



**Beratung für Management,
Bildung und Technologien**

Hintergrundpapier

„Beitrag des Fairen Handels zu ländlicher Entwicklung“

Erstellt von

FAKT
Franziska Krisch
Hackländerstraße 33
70184 Stuttgart

Im Auftrag von

Forum Fairer Handel e.V.
Berlin, Deutschland

Dezember 2010

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	2
0. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen.....	3
1. Einführung	5
1.1 Herausforderung Ländliche Entwicklung.....	5
1.2 Fairer Handel als gerechtere Option	6
1.3 Erfolgsgeschichte mit Entwicklungsdividende?.....	7
2. Einkommen und Ernährungssicherheit.....	8
2.1 Qualitätsproduktion zur Selbstversorgung, lokale Märkte und Export	9
2.2 Einkommenssteigerung und sichere Arbeitsplätze	10
2.3 Wertschöpfung und Marktzugang	11
3. Lebensbedingungen auf dem Land	12
3.1 Gesundheit und Bildung	12
3.2 Verbesserung der Infrastruktur.....	13
3.3 Umweltschutz und Ressourcenmanagement.....	13
4. Spezielle Wirkungsfelder	14
4.1 Organisation und Qualifizierung	14
4.2 Wertschätzung und Empowerment	15
4.3 Advocacy für eine gerechtere Agrar- und Handelspolitik.....	15
5. Entwicklungsmöglichkeiten	15
6. Literaturverzeichnis	19

Abkürzungsverzeichnis

FFH	Forum Fairer Handel
FINE	Zusammenschluss von 4 Organisationen des Fairen Handels: F - Fairtrade Labelling Organisations International (FLO) I - International Fair Trade Association (IFAT – heute WFTO) N - Network of European Worldshops (NEWS) und E - European Fair Trade Association (EFTA)
FLO	Fairtrade Labelling Organisations International
ILO	International Labour Organisation
MDG	Millennium Development Goals
PPP	Public Private Partnership
UN	United Nations
WFTO	World Fair Trade Organisation

0. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Ob sich die Zahl der weltweit Hungernden wie im Millennium Development Goal 1 gefordert bis zum Jahr 2015 halbieren lässt, wird sich auf dem Land entscheiden. Von der Milliarde Menschen, die derzeit von Hunger und Armut betroffen sind, leben vier Fünftel auf dem Land. Die Mehrzahl der ländlichen Armen ist in der Landwirtschaft tätig, davon über die Hälfte als Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, sowie weitere 20 Prozent als landlose ArbeiterInnen. Sie produzieren die Nahrungsmittel für eine wachsende städtische Bevölkerung und erhalten doch immer weniger Gegenwert für ihre Produkte. Die zunehmende Wasserknappheit sowie der Landhunger großer Konzerne gefährden ihre Lebensgrundlagen.

Seit über 30 Jahren leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung und gerechten Handelsbeziehungen. Durch den Aufbau von langfristigen Handelsbeziehungen zu fairen Bedingungen und die Unterstützung von Produzentenorganisationen erhalten benachteiligte KleinbäuerInnen Zugang zu Exportmärkten. Bei der Qualifizierung von KleinproduzentInnen kooperiert der Faire Handel teilweise eng mit Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit. In der Bewusstseinsbildung kritischer KonsumentInnen hat der Faire Handel Pionierarbeit geleistet. Seit VerbraucherInnen zunehmend Produkte nachfragen, die sozial- und umweltverträglich hergestellt und gehandelt werden, beachten auch konventionelle Handelsunternehmen die Einhaltung von Sozialstandards.

Eine Reihe von punktuellen sowie eine international angelegte vergleichende Wirkungsstudie haben auf Produzentenebene folgende Effekte des Fairen Handels dokumentiert:

- Qualitätsverbesserungen in der Produktion wirken sich nicht nur positiv auf die Selbstversorgung mit hochwertigen Lebensmitteln aus, sondern erleichtern den Zugang zu lokalen, nationalen und internationalen Märkten.
- Verlässliche, faire Preise verbessern das Einkommen von KleinproduzentInnen und sichern die Arbeitsplätze von abhängig Beschäftigten. Durch den Aufbau von Verarbeitungskapazitäten auf dem Land erhöhen die KleinproduzentInnen ihren Anteil an der Wertschöpfung.
- Die zusätzlich gezahlte Fair-Handels-Prämie wird häufig in Gesundheitsstationen und Bildungseinrichtungen investiert und steigert die Lebensqualität auf dem Land. Produktionsbezogene Verbesserungen der Infrastruktur, wie zum Beispiel Elektrifizierung oder Wasserversorgung sowie der in den Fair-Handels-Standards geforderte Umweltschutz kommen nicht nur den Fair-Handels-ProduzentInnen sondern der gesamten Gemeinde zugute.
- Qualifizierungsmaßnahmen sowie Organisationsentwicklung stärken das Selbstbewusstsein der Individuen sowie die Verhandlungsmacht ihrer Organisationen. Das verbessert nicht nur ihre wirtschaftliche Position, sondern führt dazu, dass sich Mitglieder von am Fairen Handel beteiligten Produzentenorganisation auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene politisch engagieren und zum Beispiel eine gerechte Agrarpolitik einfordern.

Unterm Strich bestätigen die für das vorliegende Papier ausgewerteten Wirkungsstudien, dass der Faire Handel einen Beitrag zur Armutsbekämpfung in den ländlichen Räumen der Entwicklungsländer leistet. Sobald die Nachfrage nach fair gehandelten Waren im Norden steigt, sollte man daraus schließen können, dass sich die Entwicklungsdividende des Fairen Handels erhöht und mehr Menschen daran teilhaben können. Der aktuelle Nachfrageboom nach fair gehandelten Waren stellt eine große Herausforderung dar, neue Gruppen benachteiligter Kleinproduzenten für den Marktzugang zu qualifizieren. Gerade konventionelle Handelsunternehmen erhalten die von ihnen benötigten großen Liefervolumina leichter von Plantagen, und die Qualifizierung von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern kostet Zeit und Geld.

Um das Erreichen der Entwicklungsziele des Fairen Handels auch unter Bedingungen eines Massenmarktes zu gewährleisten, ist die enge Zusammenarbeit eines breiten gesellschaftlichen Bündnisses gefragt:

- Regierungen in Deutschland wie in Entwicklungsländern sollten wie im Weltagrарbericht gefordert die kleinbäuerliche Landwirtschaft stärken. Dies muss kohärent in allen Politikbereichen erfolgen, vor allem in der Agrar-, Handels-, Wirtschafts- und Entwicklungspolitik.
- Staatliche und zivilgesellschaftliche Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit sollten einen Schwerpunkt auf ländliche Entwicklung setzen und in ihren Programmen das Instrumentarium des Fairen Handels verstärkt nutzen und ausbauen. Dazu zählen Programme zum Beispiel zur Qualifizierung ländlicher Wertschöpfungsketten sowie zur Organisation und Weiterbildung benachteiligter KleinproduzentInnen.
- Konventionelle Handelsunternehmen, die einen Teil ihrer Produkte mit Fairtrade-Label vermarkten, sollten sich stärker in der Weiterbildung von KleinproduzentInnen in Entwicklungsländern engagieren.
- Alle am Fairen Handel beteiligten Akteure sollten dazu beitragen, dass dieser seine Vorreiterrolle innerhalb einer wachsenden Zahl von Nachhaltigkeitsinitiativen wahren kann. Dazu sollten speziell der Faire Handel im Süden weiter ausgebaut und gefördert und die Geschlechtergerechtigkeit im und durch den Fairen Handel verbessert werden.

1. Einführung

Das Forum Fairer Handel ist das bundesweite Netzwerk des Fairen Handels in Deutschland. Mitglieder sind Fair-Handels-Organisationen wie z.B. die GEPA, die Siegel-Vergabeorganisation TransFair und der Weltladen-Dachverband, sowie Akteure, für welche die Förderung des Fairen Handels einen wichtigen Arbeitsschwerpunkt darstellt, wie u. a. „Brot für die Welt“, Misereor und die Verbraucherinitiative. Die Mitglieder kooperieren insbesondere in den Bereichen Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit sowie in der politischen Advocacy. Darüber hinaus stellt das Forum Fairer Handel eine wichtige Austauschplattform für seine Mitglieder dar und bietet der Öffentlichkeit übergreifende Informationen über den Fairen Handel in Deutschland.

Mit dem hier vorgelegten Hintergrundpapier möchte das Forum Fairer Handel Mitarbeitende aus Bildung und Entwicklungszusammenarbeit, Politik und Journalismus über den Beitrag des Fairen Handels zu Ländlicher Entwicklung informieren. Auf dem Stand aktueller Forschungsergebnisse soll dargestellt werden, inwiefern sich die Ziele des Fairen Handels mit denen ländlicher Entwicklungsprogramme überschneiden, welche Wirkungen des Fairen Handels dokumentiert sind, inwiefern sich diese verbreiten oder noch verbessern lassen und wo Potentiale für eine Weiterentwicklung bzw. Zusammenarbeit mit anderen Akteuren bestehen.

1.1 Herausforderung Ländliche Entwicklung

Von ungefähr einer Milliarde Menschen, die weltweit von Hunger und Armut betroffen sind, leben vier Fünftel auf dem Land. Gerade in Entwicklungsländern sind Lebensstandard und Einkommensmöglichkeiten in ländlichen Regionen deutlich schlechter als in Städten. Die Mehrzahl der ländlichen Armen ist in der Landwirtschaft tätig, davon über die Hälfte als Kleinbäuerinnen und Kleinbauern sowie weitere 20 Prozent als landlose ArbeiterInnen. Sie sind besonders stark betroffen vom Verfall der Preise für landwirtschaftliche Rohstoffe, die in den letzten drei Jahrzehnten über die Hälfte ihres Wertes verloren haben, bevor sie für einige Produkte im Zusammenhang mit dem Boom von Agrotreibstoffen und dem zunehmenden Interesse von Finanzinvestoren an Rohstoffmärkten derzeit wieder steigen. Dass Kleinbäuerinnen und Kleinbauern von diesem Trend profitieren, ist jedoch unwahrscheinlich, fehlen ihnen doch wichtige Voraussetzungen, um an einem liberalisierten Welthandel teilzunehmen: Zunehmende Anforderungen an Qualitätsstandards sowie Einfuhrbeschränkungen und Zölle, die viele Importländer speziell auf weiterverarbeitete Produkte erheben, erschweren RohstoffproduzentInnen den Zugang zu Exportmärkten und die Teilnahme an der Wertschöpfung in globalen Lieferketten. Aufgrund des Mangels an Transportmitteln und Marktinformationen sind sie außerdem häufig Zwischenhändlern ausgeliefert, die ihre Machtposition ausnutzen und extrem niedrige Preise bezahlen. Viele KleinproduzentInnen haben keinen Zugang zu Krediten und können sich daher auch nicht leicht an veränderte Handelsbedingungen anpassen und beispielsweise zu anderen Einkommensmöglichkeiten wechseln, wenn die Preise für ihr Marktprodukt fallen.

Die Situation von Bäuerinnen und Bauern, LandarbeiterInnen, ViehzüchterInnen, FischerInnen sowie KleinhandwerkerInnen zu verbessern, ist ein wichtiges Ziel der Entwicklungszusammenarbeit von Regierungen, der Zivilgesellschaft und von internationalen Organisationen. Denn inwieweit die Millenniumsziele erreicht werden, entscheidet sich nicht zuletzt im ländlichen Raum. Deshalb wird ländlichen Entwicklungsprogrammen hohe Priorität eingeräumt. Der Begriff „Ländliche Entwicklung“ bezeichnet dabei die Gesamtheit aller Maßnahmen, die dazu dienen, die wirtschaftliche und soziale Situation der armen Bevölkerung auf dem Lande zu verbessern sowie ihre Verhandlungsmacht zu stärken. Darunter fällt eine Vielzahl von Ansätzen in den Bereichen Landwirtschaft und Ernährungssicherung, Ressourcenschutz, Zugang zu Land und Wasser, Kredit oder Energie, Förderung von ländlichem Kleingewerbe und Beschäftigung, sowie Gesundheit und Bildung.

Speziell staatliche und internationale Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit beschäftigen sich zunehmend mit der Frage, wie benachteiligte Kleinbäuerinnen und Kleinbauern in die Lage versetzt werden können, am internationalen Handel teilzunehmen, und wie ihr Anteil an der Wertschöpfung in globalen Lieferketten erhöht werden kann.

1.2 Fairer Handel als gerechtere Option

„Fairer 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 benachteiligte ProduzentInnen und ArbeiterInnen – insbesondere in den Ländern des Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung. Fair-Handels-Organisationen engagieren sich – gemeinsam mit VerbraucherInnen – in der Unterstützung von Produzierenden und für Veränderungen der Regeln sowie der Praxis des konventionellen internationalen Handels.“¹

Als sich die weltweiten Akteure des Fairen Handels 2001 auf diese bis heute gültige Definition einigten, blickten sie bereits auf über 30 Jahre faire Handelsbeziehungen zurück. Ursprünglich als Alternative zu den als ausbeuterisch erlebten Strukturen im konventionellen Welthandel entwickelt, war Kaffee lange das wichtigste Produkt im Fairen Handel. An der Kaffeeproduktion lässt sich beispielhaft aufzeigen, wie durch Machtkonzentration in den Händen weniger internationaler Kaffeeröster der Preisdruck nach unten weitergegeben wird, bis zu einem Punkt, an dem die Kaffeebäuerinnen und -bauern mit den Verkaufserlösen für die Kaffeebohnen nicht mehr ihre Produktionskosten decken können.

Der Faire Handel reagiert mit einer Reihe von Kerngrundsätzen auf im konventionellen Handel vorherrschende strukturelle Ungerechtigkeiten:

- **Marktzugang für marginalisierte ProduzentInnen:** Durch eine Verkürzung der Handelskette und der Wertschätzung traditioneller Produktionsformen soll Kleinbäuerinnen und -bauern eine Teilnahme am Welthandel ermöglicht werden.
- **Nachhaltige und faire Handelsbeziehungen:** Der faire Preis deckt alle direkten und indirekten Produktionskosten und soll so Kleinbäuerinnen und -bauern sowie ArbeiterInnen ermöglichen, ihren Lebensunterhalt nachhaltig zu sichern. Durch langfristige Handelsbeziehungen soll Planungssicherheit hergestellt werden.
- **Aufbau von Fähigkeiten und Stärkung der Organisation:** Der Faire Handel fördert den Zusammenschluss von KleinproduzentInnen in Kooperativen sowie von ArbeiterInnen in Arbeitnehmervertretungen. Informationsaustausch und Weiterbildungsangebote versetzen die Teilnehmenden in die Lage, ihre Lebensverhältnisse zu verbessern.
- **Verbrauchersensibilisierung und Advocacy:** Die engere Vernetzung von KonsumentInnen mit ProduzentInnen liefert die Grundlage dafür, dass sich beide gemeinsam für mehr Gerechtigkeit in internationalen Handelsregeln einsetzen.
- **Fairer Handel als Sozialvertrag:** Faire Produktpreise sowie Fairhandelsprämien werden auf der Basis einer transparenten Partnerschaft für Entwicklung durch Handel gezahlt, d.h. die VerbraucherInnen gehen davon aus, dass die ProduzentInnen die höheren Gewinne im Fairen Handel für die Verbesserung ihrer Lebensbedingungen nutzen.
- **Beachtung von Arbeitsrechten:** Speziell bei abhängig Beschäftigten im Plantagensektor gehen die Anforderungen des Fairen Handels über die Einhaltung von internationalen Standards der Weltarbeitsorganisation (ILO) hinaus.

Auf diese Grundsätze haben sich WFTO und FLO geeinigt und sie in einer gemeinsamen Charta niedergelegt.

¹ Definition der internationalen Dachorganisation des Fairen Handels (FINE) aus dem Jahr 2001

Die von der Internationalen Fairhandelsorganisation WFTO aufgestellten Standards für Fair-Handels-Organisationen beschreiben den Ansatz einer integrierten Lieferkette, wie er von 100 % Fair-Handels-Organisationen seit jeher verfolgt wird, noch etwas detaillierter. Ergänzend zu den in der Grundsatz-Charta oben aufgelisteten Kerngrundsätzen fordern sie von den Marktteilnehmern der fairen Wertschöpfungskette noch

- Transparenz und Rechenschaftspflicht sowie offene und partizipative Entscheidungsstrukturen,
- Handelspraktiken, die das soziale, ökonomische und ökologische Wohlergehen benachteiligter ProduzentInnen in den Mittelpunkt stellen und Profite auf deren Kosten ausschließen; die Stornierung oder Zurückweisung bestellter Waren ist z. B. nur nach Anhörung der ProduzentInnen und Kompensation bereits geleisteter Arbeitsschritte möglich,
- Nicht-Diskriminierung, Geschlechtergerechtigkeit und Versammlungsfreiheit,
- Umweltfreundliche Produktion: Bezug von Rohmaterialien aus nachhaltig bewirtschafteten, lokalen Quellen, sparsamer Verbrauch möglichst erneuerbarer Energien, Müllvermeidung sowie nach Möglichkeit ökologischer Anbau.

Zusätzlich gibt es seit den 1990er Jahren den Ansatz der Produktzertifizierung, für den die Fairtrade Labelling Organisation (FLO) steht und der für eine wachsende Zahl von umsatzstarken Produkten auch konventionellen Handelsunternehmen ermöglicht, durch den Erwerb von Lizenzen fair gehandelte Produkte zu verkaufen. Die Grundlage des FLO-Systems bilden vier generische Standards, die von Produzierenden und Handeltreibenden eingehalten werden müssen:

- Zahlung eines fairen Preises, der die Produktionskosten deckt und in einem transparenten Prozess unter Einbeziehung aller Beteiligten ermittelt wird
- Zahlung einer Fair-Handels-Prämie, die ProduzentInnen in Entwicklungsmaßnahmen investieren können
- Zahlung eines produktspezifischen Aufschlags für Bioproduktion (i.d.R. zwischen 10-15% Aufschlag)
- Vorauszahlungsmöglichkeit von bis zu 60 Prozent des Kaufpreises auf Anfrage der ProduzentInnen
- Verpflichtung zu langfristigen Handelsbeziehungen

Diese grundlegenden Standards werden ergänzt durch spezifische Produktstandards, die derzeit für über 20 Produkte vorliegen, und deren Anzahl stetig wächst. In der Preisgestaltung gibt es geographische Varianten; außerdem wird berücksichtigt, ob es sich um kleinbäuerliche Landwirtschaft, Vertragsanbau oder um Plantagenproduktion handelt.

1.3 Erfolgsgeschichte mit Entwicklungsdividende?

Die Einführung eines international gültigen Fairtrade-Siegels hat zum aktuellen Boom des Fairen Handels beigetragen, der seit vielen Jahren zweistellige Wachstumsraten vorweist. Allein der Verkauf von Waren mit dem Fairtrade-Siegel hat sich in den letzten vier Jahren verdreifacht und erlöste im Jahr 2009 weltweit 3,4 Milliarden Euro. Dabei werden hinsichtlich der Menge am meisten Bananen abgesetzt, während Kaffee in Bezug auf den Handelswert die Statistik anführt. Ungefähr 1,2 Millionen Bäuerinnen, Bauern und LandarbeiterInnen produzieren in 827 FLO-zertifizierten Kooperativen und Plantagen für den Fairen Handel². Wenn man deren Familienmitglieder dazurechnet, profitieren circa sechs Millionen Menschen direkt vom Fairen Handel. Da ein Großteil der Fair-Handels-Produkte aus der Landwirtschaft stammt, lebt die Mehrzahl der ProduzentInnen auf dem Land. Daraus lässt sich die Annahme ableiten, dass Fairer Handel – sofern er positive Wirkungen erzeugt –

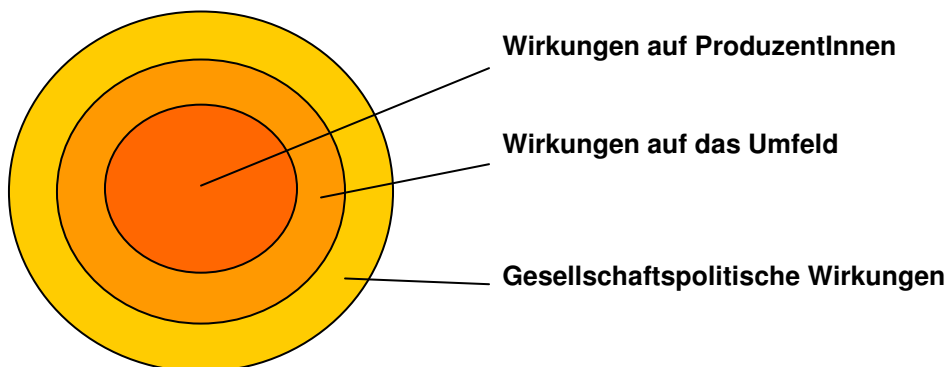
² Gemäß aktueller Zahlen von FLO (www.fairtrade.net) und dem Forum Fairer Handel (www.forum-fairer-handel.de), Stand August 2010

einen Beitrag zu ländlicher Entwicklung leistet. Gleichzeitig deuten die Zahlen von sechs Millionen direkten NutznießerInnen des Fairen Handels gegenüber 800 Millionen armen Landbewohnern auf ein großes bisher noch nicht ausgeschöpftes Potential.

Im Zuge der Diskussion um die Wirkungen der Entwicklungszusammenarbeit werden seit Mitte der 1990er Jahre auch Wirkungsstudien im Fairen Handel durchgeführt. Dabei handelt es sich größtenteils um Fallstudien, denen unterschiedliche Fragestellungen zugrunde liegen. Als Überblick über 33 bis dahin durchgeführte Untersuchungen hat das Natural Resource Institute im Jahr 2009 eine Meta-Analyse über Wirkungen des Fairen Handels vorgelegt³. Gleichzeitig führte das Centre for Development Studies der Universität Nijmegen im Auftrag der niederländischen Fair-Handels-Organisation Solidaridad eine wissenschaftliche Untersuchung über Wirkungen des Fairen Handels durch, die in acht eigenen Fallstudien Fair-Handels-ProduzentInnen jeweils mit einer Kontrollgruppe ohne Fair-Handels-Kontakte verglichen hat⁴. Diese beiden Publikationen sowie eine Reihe von Einzeluntersuchungen lieferten die Informationen für die folgenden Kapitel über Beiträge des Fairen Handels zu einzelnen Aspekten ländlicher Entwicklung. Von seinem Anspruch her möchte der Faire Handel nicht nur die Lebenssituation der ProduzentInnen selbst verbessern, sondern gleichzeitig auf das Umfeld ausstrahlen und gesellschaftspolitische Entscheidungen für eine gerechtere Wirtschafts- und Agrarpolitik beeinflussen. Die Frage lautet also, auf welchen Wirkungsebenen sich Veränderungen beobachten lassen, und welchen Beitrag der Faire Handel dazu geleistet hat.

Die folgende Grafik verdeutlicht, auf welchen Ebenen Wirkungen des Fairen Handels festgestellt werden können, wobei der Beitrag des Fairen Handels im innersten Kreis am stärksten ist, während er im gesellschaftspolitischen Umfeld nur einen von vielen Einflüssen darstellt.

Wirkungsebenen des Fairen Handels



2. Einkommen und Ernährungssicherheit

Die Zahlung eines fairen Preis und der Fair-Handels-Prämie ist ein Alleinstellungsmerkmal, das den Fairen Handel von anderen Sozialstandards unterscheidet, die ebenfalls die wachsende Nachfrage nach Produkten aus sozialer und umweltfreundlicher Produktion bedienen⁵. Einkommensverbesserungen stellen daher auch eine zentrale Wirkungserwartung dar, sowohl bei ProduzentInnen in Entwicklungsländern als auch in der Wahrnehmung von KundInnen des Fairen Handels in Deutschland. Für die ländliche Entwicklung bedeuten verbesserte Einkommenschancen, dass mehr Menschen auf und von dem Land leben können und die Arbeitsmigration in die Städte gebremst wird. Doch verbes-

³ Valerie Nelson/ Barry Pound, University of Greenwich 2009

⁴ Ruerd Ruben (Hrsg.), Wageningen 2008

⁵ Zum Beispiel die Rainforest Alliance, deren Siegel multinationale Lebensmittelkonzerne wie Unilever (Tee) und Chiquita (Bananen) bei eigenen Produkten nutzen; siehe www.rainforest-alliance.org

sert das höhere Einkommen von Fair-Handels-ProduzentInnen auch ihre Ernährungssituation, und was hat die Mehrzahl der Landbevölkerung davon, die nicht selbst am Fairen Handel teilnimmt?

2.1 Qualitätsproduktion zur Selbstversorgung, lokale Märkte und Export

Die meisten Wirkungsstudien dokumentieren eine deutliche Steigerung sowohl der Menge als auch der Qualität landwirtschaftlicher Produkte von KleinproduzentInnen, die am Fairen Handel teilnehmen. Dabei gibt es Fälle, in denen die Produktion durch Ertragssteigerungen auf einer gleichbleibenden Anbaufläche erhöht wird, durch verbesserten Einsatz landwirtschaftlicher Betriebsmittel, wie für den Bananananbau dokumentiert, sowie Beispiele, bei denen die Anbaufläche für das Exportprodukt ausgeweitet wurde, was im Kaffeeanbau beobachtet werden konnte⁶. Wenn die Fair-Handels-Beziehungen Einkommensverbesserungen in Aussicht stellen, kann eine Flächenausweitung für die Fair-Handels-Produktion sinnvoll sein, da die Bäuerinnen und Bauern von den höheren Einnahmen bessere oder mehr Lebensmittel einkaufen können. Auf größeren Anbauflächen lassen sich zudem Ertragsschwankungen u.a. durch Klimaveränderungen besser begegnen, da das Risiko eines Totalausfalls der Ernte geringer ist. Diesbezüglich wird immer wieder die Meinung geäußert, dass eine solche Entscheidung die Abhängigkeit von der Exportproduktion erhöhen könnte. Speziell im Kaffeesektor gibt es vereinzelt Beispiele, dass Bäuerinnen und Bauern in der Erwartung von Fair-Handels-Verkäufen mehr Kaffee produziert haben als sie schließlich absetzen konnten⁷. Einen Beweis für den Kritikpunkt, dass der Faire Handel zur strukturellen Überproduktion beitrage, liefern solche Einzelfälle jedoch nicht.

Auf der anderen Seite bilden Mehreinnahmen aus dem Fairen Handel für viele ProduzentInnen erst die Grundlage, auf der sie die von ihnen auch für Eigenbedarf und lokale Märkte erzeugten Produkte diversifizieren können⁸. Einige legen Gemüsegärten an oder pflanzen Obstbäume, andere züchten Hühner oder Ziegen, kaufen eine Milchkuh oder legen einen Fischteich an. Von diesen Produkten wird ein Teil für die Selbstversorgung verwendet, Überschüsse in der Nachbarschaft verkauft und erst wenn die Produktion eine kritische Masse übersteigt, kommt es zum Verkauf auf lokalen Märkten. Bei Fair-Handelspartnern auf den Philippinen sind Frauen für die Produktion und Vermarktung dieser diversifizierten Erzeugnisse zuständig und können über die Erlöse verfügen⁹. Es gibt auch Beispiele, in welchen Fair-Handels-ProduzentInnen ihre Ausgaben für Ernährung und Bildung erhöht haben, obwohl sie keine signifikanten Einkommensverbesserungen aus der Fair-Handels-Beziehung hatten; d.h. sie setzen nun andere Prioritäten, wofür sie ihr Einkommen nutzen. Bezüglich der Menge der verfügbaren Nahrung lässt sich also festhalten, dass der Faire Handel auf verschiedene Weise einen Beitrag zur Ernährungssicherung der teilnehmenden ProduzentInnen leisten kann und insgesamt ihre Wahlmöglichkeiten für den Einsatz von Ressourcen vergrößert.

Dass der Faire Handel zur Qualitätsverbesserung landwirtschaftlicher Produktion beiträgt, kann als gesichert angesehen werden. Bäuerinnen und Bauern, die erstmals für den Export produzieren, müssen zunächst die Qualitätsanforderungen der Importregionen erfüllen. Hinzu kommen die Fairhandels-Anforderungen, die sich konkreter auf den Produktionsprozess beziehen, also zum Beispiel einen nachhaltigen Einsatz von Düngemitteln und Pestiziden vorschreiben. Während in den Anfangsjahren des Fairen Handels die KäuferInnen in Deutschland bereit waren, minderwertigen Kaffee aus Solidarität zu trinken, ist die Bereitschaft zur Zahlung eines Mehrpreises für eine gerechtere soziale Produktions- und Handelsbedingungen heute stärker an Qualitätsmerkmale gekoppelt. In der Regel haben Fair-Handels-ProduzentInnen ein hohes Qualitätsbewusstsein; es gibt jedoch auch Einzelfälle, bei denen die Sicherheit einer langfristigen Handelsbeziehung dazu führt, dass Investitionen in Qualitätsverbesserungen in die Zukunft verschoben werden¹⁰.

⁶ Ruben 2008, S. 30f.

⁷ Imhof/ Lee 2007, S. 17

⁸ Ruben 2008, S. 175f.

⁹ Krisch/ Armonia 2010, S. 30f.

¹⁰ Nelson/ Pound 2009, S. 12

Die größte Entwicklungsdividende ergibt sich durch die Umstellung auf Öko-Anbau, die häufig durch die Fair-Handels-Prämie finanziert und aktiv von Fair-Handels-Organisationen z.B. durch Beratung unterstützt wird. Höhere Einnahmen durch den im Fairen Handel zusätzlich gezahlten Bio-Aufschlag für die Exportprodukte sowie ein oftmals feststellbarer Bewusstseinswandel führen dazu, dass die KleinproduzentInnen vielfach auch ihre anderen Kulturen umstellen. Dies eröffnet den ProduzentInnen zwei Optionen: Sie können die so produzierten Lebensmittel selbst verzehren und damit die Qualität ihrer Ernährung verbessern. Oder sie kaufen mit den höheren Erlösen für Bioprodukte, die insbesondere in Ländern mit einer kaufkräftigen Mittelschicht wie z.B. den Philippinen auch auf lokalen Märkten erzielt werden können, für ihren Eigenverbrauch Lebensmittel aus konventioneller Produktion¹¹.

2.2 Einkommenssteigerung und sichere Arbeitsplätze

Ein höheres Einkommen wird in den meisten Wirkungsstudien als Wirkung der Fair-Handels-Beziehung dokumentiert. Abhängig von einer Reihe von Faktoren fällt die Einkommenssteigerung jedoch sehr unterschiedlich aus: Wenn der Weltmarktpreis für einen Rohstoff niedrig liegt, verstärkt das den Vorteil, im Fairen Handel kostendeckende Preise zu erzielen. Die meisten ProduzentInnen können nur einen Teil ihrer Exportproduktion zu Fair-Handels-Bedingungen absetzen und erzielen auch nur in diesem Umfang Mehrerlöse, während die erhöhten Produktionskosten für die Einhaltung von Fair-Handels- und ggf. Ökostandards für die gesamte Produktion anfallen. Selbst wenn die monetären Vorteile nur gering sind, trägt die Planbarkeit einer langfristigen Handelsbeziehung dazu bei, Arbeitsplätze im Plantagensektor zu sichern und kleinbäuerlichen Betrieben eine Grundlage für Investitionen zu geben. Auch die Möglichkeit zur Vorfinanzierung der Ernte sowie ein verbesserter Zugang zu günstigen Krediten zum Beispiel aus Kreditprogrammen der Kooperativen spielen hier eine wichtige Rolle¹². Allerdings sind solche Vorteile nicht auf den Fairen Handel beschränkt: Ein Vergleich von kleinbäuerlichen Vermarktungsstrategien für Zucker und Bananen auf den Philippinen hat ergeben, dass durch Verhandlung günstiger Abnahmekonditionen mit internationalen Fruchtkonzernen auch im konventionellen Handel Preise und Bedingungen erzielt werden können, die eine Fair-Handels-Beziehung noch übertreffen können¹³.

Wenn ein starker Bauernverband durch die Fair-Handels-Beziehungen höhere Exporterlöse erzielt, kann sich das als Wirtschaftsmotor für die ganze Region auswirken, z.B. durch die Schaffung von Arbeitsplätzen auch in der konventionellen Produktion sowie im Umfeld der Kooperative, wie das Beispiel von COCLA in Peru verdeutlicht (siehe Kasten).

¹¹ Krisch/ Armonia 2010, S.30

¹² Nelson/ Pound 2009, S.8

¹³ Krisch/ Armonia 2010, S.30

Peru: Fairer Handel als ländlicher Wirtschaftsmotor

COCLA ist ein Verband von 28 kleineren Kooperativen in der Region Cuzco, in dem sich ca. 6.800 KaffeeproduzentInnen organisiert haben. Seit 1996 exportiert der Verband unter Fairtrade-Bedingungen, derzeit sind 25 Prozent der Gesamtproduktion mit dem Fairtrade-Siegel versehen. COCLA ist der viertgrößte Kaffeexporteur in Peru und hilft seinen Mitgliedern mit landwirtschaftlicher Anbauberatung sowie Aus- und Weiterbildung, die Kaffeeproduktion zu steigern. Neben einer technischen Schule und einem Gesundheitsprojekt bietet COCLA auch ein aus Fair-Handels-Prämien finanziertes Programm für Frauen und Familien an. Darüber hinaus trägt die Bereitstellung von Lagerräumen, Verarbeitungsanlagen und Transportmöglichkeiten an die Küste zu einer verbesserten Wertschöpfung bei.

Mit dieser Unterstützung konnten die Mitglieder von COCLA zwischen 2000 und 2006 durchschnittlich 68 Prozent pro Produzentenfamilie mehr verdienen und verfügten über ein stabiles Einkommen. Damit finanzieren sie u.a. die Diversifizierung der Produktion, wie beispielsweise den Anbau von Kakao, sowie Viehzucht und Gemüseanbau für den Eigenbedarf. Durch die Einhaltung der Fairtrade-Standards für landwirtschaftliche Produktion und speziell durch die Förderung der Umstellung auf biologischem Anbau leistet COCLA einen Beitrag zum Umweltschutz und zur Erhaltung der Artenvielfalt. Die wirtschaftliche Entwicklung der gesamten Region wird durch die Arbeit der Kooperative vorangetrieben, vor allem durch die Schaffung von 19.700 direkten und indirekten Arbeitsplätzen auf dem Land, im Anbau und der Weiterverarbeitung von Kaffee. In einigen Gegenden beschäftigt COCLA ein Fünftel der erwerbsfähigen Bevölkerung. Diese Erfolge lassen die VertreterInnen von COCLA gegenüber Verhandlungspartnern sowie auf politischer Ebene selbstbewusst auftreten und die Rechte der Kleinbäuerinnen und -bauern auch landesweit einfordern.

2.3 Wertschöpfung und Marktzugang

Für die meisten Kleinbäuerinnen und Kleinbauern bedeutet der Faire Handel zunächst einen weiteren Marktzugang. Informationsangebote der Kooperative oder des Verbandes versetzen sie in die Lage, aus verschiedenen Alternativen zu wählen. Diese Möglichkeiten vergrößern sich noch, wenn die Fair-Handels-Prämie in die Weiterverarbeitung der agrarischen Rohstoffe investiert wird, z.B. durch Lagerhaltung und die daraus entstehende Option zum Verkauf zu Zeiten hoher Preise, Trocknung oder Produktentwicklung. In den Anfangsjahren des Fairen Handels wurde technische Beratung bei der Lebensmittelverarbeitung häufig aus Mitteln der Entwicklungszusammenarbeit finanziert. Inzwischen leisten vor allem Fair-Handels-Organisationen diese Unterstützung. Allerdings wird der Export verarbeiteter Produkte durch im Vergleich zu Rohwaren höhere Importzölle erschwert, mit denen die EU und die USA ihre Industrie gegen Konkurrenz aus Entwicklungsländern schützen. Kakao beispielweise kann als Rohkakao in die EU zollfrei eingeführt werden, während für Kakaopulver 8 Prozent Zoll gezahlt werden muss. Daher zahlt sich die Weiterverarbeitung für den Vertrieb auf regionalen bzw. nationalen Märkten besser aus als für den Export. Dennoch haben Fair-Handels-Organisationen wie z.B. die philippinische Alter Trade Corporation durch Weiterverarbeitung des Rohzuckers zu Würfelzucker und Instant-Getränkepulvern ihre Produktpalette auch für den Export ausgebaut.

Auch wenn die Effekte des verbesserten Zugangs zu Exportmärkten in der Regel auf Fair-Handels-Partner beschränkt bleiben, gibt es auch Beispiele, dass auf regionalen Märkten das allgemeine Preisniveau für das Exportprodukt angestiegen ist, das einige ProduzentInnen zu Fair-Handels-Konditionen absetzen können. So profitieren auch andere ProduzentInnen vom Fairen Handel, wenn er die Verhandlungsposition aller ProduzentInnen gegenüber Zwischenhändlern stärkt. Diese Beobachtung widerlegte in den von Ruben koordinierten Wirkungsstudien die ursprüngliche Hypothese, dass Fairer Handel zu einem Überangebot an und somit zu einem allgemeinen Preisverfall für das Exportprodukt führen könnte, wodurch konventionellen ProduzentInnen Mindereinnahmen entstünden.

3. Lebensbedingungen auf dem Land

In vielen Entwicklungsländern sind Infrastruktur und Dienstleistungen im ländlichen Raum deutlich schlechter ausgebaut als in den Städten. Der Faire Handel schafft durch die Zahlung einer Prämie für selbstbestimmte Gemeinschaftsprojekte die Möglichkeit, dass die Produzentenorganisationen bis zu einem gewissen Grad selbst in eine Verbesserung der lokalen Lebensbedingungen investieren. Gleichzeitig stärkt die Organisation in Kooperativen die Verhandlungsposition der LandbewohnerInnen, die Bringschuld staatlicher Stellen einzufordern. Für abhängig beschäftigte ArbeiterInnen auf Plantagen, die den fairen Preis nicht persönlich erhalten, stellt die von demokratisch gewählten ArbeiterInnenvertretungen getroffene Entscheidung über die Verwendung der Fair-Handels-Prämie den sichtbarsten Effekt einer Fair-Handels-Beziehung dar.

Im Vergleich zu Kontrollgruppen äußern sich Fair-Handels-ProduzentInnen grundsätzlich positiver auf die Frage nach ihrer Zufriedenheit. Allerdings ergibt eine im Rahmen der Wirkungsstudie Fairer Handel von der Universität Wageningen durchgeführte ökonometrische Analyse, dass speziell die individuellen Investitionen in Lebensqualität sowie die persönliche Zufriedenheit nicht linear verlaufen, sondern zu Beginn der Fair-Handels-Beziehung stark ansteigen und mit zunehmender Dauer wieder abfallen¹⁴.

3.1 Gesundheit und Bildung

Auf individueller Ebene ergaben Untersuchungen in Kenia und Peru, dass Fair-Handels-Partner etwas mehr in Gesundheit investieren als die Kontrollgruppen der konventionell wirtschaftenden Bäuerinnen und Bauern. Als Ergebnis sind die Fair-Handels-Teilnehmenden seltener krank und weisen eine geringere Säuglingssterblichkeit auf¹⁵. Neben dieser verstärkten Nutzung bestehender Angebote gibt es Beispiele, dass Bauernkooperativen die Fair-Handels-Prämie für die Einrichtung von Gesundheitsposten nutzen¹⁶ und die medizinische Versorgung so selbst in die Hand nehmen.

Auch im Bereich Bildung kann man zum einen individuelle Verhaltensänderungen beobachten, wenn beispielsweise Kleinbauernfamilien ihr erhöhtes Einkommen dazu nutzen, ihren Kindern eine höhere Bildung zu ermöglichen, als auch gemeinschaftliche Anstrengungen. Dies ist dann der Fall, wenn mit Hilfe der Fair-Handels-Prämie selbst Bildungsangebote geschaffen werden, die von staatlicher Seite nicht zur Verfügung gestellt werden (zum Beispiel der Aufbau einer Grundschule, die Durchführung von Alphabetisierungskursen oder die Einrichtung eines Stipendienfonds).

¹⁴ Ruben 2008, S. 186

¹⁵ Ruben 2008, S. 176

¹⁶ Pfeifer in Fütterer 2005, S. 18

Ghana: Vorbildliche Arbeitsbedingungen für PlantagenarbeiterInnen

Die Fair-Handels-Kooperative Volta River Estates Ltd. (VREL) exportiert mit der Unterstützung der niederländischen Bank FMO (Finance for Development) und der Ghanaischen Regierung seit 1996 Fairtrade-zertifizierte Produkte. Zunächst konzentrierte man sich in Produktion und Export auf Bananen, doch seit kurzem bereichern Ananas das Angebot.

Mit ungefähr 600 Angestellten ist die Kooperative ein wichtiger ländlicher Arbeitgeber, der zusätzlich gute Arbeitsbedingungen bietet. Die Löhne der Arbeiter stiegen um 30 Prozent über das Niveau des nationalen Mindestlohns und die Arbeitszeiten sind kürzer als auf konventionellen Plantagen. Ein Personalverantwortlicher vermittelt zwischen Management und Arbeiterverband, alle Angestellten haben unbefristete Verträge und kommen in den Genuss zahlreicher Zusatzleistungen, wie Mutterschutz, Kranken- oder Weihnachtsgeld. In einem neuartigen Modell halten VREL-ArbeiterInnen 25 Prozent der Gesellschaftsanteile, welche treuhänderisch verwaltet werden. Die vorbildlichen Arbeitskonditionen bei VREL strahlen auf die Region aus: Bereits ein Jahr nach der Verbesserung der Arbeitskonditionen bei VREL wurden diese von der ghanaischen Arbeitergewerkschaft als Vorbild in Lohnniveau und Arbeitsbedingungen an konventionelle Plantagen herangetragen.

Jede Plantage der VREL ist mit einer medizinischen Versorgungsstation ausgestattet. Dieser Service soll auch nahen Angehörigen der ArbeiterInnen zu Gute kommen. Aus Fair-Handels-Prämien konnten auch Computer und Bücher für die Schulen in der Kooperative finanziert werden.

(nach Ruben 2008, S. 137ff.)

3.2 Verbesserung der Infrastruktur

Auf die Frage, wie sie die Mehreinnahmen aus dem Fairen Handel einsetzen, geben Bauernfamilien häufig an, dass sie Verbesserungen an ihren Häusern und auf ihrem Land vornehmen: das können Reparaturen oder Vergrößerungen der Häuser oder Wohnungen sein, aber auch der Bau einer Zisterne für die Regenwassernutzung. Während diese Investitionen nur den Fair-Handels-Teilnehmenden selbst nutzen, kommen kommunale Investitionen in Elektrifizierung oder Wasserversorgung allen Gemeindemitgliedern zugute. Wenn Kooperativen entscheiden, die Fair-Handels-Prämie für eine solche Investition einzusetzen, haben sie häufig eine Verbesserung der Produktionsbedingungen und damit höhere Profite im Auge; die Lebensqualität erhöht sich sozusagen als Nebeneffekt.

3.3 Umweltschutz und Ressourcenmanagement

Die Fair-Handels-Standards schreiben einen reduzierten und sicheren Einsatz von Agrochemikalien vor, Maßnahmen zur Bodenfruchtbarkeit und zum Wasserschutz, sowie eine geordnete Müllentsorgung. Außerdem wird den Produzentenorganisationen nahegelegt, Umweltanalysen durchzuführen und Pläne zur Minimierung von Verschmutzung zu entwickeln. Im Vergleich zu diesen recht ausführlichen Standards fällt auf, dass die meisten Wirkungsanalysen zum Fairen Handel Umweltfragen eher am Rande behandeln. Im Vergleich zu konventionellen KaffeeproduzentInnen verwenden Fair-Handels-Produzenten in Guatemala nur halb so viele Chemikalien¹⁷. Der Wasserverbrauch von Kaffeewaschanlagen konnte reduziert werden; das gleiche wurde im Blumenanbau durch die Einführung von Tröpfchenbewässerung erreicht. FLO hat sowohl die Liste verbotener Materialien ständig erweitert als auch seine Beratungsleistungen für ProduzentInnen ausgebaut. Viele Fair-Handels-Importorganisationen unterstützen ihre Handelspartner bei der Umstellung auf Bio-Anbau.

In den Wirkungsstudien sind die positiven Effekte des Fairen Handels bei kurzfristigen Maßnahmen deutlicher, die sich in der Regel auf die Produktion beziehen, während langfristige Investitionen zum

¹⁷ Nelson/ Pound 2009, S. 17f.

Beispiel in die Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit nur selten dokumentiert sind¹⁸. Das Engagement der ProduzentInnen hängt stark davon ab, inwiefern sie eine intakte Umwelt als Wert an sich wahrnehmen, zum Beispiel im Fall indigener Gruppen, die sich der Natur stark verbunden fühlen oder von KleinbäuerInnen, die einen Teil ihres Einkommens aus nachhaltiger Waldnutzung beziehen¹⁹. In einigen Studien ist dokumentiert, dass die Fair-Handels-Prämien in Aufforstung oder Umwelttrainings investiert wurden²⁰. In mehreren Fällen ist das stärkere Engagement von Frauen für Bio-Anbau dokumentiert, beispielsweise im Baumwollanbau in Burkina Faso²¹. Die Motivation hierfür ist einerseits auf ein traditionelles Rollenverständnis zurückzuführen und andererseits mit einer Vermeidungsstrategie gegenüber dem hohen Gesundheitsrisiko zu erklären, das Frauen durch Pestizide im konventionellen Baumwollanbau droht. Die Fair-Handels-Produktion bietet hier eine Chance auf Verbesserung sowohl der Umwelt- als auch der Gesundheitssituation und trägt gleichzeitig zum Empowerment von Frauen bei, was gerade in traditionellen Milieus des ländlichen Raums wichtig ist.

4. Spezielle Wirkungsfelder

4.1 Organisation und Qualifizierung

Fair-Handels-Organisationen gehen Geschäftsbeziehungen mit Kleinbäuerinnen und -bauern in der Regel nur ein, wenn diese sich zu Kooperativen und Verbänden zusammengeschlossen haben. Die Einhaltung dieses Kriteriums stellt gleichzeitig eine wichtige Voraussetzung dar, als KleinproduzentIn überhaupt auf größeren Märkten agieren zu können. Daher wird die Stärkung lokaler Organisationen als einer der wichtigsten Effekte des Fairen Handels bewertet²². Der verbesserte Zugang zu Marktinformationen, technischer Beratung und anderen Dienstleistungen wie zum Beispiel Krediten schafft die Bedingungen dafür, dass Kleinbäuerinnen und Kleinbauern risikofreudiger werden, in neue Produkte investieren und sich zu UnternehmerInnen entwickeln. Die Kooperativen lernen durch den intensiven Prozess der Zertifizierung, ihre eigenen Strukturen und Abläufe transparenter und demokratischer zu gestalten.

Als einen weiteren entscheidenden Einfluss für die Stärkung ihrer Organisationen nennen BäuerInnen Kurse zu landwirtschaftlichen Produktionsmethoden, Finanzmanagement und kommunaler Entwicklungsplanung, die oft aus Mitteln der Entwicklungszusammenarbeit von Nichtregierungsorganisationen angeboten werden²³. Viele marginalisierte KleinbäuerInnen konnten sich nur durch eine solche Begleitung für die Teilnahme am Fairen Handel qualifizieren. Neben eigenen Weiterbildungsangeboten unterstützen die Produzentenorganisationen ihre Mitglieder auch darin, entsprechende staatliche Programme zu nutzen. Als Einstiegsmöglichkeit für unorganisierte KleinbäuerInnen hat FLO schließlich Standards für Vertragslandwirtschaft vorgelegt, nach denen Mittlerorganisationen die Funktion übernehmen, die Einhaltung der Fair-Handels-Kriterien zu überwachen und gleichzeitig die Bäuerinnen und Bauern darin zu unterstützen, sich zu Kooperativen und Verbänden zusammenzuschließen.

Einige fair gehandelte Produkte wie zum Beispiel Tee und Baumwolle werden in manchen Ländern nicht von Kleinbäuerinnen und -bauern produziert, sondern auf Plantagen. Damit PlantagenarbeiterInnen auch vom Fairen Handel profitieren können, hat FLO Standards für abhängig Beschäftigte entwickelt. Darin ist festgeschrieben, dass die Unternehmensleitung die ArbeiterInnen nicht nur darin unterstützen muss, sich als Arbeitnehmende zu organisieren, sondern einen sogenannten „Joint Bo-

¹⁸ Ruben 2008, S. 44

¹⁹ Krisch/ Armonia 2010, S. 33

²⁰ Nelson/ Pound 2009, S. 20

²¹ Baier-D'Orazio/ Jekinnou 2010

²² Ruben 2008, S. 44f.

²³ Krisch/ Armonia 2010, S.35f.

dy“ aus Vertretern der Arbeitnehmenden und des Managements gründen, der über die Verwendung der Fair-Handels-Prämie entscheidet. Die Einführung einer solchen Dialogkultur kann den Weg für weitreichende Verbesserungen in Arbeitsbedingungen und Mitbestimmung ebnen.

4.2 Wertschätzung und Empowerment

Eine weitere Wirkung der Fair-Handels-Beziehung ist oft ein größeres Selbstbewusstsein, das viele ProduzentInnen aus der Wertschätzung und dem Erfolg ihrer Arbeit ziehen. Dazu trägt einmal die Erweiterung der landwirtschaftlichen Kompetenz bei, sodann aber auch die höheren Erlöse durch faire Preise und Prämien. Die Fair-Handels-Partner, die über Fair-Handels-Initiativen in direkten Kontakt mit VerbraucherInnen traten, wie zum Beispiel Alter Trade durch Besuchsreisen nach Südkorea und Japan, nennen diese „solidarischen Handelsbeziehungen“ als zentrale Wirkung des Fairen Handels²⁴. Ein größeres Selbstbewusstsein schlägt sich wiederum in einer besseren Arbeitshaltung, unternehmerischer Risikobereitschaft sowie einer allgemein höheren Lebenszufriedenheit nieder. Diese Haltung ist bei Fair-Handels-ProduzentInnen nachweislich stärker ausgeprägt als bei Kontrollgruppen konventionell wirtschaftender Bäuerinnen und Bauern²⁵.

Der Faire Handel fördert die Herausbildung politischen Bewusstseins vor Ort. So berichten die Wirkungsstudien von Fair-Handels-ProduzentInnen, die verstärkt politische Mandate vor Ort wahrnehmen und den lokalen Entwicklungsprozess beeinflussen.²⁶

4.3 Advocacy für eine gerechtere Agrar- und Handelspolitik

Als Mittler zwischen kleinbäuerlichen ProduzentInnen und Importeuren kennen Kooperativen und Bauernverbände die Probleme ihrer Mitglieder sowie die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die Kleinbäuerinnen und -bauern daran hindern, ihren Lebensunterhalt zu erwirtschaften. Die Erfahrungen und Erfolge aus den Fair-Handels-Beziehungen ermutigen einige Verbände, sich aktiv in nationale und internationale Agrar- und Handelspolitik einzumischen und zum Beispiel gegen die Einführung genveränderter Organismen zu protestieren.

Die Wirkungsstudien haben ergeben, dass sich Bauernverbände mit Fair-Handels-Kontakten überproportional häufig politisch engagieren²⁷. Kontakte zu zivilgesellschaftlichen Organisationen in Übersee haben die Durchführung internationaler Kampagnen ermöglicht, die zum Beispiel im Bananensektor auf internationale Fruchtkonzerne Druck ausüben, auch im konventionellen Handel Arbeitsrechte zu beachten und angemessene Löhne zu bezahlen.

5. Entwicklungsmöglichkeiten

Unterm Strich bestätigen die vorhandenen Wirkungsstudien, dass der Faire Handel einen Beitrag zur Armutsbekämpfung in den ländlichen Räumen der Entwicklungsländer leistet. Sobald die Nachfrage nach fair gehandelten Waren im Norden steigt, sollte man daraus schließen können, dass sich die Entwicklungsdividende des Fairen Handels erhöht und mehr Menschen daran teilhaben können. In Produzentenländern allerdings profitieren landbesitzende KleinproduzentInnen und PlantagenarbeiterInnen mit gesicherter Anstellung eher von einer Fair-Handels-Beziehung als landlose TagelöhnerInnen und SaisonarbeiterInnen. Diese Menschen benötigen eine zusätzliche Förderung, bevor sie überhaupt in Reichweite einer Fair-Handels-Beziehung kommen können. Viele Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, die heute erfolgreich für den Fairen Handel produzieren, haben die Voraussetzungen dafür nur durch staatliche Förderung oder Weiterbildungsangebote und Kredite von Nichtregierungs-

²⁴ Krisch/ Armonia 2010, S.37

²⁵ Ruben 2008, S. 108/ 148f.

²⁶ Nelson/ Pound, S. 28

²⁷ Nelson/ Pound 2009, S. 26

organisationen erworben²⁸. Auch Fair-Handels-Importeure bieten bis zu einem gewissen Grad Unterstützung, und auch FLO erweitert gegenwärtig seine Außenstruktur zur Anbauberatung. Nur gemeinsame Anstrengungen einer Vielzahl von Akteuren können bewirken, dass mehr ProduzentInnen in den Genuss fairer Handelsbedingungen kommen. Speziell die Kooperation mit Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit sollte weiter ausgebaut werden²⁹.

Ein rasantes Wachstum des Fairen Handels in Deutschland und weltweit führt inzwischen bei einigen Agrarprodukten dazu, dass die Nachfrage das Angebot zeitweise deutlich übersteigt. Das bedeutet eine große Chance für viele KleinproduzentInnen, in den Fairen Handel einzusteigen. In einem Massenmarkt steigt jedoch gleichzeitig die Gefahr, dass Einkäufer lieber mit Plantagengesellschaften handeln, die ihnen große Liefermengen garantieren, statt sich die benötigte Produktmenge bei mehreren Kleinbauernorganisationen zusammenzukaufen. Nichtsdestotrotz verfolgt der Faire Handel das klare Ziel, benachteiligten KleinproduzentInnen einen Marktzugang zu verschaffen, auch wenn es Zeit und Aufwand bedeutet, neue Produzentenorganisationen für den Fairen Handel zu qualifizieren. In der Vergangenheit wurden Kooperationen mit Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit erfolgreich praktiziert. Angesichts des aktuellen Potentials des Fairen Handels erscheint eine Intensivierung der Zusammenarbeit vielversprechend. Außerdem sollten konventionelle Handelsunternehmen, die einen Teil ihrer Produkte mit Fairtrade-Label vermarkten, sich ebenfalls in der Weiterbildung von KleinproduzentInnen in Entwicklungsländern engagieren. Sogenannte Public Private Partnership (PPP) Projekte bieten eine interessante Plattform für diese Art von Zusammenarbeit.

Unterstützung von Fair-Handels-ProduzentInnen bei der lokalen und regionalen Vermarktung

Es ist ein zentrales Ziel des Fairen Handels, benachteiligte KleinproduzentInnen zu unterstützen. Das wesentliche Instrument dafür ist die Vermarktung ihrer Produkte im Norden. Diese Märkte sind jedoch begrenzt und somit auch die Wirkungen des Fairen Handels im Süden. Auf der anderen Seite verfügt der Faire Handel jedoch über umfangreiche Erfahrungen mit der Vermarktung von Produkten aus Kleinproduzentenstrukturen. Fair-Handels-Organisationen in Holland und Großbritannien bauen auf diese Erfahrungen und beraten und unterstützen über ihre Entwicklungsabteilungen KleinproduzentInnen im Süden, um deren Marktzugang nachhaltig zu verbessern³⁰. Die Verbesserungen in Qualität und Verarbeitung der Fair-Handels-Produkte, aber auch eine vielfach beobachtete Produkt-Diversifizierung eröffnet den ProduzentInnen in der eigenen Region neue Marktoptionen.

Thailand: Bioprodukte für den nationalen Markt

Seit Anfang der 1990er Jahre kooperiert der Fair-Handels-Partner Green Net mit fünf Bauernkooperativen in den ärmsten Gebieten des Landes. Wo zuvor die Landflucht durch hohe Verschuldung immer mehr zunahm, werden heute KleinbäuerInnen in ihrer Eigenständigkeit unterstützt. Durch den Bau einer Reismühle konnte die Wertschöpfung aus der Reisernte erhöht werden. Der Export von Bio-Reis aus Fairem Handel liefert die Grundlage für Investitionen in den nationalen Markt. So entstand u. a. ein Netz von 30 Naturkostläden, welche, neben Reis, auch andere Bio-Produkte aus eigener Produktion anbieten. Der Aufbau der thailändischen Bio-Zertifizierungsorganisation ACT, wodurch die Kosten der ProduzentInnen für Zertifizierung deutlich gesenkt werden konnten, ist ein wesentlicher Verdienst von Green Net. Höhere Erträge aus dem Fairen Handel werden für Gemeinschaftsprojekte, wie Saatgutbanken oder Sparkassen, genutzt. Im Kampf gegen die Übernahme durch große Konzerne und gegen Gentechnik vertritt Green Net die Interessen der KleinbäuerInnen.

(nach: Edler (2008) 100% Fair)

²⁸ Siehe dazu Calo/ Wise 2005 und Krisch/ Armonia 2010

²⁹ Nelson/ Pound 2009, S. 30

³⁰ Neuenroth/ Krisch 2006

Der Faire Handel ist letztlich von der Nachfrage aus dem Norden geprägt, wo nach wie vor auch ein großer Teil der Wertschöpfung stattfindet. Der Anbau nach Fairtrade- und Ökostandards lohnt sich für KleinbäuerInnen mehr, wenn sie für diese Produkte auch im eigenen Land einen höheren Preis erzielen können. Dadurch verbessern sich auch ihre Optionen, durch Weiterverarbeitung der Produkte selbst an der Wertschöpfung zu verdienen. Zunehmend vermarkten Produzenten-Organisationen ihre Produkte auch in ihren direkten Nachbarländern oder auf anderen südlichen Kontinenten. Dies gilt sowohl für Handwerks-ProduzentInnen (Vermarktung innerhalb Afrikas sowie von Afrika nach Asien) als auch im Lebensmittel-Bereich (Kaffee, Kakao). Mit der zunehmenden Kaufkraft insbesondere in Schwellenländern steigt auch das Interesse an fairen und /oder biologisch erzeugten Produkten. Auch nimmt das Qualitätsbewusstsein zum Beispiel der KonsumentInnen in Brasilien zu, die auch im eigenen Land hochwertigen Kaffee trinken wollen.

Die Vorteile des Süd-Süd-Handels bestehen in einer größeren Unabhängigkeit von externen Währungsschwankungen, der Absicherung durch Diversifizierung von Märkten, und der Möglichkeit zur Erprobung neuer Geschäftsideen, zum Beispiel der Einrichtung eigener Cafeterias durch Kaffee-Kooperativen, oder eine Schokoladen-Produktion durch Kakao-Kooperativen wie El Ceibo in Bolivien. Einige Schwellenländer wie zum Beispiel Südafrika und Mexiko haben bereits nationale Fairhandelsinitiativen entwickelt, andere stehen kurz davor (z.B. Indien, Thailand, Philippinen). Durch den Aufbau lokaler Zertifizierungsstellen konnten im Ökobereich die Kosten für ProduzentInnen deutlich gesenkt werden – ähnliches ist auch im Fairen Handel denkbar.

Qualifizierung von Unternehmensinitiativen

Der Faire Handel hat in den vergangenen 30 Jahren durch die Etablierung alternativer Handelsstrukturen erfolgreich aufgezeigt, dass ein gerechterer Austausch zwischen Nord und Süd möglich ist. Auch wenn fair gehandelte Produkte in Deutschland trotz beeindruckender Wachstumsraten bisher über einen Marktanteil von ungefähr einem Prozent nicht hinausgekommen sind, wirken die Forderungen des Fairen Handels nach gerechteren Handelsbeziehungen auch in den kommerziellen Handel hinein. Andere Interessens- und Zertifizierungsverbände fühlen sich offenbar zunehmend in einer Situation, auf diese Forderungen reagieren zu müssen und ihre eigenen Standards in Richtung erhöhter Nachhaltigkeit anzupassen. Ein Beispiel für diese Entwicklung ist GLOBALGAP³¹.

Um Verbesserungen der Arbeitsbedingungen und des Einkommens einer größeren Zahl von ArbeiterInnen und KleinproduzentInnen im Süden zu erreichen, sollte ein Mainstreaming der im Fairen Handel positiv bewerteten Ansätze in kommerzielle Handelsketten erfolgen. So gilt der Multi-Stakeholder-Ansatz (ProduzentInnen, Unternehmen, Gewerkschaften u. a.) von Fairtrade (FLO) als Best Practice in der Debatte um Unternehmensverantwortung.

Fokus auf Gender

Parallel zur Entwicklung des Fairen Handels hat sich in der Entwicklungszusammenarbeit seit den 1970er Jahren die Erkenntnis durchgesetzt, dass sich Frauen aktiv für Armutsbekämpfung und Verbesserung der Lebensbedingungen einsetzen, wo immer sie an Entscheidungen und der Verfügung über finanzielle Mittel beteiligt sind. Von der Frauenförderung über Gender-Mainstreaming bis hin zur Arbeit mit Männern ist Gender seither ein wichtiges Querschnittsthema in staatlichen und zivilgesellschaftlichen Hilfsorganisationen. Im Fairen Handel wird das Potential der Frauenbeteiligung hingegen noch nicht ausgeschöpft.

Zwar wird der Großteil der landwirtschaftlichen Mehrarbeit, die sich aus den Anforderungen für die Fair-Handels- und Biozertifizierungen ergibt, von Frauen geleistet, die zusätzlich weiterhin die gesamte Hausarbeit machen müssen. Dennoch werden die Exporteinnahmen meistens von Männern kontrolliert. Traditionelle Strukturen verhindern in vielen Ländern zudem, dass Frauen Landtitel besit-

³¹ Globalgap wird ganzheitlicher – Lebensmittel Zeitung, 15.10.2010, <http://www.lebensmittelzeitung.net/nes/markt/protected/globalgap>

zen und Zugang zu Krediten erhalten. Wie bereits erwähnt, bieten Nebenerwerbstätigkeiten wie Obst- und Gemüsebau sowie Kleintierzucht Frauen in solchen Gesellschaften eine erste Möglichkeit, ihr Ansehen zu steigern und über ein eigenes Einkommen zu verfügen.

In den Kooperativen und Bauernorganisationen findet man Frauen zunehmend in Verwaltung und Buchhaltung; in den Führungsgremien sind sie jedoch häufig unterrepräsentiert. Positive Beispiele wie das einer Kaffeekooperative in Guatemala, die 50 Prozent der Vorstandssitze für Frauen reserviert, sowie das einer brasilianischen Bauernorganisation, die eine Extrastimme pro Familie eingeführt hat, die von Frauen abgegeben werden muss, sind derzeit noch die Ausnahme³². Durch eine systematische Auseinandersetzung mit dem Thema Gender könnte der Faire Handel seine Wirkungen auf ländliche Entwicklung verstärken. Dabei müssen neben einer gezielten Frauenförderung beide Geschlechter für Fragen der Gleichbehandlung sensibilisiert werden. Eine Zusammenarbeit mit Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit könnte auch zu diesem Thema fruchtbar sein.

³² Nelson/ Pound 2009, S. 32 ff.

6. Literaturverzeichnis

- Baier-D'Orazio, Maria und Jekinnou, Pierre (2010): Sozialstandards und Strategien zur Armutsminderung im Baumwollsektor. Fairtrade und Cotton made in Africa im Vergleich. Unveröffentlichte Studie im Auftrag des Evangelischen Entwicklungsdiensts (EED)
- Calo, Muriel und Wise, Timothy A. (2005): Revaluing Peasant Coffee Production: Organic and Fair Trade Markets in Mexico. Veröffentlicht vom Global Development and Environment Institute (GDAE) der Tufts University (<http://ase.tufts.edu/gdae/>)
- Edler, Antje (Hrsg.) (2008): 100% fair Der Faire Handel in Deutschland. Veröffentlicht vom Forum Fairer Handel (www.forum-fairer-handel.de)
- Fütterer, Andrea (Hrsg.) (2005): Die Wirkungen des Fairen Handels. Veranstaltungsdokumentation veröffentlicht vom Forum Fairer Handel (www.forum-fairer-handel.de)
- Hülsebusch, Christian et al. (2009): Ökologischer Landbau und Fairer Handel in Entwicklungsländern. Veröffentlicht von der Uni Kassel, Ökologische Agrarwissenschaften Witzenhausen
- Imhof, Sandra und Lee, Andrew (2007): Assessing the Potential of Fair Trade for Poverty Reduction and Conflict Prevention: A Case Study of Bolivian Coffee Producers. Veröffentlicht vom Schweizer Staatssekretariat für Wirtschaft (www.seco-admin.ch)
- Krisch, Franziska und Armonia, Ricardo (2010): Different marketing approaches and their impact on food security of farmers in the Philippines. Veröffentlicht von „Brot für die Welt“ (www.brot-fuer-die-welt.de)
- Nelson, Valerie und Pound, Barry (2009): The Last Ten Years: A Comprehensive Review of the Literature on the Impact of Fairtrade. Veröffentlicht vom Natural Resources Institute (NRI) der University of Greenwich (www.nri.org)
- Neuenroth, Carsta und Krisch, Franziska (2006): Verortung des Fairen Handels und Kooperationsmöglichkeiten innerhalb der deutschen und europäischen Entwicklungszusammenarbeit. Unveröffentlichte Studie im Auftrag der gepa
- Reviere, Bruno de (2009): Choisir sa voie de développement. Veröffentlicht von Max Havelaar France (www.maxhavelaarfrance.org)
- Ruben, Ruerd (Hrsg.) (2008): The impact of Fair Trade. Wageningen Academic Publishers
- Schmelzer, Matthias (2007): Fairer Handel und Freier Markt. Studie zu den Wirkungen des Fairen Handels auf die freie Marktwirtschaft. Veröffentlicht von Max Havelaar Schweiz (www.maxhavelaar.ch)
- Torgerson, Anna (2007): Fair Trade and Global Justice: The Case of Bananas in St. Vincent. Veröffentlicht von Cultural Shifts (<http://culturalshifts.com>)
- Weltagrarbericht (2009): Agriculture at a Crossroads (www.weltagrarbericht.de)
- WFTO (2009): Eine Grundsatzcharta für den Fairen Handel. (www.wfto.com)