe auf dem Weg der Sicherung von Ernährung und Lebensqualität. „So verbessern wir die Lebenssituation und schaffen eine bessere Zukunft für Töchter und Enkelinnen.“ bekräftigt Fihor de Maria Zelaya.

3. Carlos Canales spricht über die Unterstützung von Kleinproduzent_innen bei der Anpassung an den Klimawandel durch Fairtrade International

Carlos Canales, Verantwortlicher für Klimawandel und Strategieentwicklung bei Fairtrade International, beschrieb zunächst die Arbeit von Fairtrade International allgemein, und führte dann aus, weshalb Fairtrade International sich besonders als Partner eignet, um Kleinbäuer_innen bei der Anpassung an den Klimawandel zu unterstützen. Er beschrieb die diesbezügliche neue Strategie von Fairtrade International. Dabei ging er schwerpunktmäßig auf den Bereich der regionalen Produktinitiativen ein und stellte zwei aktuelle Projekte vor. Abschließend nannte er auch Aktivitäten im Bereich der politischen Arbeit.

Fairtrade International

Fairtrade International mit seinen 25 Mitgliedsorganisationen ist Eigentümer der internationalen **Fairtrade-Produktstandards** sowie des Zertifizierungssystems und versteht sich als eine globale Organisation zur **Unterstützung von Produzent_innen** in Asien, Afrika und Lateinamerika. Schwerpunkte sind die Ausweitung des Marktes für Fairtrade-Produkte und die Entwicklung von Standards für weitere Produkte. Fairtrade International steht für die Vision einer sicheren und nachhaltigen Lebensgrundlage, mit der alle Produzent_innen ihr Potential erreichen und ihre Zukunft selbst in die Hand nehmen können.

991 Produzentenorganisationen in 66 Ländern sind bisher in das System eingebunden. Fairtrade-gesiegelte Produkte kommen zu 50% aus Lateinamerika, 30% stammen aus Afrika und 20% aus Asien. Sie werden in 120 Ländern der Welt verkauft und der Markt wächst stetig und schnell. So gelang trotz der allgemeinen Wirtschaftskrise 2011 eine **Umsatzsteigerung von +12%** im Vergleich zum Vorjahr. Die **Ausweitung des Marktes** ist für Fairtrade International eine wichtige Aufgabe, um möglichst vielen Produzent_innen eine Teilhabe am Fairen Handel zu ermöglichen und auch den bereits zertifizierten Produzent_innen eine Absatzsteigerung bieten zu können.

Fairtrade ist mehr als ein Mehreinkommen gegenüber anderen Handelswegen. Die Produzent_innen sind durch ihre kontinentalen Netzwerke (Fairtrade Africa, Coordinadora de Comercio Justo de America Latina y el Caribe (CLAC) und Network of Asian and Pacific Producers (NAPP)) bei Fairtrade International vertreten und halten in der Generalversammlung wie in den Gremien einen Anteil von **50% der Stimmen**. Sie sind also zu 50% Eigner des Fairtrade-Systems und sind an Diskussions- und Entscheidungsprozessen beteiligt.

Neben Kleinproduzent_innen sind es auch Arbeiter_innen auf großen **Plantagen**, die vom Fairtrade-System profitieren. Dies ist unter anderem ein Zugeständnis an die Realität, denn nicht alle Produkte gibt es in ausreichender Menge aus der Hand von Kleinbäuer_innen. Hierzu gehören z.B. Tee und Bananen. Fairtrade möchte hier einen Beitrag zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen auch auf Plantagen leisten und hat spezifische Standards für diese entwickelt.

Von den Anfängen der Fair-Handels-Bewegung bis zu den heutigen Standards war es ein langer Weg. Heutzutage gibt es ein System zur **Entwicklung neuer Standards** und auch zur Überprüfung, ob die bestehenden Standards zur Erreichung der Ziele geeignet sind oder verbessert werden müssen. Dabei werden die Prinzipien der ISEAL-Allianz (weltweiter Zusammenschluss für Nachhaltigkeitsstandards) befolgt.

Weiterentwicklung des Fairen Handels aus der Sicht von Fairtrade International

Der Faire Handel ist schon seit vielen Jahren **kein Nischenmarkt** mehr, wie man im Supermarkt deutlich sehen kann. Eine Reihe großer Unternehmen sind in das Fairtrade-System eingestiegen. Trotzdem geht es weiter darum, den Fairen Handel auszuweiten und einer immer größeren Gruppe von Produzent_innen zugänglich zu machen.

Ein Publikumsteilnehmer fragte nach den Zielen und die Richtung der zukünftigen Entwicklung im Zusammenhang mit der Anwendung des Fairen Handels auf Anbausysteme von Monokulturen wie z.B. Bananen- oder Ananasplantagen und auch mit der Vergabe von Lizenzen an multinationale Unternehmen. Carlos Canales wies darauf hin, dass diese Themen auch innerhalb von Fairtrade International kontrovers diskutiert würden, denn es handele sich um ein Netzwerk, in dem Organisationen aus Süd und Nord ihre unterschiedlichen Sichtweisen einbringen. So ist eine Entscheidungsfindung in Entwicklungsfragen bei Fairtrade International ein sehr komplexer und schwieriger Prozess.

Z. B. wurde in Frankreich die Aufnahme von Starbucks sehr kritisch gesehen, während in Großbritannien und den USA die Meinung vorherrscht, dass es gut ist, auch mit den ganz Großen zusammenzuarbeiten, um gerade sie zu beeinflussen. In der Entscheidung setzte sich bei Fairtrade International schließlich die Sichtweise durch, dass es nötig sei, mit diesen Unternehmen zu kooperieren, um die Nische endgültig zu verlassen und mit Fairtrade den „mainstream“ zu erreichen und so hoffentlich immer mehr Menschen mit Fairtrade erreichen zu können.

Die Veränderungen der Weltwirtschaft z.B. durch die sich schnell entwickelnden Märkte aufstrebender Staaten erfordern weiterhin Entwicklungen bei Fairtrade. Das Bild, dass im Süden produziert und im Norden konsumiert wird, stimmt bald so nicht mehr: Aus Südafrika kam der Anstoß, sich auch **dort für den Konsum von Fairtrade-Produkten einzusetzen**. Zur Zeit baut Fairtrade auch in Brasilien eine Vermarktungsorganisation auf.

Umweltschutz und unter Umständen auch ökologischer Landbau spielen bei Fairtrade eine „wichtige Nebenrolle“, denn im Mittelpunkt stehen immer die Menschen und die sozialen Aspekte. Der Schutz von Umwelt und Ressourcen ist allerdings ein wichtiges Mittel zur Verbesserung der Lebensgrundlage der Menschen. Ökologische Landwirtschaft ist ein Aspekt, der als Entwicklungsweg für Produzent_innen in Betracht gezogen wird und wozu Produzent_innen ermutigt werden, sofern die Nachfrage auf dem Markt vorhanden ist. Eine Entwicklung in Richtung mehr ökologischen Anbaus ist für Fairtrade International daher kein Prinzip, sondern abhängig von den Vermarktungsmöglichkeiten der Produkte.

Problematik des Klimawandels für Fairtrade

Klimawandel ist in den vergangenen Jahren für Fairtrade International zu einem wichtigen Thema geworden, denn die Phänomene des Klimawandels stellen die Produzentengruppen im Fairtrade-System vor riesige Herausforderungen und gefährden die Erfolge. Einerseits bieten bäuerliche Landwirtschaft und ökologische Produktionsmethoden der Produzent_innen bereits gute Ansätze für eine klimafreundliche Nahrungsmittelerzeugung. Andererseits haben die Produzent_innen im Zusammenhang mit dem Klimawandel unter abnehmenden Erträgen oder schwer kalkulierbaren Risiken zu leiden. „Die Bereitschaft, das Problem anzugehen, ist bei den Produzent_innen sehr groß“, sagte Carlos Canales, „und das obwohl die Verursacher des Klimawandels doch in den Industriestaaten zu suchen sind.“ Im Norden müsse noch viel Bewusstseinsarbeit geleistet werden, um die gleiche Bereitschaft zu erreichen, das sei die eigentliche Herausforderung.

Die Relevanz des Klimawandels für den Fairen Handel liegt jedoch auf der Hand: Das Fairtrade-System ist mit **abnehmenden Erträgen im Süden einerseits und andererseits einer stetig wachsenden Nachfrage im Norden** als Ganzes von dem Thema betroffen. Was an einer Stelle nicht geerntet wird, kann auch an anderer Stelle nicht vermarktet werden.

Folgende **Auswirkungen auf die Erzeugung** einiger Schlüsselprodukte sind denkbar:

- Kaffee: geringere Niederschläge und höhere Temperaturen könnten dazu führen, dass Kaffeeanbau bis 2050 in vielen Regionen nicht mehr möglich sein wird
- Kakao: größere Anfälligkeit der Bäume gegenüber Trockenschäden
- Tee: Schwankungen der Niederschläge führen zu einer größeren Anfälligkeit der Pflanzen gegenüber Trockenschäden
- Bananen: unbeständige Regenfälle und Sturmschäden durch häufigere Wirbelstürme
- Baumwolle und Zucker: höhere Temperaturen werden wahrscheinlich zu einem Rückgang der Erträge führen

Es hat sich gezeigt, dass die Möglichkeiten, mithilfe der Fairtrade-Prämie (2011 wurden insgesamt 65 Mio. Euro an Prämie gezahlt) Anpassungen an den Klimawandel vorzunehmen, bei weitem nicht ausreichen, um dieses Problem wirklich anzugehen. Auf Anregung der direkt betroffenen Produzent_innen wurde Klimawandel bei Fairtrade International zu einem eigenen Arbeitsbereich.

Strategie und Aktivitäten von Fairtrade International gegen den Klimawandel

Inzwischen wurde eine eigene Strategie zum Klimawandel entwickelt, die die beiden Bereiche

- Anpassung an den Klimawandel
- Umstellung auf klimafreundlichere Produktion

auf Ebene der Produzent_innen umfasst. Dies wird mithilfe zusätzlicher öffentlicher und privater Gelder umgesetzt.

Fairtrade International verfügt über direkten Kontakt zu den Produzent_innen und hat daher sehr guten Zugang zu Informationen und Möglichkeiten zum Austausch. Gleichzeitig ist die Organisation auch über die Marktlage sehr gut informiert und kann die Entwicklung von Nachfrage und Bedürf-

nissen des Marktes einschätzen. Fairtrade International hat außerdem bereits jetzt strenge Umweltstandards, die zur Verminderung von Emissionen und zur Anpassung an Klimawandelphänomene beitragen. Das Fairtrade-System beinhaltet weiterhin eine Reihe von Faktoren, die Anpassungsmaßnahmen an den Klimawandel erleichtern: Organisationsentwicklung, Umweltverträglichkeit, finanzielle Stabilität durch garantierte Mindestpreise, Unabhängigkeit und Spielraum für Investitionen durch die Fairtrade-Prämie. Das alles verhilft Fairtrade International zu einer **einzigartig günstigen Position zur Umsetzung einer Klimawandelstrategie zum Nutzen der Kleinproduzent_innen**.

Die aktuelle **Strategie von Fairtrade International in Hinblick auf den Klimawandel** umfasst Aktivitäten in vier verschiedenen Arbeitsbereichen:

- Entwicklung von Dienstleistungen
- Unterstützung (der Produzent_innen) im Klimawandel
- der Einfluss von Fairtrade auf den Klimawandel
- Bewusstseinsbildung und Interessenvertretung

In diesem Vortrag geht es schwerpunktmäßig um den zweiten Punkt: die **Unterstützung der Produzent_innen im Klimawandel**. Dieser Bereich besteht wiederum aus drei Aufgabenfeldern:

1. Die Bereitstellung grundlegender und kostengünstiger Maßnahmen zur **Anpassung** an den Klimawandel, sowie Maßnahmen zur **Information und Bewusstseinsbildung**, Informationsforen im Rahmen der Produzentennetzwerke und direkte technische Unterstützung
2. Es werden „**Regionale Produktinitiativen**“ gestartet, die sich jeweils auf eines der Hauptprodukte und ein Land oder eine Region beziehen. Im Rahmen dieser Projekte sollen die nötige Expertise und Ressourcen mobilisiert werden.
3. Strategisches Engagement weltweit: hier geht es darum, Kapital und **politische Unterstützung** für den Kampf der Produzent_innen im Fairtrade-System gegen den Klimawandel zu gewinnen und dafür entsprechende Partnerschaften zu entwickeln.

Investitionen in Klimaanpassung: Regionale Produktinitiativen

Die regionalen Produktinitiativen haben ihren Schwerpunkt auf der Anpassung an den Klimawandel, beinhalten aber auch Aspekte der Verringerung schädlicher Klimaeinflüsse. Sie konzentrieren sich auf die am stärksten betroffenen Produkte: Kaffee, Kakao, Bananen, Tee, Zucker und Baumwolle. An den Projekten sind einerseits die jeweiligen Produzentennetzwerke beteiligt, aber auch die Fairtrade-Siegelorganisationen, die den Kontakt zu den Abnehmern herstellen und diese als kommerzielle Partner gewinnen können. Lizenznehmer im Fairtrade-System können von der Notwendigkeit einer Teilnahme am Projekt überzeugt werden, indem deutlich wird, dass die nachhaltige Erzeugung des von ihnen vermarkteten Produktes durch den Klimawandel bedroht ist und dass es an der Zeit ist zu handeln, sofern sie das Produkt auch in Zukunft verkaufen möchten. „**Wir werben um Investitionen** in die Sicherung der zukünftigen Produktion, denn wir können diese Aufgabe nicht allein den Produzent_innen aufbürden.“ sagt Carlos Canales. Zusätzlich werden externe Organisationen an den Projekten beteiligt, die notwendige Expertise einbringen.

Die konkreten Projektvorschläge werden von Fairtrade International gemeinsam mit den Produzentennetzwerken entwickelt. Im Projekt werden zunächst Risiken und Chancen vor Ort analysiert.

Anschließend wird eine Stellungnahme mit entsprechenden Handlungsvorschlägen erarbeitet, die dann mit den Partnern vor Ort bewertet wird.

Zusätzlich werden Instrumente der Umsetzung entwickelt, die im konkreten Fall durch einen Fairtrade-Abnehmer als kommerziellen Partner finanziert werden. Die kommerziellen Partner engagieren sich so direkt in der eigenen Wertschöpfungskette im Sinne einer Reduktion der Emissionen und Sicherung einer nachhaltigen Produktion. Auch diese Aktivitäten betreffen die Produktionsketten der am stärksten betroffenen Fairtrade-Produkte.

Zwei Beispiele sollen die Aktivitäten von Fairtrade International im Rahmen der Klimawandelstrategie verdeutlichen:

- **„AdapTea“:** Climate Change Adaptation for Fairtrade Producers in East Africa“ - Eine regionale Produktinitiative mit Tee-Produzent_innen in Kenia, Ruanda, Tansania und Uganda. Beteiligt sind das Produzentennetzwerk Fairtrade Africa, die Organisation „Vi-Agroforestry“ als Experten in nachhaltiger Landwirtschaft und Agroforstwirtschaft und der „Nordic Development Fund“ als öffentlicher Geldgeber.

Innerhalb der Projektlaufzeit von 2013-14 sollen die Anpassungsfähigkeit von kleinbäuerlichem Teeanbau an den Klimawandel und die Möglichkeiten der Produktivitätssteigerung untersucht und geeignete Anpassungsmaßnahmen entwickelt werden. Ausbildungsprogramme sollen entwickelt und kommerzielle Partner für die Etablierung der Maßnahmen gefunden werden.

- Ein zweites **Projekt** ist in Peru angesiedelt und **soll peruanische Kaffeebäuer_innen bei der Anpassung an den Klimawandel unterstützen**. Partner sind, neben Fairtrade International als Projektentwicklung und -leitung, die „Cooperativa Agroindustrial Sonomoro LTDA“ als Partner vor Ort und „Twin“, eine im Fairen Handel aktive Organisation der Entwicklungszusammenarbeit als technischer Partner zur Entwicklung von Maßnahmen und zur Durchführung von Workshops und Trainingskursen.

Das Projekt erhält finanzielle Unterstützung der deutschen Supermarktkette Lidl als kommerziellen Partner. Zu diesem Zweck spendete Lidl 1 Euro pro verkauftem Kaffeepäckchen in der Fairen Woche für das Projekt und warb für diese Aktion mit einem eigens erstellten Flyer. Ziel des Projektes ist es, Anpassungsmöglichkeiten für die Kaffeebäuer_innen zu schaffen, die Anfälligkeit ihres Anbausystems zu reduzieren bzw. die Belastbarkeit gegenüber den Phänomenen des Klimawandels zu steigern.

Im Rahmen des Projektes werden zehn Produzentenvertreter_innen ausgebildet, um Anpassungsmaßnahmen auf lokaler Ebene einzuführen und anzuleiten. Die örtlichen Risiken und Möglichkeiten, sowie die vor Ort umgesetzten Anpassungsmaßnahmen sollen analysiert werden. Gegen Ende des Projektes werden 100 Produzent_innen fortgebildet, um Wissen weitergeben und wiederum andere Bäuer_innen ausbilden zu können. Ein Demonstrationsfeld soll als Modell eines gut angepassten Kaffeegartens angelegt und als Beispiel genutzt werden. Die Erkenntnisse zur Anpassung an den Klimawandel sollen innerhalb des Lateinamerikanischen Produzentennetzwerkes (CLAC) ausgetauscht und diskutiert werden.

Aktivitäten im Bereich Bewusstsein schaffen und Interessenvertretung

Am Ende seines Vortrages ging Carlos Canales noch auf einen weiteren Arbeitsbereich im Rahmen der Klimawandel-Strategie von Fairtrade International ein: Problembewusstsein zu schaffen und die Interessen der Produzent_innen zu vertreten. Gerade im globalen Norden ist die Bewusstseinsbildung von großer Bedeutung: Der Klimawandel wird größtenteils von den Industriestaaten verursacht, aber bereits jetzt leiden Menschen in sogenannten Entwicklungsländern viel stärker unter den Auswirkungen. Es ist nötig, das Problem auch und gerade im Norden anzugehen! Fairtrade International organisierte daher zusammen mit einer britischen NGO (Comic Relief) die **Teilnahme von Produzentenvertreter_innen an den letzten Weltklimakonferenzen**, wo sie mit Präsentationen und in Gesprächen selber versuchten deutlich zu machen, welche Bedrohung der Klimawandel für sie bedeutet. Auch dies ist eine wirksame Form von „empowerment“ der direkt Betroffenen. Fairtrade International entwickelte Materialien und setzte eine Arbeitsgruppe mit Produzentenvertreter_innen aus den drei kontinentalen Netzwerken ein.

Folgende **drei Hauptbotschaften** wurden entwickelt und vorgebracht:

1. Bäuer_innen aus sogenannten Entwicklungsländern sind mit am stärksten vom Klimawandel betroffen. Die Auswirkungen werden in Zukunft noch schlimmer werden und ihre Lebensgrundlagen bedrohen.
2. Fairtrade ist ein geeignetes Konzept, um Bäuer_innen weltweit zu ermöglichen, ihren eigenen Weg aus der Armut zu finden. Dieses Konzept kann eine wichtige Rolle im Umgang mit dem Klimawandel spielen und Unterstützung für Gemeinden mobilisieren, die durch Klimawandel gefährdet sind.
3. Gelder, die für die Problematik des Klimawandels bereitgestellt werden, müssen diejenigen erreichen, die sie am nötigsten haben: vom Klimawandel bedrohte Gemeinden.

Fairtrade International weist Erfolge im Bereich Entwicklung und Ernährungssicherung bei Kleinbäuer_innen durch die Einbindung in (wachsende und sich entwickelnde) Wertschöpfungsketten auf. Diese sind jedoch zunehmend durch den Klimawandel bedroht. Mit den Aktivitäten im Rahmen der Klimawandel-Strategie versucht Fairtrade International, dagegen zu steuern.

4. Andrea Fütterer berichtet von den Erfahrungen der Fair-Handels-Organisation GEPA mit der Stärkung von Kleinproduzent_innen in nachhaltigen Wertschöpfungsketten

Ein Fair Trade-Pionier: Die Fair-Handels-Organisation GEPA

Andrea Fütterer arbeitet als Grundsatzreferentin bei der GEPA, The Fair Trade Company, einer deutschen Fair-Handels-Organisation der ersten Stunde, die in diesem Jahr **seit 38 Jahren** besteht. Das Unternehmen wurde als **100%ige Fair-Handels-Organisation** gegründet. Fairen Handel auf allen Ebenen zu fördern und zu verankern, ist der Gesellschaftszweck. Als klassische Fair-Handels-Importorganisation arbeitet sie zurzeit **mit ca. 180 Produzentenorganisationen in 50 Ländern** in Asien, Afrika und Lateinamerika zusammen. Neuerdings gibt es aber auch zwei Handelspartner in Europa,

denn als Pionier im Fairen Handel ist die GEPA immer wieder bereit, auch neue Wege zu gehen und den Fairen Handel weiterzuentwickeln. GEPA vertreibt ein breites Sortiment an fairen Produkten: sowohl Lebensmittel als auch Handwerksprodukte. Als Unternehmen muss GEPA von dieser Arbeit auch die eigenen Kosten decken.

Auf Grundlage der langjährigen Erfahrungen der GEPA mit den Handelspartnern beantwortete Andrea Fütterer in ihrem Vortrag die Fragen danach, welche Unterstützung Kleinproduzent_innen im Streben nach mehr Ernährungssicherheit brauchen und was bei der Einbindung in nachhaltige Wertschöpfungsketten wichtig ist.

Was brauchen Kleinproduzent_innen, um einen Beitrag zur Ernährungssicherung leisten zu können ?

Die Erfahrungen der GEPA mit ihren Handelspartnern zeigen, dass oft mit wenig Geld ein wichtiger Beitrag zur Stärkung der Ernährungssicherheit und zur Entwicklung allgemein erreicht werden kann. Die persönlichen Geschichten der Handelspartner im Fairen Handel sind gute Beispiele dafür, wie **kleine und selbst bestimmte, gezielte Investitionen** wirksame Fortschritte ermöglichen. Solche Investitionen sind häufig sogar hilfreicher als groß angelegte Programme, von denen oft eher die großen Strukturen der Ernährungswirtschaft profitieren. Es fehlt jedoch nach wie vor an politischem Willen, um die Probleme einer weltweiten Ernährungssicherung in übergeordnetem Rahmen und strukturell anzugehen. Dies kann von Fair-Handels-Organisationen und ihren Partnern nicht geleistet werden.

Kleinproduzent_innen brauchen **Zugang zu Land und Produktionsmitteln**, wie z.B. Düngemitteln, Saatgut, Bewässerungsmöglichkeiten, aber auch Zugang zu Kapital, z.B. in Form von zinsgünstigen Krediten. Wichtig ist außerdem eine funktionierende Infrastruktur und **Möglichkeiten der Wertschöpfung vor Ort**, damit die Produzent_innen möglichst nicht auf Ebene der Rohstoffherzeugung stehen bleiben sondern Aufbereitung und weitere Verarbeitungsschritte in ihre Wertschöpfung einbeziehen können. Sie brauchen **Kenntnisse und Fertigkeiten** in Technik und Verwaltung und vor allem auch ein **positives politisches Klima** für ihre spezifischen Bedürfnisse. Gerade das fehlt allerdings oftmals. Investitions- und Förderprogramme sind meist eher geeignet, große Strukturen und industrielle Landwirtschaft zu unterstützen; ihre Wirkungen gehen an Kleinbäuer_innen oft vorbei oder wirken ihnen gar entgegen. Kleinbauernorganisationen und Gewerkschaftsvertreter_innen sind in vielen Ländern immer wieder mit Drohungen und gezielten Angriffen bis hin zu Morden konfrontiert. So etwas ist der GEPA beispielsweise aus Honduras, Brasilien oder auch Kolumbien bekannt, wo Handelspartner Friedensgemeinden gegründet haben und sich aktiv gegen eine Beteiligung an kriegerischen Auseinandersetzungen wehren.

Auch bezüglich der anderen genannten Punkte sieht die Realität im Umfeld der Produzent_innen oft anders aus: Es fehlt an Zugang zu Land, erschwinglichen Produktionsmitteln und zinsgünstigen Krediten, sofern Kleinbauernorganisationen überhaupt als kreditwürdig erachtet werden. Straßen, Transportmöglichkeiten, Stromversorgung und Bildungseinrichtungen sind oft mangelhaft. Es gibt zu wenige Verarbeitungsanlagen für Rohprodukte, Aus- und Fortbildungs- sowie Beratungsmöglichkeiten fehlen. Auch haben Kleinproduzent_innen oft keine Möglichkeit, wichtige Marktinformationen zu erhalten. Hierzu gehören auch Informationen über die Erwartungen der Kunden an Qualität und Sicherheit eines Produktes. Die Erfahrungen mit den Handelspartnern zeigen, dass oft z.B. erst der Besitz eigener geländegängiger Fahrzeuge den Transport der Ernte zum nächsten Punkt in der

Handelskette - und damit auch den Handel und das Einkommen der Kleinbauernorganisationen - ermöglicht. Geht es um die Erzeugung von Grundnahrungsmitteln zur direkten Ernährungssicherung, so lässt sich beobachten, dass aufgrund fehlender Nacherntetechnik oft große Verluste entstehen.

In all diesen Punkten können Investitionen und Unterstützung Fortschritte in Bezug auf die Ernährungssicherung bewirken, denn dies ist nicht alleine eine Frage der Subsistenzwirtschaft. Ernährungssicherung bei Kleinproduzent_innen ist ein Gesamtkonzept, in dem die Versorgung mit Nahrungsmitteln aus eigener Erzeugung mit der Kaufkraft durch zusätzliches Geldeinkommen verbunden ist. Eine **Diversifizierung** anstelle der Konzentration auf ein einziges Erzeugnis ist in diesem Konzept sehr wichtig, denn es bedeutet mehr Flexibilität und mehr Sicherheit für die Einkommens- und Ernährungssituation insgesamt.

Anspruch und Leistungen des Fairen Handels

Welche Unterstützung erhalten also Kleinproduzent_innen von Fair-Handels-Organisationen wie der GEPA als ihren Handelspartnern und welche Unterstützung erhalten sie auch von und durch ihre eigenen Produzenten-Dachorganisationen?

Kernelemente im Fairen Handel sind **der faire Preis**, der die Produktionskosten deckt, Spielraum für Investitionen schafft und ein menschenwürdiges Leben ermöglicht; außerdem **Möglichkeiten der Vorfinanzierung** und langfristig angelegte Partnerschaften auf Augenhöhe. Besonders die Vorfinanzierung ist eine wichtige Leistung, damit das Produkt bei Anlieferung an die Kooperative gleich bezahlt bzw. angezahlt werden kann. Auch die **langfristige Zusammenarbeit** im Handel von über 10 oder sogar 20 Jahren wird von den Handelspartnern sehr geschätzt, denn so entsteht Planungssicherheit für Investitionen und Entwicklungsschritte, die dann, wie oben bei COMUCAP beschrieben, auch eine ganze Generation betreffen können.

Bei den **Partnerschaften** ist die Begegnung **auf Augenhöhe** von großer Bedeutung. Es geht hier weniger um das Erfüllen von starren Kriterien, als um das langjährige Begleiten einer Organisation, bei der sich beide Partner auch gegenseitig weiterentwickeln. Dies zeigt sich vor allem in schwierigen Zeiten, wie es z.B. im Kaffeejahr 2010/11 der Fall war. Hier war der Börsenpreis für Kaffee nach Abschluss der Verträge so stark gestiegen, dass es zu Preisunterschieden von bis zu 120 US-Dollar pro Quintal (etwa 45 kg) kam. In dieser schwierigen Situation drohte das Auseinanderbrechen einiger Kaffeekooperativen, und auch die GEPA stand vor großen wirtschaftlichen Herausforderungen. Am Ende fanden beide Partner eine Lösung, nach welcher sie das Problem miteinander teilten. Die GEPA zahlte um die Hälfte mehr als im Vertrag vereinbart, den anderen Teil übernahm die Kooperative.

Die GEPA versteht ihre Rolle in der Zusammenarbeit mit Handelspartnern aber auch immer wieder als **Türöffner**. So begleitet sie immer wieder neue Produzentenorganisationen z.B. auf dem Weg zu ihrem ersten eigenständigen Export. Dabei müssen oft viele organisatorische, rechtliche und bürokratische Schwierigkeiten gemeistert werden. Die Kaffeekooperative RAOS in Honduras z.B. war anfangs eine Gruppe von 20 Bäuerinnen und Bauern, die sich als erste den Bio-Kaffeeanbau auf die Fahnen geschrieben hatten. Es gab vor Ort aber keine Person oder Organisation, die über Erfahrung mit dem Export von Biokaffee und mit den nötigen bürokratischen Anforderungen an Zertifizierung und Handel verfügte. So war der Import der ersten 20 Sack Biokaffee ein wahres Abenteuer, das u.a. dazu geführt hat, dass RAOS sich zu einer sehr erfolg- und einflussreichen Produzentenorganisation entwickeln konnte.

Ein anderes Beispiel dafür, wie wichtig das Türenöffnen ist, ist die nepalesische Kleinbauernorganisation „CCU Lalitpur“. Die GEPA hatte von dieser Organisation Kaffee importiert. Damit war dies die erste Kleinbauernorganisation in Nepal überhaupt, die Kaffee exportierte. So wurden die staatlichen Stellen auf sie aufmerksam und inzwischen finanziert der Staat der Organisation eine eigene Aufbereitungsanlage.

Natürlich braucht es auch im Fairen Handel eine Reihe von Anforderungen, die eine Organisation erfüllen muss, um überhaupt Handelspartner sein zu können. Bei der **Organisationsentwicklung** von Kleinproduzentenzusammenschlüssen kann die GEPA nur eingeschränkt selbst unterstützen, denn sie hat keine ständigen Mitarbeiter_innen vor Ort. Die GEPA kooperiert mit Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit, zu denen sie Kontakt herstellen kann. So gibt es seit einigen Jahren z.B. den Fair-Handels-Fond des EED/Brot für die Welt, der dafür in Frage kommt. Viele Handelspartner haben sich von kleinen Produzentengruppen zu großen Zusammenschlüssen mit Hunderten, oder im Fall der Kaffeeproduzent_innen in Ostafrika bis zu 100.000 Mitgliedern entwickelt. Jedes einzelne Mitglied verfügt dabei oft nur über sehr wenig Land, aber die Größe der Organisation stärkt die Verhandlungsposition gegenüber dem Abnehmer.

Aus dem Publikum fragte Herr Yaya Olaniran, Vorsitzender des Committee on World Food Security der FAO, nach den Möglichkeiten der Ausweitung des Fairen Handels und des Exportes von Bioprodukten in afrikanischen Ländern. Nach seinen Angaben gibt es große ökonomische Probleme in vielen Ländern, da diese keine Möglichkeiten zum Export ihrer Produkte hätten, obwohl in der Regel sowieso kaum Pflanzenschutz- und chemische Düngemittel eingesetzt würden.

Andrea Fütterer führte aus, dass sich die GEPA gerade in Afrika, wo sich der kleinste Teil der 180 Handelspartner befindet, um neue Handelspartnerschaften mit neuen Produzentengruppen. Im Unterschied zu Lateinamerika sind hier „gewachsene“ Kooperativenstrukturen nicht so weit verbreitet, die Partnerorganisationen mit Kaffee, bsp. in Tansania oder Äthiopien, sind zum Teil aus staatlichen Kooperativenstrukturen hervorgegangen, deren Funktionsweise eine Reihe von Problemen mit sich bringt.

Beratung ist bei vielen Themen sinnvoll und erforderlich: allgemeine Rückmeldungen, technische Beratung, Qualität. Die GEPA veranstaltet bei ihren Besuchen vor Ort Workshops zu aktuellen Themen und vermittelt bei längerfristigen Beratungsprozessen an andere Akteure.

Die GEPA fördert nachhaltige und biologische Landwirtschaft. Dies tut sie z.B. auch manchmal, indem **Bio-Aufschläge** schon während der Umstellungszeit gezahlt werden. Auch fördert die GEPA Anpassungsmaßnahmen an den Klimawandel. Sinnvoll im Hinblick auf die Ernährungssicherung ist auch oft die Förderung einer Diversifizierung. So können beispielsweise die Kombination von Handwerk zur Einkommenserzielung und Subsistenzlandwirtschaft eine größere Ernährungssicherheit bieten, da bei Ausfällen im landwirtschaftlichen Bereich, z.B. durch Trockenheit, Nahrungsmittel für Geld gekauft werden können.

Ein weiterer Bereich, in dem die GEPA Unterstützung für Kleinproduzent_innen leistet, ist die **eigene Weiterverarbeitung** der Produkte. Wenn es gelingt, über weitere Verarbeitungsschritte einen größeren Teil der Wertschöpfungskette in die Hände der Produzent_innen zu legen, wobei natürlich Qualität eine wichtige Rolle spielt, dann ist das ein großer Erfolg. Ein neuer Ofen zum Trocknen von Cashewkernen und ein anderes Verpackungsmaterial konnten bei „La Sureñita“ in Honduras Qualitätsprobleme in der Erzeugung getrockneter Cashewkerne beseitigen.

Die GEPA fördert durch Vermittlung von Kontakten außerdem die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Organisationen, um nationale Märkte und auch die Märkte der Nachbarländer für die Produkte zu erschließen und so den **Süd-Süd-Handel** auszuweiten. So wird der Faire Handel vielschichtiger. In einigen Produzentenländern gibt es eigene nationale Fair-Handels-Bewegungen und -foren, und es wird der Faire Handel auch auf Konsumentenseite propagiert, auch wenn eine Sensibilisierung für Fairen Handel oder auch Bioprodukte aufgrund der Einkommensstruktur zunächst schwierig ist, denn höhere Preise sind auch hier notwendig.

Ein neues Thema, an dem die GEPA arbeitet, ist die Ausweitung der Handelskette in den **Norden**, z.B. durch die Zusammenarbeit mit dem Ökoanbauverband Naturland. So hat es sich die GEPA aktuell zur Aufgabe gemacht, sich auch bei den Zutaten ihrer Mischprodukte, die aus dem globalen Norden stammen (wie z.B. Milch oder Getreide), faire Alternativen zu verwenden. Damit steigt nicht nur der prozentuale Anteil des Fairen Handels in der Herstellung von Mischprodukten, sondern es kann auch deutlich gemacht werden, dass Probleme wie die Benachteiligung von Kleinbetrieben heutzutage auch in den Ländern des Nordens vorherrschend sind. Menschen, für die die Länder im Süden zunächst einmal zu weit entfernt erscheinen, um sich damit zu beschäftigen, können so für globale Probleme sensibilisiert werden.

Besonders wichtig ist der GEPA aber die Stärkung von Kleinbäuer_innen durch strukturelle und **politische Unterstützung**. Ein konkretes Beispiel dafür war die finanzielle Unterstützung einer Aktivistengruppe, als der Geschäftsführer der Produzentenorganisation Panay Fair Trade Center auf den Philippinen wegen falscher Anschuldigungen ins Gefängnis kam. Mithilfe der Arbeit eines Anwaltes und einer Mahnwache konnte schließlich die Freilassung erreicht werden.

Die GEPA selbst ist in verschiedene Netzwerke des Fairen Handels eingebunden (z.B. Forum Fairer Handel und WFTO) und stärkt durch Mitarbeit und Beitragszahlungen die Arbeitsfähigkeit dieser Selbstorganisationen des Fairen Handels, die als Interessenvertretung der Fair-Handels-Akteure **politische Arbeit** leisten.

Die **Sicherung von technischer und sozialer Infrastruktur**, wie z.B. die Bereitstellung von Schulen, der Bau von Brunnen usw. ist für die GEPA ein wichtiger Aspekt des Fairen Handels mit positiver Wirkung auf Ernährungssicherung und Entwicklung. Andererseits ist die Leistung des Fairen Handels hier auch zwiespältig zu sehen. Denn überall, wo Produzentenorganisationen mithilfe der Fairtrade-Prämien diese Infrastruktur selber schaffen, wird der Staat, dessen Aufgabe das eigentlich wäre, aus der Verantwortung entlassen.

An all diesen genannten Bereichen ist leicht zu erkennen, dass verhältnismäßig wenig Geld und Unterstützung oftmals vor Ort große Wirkung entfalten können. Wichtig ist, dass die **Unterstützung auf Grundlage der Bedürfnisse der Kleinproduzent_innen** geschieht und nicht in Form von fremden Programmen oder fertigen Paketen mit starr anzuwendenden Maßnahmen und großem bürokratischem Aufwand. „Stattdessen brauchen wir angepasste Lösungen und flexible Instrumente der Förderung.“ sagte Andrea Fütterer.

Es ist sinnvoll und wichtig, **Netzwerke vor Ort zu stärken** und die **Zusammenarbeit mit den Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit zu verbessern** und zu konkretisieren. Die Zusammenarbeit sollte besser koordiniert sein, denn oftmals erfährt die GEPA mehr zufällig davon, dass eine NGO bereits vor Ort engagiert ist. Die Zusammenarbeit ist wichtig, da ein Fair-Handels-Unternehmen nicht die personellen und finanziellen Ressourcen hat, um größere bzw. längerfristige Förderungen

zu erbringen oder überall tätig zu werden. Bei 180 Handelspartnern kann spezifische Unterstützung, die über die normalen Leistungen des Fairen Handels hinausgeht, nur punktuell geleistet werden. Fair-Handels-Organisationen können hier aber als Kontaktstelle fungieren.

Notwendige politische Weichenstellungen

Was vor allem im Hinblick auf weltweite Ernährungssicherung fehlt, ist die politische Weichenstellung. Es fehlt noch immer die Anerkennung der tragenden Rolle, die Kleinbäuer_innen und ökologische Landwirtschaft für die weltweite Ernährungssicherung einnehmen. Der Weltagrарbericht (IAASTD, 2008) hat das deutlich herausgearbeitet. Nun muss die Politik den Weltagrарbericht anerkennen und endlich den Forderungen nach einer **internationalen Agrarwende** Rechnung tragen! Kleinproduzent_innen müssen außerdem endlich als wichtige Zielgruppe von nationalen Regelungen und internationaler Entwicklungszusammenarbeit anerkannt werden, was zu einem Umdenken in den entsprechenden Ministerien führen muss.

Bei der **Förderung von Kleinproduzent_innen** müssen diese von Anfang an als gleichberechtigte Partner wahrgenommen und als solche in Projekte eingebunden werden – statt dass sie als „Ende der Wertschöpfungskette“ betrachtet werden. Es müssen rechtliche Rahmenbedingungen geschaffen werden, die z.B. den Zugang zu Land und Krediten ermöglichen bzw. erleichtern, auch muss in technische und soziale Infrastruktur investiert werden. Dies sind einige Punkte, die aus Sicht der GEPA erforderlich sind, weitere lassen sich anschließen.

Vor dem Hintergrund der Erfahrungen der GEPA beurteilt Andrea Fütterer die „Neue Allianz für Ernährungssicherheit“ der G8-Staaten in Afrika kritisch. „Denn in dieser Zusammenarbeit mit Agrarkonzernen und mit der Großindustrie geht es eben in erster Linie um deren Interessen und nicht um die der Kleinbäuer_innen, was unter anderem an der Saatgut policy abgelesen werden kann.“

Die oft kontrovers diskutierte Ausweitung des Fairen Handels in Richtung „mainstream“ sieht Andrea Fütterer positiv und notwendig. Daher habe die GEPA auch die Gründung von TransFair unterstützt. Diese Meinung wurde damals auch stark von Produzentenorganisationen geteilt, die sicher waren, dass eine **Ausweitung des Fairen Handels in konventionelle Absatzkanäle notwendig** sei, um die gehandelten Mengen und Produkte wesentlich zu erhöhen und die Nische zu verlassen. Allerdings, so Fütterer, kann es nicht das Ziel, sondern nur der Anfang sein, wenn Unternehmen wie Aldi eine beschränkte Anzahl Fairtrade-zertifizierter Produkte neben vielen anderen „unfairen“ Produkten im Sortiment führen.

Daher braucht es auch politisches Engagement von noch größeren Akteuren: gesetzliche Vorgaben für ökologisches und faires Handeln auf nationaler und internationaler Ebene! Denn die Verantwortung für Auswirkungen des Welthandels kann nicht an private Organisationen und an die Konsument_innen abgegeben werden. **International verbindliche Rahmenbedingungen** müssen letztendlich dazu führen, faire Handelsbeziehungen und nachhaltige Produktion zur Norm zu machen.

Bei der Zusammenarbeit mit privatwirtschaftlichen Akteuren sollte die Entwicklungszusammenarbeit unbedingt **auf den Fairen Handels als Best Practice-Beispiele für nachhaltiges Wirtschaften setzen**. Darüber hinaus bieten die oben benannten Erfahrungen Anregungen für die Gestaltung von internationaler Handelspolitik. Z.B. ist es wichtig, nicht gleiche Regeln für ungleiche Partner einzuführen.

Andrea Fütterer wies zum Schluss darauf hin, dass das hier gesagte nicht neu ist: Die Lage und auch geeignete Lösungsansätze sind hinlänglich bekannt, wie auch aus entsprechenden Berichten wie dem Weltagrarbericht, dem Weltklimabericht und vielen weiteren Studien eindeutig hervorgeht. Was fehlt, ist ein Umdenken an entscheidender Stelle und der politische Wille, dieses Umdenken auch heute zu beginnen! „Ich möchte daher an dieser Stelle die hier versammelten politischen Entscheidungsträger_innen oder Personen aus deren Umfeld dazu aufrufen, das **Umdenken zu beginnen und die Kleinproduzent_innen wirklich einzubeziehen**. Dafür müssen Machtstrukturen verändert und Asymmetrien abgebaut werden, und natürlich müssen Menschen in den reichen Ländern dafür auch ihren Lebensstil ändern und beginnen abzugeben. Das wichtigste für mich ist“ so Andrea Fütterer, „dass der **Mensch im Mittelpunkt** steht, und **die Wirtschaft dem Menschen dienen soll** – nicht umgekehrt.“

Abschließend nannte sie noch ein Zitat der Produzentenorganisation GreenNet in Thailand, in dem der Klimawandel als Chance betrachtet wird:

„... Der Klimawandel ist auch eine Chance, unsere Lebensweise und unsere Werte zu überdenken, unsere Intelligenz, Flexibilität, Erfindergeist und Solidarität zu stärken und auf Widerstandskraft und Hoffnung zu bauen.“

5. Schlusswort

Abschließend kann gesagt werden, dass der Faire Handel ein System ist, in dem Kleinproduzent_innen auf vielfältige Art und Weise gestärkt werden. Kleinbäuer_innen haben ein großes Potential für einen eigenen Beitrag zu Ernährungssicherung und Entwicklung und wissen, welche Investitionen sie brauchen, um das eigene Potential besser ausschöpfen zu können. Unter anderem werden sie durch den Fairen Handel in die Lage versetzt, selbstbestimmte Investitionen zu tätigen, die sich positiv auf die Ernährungssicherung in ihren Gemeinden auswirken. Beispiele dafür sind u.a. eine Diversifizierung der eigenen Erzeugnisse und Einkommensquellen, eine Aufbereitung und Weiterverarbeitung der eigenen Rohprodukte, Marktentwicklung, aber auch die Entwicklung der eigenen Organisation zur Stärkung der Handlungsfähigkeit und Verhandlungsmacht. Die Finanzierung dieser Investitionen gelingt über die Verwendung der Fair-Handels-Prämie oder mithilfe von zusätzlichen Geldern im Rahmen der Zusammenarbeit mit Fair-Handels-Partnern und Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit. So können mit vergleichsweise wenig Mitteln gute direkte Wirkungen erzielt werden.

Die zunehmende Bedrohung durch den Klimawandel ist jedoch eine Problematik, der auf diesem Wege nicht ausreichend begegnet werden kann. Fairtrade International hat deshalb eine eigene Klimawandelstrategie entwickelt, die unter Einbeziehung öffentlicher Mittel und der privaten Fairtrade-Abnehmer in die Finanzierung einerseits die Entwicklung konkreter Empfehlungen zur Anpassung der Produktion an den Klimawandel und andererseits politische Bewusstseinsarbeit beinhaltet.

Um auf breiter Ebene eine Wirkung zu erzielen, ist es jedoch absolut erforderlich, dass auch Staaten ihrer Verantwortung in Bezug auf eine nachhaltige Welternährungssicherung gerecht werden, und in zweifacher Weise aktiv werden:

1. Eine angemessene finanzielle Förderung des Landwirtschaftssektors mit öffentlichen Mitteln unter Berücksichtigung der tragenden Rolle und des Potentials von Kleinbäuer_innen ist erforderlich.
2. Es müssen gesetzliche Regelungen auf nationaler und internationaler Ebene geschaffen werden, die Kleinproduzent_innen verlässliche und geeignete Rahmenbedingungen zur Entfaltung des eigenen Potentials bieten.

Impressum:

Herausgeber: Forum Fairer Handel e.V., Chausseestr. 128/129, 10115 Berlin, Tel.: 030/28040588, Email: info@forum-fairer-handel.de, Text/Redaktion: Wiebke Deeken / Antje Edler, bereitgestellt als pdf-Dokument, Februar 2013

Der Herausgeber ist für den Inhalt allein verantwortlich.

Die Broschüre wurde erstellt mit finanzieller Unterstützung von