

Der Faire Handel im Jahr 2014/2015 – Fairtrade schafft Verbindungen:

Engagierte Partner im Norden, positive Auswirkungen im Süden

Das Ziel des Fairen Handels ist seit mehr als zwei Jahrzehnten, die Lebens- und Arbeitsbedingungen benachteiligter Produzentenfamilien im Süden zu verbessern, damit diese sich aus eigener Kraft eine bessere Zukunft für sich und ihre Gemeinschaften sichern können.

Heute profitieren weltweit über 1,5 Millionen Produzenten und Arbeiter vom Fairtrade System. 1.210 Produzentenorganisationen in 74 verschiedenen Ländern sind Fairtrade zertifiziert. Ihre Vertreter sind mit 50% an allen globalen Entscheidungen des Fairtrade Systems beteiligt.

Seit seinen Anfängen entwickelt sich der Faire Handel in Luxemburg stetig weiter: engagierte Partner, Ausweitung des Angebots, steigende Verkaufszahlen und hohe Marktanteile für verschiedene Produkte. Die Folge sind sichtbare positive Auswirkungen für die Produzenten im Süden.



Foto: Santiago Engelhardt

Ein dynamischer, aber ausbaufähiger Markt für Fairtrade Produkte

Im Jahr 2014 betrug der Jahresumsatz an Fairtrade Produkten auf dem luxemburgischen Markt 10,7 Millionen Euro. Das bedeutet, dass im Durchschnitt jeder Einwohner pro Jahr 19,48 € für Produkte mit dem Fairtrade Label ausgibt. Luxemburg befindet sich somit im internationalen Ranking des Pro-Kopf-Verbrauchs auf dem 6. Platz.

Mehr als 1.400 Produkte sind aktuell in mehr als 195 Verkaufsstellen in Luxemburg erhältlich. Bananen (26,40%) und Rosen (19,84%) sind nach wie vor die Produkte mit dem höchsten Marktanteil, gefolgt vom Kaffee mit 6,59%.

Doch es gibt weiterhin viel zu tun. Auch wenn die Vorzeigeprodukte wie Kakao oder Kaffee immer beliebter und bekannter werden, und auch neue Produkte wie Gold und

Baumwolle im Aufschwung sind, sind ihre Marktanteile immer noch niedrig. Es bedarf der Unterstützung zahlreicher Partner, die mit ihrem Engagement den Fairen Handel in Luxemburg vorantreiben.

Engagierte Partner im Norden, positive Auswirkungen im Süden

Insgesamt 19 Lizenznehmer vermarkten aktuell in Luxemburg Fairtrade gelabelte Produkte unter ihrer Marke. Als sogenannte „Multiplikatoren“ vermitteln sie ihren jeweiligen Kunden und Partnern die Bedeutung von Fairtrade, beispielsweise indem sie an unseren Sensibilisierungskampagnen teilnehmen, aber auch eigene Aktionen zur Förderung des Fairen Handels ins Leben rufen.



Ein wichtiges Beispiel dieses Engagements unserer Partner ist die Entscheidung der Banque centrale du Luxembourg (BCL), die weltweit erste Sammelmünze aus Fairtrade Gold auf den Markt zu bringen. Insgesamt 15 Kilogramm fair gehandeltes Gold aus den beiden Minenorganisationen Sotrami und Aurelsa in Peru waren notwendig, um die Sammelmünzen zum Anlass der 175-jährigen Unabhängigkeit von Luxemburg zu realisieren. Dieses Gold stellt insgesamt 58% des weltweit vermarkteten Fairtrade Goldes aus dem Jahr 2014 dar.

Dieser Schritt der BCL brachte den Minenarbeitern in Peru nicht nur eine große Anerkennung, sondern generierte ebenfalls – zusätzlich zum fairen Preis – eine Fairtrade Prämie von 34.000 €, mit der soziale Projekte der Gemeinschaft verwirklicht werden können. Dieses Projekt hat gezeigt, dass die Auswirkungen im Süden enorm sind, wenn ein öffentlicher Einkäufer sich für fair gehandelte Rohstoffe entscheidet.

Regelmäßig finden Kooperationen zwischen verschiedenen Partnern statt, die ihre Kräfte bündeln um gemeinsame Aktionen zur Sensibilisierung für einen Fairen Handel zu organisieren, wie beispielsweise die Kampagne „Fair Fashion“. Diese wurde in der ersten Jahreshälfte 2015 vom Verein Fir de Fairen Handel ins Leben gerufen und von Fairtrade Lëtzebuerg und Caritas Luxembourg unterstützt. Zusammen haben sie eine Solidaritätsaktion zum Gedenken an die Opfer von Rana Plaza, ein Rundtischgespräch sowie die Fair Fashion Messe organisiert.



Erwähnenswert ist ebenfalls die Entscheidung des Pall Centers, seit April diesen Jahres in allen Filialen nur noch ausschließlich fair gehandelte Bananen aus biologischem Anbau anzubieten.

Der luxemburgische Markt wird größtenteils mit Bananen der peruanischen Kooperative APPBOSA beliefert.

Beim Verkauf einer Kiste Fairtrade Bio-Bananen von 18,14 Kilogramm aus Peru wird den Produzenten ein Fairtrade Mindestpreis von 12 Dollar gezahlt. Zusätzlich bekommen die Produzentenorganisationen eine Prämie von 1 Dollar pro Kiste Bananen. Diese Fairtrade Prämiegelder, die zusätzlich zum garantierten Mindestpreis ausgezahlt werden, spielen eine große Rolle für die Entwicklung der Produzentenorganisation, aber auch der ganzen Region. Die Produzenten entscheiden eigenständig und demokratisch, welche Projekte sie mit der Prämie umsetzen, beispielsweise neue Systeme zur Qualitäts- und Produktivitätssteigerung, Gesundheitsvorsorge oder Fortbildungen. Mit der Fairtrade Prämie, die die Kooperative APPBOSA im vergangenen Jahr zusätzlich zum Verkaufspreis der Ware erhielt, konnte sie ein Kabeltransportsystem installieren, welches den Arbeitsalltag der Produzenten erheblich erleichtert. Außerdem konnten die lokalen Schulgemeinschaften unterstützt und den Produzentenkindern finanzielle Hilfe beim Einkauf des Schulmaterials zugesichert werden.

Dank dem Verkauf von Fairtrade Produkten allein in Luxemburg im Jahr 2014 kamen insgesamt 200.000 € an Fairtrade Prämien – zusätzlich zu den garantierten Fairtrade Mindestpreisen – den Produzenten im Süden zu Gute.

Verschiedene Studien haben in den letzten Jahren die Wirkung von Fairtrade untersucht. Es wurde beispielsweise in der CODER-Studie von 2014 herausgefunden, dass Bananenbauern und -arbeiter in Kolumbien durch die Teilnahme am Fairen Handel ihr Haushaltseinkommen erhöht und ihre Produktionskosten reduziert haben, während ihre Arbeitsbedingungen und die Qualität der Unterkünfte sich verbessert haben.

Forscher der Universität Harvard haben im Jahr 2014 verschiedene unabhängige Studien zu ökonomischen Wirkungsmechanismen von Fairtrade untersucht. Sie kommen zum Schluss, dass Fairtrade zertifizierte Produzenten bessere Preise erhalten, höhere Ernteerträge und somit höhere Einkommen erzielen. Außerdem haben sie festgestellt, dass vor allem ärmere, stärker marginalisierte Produzenten von Fairtrade profitieren.

Eine Gruppe von Wissenschaftlern der Universität Göttingen untersuchte im Jahr 2013 die Wirkung von Zertifizierungssystemen in Uganda, wobei der Fokus auf Kaffee-Kleinbauern lag. Laut dieser unabhängigen Studie steigerte die Fairtrade Zertifizierung den Lebensstandard der Produzenten um 30% und reduzierte gleichzeitig das Ausmaß und die Verbreitung von Armut. Die Studie hat gezeigt, dass Fairtrade im Vergleich der unterschiedlichen Zertifizierungssysteme deutlich am besten abschnitt.

Fairtrade – ein System im Wandel

Der Faire Handel hat das „Empowerment“ der Produzenten zum Ziel: die Produzenten bauen Kapazitäten auf, die ihnen helfen zu starken und professionellen Organisationen zu werden, die ihr Potenzial ausschöpfen und über ihre Zukunft selbst entscheiden können.

Über Standards und Zertifizierung hinaus bietet das Fairtrade System nämlich weitere direkte und indirekte Unterstützung für Produzenten und ihre Organisationen an, arbeitet mit Unternehmen und Handel an nachhaltigeren Lieferketten und fördert die Nachfrage auf Konsumentenebene sowie zivilgesellschaftliches Engagement.

Die „Theorie des Wandels“, die Anfang 2014 vom Dachverband Fairtrade International veröffentlicht wurde, beschreibt die wichtigsten Ziele und Veränderungen, die die Fairtrade Bewegung erreichen möchte. Als sich ständig weiterentwickelndes System, das immer neue Herausforderungen meistern muss um das Leben der Produzentengemeinschaften im Süden zu verbessern, wird daran gearbeitet, innerhalb des Systems kontinuierlich Verbesserungen durchzuführen und positive Wirkungen zu verstärken. Beispielsweise wird die Wirkung in den Bereichen Haushaltseinkommen und Lebensstandard, Anpassungsmethoden an den Klimawandel oder Ernährungssicherheit gemessen, um zu sehen wo Fortschritte gemacht werden, aber auch um zu lernen was Fairtrade noch besser machen kann.

Fairtrade – ein Lösungsansatz für nachhaltige Entwicklung



Die Fairtrade Standards basieren auf den drei Säulen der nachhaltigen Entwicklung: Ökonomie, Soziales und Ökologie.

Im September diesen Jahres werden beim Gipfel für nachhaltige Entwicklung der UNO-Mitgliedsstaaten die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung festgehalten, als Fortsetzung der Millennium-Entwicklungsziele. Der Entwurf dieser „Sustainable development goals (SDGs)“ befasst sich mit einer Reihe an Punkten, welche direkt die Bauern und Arbeiter in den internationalen Wertschöpfungsketten betreffen. So rufen die SDGs auf zu einem nachhaltigen Wirtschaftswachstum und menschenwürdiger Arbeit (Ziel 8) sowie nachhaltigen Produktions- und Konsummustern (Ziel 12).

Der Faire Handel bringt diese Ziele in perfekter Weise zum Ausdruck. Wenn durch den Handel die Armut reduziert werden soll, müssen faire Preise bezahlt werden. Wenn ökologische Nachhaltigkeit und soziale Gerechtigkeit erreicht werden sollen, müssen die Märkte auf lange Sicht reguliert werden, damit die Produzenten die Kosten einer nachhaltigen Produktion decken und auf dem internationalen Markt bestehen können. Die Vision von Fairtrade sowie die Arbeit von Fairtrade Lëtzebuerg gehen in diese Richtung. Zum Erreichen der SDGs müssen die Stimmen der kleinen Produzenten und Arbeiter auf höchster Ebene gehört werden. Sowohl die nationalen wie auch die internationalen politischen Verantwortlichen sind aufgefordert, für die kommenden Jahre die richtige Richtung einzuschlagen.

Fairtrade Lëtzebuerg hofft, dass die nachhaltigen Entwicklungsziele, welche die Millennium-Entwicklungsziele ersetzen, tatsächlich umgesetzt werden und dass dieses Mal die nötigen finanziellen Mittel für die erfolgreiche Umsetzung der Ziele gewährt werden.