



## Krise? Neustart!

Die Covid-19-Pandemie trifft den fairen Handel hart. Die Branche reagiert mit Solidarität und kreativen Ideen – auch für die Zukunft

Von **Katja-Barbara Heine**

Dieses Jahr ist alles anders. Die „Avontuur“ brauchte einen Monat länger, um Kaffee, Kakao, Rum und andere Waren über den Atlantik nach Hamburg zu schippen, die nicht nur fair hergestellt, sondern auch CO<sub>2</sub>-frei transportiert wurden – auf dem einzigen deutschen Segel- frachtschiff. „Durch die weltweiten Beschränkungen war die Fahrt eine ziemliche Zitterpartie“, sagt Anna-Maria Ritgen, Sprecherin beim Fair-Handels-Importeur El Puente, der, wie jedes Jahr, Biokaffee aus Nicaragua an Bord des Schiffes hatte. „Die Crew konnte nicht wie geplant ausgewechselt werden, das Beladen in den Häfen verzögerte sich, und als die „Avontuur“ Ende Juli nach sieben Monaten auf hoher See schließlich anlegte, konnte die alljährliche Entladungsfeier wegen der Pandemie nicht stattfinden.“

Die Coronakrise ist für die Fair-Handels-Akteure hierzulande eine große Herausforderung und hat den Alltag vieler umgekrempelt. Doch die Handelspartner im Globalen Süden trifft sie doppelt so hart, denn sie können weder mit staatlicher Unterstützung rechnen noch auf Reserven zurückgreifen. „Die Produzenten in Afrika, Asien und Lateinamerika leiden besonders stark unter den Auswirkungen der Pandemie“, sagt Steffen Weber, Geschäftsführer des Weltladen-Dachverbands. „Viele von ihnen konnten und können teilweise immer noch nicht wieder in ihren Werkstätten und auf den Feldern arbeiten, sie erhalten kein Material, Ware wird nicht verschifft, und der Verkauf im Inland ist zum Erliegen gekommen.“ So konnte etwa auf zahlreichen Plantagen in Bolivien und Peru der Kaffee nicht geerntet werden. In Kenia waren Zehntausende Blumenfarmer ohne Job, weil weltweit die Blumenläden geschlossen waren. Und im besonders hart vom Coronavirus

getroffenen Indien sind viele Kunsthandwerkstätten dicht, zudem kann die Baumwolle nicht ausgesetzt werden.

Große Unternehmen des konventionellen Handels wälzen die Krise auf die Schwächsten in der Lieferkette ab. In der Textilbranche etwa wurden in den Fabriken in Asien zahlreiche Aufträge storniert – sogar für bereits produzierte Ware. Für die Fair-Trade-Akteure kommt das nicht infrage. Sie versuchen, ihre Partner vor Ort bestmöglich zu unterstützen: „In einer solchen Krisensituation zeigt sich besonders, dass im fairen Handel Solidarität vor Profit steht“, sagt Anna Hirt, Referentin des Weltladen-Dachverbands. Man sehe sich als Gemeinschaft, die zusammen nach Lösun-

### Mit staatlicher Hilfe kann im Globalen Süden kaum jemand rechnen

gen sucht. Bereits im März, als die Weltläden schließen mussten, startete der Verband die Aktion #fairsorgung: Durch Lieferdienste, Stände auf Wochenmärkten und andere Maßnahmen konnte weiterhin fair eingekauft werden.

„Jetzt heißt es, zusammenzuhalten und solidarisch sein – weltweit“, sagt auch Ritgen. Das Unternehmen hat Vorfinanzierungen ausgeweitet und seinen Handelspartnern einen Notfallfonds mit 50.000 Euro bereitgestellt. Um den Geldfluss für die Produzenten aufrechtzuerhalten, wurden zudem Gutscheine verkauft für Waren, die aufgrund von Transportproblemen noch in den Produktionsländern feststecken oder wegen der Ausgangsperren noch gar nicht produziert waren. So konnten zum Beispiel die Werkstätten der Organisation Sana Hastakala in Nepal Miete und Mitarbeiter weiterhin bezahlen.

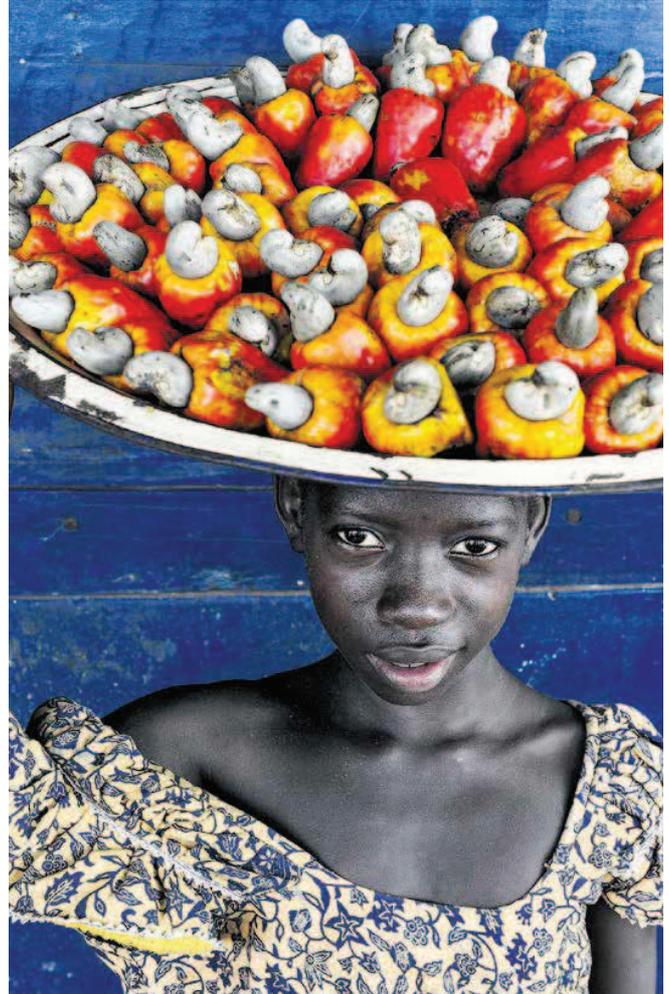
Mittlerweile wird wieder mit halber Kapazität produziert, die Keramikschalen sollen in den nächsten Tagen in Deutschland eintreffen. Mit der Aktion „Eine Maske kaufen – zwei Menschen schützen“ konnten Kunden bereits im April durch den Kauf einer fair produzierten Maske Bedürftige in Armenien unterstützen: Für jede bestellte Maske wurde eine weitere Maske vor Ort gespendet.

Auch die temporäre Mehrwertsteuersenkung geben viele Akteure an die Produzenten im Globalen Süden weiter: Der Weltladen-Dachverband hat, gemeinsam mit der bundesweiten Fair-Handels-Beratung und dem Forum Fairer Handel, die Aktion #fairwertsteuer ins Leben gerufen. „Beim Einkauf im Weltladen merken Kunden die reduzierte Mehrwertsteuer kaum“, heißt es aus dem Verband. „Bei einem Einkauf von 15 Euro sind es gerade mal 30 Cent.“ Im Laufe eines halben Jahres könne in dem dafür eingerichteten Fonds jedoch eine Summe zusammenkommen, die für die Produzenten eine wichtige Unterstützung darstelle.

Die weltweite Initiative Fairtrade International hat als Reaktion auf die Pandemie zwei Hilfsfonds mit insgesamt 3,1 Millionen Euro – eine Million hat Fairtrade Deutschland beigesteuert – eingerichtet: Einen Nothilfefonds für akute Sofortmaßnahmen – aus ihm wurden bereits in mehreren Ländern Schutzausrüstung und Masken finanziert. Und einen Resilienzfonds zur mittel- und langfristigen Unterstützung, der dabei helfen soll, die Produktion wieder aufzunehmen und in neue Technologien zu investieren.

Die Akteure wollen nach der Krise neu starten, Produktion, Handel und Konsum nachhaltiger gestalten. So soll ein Lieferkettengesetz deutsche Unternehmen verpflichten, die Einhaltung der Menschenrechte auch bei Zulieferern im Ausland zu garantieren.

### Harte Nuss Gemeinsam stark genug



Wouli ist ein Verband im westafrikanischen Burkina Faso, der 46 Gruppen von landwirtschaftlichen Erzeugern mit Entwicklungsorganisationen zusammenbringt. Etwa 70 Prozent der rund 2.000 Mitglieder sind Frauen. Die meisten ihrer Produkte sind mit Bio- und Fair-Trade-Zertifikaten versehen. So wie in Bérégadougou, wo

Jörg Böthling ein von der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit gefördertes Projekt des fairen Handels besucht hat. In diesem Betrieb verarbeiten Frauen Cashewnüsse. Oben: Ein Mädchen verkauft die Nüsse samt Früchten. Weitere Bilder auf den folgenden Seiten. Alle Fotos: Jörg Böthling

www.taz.de | anzeigen@taz.de | fon 030-25902314 | Impressum Redaktion: Lars Klaußen | Foto-Redaktion: Karoline Bofinger | Anzeigen: Tina Neuenhofen  
taz Verlags- und Vertriebs GmbH | Friedrichstr. 21 | 10969 Berlin | V.i.S.d.P.: Ulrike Winkelmann



**FAIRE WOCHE**  
11.–25. September 2020

# FAIR STATT MEHR.

**#FAIRHANDELN**  
FÜR EIN GUTES LEBEN

**MACHEN SIE MIT!**  
[www.fairewoche.de](http://www.fairewoche.de)

Veranstalter:  
 **FORUM FAIRER HANDEL**

Kooperationspartner:  
 **FAIRTRADE**  **WELTLADEN DACHVERBAND**

Gefördert durch ENGAGEMENT GLOBAL mit Mitteln des  
 **Bundeministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung**

Gefördert durch  
 **5G FAIRER HANDEL MISEREO**  **Brot für die Welt** mit Mitteln des Klimageschäftes

# Schon mitten im rasanten Wandel

Fairer Handel braucht klimapolitisches Engagement: Beide Aspekte sind letztlich zwei Seiten einer Medaille. Produktion und Konsum müssen nachhaltig werden

Von **Dierk Jensen**

„Wir reden sehr viel über Corona, aber wir haben es ja teilweise mit klimatischen Herausforderungen zu tun, die ungleich größere Implikationen hervorbringen, wie wir sie derzeit im Osten in Ostafrika erleben, wo Ernten in diesem Jahr durch Fluten und Heuschreckenplagen zerstört wurden“, lenkt Dieter Overath, Vorstandsvorsitzender von Fairtrade Deutschland, den Blick weg von der aktuellen Pandemie hin zu den langfristigen Auswirkungen des Klimawandels. Dass entwicklungspolitische Arbeit heutzutage ohne eine Berücksichtigung von klimapolitischen Aspekten tatsächlich kaum noch nachhaltig sein kann, ist inzwischen allen entwicklungspolitischen Organisationen klar.

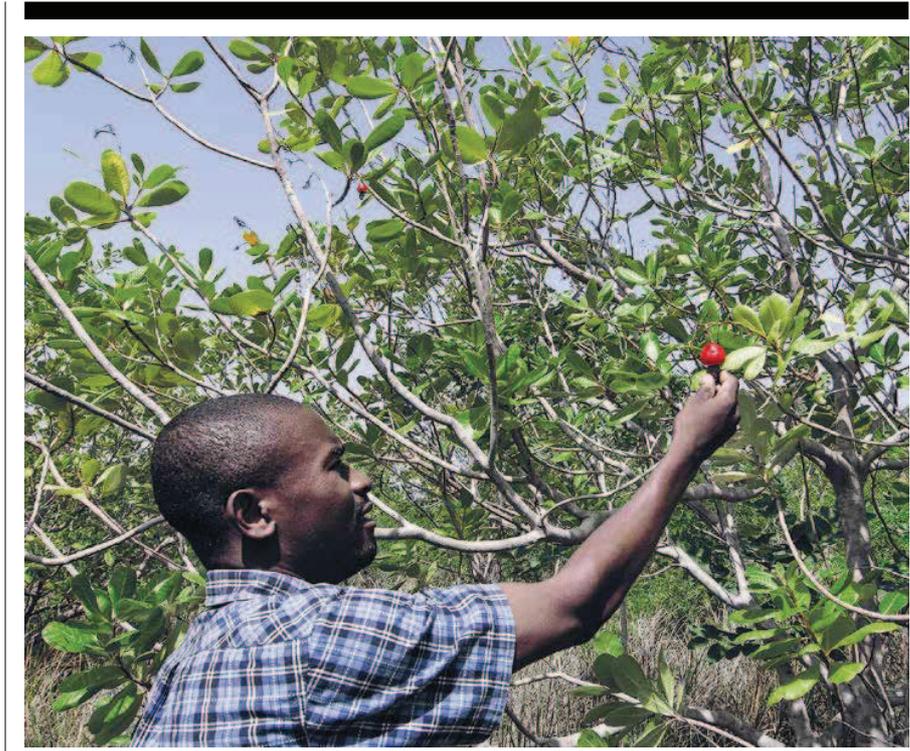
Auch die entwicklungspolitische Organisation der Evangelischen Kirche Deutschlands, die seit Jahrzehnten in vielen Projekten aktive „Brot für die Welt“, proklamiert inzwischen, dass das wichtigste Ziel auf politischer Ebene sein muss, „den Klimawandel mit einer umfassenden Klimapolitik so weit wie möglich zu begrenzen“. Kohleausstieg und der beschleunigte Ausbau der erneuerbaren Energien seien Forderungen, „die sich die Fair-Handels-Bewegung auch im Namen der Kleinproduzentinnen und Kleinproduzenten im Globalen Süden zu eigen machen kann“, ist in einer aktuellen Broschüre zu lesen.

Welche Dramatik sich in vielen Regionen der Welt tatsächlich heute schon abspielt, zeigt sich beispielsweise im Norden Kenias zur Grenze nach Südsudan und Äthiopien. Dort herrscht seit Jahren Dürre; vor allem rund um den Turkkanasee, dessen Wasserspiegel seit vielen Jahren sinkt und durch zweifelhafte Dammprojekte von chinesischen Investoren auf der äthiopischen Seite noch weiter verschärft wird. Schon gegenwärtig

müssen die Ziegen- und Schafhalter monatelang mit ihren Herden, weit entfernt von ihren Familien und Dörfern, durch verdorrte Steppen auf der Suche nach Fressbarem umherziehen. Die Trockenperioden werden immer länger, Wasser ist bedrohlich knapp, und die ohnehin schon geringen Erntemengen schrumpfen noch weiter.

Daher wären die im Norden Kenias betroffenen Viehhalter, nennen wir sie mal Kleinbauern, genau diejenige Klientel, die der Green Climate Fund eigentlich unterstützen will, ein milliardenschwerer Klimafonds mit Sitz in Südkorea, der im Zuge der internationalen Klimakonferenzen von der internationalen Staatengemeinschaft eingerichtet worden ist.

Ob die Hirten und Bauern rund um den Turkkanasee jemals einen Dollar von den potenziellen Gebern bekommen werden, ist nur schwer vorstellbar. Abgesehen davon, dass die Bauern keine geladene Geldkarte brauchen, sondern vielmehr einen „warmen“ Regen vom Himmel und Gras für ihre Vierbeiner. „Die traurige Wahr-



Die Plantage: Prüfer Blick auf die Cashewfrüchte samt Nüssen

werden“, fordert daher Andrea Fütterer, Vorstandsvorsitzende des Forums Fairer Handel und Abteilungsleiterin Grundsatz und Politik bei der Gepa.

Tatsächlich bleibt vielen Kleinbauern in Afrika genauso wie im Süden Asiens und in La-

ter zuspitzen wird. Dadurch geraten der globale Frieden und die Ziele für eine nachhaltige Entwicklung – unter anderem eben auch nachhaltige Produktion und Konsum – ernsthaft in Gefahr.

Nach Angaben entwicklungspolitischer Organisationen werde die weiter um sich greifende Klimakrise bis 2030 voraussichtlich mehr als 100 Millionen Menschen in den sogenannten Entwicklungsländern unter die Armutsgrenze drängen. Falls keine rigorosen Anpassungsmaßnahmen mehr erfolgen, werden sich durch eine globale Erwärmung die landwirtschaftlichen Erträge bis zum Jahr 2050 weltweit um bis zu 30 Prozent verringern. Ein Horrorszenario, das unvorstellbare 500 Millionen kleine Agrarbetriebe auf der ganzen Welt betreffen würde.

„Hierzulande spüren wir den Klimawandel durch heiße Sommer und Starkregen. Für Kleinbauernfamilien im Globalen Süden sind klimabedingte Ernteinbußen eine Existenzbedrohung. Hinzu kommen nied-

rige Weltmarktpreise“, merkt Overath an. „Ein gutes Klima braucht globale Gerechtigkeit. Dies geht nur durch gemeinsames Engagement von Wirtschaft, Politik und Konsumenten.“

Nicht zuletzt deshalb blickt der Globale Süden gebannt nach Europa, ob die EU das 1,5-Grad-Celsius-Limit aus dem Paris-

## Die Trockenperioden werden immer länger, Wasser ist bedrohlich knapp

Abkommen tatsächlich ernst nimmt. Wenn nicht, dann wird die klimapolitische Glaubwürdigkeit Europas vor allem auf dem afrikanischen Kontinent erodieren, wie afrikanische Nichtregierungsorganisationen immer wieder besorgt in die europäische Politik hineintragen. Da Kanzlerin Merkel um eine schwindende Glaubwürdigkeit

der europäischen Klimapolitik weiß, setzt sie in der aktuellen deutschen EU-Präsidentschaft einen Schwerpunkt auf die interkontinentale Zusammenarbeit mit Afrika.

Dabei müsse die Entwicklungsfinanzierung klimarelevant sein, fordern Experten des fairen Handels: „Nationale Regierungen, Geberregierungen und die internationale Gemeinschaft müssen vor allem die Unterstützung für klimaresiliente landwirtschaftliche Existenzen, insbesondere für Kleinbauern und vor allem Kleinbauerninnen, aufrechterhalten und weiterhin in die Bekämpfung von Unter- und Fehlernährung investieren.“

Wenn das nicht gelingt, werden sich Millionen Menschen, darunter auch sicherlich welche aus der Großregion um den Turkkanasee, auf den Weg machen, dorthin zu emigrieren, wo sie Chancen sehen zu überleben. Und dabei im schlechtesten Fall Gefahr laufen, an der griechisch-türkischen Grenze hängen-zubleiben.

Anzeige



heit der Klimakrise ist doch, dass die Zeche die Menschen zahlen, die am wenigsten dazu beigetragen haben – marginalisierte Bevölkerungsgruppen und KleinproduzentInnen weltweit. Um Klimagerechtigkeit zu erreichen, müssen wir die globalen Handels- und Geschäftsmodelle radikal ändern. Faire Handelspraktiken müssen ein integraler Teil von Klimapolitik

teinamerikanischen Ländern angesichts von Dürren, Überschwemmungen und unvorhersehbaren Wetterereignissen keine andere Wahl, als ihre Felder zu verlassen, in die Städte zu ziehen oder gar auszuwandern. Millionen Menschen können ihre Ernährung nicht mehr sichern – eine Situation, die sich durch die Coronakrise aller Wahrscheinlichkeit noch wei-

## Fair-Handels-Organisationen unterstützen die Aktion #fairwertsteuer!

aktion #fairwertsteuer

Kauf in teilnehmenden Weltläden ein & statt an dich, geht der Mehrwertsteuer-Vorteil an die Produzent\*innen.

Mehr erfahren unter: [www.weltladen.de](http://www.weltladen.de)



Elsie Amomoo arbeitet als Näherin für die Fair-Handels-Organisation Global Mamas in Ghana.

Eine Aktion von



# Eine spirituelle Welt, eine Kakaobohne und klare Ziele

In der Sierra Nevada de Santa Marta baut das indigene Volk der Arhuaco einen der besten Kakao der Welt an. Die feinen Bohnen aus Kolumbien sind so gefragt, dass die Arhuaco gute Chancen haben, zu den Wurzeln ihrer Geschichte zurückzukehren

Von **Knut Henkel**

Ein halbes Dutzend Maultiere mit Packsätteln stehen vor dem schmucklosen Betongebäude am Rande von Perico Aguado. Es ist früher Morgen, die Nebelschwaden in den Bergen der Sierra Nevada de Santa Marta haben sich kaum verzogen, und auf der kleinen Lichtung vor dem Beneficio Humedo ist schon reichlich Betrieb. Mehrere Männer in weißen weiten Baumwollgewändern wuchten schwere Säcke auf dem Rücken und schleppen sie zur Waage, die neben mehreren mächtigen Holzkisten in der Halle steht.

„Da lassen wir die frischen Bohnen gleich fermentieren“, erklärt Francisco Villafaña. Gemeinsam mit seinem Bruder Hernán koordiniert er die Arbeit in der kleinen Kakaoverarbeitungsanlage in dem kolumbianischen Dorf Perico Aguado. Das liegt nur ein paar Kilometer vom Badeort Palomino und eine gute halbe Stunde von der Hafenstadt Santa Marta entfernt.

Aus den niedrigen Lagen des Regenwaldes der Sierra Nevada, dem höchsten Küstengebirge der Welt, kommen die aromatischen Bohnen. Sie werden zwischen Oktober und Februar auf kleinen, kaum mehr als zwei Hektar großen Plantagen der indigenen Ethnie der Arhuaco geerntet und im Beneficio Humedo weiterverarbeitet. Hier führen die Brüder Villafaña Regie. Francisco hat in Frankreich eine Ausbildung zum Chocolatier absolviert, Hernán als Autodidakt seit seinem 17. Lebensjahr alles rund um den Anbau und den Handel mit den aromatischen Bohnen gelernt. Damals ist die Familie Villafaña aus den kalten Bergen heruntergezogen auf eine Farm am Rande des Regenwaldes, wo Hernán seine erste Kakaoschote sah und erst für eine Papaya hielt. Bis ihn sein Vater aufklärte.

Seitdem dreht sich vieles im Leben des 34-jährigen mit den langen blauschwarzen Haaren um die bauchigen Schoten, die grün oder auch rot an den Kakaobaumstämmen hängen. Erst wenn sie sich orangegefärbt haben, können sie geerntet werden, so Hernán Villafaña. In Kakaounternehmen, bei Handelsgesellschaften in Kolumbien und Japan hat er hospitiert, sich die Kenntnisse angeeignet, um die Vermarktung der Bohnen, aber auch deren Weiterverarbeitung im Beneficio Humedo zu koordinieren.

Dort ist derzeit reichlich zu tun. Alle paar Minuten treffen Bauern mit schwer beladenen Maultieren ein, die je zwei Säcke à 60 Kilogramm mit frisch geernteten Kakaobohnen schleppen. Die landen wenig später in der langen Reihe von voluminösen Holzkisten, die den vorderen Teil der Halle dominieren. Ein paar Tage fermentieren sie in den Kisten, wobei die dunklen, von weißen Fruchtfleischresten bedeckten Bohnen regelmäßig gewendet werden. „Gleichmäßiges Fermentieren und anschließendes Trock-

nen der Bohnen in der Sonne entscheidet über deren Qualität“, erklärt Francisco Villafaña, und sein Bruder Hernán nickt zustimmend.

Während Francisco die adrette Arbeitskleidung eines französischen Chocolatiers trägt, die an jene der Sterneköche erinnert, ist Hernán traditionell gekleidet: Seine hellexoni sche Kopfbedeckung steht für die von Gletschern bedeckten Berge der Sierra Nevada. Die Sandalen symbolisieren das Meer, und der weiße Überwurf mit dem breiten Gürtel und darunter die weiten weißen Hosen stehen für die Vegetation. „Für uns ist das Gleichgewicht der Natur elementar. In unserer spirituellen Welt ist die Sierra Nevada das Herz der Erde und steht mit allen Regionen im Austausch“, erklärt er. Der Bezug zum eigenen Territorium, der

## Preise auf Kakaomessen, leuchtende Augen bei Gourmets

Schutz der Umwelt, der nachhaltige Bioanbau von Kakao, aber auch Kaffee in Mischkulturen im Regenwald der Sierra Nevada ist für die Arhuaco alternativlos. Dabei haben sie in den letzten zehn Jahren enorme Fortschritte gemacht und verfolgen klare Ziele.

Die Bio- und Fair-Trade-Zertifizierung ist abgeschlossen, der Verkauf der aromatischen Bohnen befindet sich in professionellen Händen, und bei der Qualität haben die indigenen Biobauern in den letzten Jahren Schlagzeilen gemacht. Preise auf internationalen Kakaomessen zeugen davon, und mitverantwortlich dafür ist eine

### Das Land und die Region

In **Kolumbien** sind mehrere Fairtrade-Akteure aktiv. Sie bauen verschiedene Produkte an und verarbeiten diese zum Teil auch weiter. Aus der Region Magdalena etwa kommen **Bananen** mit Fair-Handels-Siegel nach Deutschland. In Kolumbien produzieren 67.000 **Kaffee**-Bauern in Fairtrade-zertifizierten Genossenschaften. Ihnen stehen 16.400 Erzeuger gegenüber, die andere Zertifikate tragen. Im Jahr 2017 stammten **2,5 Prozent** der kolumbianischen **Exporte** aus dem **Fairtrade-Handel**. Die **Sierra Nevada** liegt im Norden Kolumbiens unweit der Küste. In den Tälern der Gebirgskette leben noch vier verschiedene **Indianerstämme**, die Kogi, die Arhuaco (auch Ika genannt), die Wiwa und die Asario (auch Sánha genannt). Insgesamt bevölkern heute geschätzte 20.000 Angehörige indigener Völker die Sierra, deren traditionelle **Lebensweise** und natürlichen **Lebensräume** zunehmend **bedroht** sind.

seltene Criollo-Variante, die bei Gourmets für leuchtende Augen sorgt.

Criollo gilt als die beste aller Kakaoarten, einige Experten vermuten, dass sie aus der Region der Sierra Nevada stammen könnte. Die Arhuaco kultivieren Pflanzen aus einem sehr alten Kakaobestand, der mithilfe von Experten wie Jan Schubert von „Original Beans“ durch Selektion und dem Ziehen neuer Pflanzen erweitert wurde. So ist die Produktion nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ gesteigert worden.

Für die Kooperation mit „Original Beans“, einem in Amsterdam ansässigen, nachhaltigen und sortenrein produzierenden Schokoladenanbieter, haben sich die Kakaovisionäre der Arhuaco entschieden, weil sie mit Aufforstungsprojekten, recycelbarer Verpackung und schonender Verarbeitung nicht nur klimaneutral, sondern klimapositiv agieren. Hernán Villafaña hat damals die Verpackung einer Schokoladentafel von „Original Beans“ im Wald vergraben und als sie sich aufgelöst hatte, grünes Licht für die Zusammenarbeit gegeben. In dessen Verlauf ist der Beneficio Humedo entstanden.

Gleichwohl legen Arhuaco Wert auf ihre Unabhängigkeit, denken mehrdimensional, wie das Beispiel der eigenen Münzu-Schokolade zeigt. Die stellt Francisco Villafaña in dem kleinen Labor her, und die kompostierbaren verpackten Tafeln mit dem eigenen Logo sollen irgendwann in größeren Stückzahlen in Karibikstädten wie Santa Marta, Cartagena de Indias oder Barranquilla verkauft werden.

Die Strategie ist klar: das eigene Produkt verarbeiten, veredeln und irgendwann auch exportieren. So wollen die Arhuaco die eigene Zukunft gestalten und sich obendrein einen Traum erfüllen, so Hernán Villafañas, „Wir wollen unser traditionelles Territorium zurückerlangen, und das Werkzeug dafür ist Geld.“ Vor den spanischen Kolonisatoren und später vor den *Colonos*, den Siedlern, sind die Arhuaco im Laufe der Geschichte immer höher in die Berge ausgewichen.

Dieser Prozess hat sich in den letzten zwanzig, dreißig Jahren langsam umgekehrt. Ermöglicht hat das in einigen Fällen die kolumbianische Regierung, die Land zurückgekauft und den Arhuaco übergeben hat. Der Umzug der Familie Villafaña 2003 ist dafür ein gutes Beispiel. Doch der Prozess ist trotz des im November 2016 unterzeichneten Friedensabkommens zwischen Regierung und Farc-Guerilla ins Stocken gekommen. „Deshalb verfolgen wir unsere eigene Strategie, um in unser traditionelles Siedlungsgebiet zwischen dem Rio Palomino und dem Rio Don Diego zurückzukehren“, so Hernán Villafaña. Dafür ist Kapital nötig, und dabei dient der Kakao als Werkzeug, um zu den Wurzeln der Geschichte zurückzukehren.



In der Fabrik werden die Nüsse geschält und sortiert

## „Fair statt mehr“

Die Veranstaltungen der Fairen Woche laufen bis 25. September

Die Faire Woche beschäftigt sich in diesem Jahr unter dem Motto „Fair statt mehr“ mit der Frage, wie ein gutes Leben für möglichst viele Menschen erreicht werden kann. Wie müssen Produktions- und Konsummuster aussehen, damit sie nicht zulasten von Mensch und Natur gehen? Was kann der faire Handel dazu beitragen, und welchen Beitrag kann jede und jeder Einzelne von

uns leisten? Aufgrund der Coronapandemie und den damit verbundenen Reisebeschränkungen mussten die einladenden Organisationen die Rundreisen der Handelspartner aus dem Globalen Süden in diesem Jahr absagen.

Die Fair-Handels-Unternehmen haben zum Teil alternative Konzepte erarbeitet, um dennoch einen Austausch mit den Produzentinnen und Pro-

duzenten bei der Fairen Woche zu ermöglichen. Unter anderem reist eine kommentierte Videoshow durch das Land, um über die Situation der Produzentinnen und Produzenten vor Ort zu informieren. Wenn möglich, werden einige bereits geplante Veranstaltungen in abgeänderter Art und Weise durchgeführt. **Lars Klaaßen**

[www.faire-woche.de](http://www.faire-woche.de)

EINE MARKE VON J.J. DARBOVEN MEHR ERFAHREN AUF ODER AUF [WWW.CAFE-INTENCION.COM](http://WWW.CAFE-INTENCION.COM)

# KANN NICHT JEDER EINEN GROSSEN SCHRITT FÜR DIE MENSCHHEIT TUN?

**CAFÉ INTENCIÓN FÜR FAIRDENKER**



Die geschälten Cashewnüsse werden verpackt

## Einige Davids gegen viele Goliaths

Der faire Handel ist beim Dialog mit der Politik benachteiligt. Die Akteure dringen nicht in die inneren Machtkreise vor, erhalten Informationen oft zu spät

Skandale um Beraterfirmen oder Konzerne, die Parlamentarier umgarnen, schmücken auch 2020 die Schlagzeilen der Medien. Nicht von ungefähr fordern Organisationen wie LobbyControl oder Abgeordnetenwatch seit Längerem ein verbindliches Lobbyregister für alle. Mehr Transparenz wäre ein wichtiger Schritt, aber nur Teil der Lösung. Denn in Berlin wie in Brüssel konkurrieren personell oft unterbesetzte und finanziell mickrig ausgestattete Organisationen der Zivilgesellschaft (NGOs) mit hochprofessionellen Wirtschaftslobbyisten, die über scheinbar unbegrenzte Mittel verfügen. „Diese Kapazitäten haben zivilgesellschaftliche Organisationen nicht“, sagt Claudia Brück von der Siegelorganisation TransFair. „Hier müssen sich dieselben Leute neben der politischen Arbeit zusätzlich um viele verschiedene Aktivitäten kümmern – da stößt man schnell an Grenzen.“ Gerade die begrenzten personellen Ressourcen seien aber eine ganz konkrete Benachteiligung gegenüber größeren Wirtschaftsverbänden, kritisiert Maja Volland vom Forum Fairer Handel. Die Folge: NGOs dringen nicht in die inneren Macht-

kreise vor, oft erhalten sie Informationen zu spät, um noch auf politische Prozesse einwirken zu können. Diesen Befund bestätigt auch eine aktuelle Studie von LobbyControl zur deutschen EU-Ratspräsidentschaft: Darin heißt es, dass „vor allem große Unternehmen einen privilegierten Zugang zur Bundesregierung genießen, während dies für die Zivilgesellschaft oftmals nicht gilt.“ Dabei setzen sich NGOs für Gemeinwohlinteressen wie Klimaschutz, Menschenrechte oder Fair Trade ein: „Im fairen Handel lobbyieren wir für Menschen, die nicht Teil der EU sind, aber die Konsequenzen unseres Handelns und Handels tragen müssen“, sagt Brück. Im Gegensatz hierzu steht bei den Vertretern von Tabakkonzernen, Nahrungsmittelindustrie und Co. lediglich das Wohl des jeweiligen Unternehmens oder der Branche im Vordergrund. Das Engagement des fairen Handels kommt bei den Parlamentariern gut an. „Die Abgeordneten wertschätzen es, wenn Akteure mit ihnen in Austausch gehen, denen es nicht um das Eigeninteresse geht“, sagt Anna Hirt vom Weltladen-Dachverband. Die meisten Politiker teil-

ten die Werte und Prinzipien des fairen Handels. Das ist zwar nett, aber was bringt es? „Bei einigen politischen Entscheidungsträgern ist zu erkennen, dass sie den fairen Handel als gute Möglichkeit sehen, sich für faire Produktions- und Konsummuster einzusetzen, ohne dabei strukturelle Problemstellungen verändern zu müssen“, sagt Volland. Der faire Handel müsse aufpassen, nicht als Feigenblatt missbraucht zu werden. Wie zäh der Dialog mit der Politik sein kann, erläutert Claudia Brück am Beispiel der Kampagne zur Abschaffung der Kaffeesteuer auf fairen Kaffee: „Die zieht sich trotz Unterstützung aus dem BMZ schon drei Jahre hin.“ Doch so schwer es auch für die einzelne NGOs sein mag, auf der politischen Ebene Erfolge zu erzielen, so vielversprechend wird es, wenn man sich vereint. Der Druck, den Dutzende bekannter Organisationen der Zivilgesellschaft, darunter auch der faire Handel, bei der Forderung etwa nach einem Lieferkettengesetz aufbauen, lässt hoffen, dass sich konzentrierte Aktionen und ein langer Atem letztendlich auszahlen. *Frank Herrmann*

## Wir machen das jetzt selbst

Ob Kaffee, Schokolade oder Gewürzmischung: Fair-Handels-Unternehmen produzieren immer häufiger in den Anbauländern der Rohstoffe. Dabei geht es um ein großes Stück vom Kuchen

Von **Katja-Barbara Heine**

„Produziert, verarbeitet und abgepackt in Südafrika“ steht auf der Schachtel mit den Nougataltern. „Made in Ghana“ und „Jobs for Africa“ liest man auf den pastellfarbenen Schokoladentafeln von Fairafric. Und „geröstet in Kolumbien“ auf den Kaffeepackungen des „Café Autentico“ von El Puente.

Noch sind solche Produkte Exoten in den Geschäften hierzulande. Doch es werden mehr, vor allem in den Weltläden. Der faire Handel verlagert zunehmend die Produktion von Lebensmitteln dorthin, wo der Rohstoff wächst. So werden vor Ort Know-how und Arbeitsplätze geschaffen, und die Länder im Globalen Süden bekommen ein größeres Stück vom Kuchen ab.

Etwa 70 Prozent des weltweit angebauten Kakao wachsen in Afrika, aber nur 1 Prozent der Schokolade kommt von dort. Für die Rohstoffhersteller ist das ein schlechter Deal: Der Weltmarktpreis einer Tonne Kakao bohnen liegt bei rund 2.300 US-Dollar. Werden die Bohnen vor Ort, etwa in Ghana, einem der global führenden Kakaoanbauländer, zu Schokolade verarbeitet, bleiben pro Tonne Kakao 10.000 US-Dollar im Land – ein Vielfaches. Generell gilt: Je mehr Schritte des Wertschöpfungsprozesses im Ursprungsland stattfinden, desto mehr verdienen die Menschen dort daran.

„Wertschöpfung im Herkunftsland ist ein wichtiges Werkzeug, um die postkolonialen Strukturen zu durchbrechen“, betont Barbara Schimelpfennig, Sprecherin beim größten deutschen Fair-Handels-Importeur Gepa. „Denn der einseitige Import von Rohstoffen begünstigt die Wirtschaftsinteressen der ehemaligen Kolonialmächte und benachteiligt Menschen im Globalen Süden.“

Das von der Gepa importierte Kunsthandwerk wurde schon immer vollständig vor Ort produziert, so die Sprecherin weiter. Lebensmittel hingegen wurden hauptsächlich als

Rohstoffe exportiert und dann hierzulande verarbeitet. Die Gründe hierfür sind zahlreich: Andere Anforderungen an das fertige Produkt, ein anderer Geschmack, aber auch Verpackung und Transport spielen eine Rolle.

Vor 24 Jahren unternahm Gepa schon einmal einen Versuch und bot mit dem „Café Autentico“ einen vollständig in Costa Rica produzierten Kaffee an. „Doch die Zeit war noch nicht reif und das Produkt nicht ausgereift“, so Schimelpfennig.

Heute hat das Unternehmen drei komplett im Herkunftsland produzierte Kaffeesorten aus Honduras, Guatemala und Ruanda im Angebot, die auch in Supermärkten verkauft werden. Insgesamt importiert Gepa 40 im Anbauland produzierte Lebensmittel, beim Mitbewerber El Puente sind es sogar 105. Hinzu kommen teilweise vor Ort weiterver-

arbeitete Produkte, zum Beispiel Kakaobutter oder Instantkaffee, der in Europa abgefüllt wird.

Immer häufiger entstehen Schokolade und Kaffee also dort, wo die Bohnen wachsen. Der Münchner Schokoladenhersteller Fairafric hat so in Ghana zahlreiche Arbeitsplätze geschaffen. Auch Pecari aus Ecuador und La Equitativa aus Kolumbien exportieren fertig abgepackte Tafeln. Beide arbeiten mit Kleinbauern und kleinen Manufakturen zusammen und produzieren Schokolade mit verschiedenen Geschmacksrichtungen. Das zeigt nicht nur, wie vielfältig Kakao ist, sondern trägt auch zum Erhalt seltener Sorten bei. Die Fair-Handels-Organisation Turle Trading wiederum stellt in Südafrika Kräutersalze, Gewürzmischungen, Saucen und Tapenaden her, die weltweit exportiert werden. Unter den derzeit rund 500 Mitarbeitern sind fast 70 Prozent Frauen.

Während konventionelle Unternehmen – etwa im Textil- oder Elektroniksektor – die Produktion ins Ausland verlegen, um Geld zu sparen, ist im Fair-Handels-Sektor das Gegenteil der Fall. Die vor Ort gefertigte Ware ist teurer. Der in Kolumbien geröstete Kaffee „Columbian Specialty“ etwa kostet pro 250 Gramm einen Euro mehr als ein vergleichbares in Deutschland geröstetes Fair-Handels-Produkt. Dafür bleiben 3,39 Euro bei der kolumbianischen Kooperative – während es beim hier produzierten Kaffee nur 1,24 Euro sind.

Seit die Produzenten eigene Röstereien besitzen, entwickelt sich auch die einheimische Kaffeekultur weiter: „Die Zeiten, als gute Qualität ausschließlich für den Export produziert und vor Ort minderwertige Ware angeboten wurde, sind vorbei“, so Anna-Maria Ritgen von El Puente. „Der Kaffee für den heimischen Markt wird in Kolumbien immer noch anders geröstet. Aber er ist genauso gut.“

Dass zunehmend in den Anbauländern produziert wird, hat auch Kehrseiten: „Ein Wertmehrschritt ist sicherlich der Kühltransport, der bei Schokolade und Pralinen aus Kolumbien nötig ist und den CO<sub>2</sub>-Abdruck des Produkts erhöht“, so Ritgen. Schimelpfennig weist darauf hin, dass sich bei vor Ort geröstetem Kaffee durch den langen Transport die Haltbarkeitsdauer verkürzt.

Die größte Herausforderung für Kaffeeproduzenten im Globalen Süden sei jedoch, den Geschmack des europäischen Gaumens zu treffen, meint eine Weltladen-Betreiberin in Berlin. Sie hat nach einiger Zeit den vor Ort gerösteten Kaffee wieder aus dem Angebot genommen. „Er schmeckt einfach anders und hat uns und unsere Kunden nicht überzeugt“, sagt sie. „Die Schokoladen aus Ghana und Südamerika sowie die Kekse und Gewürzmischungen aus Südafrika hingegen laufen sehr gut.“

## CO<sub>2</sub>-Bilanz und Fragen des Geschmacks: Bei Lebensmitteln wird es schwierig

Immer häufiger entstehen Schokolade und Kaffee also dort, wo die Bohnen wachsen.

Das zeigt nicht nur, wie vielfältig Kakao ist, sondern trägt auch zum Erhalt seltener Sorten bei. Die Fair-Handels-Organisation Turle Trading wiederum stellt in Südafrika Kräutersalze, Gewürzmischungen, Saucen und Tapenaden her,

### Was sollten wir in der Krise teilen?

- Verschwörungstheorien
- gebrauchte Taschentücher
- Nächstenliebe

Teilen auch Sie mit den Ärmsten:  
[misereor.de/handeln](http://misereor.de/handeln)

Fair gehandelter Biowein aus Südafrika.

## RICHTIG GUT. FAIRSPROCHEN.

Probierpaket jetzt bestellen!  
[www.vinoc.de](http://www.vinoc.de)

DE: 020-001

TEL: +49 7774 93 13 93 • SERVICE@VINOC.DE • WWW.VINOC.DE

# Seit dem 22. August drüber

Die Veranstalter der diesjährigen Fairen Woche rücken das 12. UN-Ziel „Nachhaltiger Konsum und Produktion“ in den Mittelpunkt der Diskussion. Das ist auch dringend nötig

Von **Dierk Jensen**

Sich ambitionierte Ziele zu setzen ist gut. Sie zu erreichen ist besser. Dies gilt auch für die von den Vereinten Nationen (UN) im Jahr 2015 im Rahmen der Agenda 2030 proklamierten Nachhaltigkeitsziele. Insgesamt sind es 17. Darunter solche Ziele wie „Keine Armut“ – „Kein Hunger“ – „Weniger Ungleichheit“ – „Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen“. Das zwölfte Ziel im kleinen UN-Katechismus trägt den Titel „Nachhaltiger Konsum und Produktion“. Davon ist die Weltwirtschaft trotz aller Bemühungen des fairen Handels sowie vieler politischer Bewegungen und Gewerkschafter weit entfernt.

Das lässt sich etwa am Earth Overshoot Day ablesen. Der Erdüberlastungstag zeigt an, zu welchem Zeitpunkt im jeweiligen Jahr die globale Nachfrage nach Ressourcen die Reproduktionskapazität des Planeten übersteigt. In diesem Jahr war es schon der 22. August; zum Vergleich: im Jahr 1976 lag der Earth Overshoot Day noch um den 1. Dezember herum. Mit anderen Worten: Die Zerstörung schreitet mit hohem Tempo voran; die Menschheit verbraucht mehr, als überhaupt nachwächst. Wir leben auf Pump. Während die Profite aus dem wirtschaftlichen Treiben obendrein noch extrem ungerecht verteilt sind, manifestieren sich die Nachteile am Raubbau an den Ressourcen,

quasi sozialisiert im Klimawandel, und in der schwindenden Biodiversität – oder auch in der Plastikflut, die an vielen Küsten der Welt zu beobachten ist.

Abgesehen davon, dass Menschen unter diesem Tun schon jetzt ökonomisch und gesundheitlich leiden: Ungerechtigkeit herrscht auch an dieser Stelle, denn die ärmere Bevölkerung muss in der Regel für das wenige nachhaltige Handeln am Ende mehr Tribut zahlen, weil ihr der Zugang zu Medizin, sauberem Wasser und menschenwürdigem Wohnen oftmals verwehrt ist.

Wer sich also den Nachhaltigkeitszielen der UN verpflichtet fühlt, wie es die Akteure des fairen Handels seit vielen Jahren tun, der will es irgendwann auch nicht nur für seinen eigenen relativ kleinen Wirkungskreis, sondern fordert dies auch für den großen politischen Rahmen ein. „Der faire Handel steht vor der Wahl: Entweder wir machen weiter so, vergrößern unseren Umsatz, verbessern die Lebensbedingungen von einigen Tausend Menschen im Norden und Süden – davon profitieren wir selbst und fühlen uns ein bisschen besser als die anderen. Oder wir streben die große Transformation von unten an. Denn: Eine andere Wirtschaftsordnung ist möglich“, appellierte Gerd Nickleite, Ehrenvorsitzender des Forums Fairer Handel, an die Fairhandels-Sze-

nerie vor einiger Zeit eindringlich.

Ein Aufruf, der aktuell sicherlich auch an Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier gerichtet ist, liegt doch in dessen Ministerium aktuell ein Entwurf zum sogenannten Lieferkettengesetz in der Bearbeitungsschleife, das Arbeitsminister Hubertus Heil und Gerd Müller, seines Zeichens Bundesminister für Wirtschaftliche Zusammenarbeit, gemeinsam vorgelegt haben. In diesem Lieferkettengesetz wollen die beiden Ministerien verbindliche Standards für deutsche Unternehmen auf den Weg bringen, um den globalen Handel von der Erzeugung bis hin zum Konsum sozialer und auch umweltverträglicher werden zu lassen. Damit wollen Müller und Heil die im CDU/SPD-Koalitionsvertrag einst vereinbarte Umsetzung der UN-Nachhaltigkeitsziele von 2015 wenigstens auf nationaler Ebene voranbringen. Versprach doch der CSU-Mann Müller schon bei der Eröffnungsrede zur Fairen Woche 2018: „Fair muss Standard sein.“

Dass die hehren Worte in der wirtschaftlichen Realität vieler deutscher wie auch ausländischer Unternehmen oft scheinheilig Blabla sind, offenbarte sich in einer vom Ministerium für Wirtschaftliche Zusammenarbeit in Auftrag gegebenen Studie. Darin zeigte sich, wie Minister Müller im Juli ernüchtert ein-

räumen musste, dass sich viele deutsche Unternehmen nicht einmal an soziale und ökologische Mindestanforderungen halten. Um dies endlich zu ändern, will man das Lieferkettengesetz noch in dieser Legislatur auf den Weg bringen, so zumindest die Intention. Vorausgesetzt allerdings, dass Wirtschaftsminister Altmaier die Sache nicht zu lange aussitzt und am Ende doch keine Einigung vor Ende der Legislaturperiode erzielt wird.

Aber unabhängig der zaudernd anmutenden politischen Bühne entscheidet jeder Verbraucher bei jeder Konsumentenscheidung an jedem neuen Tag für oder gegen etwas. Also auch, ob für oder gegen fair. Diese Entscheidungskraft liegt letztlich bei jedem Einzelnen. Dieses Motiv wird auch vom Motto der diesjährigen Fairen Woche aufgegriffen: „Fair statt mehr, Fair handeln für ein gutes Leben.“ Wie sagte doch eine Mitarbeiterin vom Weltladen-Dachverband in einer Reihe von Videobotschaften im Internet, die die Veranstalter der Fairen Woche in Zeiten von Corona produziert haben: „Ein gutes Leben ist für mich ein Leben ohne menschenverachtendes Handeln entlang globaler Lieferketten.“ Vielleicht kommt diese Haltung auch bei den Sachbearbeitern im Wirtschaftsministerium und bei Entscheidern in großen Unternehmen an. Die Zeit indes rennt.



... vom Ursprung in die Tasse, auf direktem Weg zu Ihrem Hochgenuss.

[www.altomayo.de](http://www.altomayo.de)

**supermarché**

Bio- und Fair-Trade-Mode für Frauen & Männer

**Better wear fair!**

Wiener Straße 16 \* Berlin-Kreuzberg \* Mo-Fr 11:00-19:00  
Sa 11:00-18:00 \* [www.supermarche-berlin.de](http://www.supermarche-berlin.de)



**STATT MORAL DISTANCING  
BRAUCHT ES  
JETZT EINEN GESETZLICHEN  
RAHMEN.**

Ein Lieferkettengesetz würde deutsche Unternehmen endlich verpflichten, weltweit die Menschenrechte und Umweltstandards zu achten. Doch der Wirtschaftsminister blockiert.

Jetzt mitmachen und Protest-Mail an Minister Altmaier schreiben!

[lieferkettengesetz.de](http://lieferkettengesetz.de)



## „Jetzt erst recht“

Ein Lieferkettengesetz muss her. Dieser Transparenz bedarf es nicht trotz, sondern wegen Corona

Es sah gar nicht so schlecht aus für einen gesetzlichen Rahmen, der deutsche Unternehmen verpflichtet, die Einhaltung von Menschenrechten und Umweltschutz auch bei Zulieferern im Ausland zu achten. Anfang März wollten Entwicklungsmi-

niister Gerd Müller (CSU) und Arbeitsminister Hubertus Heil (SPD) die Eckpunkte vorstellen. Doch dann kam Corona, und die Pläne wurden auf Eis gelegt. Wirtschaftsverbände hatten gefordert, das Thema angesichts der unsicheren Lage von der politischen Agenda zu streichen.

Für die Initiative Lieferkettengesetz, der mehr als 100 Organisationen angehören – darunter zahlreiche Fair-Handels-

Akteure –, ist der Aufschub inakzeptabel. Sie wirft der Wirtschaft „Moral Distancing“ vor. „Jetzt erst recht“, fordert auch Andrea Fütterer, Vorsitzende des Forums Fairer Handel. „Die drastischen Auswirkungen der Coronakrise auf die Menschen am Anfang der globalen Lieferketten bestätigen die Dringlichkeit dieses Gesetzes.“

Die Pandemie legt einmal mehr die Fehlentwicklungen im weltweiten Wirtschaftssystem offen: Intransparente Lieferketten, die sich auf der Suche nach billigen Produkten rund um den Globus gebildet haben, sind krisenanfällig und weder sozial noch ökologisch nachhaltig. Marken nutzen ihre

Macht über Lieferanten aus und stornieren Bestellungen. Menschen stehen plötzlich vor dem Nichts. Auch zeigt sich nun, dass viele Unternehmen ihre Lieferketten gar nicht kennen und gezwungen sind, diese umzustellen, um Engpässe zu vermeiden. „Der faire Handel beweist, dass Lieferketten nachhaltig gestaltet werden können“, so Anna Hirth vom Weltladen-Dachverband. Und das seit fünfzig Jahren, so lange gibt es die Bewegung in Deutschland.

„Die Coronakrise hat gezeigt: Unternehmen, die ihre Lieferketten kennen und auf verlässliche Partnerschaften setzen, sind krisenfester“, so die Initiative Lieferkettengesetz. Bei

**Höchste Zeit zu handeln.  
Und zwar fair.**

Die Welt ein bisschen besser machen – warum nicht beim Einkaufen? Fairer Handel unterstützt Menschen dabei, ein würdevolles Leben zu führen. [brot-fuer-die-welt.de/fairer-handel](http://brot-fuer-die-welt.de/fairer-handel)

Mitglied der **oC Alliance**

**Brot für die Welt**

Würde für den Menschen.

**LIEFERKETTENGESETZ,  
LIEFERKETTENGESETZ,  
JETZT!**

**#ökofürwir**

Wir für eine öko-faire Landwirtschaft weltweit

Naturland ist der internationale Anbauverband für Ökolandbau

**Naturland**

# Sonne im Glas

Eine faire Solarlaterne aus Südafrika wird erfolgreich in Deutschland verkauft. Doch faire Produktionsbedingungen für Elektronik zu garantieren ist eine Herausforderung

Von **Helke Diers**

Der Mann mit Brille heißt Harald Schulz und ist Gründer von Suntoy Südafrika. Unter dem Namen Sonnenglas werden die dort produzierten Solarlaternen seiner Firma in Europa vertrieben. Die Sonnenlichtspeichernden Gläser sind eines der wenigen fairen Elektronikprodukte auf dem Markt. Auf den – in diesem Jahr digitalen – Fachtagen des Weltladen-Dachverbands warfen Messteilnehmer einen Blick in die Fabrik. Sie laufen mit Schulz per Videoschalt durch die Hallen und sehen, wie Leiterplatten mit Lötzinn bestrichen, Magnete befestigt, Bügelschalter angebracht, Licht geprüft und Drähte abgerundet werden. „36 Produktionsschritte“, sagt Schulz im Suntoybüro in Südafrika. Das Sonnenglas ist erfolgreich – und will Wegbereiter der fairen Elektronik sein.

Dass bisher über drei Millionen Sonnengläser verkauft werden, ist eine Aneinanderreihung von Zufällen. Stefan Neubig ist Geschäftsführer der deutschen Firma hinter Sonnenglas und erzählt über die Anfänge: von häufigen Stromausfällen in Südafrika, die den lokalen Glashersteller Consul dazu bewogen, aus Glas eine Solarlampe herzustellen. In Harald Schulz fanden die Glasproduzenten einen

freiberuflichen Ingenieur, der die LED-Laterne im Einmachglas schuf. „Es ging ganz typisch mit Garage und Hinterhof los“, sagt Neubig. „Die Laternen waren ständig vergriffen.“ Sie sollten Kerzen und Petroleumlampen ersetzen, Brände in den Townships verhindern.

Neubig reiste 2013 nach Südafrika, sah eine der ersten Laternen in einem Co-Working-Space in Kapstadt und schrieb eine E-Mail an das ihm noch unbe-

## Raus aus der Nische: Es fehlen bekannte Zertifizierungen für faire Elektronik

kannte Unternehmen. „Ich fand es ein absolut geniales ökologisches Konzept und wollte eigentlich eine für mich haben. Das war die erste Version und von Hand zusammengelötet.“ Einer der Suntoy-Mitarbeiter war wie Neubig Fotograf, beide kamen ins Gespräch. Neubig besuchte spontan die Firma in Johannesburg mit rund 20 Mitarbeitenden. Er, der als Student selbst ein Start-up gegründet hatte, fand schnell Anschluss an die junge Firma – und blieb. „Man hat sofort gemerkt: Da sind Menschen, die wollen etwas Neues ma-

chen. Ich habe das Start-up-Gefühl dort wiedergefunden.“ Er schlug vor, die Laternen als Fair-Trade-Produkt in Deutschland und Europa als „Sonnenglas“ zu verkaufen. In Deutschland gibt es zwar weniger Stromausfälle, aber einen Markt für gedämpftes Solarlicht in Wohnung und Garten. „Wir wollen ein Bewusstsein dafür schaffen, dass Elektronik fair sein kann“, sagt er über die Sonnenglas-Mission.

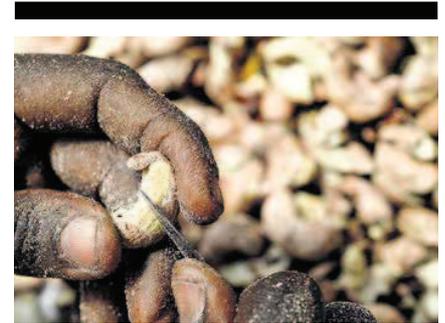
Heute ist Neubig hauptberuflich Geschäftsführer. Die Glaslaternen werden über die Weltläden verkauft, auch über Amazon und Einzelhändler. „Wir müssen dort sein, wo die Kunden einkaufen“, so Neubig. Rund die Hälfte der Laternen werde in Südafrika verkauft. „Alles ist viel erfolgreicher geworden, als jeder der Beteiligten es sich hätte ausmalen können. Wir haben ein Produkt geschaffen, das ein konkretes Problem löst: Es bringt Licht in Gegenden ohne Strom und mit Stromausfällen.“ Ähnliche Laternen sind im Web leicht zu finden und seit ein paar Jahren bei Amazon gelistet. Neulich: „Wir kämpfen mit Kopien unseres Produkts, die auf den Markt drängen, aber technisch wesentlich schlechter sind als unseres.“

Sonnenglas sagt über sich selbst, „sozial nachhaltig und konsequent nach Fair-Trade-Standards“ zu produzieren.

Was das bedeutet, ist im Bereich Elektronik schwer zu erfassen. Ein Problem liege in den Lieferketten, erklärt Rebecca Heinz, Referentin für Ressourcenpolitik bei Germanwatch. „Elektronikteile sind eine sehr kleinteilige Produktion verschiedener Hersteller. Allein in einem Handy stecken über 32 Rohstoffe.“ Die Nachverfolgbarkeit sei sehr schwer umzusetzen.

Es fehlen bekannte Zertifizierungen für faire Elektronik. „Elektronik passt oft nicht rein, weil es sehr außergewöhnlich ist“, meint auch Neubig. Nach Zahlen des Forums Fairen Handels (FFH) werden mit Non-Food-Artikeln knapp ein Fünftel des Umsatzes im fairen Handel gemacht, hauptsächlich Blumen und Textilien. Rund 3 Prozent sind „sonstige“ Artikel: Kunsthandwerk, Kosmetik oder eben Elektronik. In Deutschland bekannt sind faire Smartphones.

Bei Sonnenglas kämen die meisten Komponenten, wie das Glas und die plastikfreie Verpackung, aus Südafrika, die Elektronikkomponenten würden aus anderen Ländern importiert, erklärt Geschäftsführer Neubig. Einen echten Einfluss auf die Lieferketten zu haben sei als kleine Firma schlicht unmöglich, deshalb liege dort nicht der Fokus des Unternehmens. Man bemühe sich um die Zertifizie-



Feinarbeit mit Fingerspitzengefühl

rung der World Fair Trade Organisation (WFTO) und sei als Weltladelielieferant gelistet.

Selbst gestalten kann Suntoys die Arbeitsbedingungen in der Johannesburg Fabrik. Und die seien vom Weltladen-Dachverband überprüfbar worden, erzählt Neubig. Dort arbeiteten rund 100 Menschen, viele seien zuvor erwerbslos gewesen und lebten in den Johannesburg Randgebieten. Alle Mitarbeitenden seien fest angestellt und verdienten über dem Mindestlohn in Südafrika. Beim digitalen Fabrikrundgang schätzte Schulz, von einem Gehalt würden durchschnittlich fünf Menschen leben. „Ein Mitarbeiter, der bei uns anfängt, verdient ungefähr das Doppelte wie ein Kassierer“, meint Neubig. Dazu gebe es Kranken- und Rentenversicherung, Lohnfortzahlung bei Krankheit, Mutter-

schutz und einen Sozialfonds, aber keine Arbeitnehmerinteressenvertretung.

Die Coronapandemie hat auch bei Suntoy Spuren hinterlassen. „Die Fabrik musste für einen Monat komplett schließen. Bis heute dürfen nur 30 Menschen gleichzeitig in der Fabrik sein“, beschreibt Neubig die Lage im Küstenstaat. Im Video sehen die zuschauenden Mitarbeiter\*innen mit Stoffmasken an ihren Arbeitsplätzen, während sie Drähte biegen und Gläser stapeln. Neubig und Schulz sagen, der Lohn sei vollständig weiterbezahlt und die Arbeit zum Teil ins Homeoffice verlegt worden. Was die Firmen hinter der Solarlaterne verhältnismäßig gut dastehen lässt, ist der Onlinevertrieb. Neubig sagt, man setze rund die Hälfte der Lampen in Europa digital ab. „Das hat uns gerettet.“

## Preisausschreiben mal andersherum: stimmt so

Freiwillig faire Entlohnung: Beim Kaffee „Colombian Specialty“ von El Puente können die Kundinnen und Kunden selbst über den Preis bestimmen

Der meiste nach Europa importierte Kaffee ist Rohkaffee, die Verarbeitung der Bohnen findet im Globalen Norden statt. Anders beim Biokaffee der kolumbianischen Kooperative – nach der Ernte rösten und verpacken die Kleinbäuer\*innen ihren Kaffee selbst. „Früher haben wir den Rohkaffee von dort bezogen“, berichtet Anna-Maria Ritgen von El Puente. Der heute fertig verpackte Kaffee aus den Bergen Sierra Nevada de Santa Marta findet per Schiff seinen Weg über Hamburg ins El-Puente-Lager. Rund zwei Monate vergehen zwischen Ernte und Anlieferung in Deutschland.

Durch den Verkauf des schon konsumfertigen Kaffees im Vergleich zum Handel mit den Bohnen verdienen die Bäuer\*innen laut El Puente fast das Dreifache. Ein größerer Teil der Wertschöpfung geht an die Kooperative. Eine Gegenüberstellung von El Puente zeigt: Für 250 Gramm Kaffee erhalten die Bäuer\*innen bei eigener Röstung 3,39 Euro im Vergleich zu 1,24 Euro bei Röstung in Deutschland.

Die Kund\*innen im Onlineshop von El Puente bestimmen selbst, wie viel sie für ein 250-Gramm-Päckchen Kaffee zahlen wollen. Mit diesem ungewöhnlichen Verkaufsmodell geht El Puente neue Wege. Ritgen weiß von keinem anderen Produkt im Fair-Trade-Bereich, das so vermarktet wird. Worum geht es bei der Option, den Preis selbst zu wählen? Fair-Trade-Unternehmen verknüpfen den Handel oft mit einem Bildungsauftrag. Die Konsument\*innen sollen sich mit der Herkunft

der Lebensmittel und Produkte beschäftigen. „Viele Menschen haben den Bezug dazu verloren“, sagt Ritgen. Man wolle, „die Leute darauf aufmerksam machen: Was deckt der Preis eigentlich ab? Was steht hinter einem Produkt? Welche Arbeitsschritte müssen vollzogen werden?“

Im Onlineshop von El Puente kann ein Schieberegler über die Seite bewegt werden: Zwischen 2,90 und 8,90 Euro liegt der mögliche Preis für 250 Gramm Kaffee. Wer 2,90 Euro auswählt, erfährt: Dieser Preis deckt nur die Kosten der Kleinbäuer\*innen ab, für Export, Steuern und die Löhne der deutschen Arbeitnehmer\*innen müsste mehr hinzukommen. 5,90 Euro sind der empfohlene Mindestpreis. Und der wird im Durchschnitt auch gezahlt, sagt Ritgen. „Der Durchschnitt liegt bei 6 Euro.“

Ganz gelassen war man vor der Einführung nicht beim Fair-Trade-Unternehmen El Puente. „Ein bisschen Sorge hatten wir schon. Wir sind positiv überrascht, aber wir kennen natürlich unsere Kundschaft.“ Das zusätzliche Geld gehe direkt an die Kooperative, sagt Ritgen. Die seien offen für die experimentelle Preisgestaltung gewesen. „Ihnen ist es auch ein Bedürfnis darzustellen, was hinter dem Produkt steht.“ Ein Ende des Projekts ist bisher nicht geplant.

Rund 400 Bauernfamilien aus sieben Regionen gehören zur Kooperative Red Ecolsierra, sagt Ritgen. Sie erzählt von Mischkulturen und Ernte durch Handarbeit. Und davon, dass die Planbarkeit der Han-

delsbeziehung wichtig für die Bäuer\*innen vor Ort sei. „Wir haben sehr langfristige Partnerschaften auf Augenhöhe.“ Ein Video von El Puente zeigt schroffe Bergkuppen, bewachsen mit Kaffeebäumen, Hände, die Kaffeekirschen pflücken, und die Weiterverarbeitung in der Röstmaschine. Es heißt, die Produktion vor Ort sichere wichtige Arbeitsplätze. Victor E. Cordero Ardia ist als Geschäftsführer zu sehen, und er sagt: „Der Hauptgrund für die Gründung der Kooperative war, etwas gegen die niedrigen derzeitigen Kaffeepreise zu tun.“ Diese Preise würden sich von den heutigen im konventionellen Handel nicht sonderlich unterscheiden.

Die Situation der Kooperativen verändert sich auch in Kolumbien. Der Klimawandel sei ein Problem, sagt Ritgen. Viele Kaffeebäuer\*innen seien betroffen. „Sie merken die Trockenheit und die plötzlichen starken Regenfälle. Viele sagen, sie müssten ins höhere Hochland – dort aber ist der Platz beschränkt.“ Die Coronapandemie kommt als Erschwernis hinzu. Die Büroarbeit von Red Ecolsierra sei vielfach ins Homeoffice verlagert. Berater\*innen könnten die Felder nur eingeschränkt besuchen, wodurch Ernteaussfälle im nächsten Jahr drohten, berichtet Ritgen. In ländlichen Regionen fehle staatliche Unterstützung bei der Versorgung mit Lebensmitteln und dem Infektionsschutz. Die Kooperative unterstütze die Familien mit Essen, Schutzausrüstung und Hygieneartikeln. *Helke Diers*

**FAIRE MODE SITZT IMMER.**  
#WECHANGEFASHION

GRÜNER KNOPF  
SOCIAL, ÖKOLOGISCH, STAATLICH UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT  
1. JAHR GRÜNER KNOPF



Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

Das staatliche Textilsiegel **GRÜNER KNOPF** für sozial und ökologisch hergestellte Mode.

[www.gruener-knopf.de](http://www.gruener-knopf.de)

# Wie smart ist mein Phone?

Auch für Produkte der Unterhaltungselektronik ist fairer Handel relevant: vom Abbau der Rohstoffe in den Minen, über die Arbeit in den Fabriken bis zu Entsorgung und Recycling

Von Frank Herrmann

Computer sind aus unserem Leben nicht mehr wegzudenken. Selbst Kühlschränke, Küchengeräte und Kaffeemaschinen sind mit immer mehr intelligenter Elektronik vollgestopft. Wie sinnvoll das ist, sei dahingestellt. Aber eines haben alle diese Helfer gemein: ihren großen ökologischen und sozialen Fußabdruck. Der Weg von der Mine bis zum E-Produkt ist lang und problembehaftet. Auch das Ende ist vorprogrammiert: Früher oder später wird aus allen Geräten Schrott. Viel Schrott. Laut dem Global E-waste Monitor der Vereinten Nationen hat jeder Erdenbürger 2019 die Rekordmenge von 7,3 Kilogramm E-Schrott produziert. Die Gesamtmenge belief sich auf 53,6 Millionen Tonnen, vergleichbar dem Gewicht von 35 Millionen SUVs. Die Deutschen sind pro Kopf jährlich für fast 20 Kilo E-Schrott verantwortlich.

Nur rund ein Sechstel der Gesamtmenge wird recycelt – in Europa 42,5 Prozent, in Afrika 0,9 Prozent. Der Rest landet auf Deponien, wird verbrannt oder gelangt trotz Verbot in asiatische und afrikanische Länder. Die Deutsche Akademie für Technikwissenschaften schätzt, dass 25 bis 30 Prozent des in Europa anfallenden Elektroschrotts illegal exportiert werden.

Das ist gleichermaßen fahrlässig wie unwirtschaftlich, denn neben toxischen Substanzen wie Blei oder Quecksilber enthält der weltweite E-Schrott wertvolle Metalle im Wert von rund 57 Milliarden US-Dollar. Allein in den rund 200 Millionen Smartphones und Handys, die laut Branchenverband Bitkom ungenutzt in deutschen Haushalten lagern, stecken rund 6 Tonnen Gold – aktueller Marktwert: 324 Millionen Euro.

Doch so lukrativ der Abbau von Gold und anderen Edelmetallen auch sein mag, er ist mit immensen Schäden für Umwelt, Mensch und Natur verbunden: Kinder schufteten in den Kobaltminen der Demokratischen Republik Kongo. Im Hochland Perus, Boliviens oder Argentiniens kommt es immer öfter zu Auseinandersetzungen zwischen Bauern und Rohstoffkonzernen. Schürfer verseuchen ganze

Flusssysteme im Amazonasgebiet mit Quecksilber, das sie beim Goldabbau einsetzen.

Zerstörte Umwelt und soziale Konflikte: Das kultigste und moderne Image, das die IT-Branche gern pflegt, hat Risse bekommen. Doch davon bekommen die Verbraucher ebenso wenig mit wie von den miesen Arbeitsbedingungen in den chinesischen Fertigungsstätten. Hier sind Unternehmen und Politik gleichermaßen gefordert. Gerade Letztere verfügt mit den milliardenschweren Ausgaben für Netzausbau, digitale Infrastruktur oder Schullaptops in Milliardenhöhe über einen Hebel für Veränderungen.

Aber auch jeder von uns kann zur Verbesserung der Lage beitragen. Die wichtigste Empfehlung ist so schlicht wie banal: weniger konsumieren! Das bedeutet konkret, nicht jedem

Markttrend zu folgen und alle zwei bis drei Jahre die komplette elektronische Infrastruktur auszutauschen, sondern die Geräte so lange wie möglich zu nutzen.

Gehen Geräte kaputt, ist zunächst reparieren angesagt. Das Bewusstsein hierfür ist zuletzt gestiegen. Hunderte Repair-Cafés haben sich inzwischen deutschlandweit etabliert. Do-it-yourself-Bastler finden ausführliche Anleitungen bei kaputt.de oder ifixit.com. Das Bündnis „Runder Tisch Reparatur“, ein Zusammenschluss von mehr als 20 Organisationen, fordert unter anderem den Zugang zu erschwingerlichen Ersatzteilen, einen reduzierten Mehrwertsteuersatz für Reparaturdienstleistungen und Gebrauchsgüter sowie ein reparaturfreundliches Produktdesign. Frankreich will 2021 einen Reparatur-Index einführen, der beim Kauf darüber informiert, wie einfach sich das

Produkt reparieren lässt. Die EU-Kommission hat ein „Right to Repair“ angekündigt, ein Maßnahmenbündel, das Reparaturen vereinfachen soll.

Analog fordert die Plattform lastingware.com ein „Recht auf Langlebigkeit“. Denn oftmals ist es nicht die Hardware, die nicht mehr will, sondern das Betriebssystem, das sich nicht mehr updaten lässt. Gut für die Hersteller, schlecht für die Nutzer, die oft keine andere Wahl haben, als sich ein Neugerät zuzulegen. Durch die verkürzte Nutzungsdauer vergrößert sich der ökologische Fußabdruck, denn ein Großteil des Gesamtenergieverbrauchs elektrischer Geräte fällt bei der Produktion und Auslieferung an. Und auch neue Betriebssysteme verschlingen immer mehr Ressourcen.

Loht die Reparatur nicht, kann man im Internet auf ein breites Sortiment von Secondhand-Geräten mit Garantie zurückgreifen. Neben kommerziellen Plattformen wie rebuy.de, backmarkt.de oder asgoodasnew.de bietet die gemeinnützige Afb ausrangierte Firmencomputer, Laptops, Smartphones und Monitore an.

Ist doch mal wieder ein Neugerät notwendig, können Siegel wie TCO und das Umweltzeichen Blauer Engel die Kaufentscheidung unterstützen. Während das in Schweden entwickelte TCO-Label neben Umweltaspekten auch soziale Vorgaben berücksichtigt, aber eher im öffentlichen Beschaffungswesen von Bedeutung ist, kennzeichnet der Blaue Engel die energiesparendsten Produkte, achtet auf Langlebigkeit sowie Reparierbarkeit und setzt Grenzwerte bei elektromagnetischer Strahlung.

Fair hergestellte E-Produkte sind immer noch Mangelware. Hier geben kleine Unternehmen den Takt vor. Das fairste Smartphone auf dem Markt ist das niederländische Fairphone. Einen ähnlichen Ansatz, wenn auch weniger transparent, verfolgen die Shiftphones aus Deutschland. Ebenfalls von hier stammt die faire Computermouse von Nager IT. Die zum Teil aus Holz gefertigten Computer der irischen I-am-Eco-Serie sind nicht nur nachhaltig, sondern auch schick.



Nussknacker: wertvoller Kern unter der harten Schale

## TEEKAMPAGNE

ERSTKLASSIGE TEES AUS DARJEELING UND ASSAM. AUS BIOLOGISCHEM ANBAU UND FAIR GEHANDELT.



Seit 1985 ermöglichen Direktimport und nachhaltige Grosspackungen ein unschlagbares Preis-Leistungs-Verhältnis wie dieses:

**Assam Second Flush Gartee FTGOP1**  
500g ab 15,00 Euro (inkl. MwSt., zzgl. Versand)

Kostprobe gefällig?

Senden Sie uns eine formlose E-Mail an [taz@teekampagne.de](mailto:taz@teekampagne.de) und wir schicken Ihnen **kostenlos und unverbindlich** fünf Teeproben aus unserem Sortiment nach Hause!

Mehr Infos und feine Tees finden Sie auf [www.teekampagne.de](http://www.teekampagne.de)  
Projektwerkstatt GmbH • Pasteurstr. 6-7 • 14482 Potsdam

# #CHOCO4 CHANGE

Ein Stück für dich.  
Ein Stück fürs Klima.

**DEIN BEITRAG!**

**20 Cent**  
für Klimaschutzprojekte

**Mutige Ideen verändern die Welt.**  
Die Klimaschutzprojekte unserer Partner in Afrika sind ein gutes Beispiel. Mit der fair gehandelten GEPA Bio-Schokolade trägst du dazu bei. Mach mit: Schokolade, die schmeckt und die Welt besser macht!

Mehr dazu unter: [www.gepa.de/choco4change](http://www.gepa.de/choco4change)

GEPA - The Fair Trade Company · GEPA-Weg 1 · 42327 Wuppertal

## Wer sind die Guten?

Der „International Guide to Fair Trade Labels“ gibt Orientierung beim Blick auf den fairen Handel

Welche Kriterien und Standards hat der faire Handel? Wie unterscheidet er sich von anderen nachhaltigen Ansätzen? Auf diese Fragen gibt das Compendium „International Guide to Fair Trade Labels“ Auskunft. Wer das 125-seitige Dokument studiert, weiß, wer, wie und wo mit welchen Labels in Deutschland und in anderen Ländern im fairen Handel unterwegs ist. „Anhand des Sammelwerks können Unternehmen, Regierungen, Organisationen und VerbraucherInnen Kaufentscheidungen treffen, die einen positiven Einfluss auf die Arbeits- und Lebensbedingungen der ProduzentInnen haben“, erklärt Dana Geffner, Geschäftsführerin des Fair World Projects in den USA.

Einer der Autoren des internationalen Leitfadens ist der Po-

litikwissenschaftler Jonas Lorenz. Er ist Grundsatzreferent beim Forum Fairer Handel und betont, dass es wahre Fair-Labels nur in relativ überschaubarer Anzahl gebe. Allerdings unterscheidet Lorenz deutlich zwischen Nachhaltigkeitssiegeln und denjenigen des fairen Handels. „Ganz viele Label haben zwar nachhaltige Motive, aber unterwerfen sich nicht freiwillig einem Kontrollsystem mit fortlaufenden Prüfungen, wie es im fairen Handel aber der Fall ist“, schält Lorenz den größten Unterschied heraus. Daher bleiben für ihn letztlich nur die Siegel Fairtrade International, Fair for Life, Naturland Fair, World Fair Trade Organization und das noch relativ neue Simbolo de Pequenos Productores (SPP), die für den fairen Handel relevant sind. Zudem: Während

viele Nachhaltigkeitslabel ökologische und soziale Aspekte betonen, hat der faire Handel immer die Ökonomie im Blick. „Die Bauern müssen ordentlich entlohnt werden, sonst können die nicht nachhaltig sein“, unterstreicht der Grundsatzreferent. „Wenn sie alle ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsaspekte erfüllen und dadurch unterhalb des Existenzminimums geraten, macht das keinen Sinn.“

Ungeachtet dessen gibt es viele Nachahmer im konventionellen Handel, der aufgrund zivilgesellschaftlichen und handelspolitischen Drucks mittelfristig befürchten muss, früher sicher geglaubte Absatzmärkte durch Nichtstun zu verlieren, und daher Produkte oft holterdiepolder mit wenig überprüfbareren ethischen, ökologischen und sonstigen sozialen Standards

etikettiert. Auf diese Weise erhalten viele Produkte ein Label, das zwar die Marketing-Performance verbessern mag, aber in der Substanz nicht immer kontrollierbare Verbesserungen bei Erzeugern und in der nachgelagerten Lieferkette aufweist. Genau das kann ein Konsument, der bestenfalls vor dem Supermarktregal mal kurz die Welt retten möchte, kaum auf Anhieb durchschauen.

Ob die nicht sonderlich segenreiche Labelflut in den nächsten Jahren abebben werde? Das kann auch ein Experte wie Lorenz nicht voraussagen. Er unterstreicht die Fortschritte im Bereich des Fairhandels-Siegels: „Viele Siegel überarbeiten und verbessern ihre Standards kontinuierlich, und auch die Handelsvolumina wachsen weiter.“ *Dierk Jensen*

## Colombian Specialty

Fairer Kaffee – 100 % made in Colombia

**Wieviel ist es Dir wert? Zahl, was Du für richtig hältst!**

Kaffee aus Kolumbien. Geröstet und verpackt im Herkunftsland.

Infos und Bestellen unter: [www.el-puente.de](http://www.el-puente.de)

## „Supermärkte wollen oft nichts ändern“

Die Oxfam-Kampagne „Fairness eintüten“ bekämpft Missstände im Lebensmittelhandel

Die Banane ist – nach dem Apfel – das zweitbeliebteste Obst der Deutschen. Aus Übersee reist sie rund 10.000 Kilometer, bevor sie hier ankommt. Trotzdem kostet ein Kilo Bananen weniger als ein Kilo regionale Äpfel. Solche Billigpreise sind hierzulande nur möglich, weil Erntehelfer und Pflücker im Globalen Süden mit Hungerlöhnen abgespeist werden.

Mit der Kampagne „Fairness eintüten“ (engl.: Behind the Barcodes) macht Oxfam nun international Druck auf Supermarktketten: Die vier deutschen Lebensmittelriesen – Aldi, Edeka, Lidl und Rewe – müssen transparenter werden, so die Forderung. Sie sollen Menschenrechtsverletzungen melden sowie konkrete Maßnahmen durchsetzen, wie zum Beispiel die Achtung von Gewerkschaftsrechten. Wie es um die Bedingungen bei den Lebensmittelriesen steht, enthüllt seit 2018 jedes Jahr der Supermarktcheck. Dafür nimmt Oxfam 16 große Supermarktketten aus Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden und den USA unter die Lupe und prüft sie auf ihre Menschenrechtspolitik. Bewertet werden die Bereiche Transparenz, Arbeitsrechte, Frauenrechte und der Umgang mit Kleinbauern. 2020 schneidet in Deutsch-

land Lidl am besten ab, gefolgt von Aldi Süd und Rewe, während ausgerechnet der Händler mit dem größten Marktanteil (26,6 Prozent) weit hinterherhinkt: die Kette Edeka, zu der auch die Netto-Markendiscount-Supermärkte gehören. Während Aldi Süd, Aldi Nord, Rewe und Lidl in einer Selbstverpflichtung angekündigt haben, schrittweise existenzsichernde Löhne in den eigenen Lieferketten umzusetzen, hat Edeka als einzige Supermarktkette diese Verpflichtung nicht unterzeichnet. Im internationalen Vergleich stehen deutsche Supermärkte mittelmäßig da, die britischen Ketten Tesco und Sainsbury's sind bei der Menschenrechtspolitik weit voraus. Auch im internationalen Ranking ist Edeka Schlusslicht.

„Unser dritter Supermarktcheck zeigt: Es geht! Supermärkte können ihre Geschäftspolitik ändern“, so Franziska Humbert, Referentin für Wirtschaft und Menschenrechte bei Oxfam Deutschland. „Oft wollen sie es jedoch nicht.“ Es könne jedoch nicht die Aufgabe allein von NGOs sein, den Supermärkten genau auf die Finger zu schauen. Deshalb sei ein Gesetz die einzige Möglichkeit, alle Unternehmen zu bewegen und Menschenrechte zu schützen. *Ayse Marx*

# Turbulenzen auf dem Markt

Kaffeebäuerinnen und Kaffeebauern sind von niedrigen und sich sprunghaft verändernden Weltmarktpreisen betroffen. Die Coronapandemie führt zu Ernteausfällen

Von **Helke Diers**

Wäre der Kaffeemarkt in Deutschland eine Torte, würde vom Anteil des fairen Kaffees niemand satt: Nur rund 5 Prozent des Kaffeumsatzes in Deutschland wird mit fair gehandeltem Kaffee erreicht, so das Forum Fairer Handel.

Und doch ist der Kaffee das wichtigste Produkt im fairen Handel, sagt Kleber Cruz Garcia, Einkaufsmanager für Kaffee bei der Gepa. Das große Fairtrade-Unternehmen macht nach eigenen Angaben rund 44 Prozent des jährlichen Umsatzes mit Kaffee.

166 Liter des Heißgetränks trinkt laut Deutschem Kaffeeverband jeder Deutsche im Schnitt pro Jahr. Zu Beginn der Coronapandemie ist der Konsum nochmals leicht angestiegen. Von der Plantage bis in die Tasse hat der Kaffee einen weiten Weg zurückgelegt. Auf Kaffeebäuer\*innen, Genossenschaft, Exporteur\*innen und Händler\*innen in den Erzeugerländern folgen Einkäufer\*innen, Röster\*innen und der Handel in Deutschland. „Der Markt ist hart umkämpft“, sagt Cruz Garcia. Die globalen Preise schwanken seit Jahren erheblich, bestätigt auch Klaus Kruse vom FFF.

An den Produktionskosten der Bäuer\*innen ganz zu Anfang der Produktionskette ändert die

Auf- und Abbewegung nichts. „In normalen Zeiten müssen die Kaffeebauern einen Preis von ungefähr 180 US-Dollar bekommen, um über die Runden zu kommen“, sagt Cruz Garcia und bezieht sich auf Einheiten von 100 amerikanischen Pfund (45,36 Kilo) der braunen Bohnen. „Corona kam in einer Zeit, als die Preise ohnehin schon richtig im Keller waren.“ Lediglich 102 US-Dollar sind in diesem Frühjahr gezahlt worden. „Das ist gerade so viel, dass man nicht verhungert“, so Kruse. „Seine Kosten decken kann damit kaum jemand.“ Die wertbereinigten Preise im normalen Handel seien kaum mehr wert als zur Kaffeekrise Ende der 1990er Jahre.

Die weltweite Pandemie hat auch Auswirkungen auf die Bäuer\*innen in den Erzeugerländern. „Corona trifft praktisch auf Staaten, die eine Grundversorgung der Menschen nicht garantieren können“, sagt Cruz Garcia. „Die staatlichen Institutionen sind schwach, das Gesundheitswesen prekär, der informelle Sektor extrem groß.“ Es fehle an Versicherungen und Anbindung an das Rechtssystem. Weltweit arbeiten nach Zahlen der ILO über 60 Prozent der Menschen in informellen Wirtschaftssektoren, also fast immer ohne Sozialversicherung, Arbeitsschutz und Kündigungsschutz.

Die Kaffeegenossenschaften stießen genau in diese Lücke und übernahmen eine aktive Rolle im Pandemiemanagement, so Cruz Garcia: „Die Genossenschaften leisten eine wichtige Arbeit, um die Gemeinden zusammenzuhalten, dass keine Panik ausbricht. Es geht nicht darum, dass die Bauern Angst haben vor der Krankheit. Sondern dass sie nichts haben, womit sie die Krankheit bekämpfen können. Die Genossenschaften verteilen Lebensmittel, informieren über die Krankheit, organisieren die Ernte und den Transport der Bohnen.“

Mit Transport und Ernte hatte es zu Beginn der Pandemie. Cruz Garcia berichtet von fehlenden Arbeitskräften, die nicht durch die Gemeinden reisen konnten. Selbst organisierte Quarantäneeinrichtungen der Bauernvereine hätten den Produktionsprozess verzögert, dabei seien reife Kaffeekirschen ungeerntet von den Bäumen gefallen. „Die Lieferketten haben nicht richtig funktioniert“, berichtet er. Die Container seien in China stehen geblieben und hätten in anderen Teilen der Welt nicht zur Verfügung gestanden. Kurzfristig seien die Preise für Rohkaffee wieder gestiegen – und nun wieder im Keller. Von den niedrigen Preisen weniger betroffen seien die großen Kaf-

feenationen. Dort wird viel Arbeit durch pandemieresistente Maschinen verrichtet.

Die großen Player auf dem Weltmarkt sind Brasilien, Vietnam und – abgeschlagen – Kolumbien. Von diesen drei importieren die Länder der EU laut International Coffee Organization (ICO) den meisten Kaffee. „Ohne die geht praktisch nichts“, sagt Cruz Garcia.

Auch der Klimawandel verändert die Anbaubedingungen der Bäuer\*innen. „Stark schwankende Niederschläge, Flussübertritte, plötzliche Starkregen und Trockenheit. Es gibt grundsätzlich eine Unzuverlässigkeit des Klimas“, beschreibt Kruse die Lage. „In manchen Regionen Perus ist der Kaffeeanbau unheimlich schwierig geworden.“

Den Preis für Kaffee sehen sowohl Kruse als auch Cruz Garcia als entscheidend für die Lage der Kleinbäuer\*innen. „Langfristig muss der Preis so hoch werden, dass es sich lohnt anzubauen. Wir werden in fünf bis zehn Jahren Probleme bekommen: Die jungen Menschen wollen nicht mehr als Kaffeebauern arbeiten. Es gibt eine enorme Landflucht“, sagt Kruse. Auch Cruz Garcia setzt auf eine Ausweitung des fairen Handels: „Was erwarten die Kooperativen von uns? Sie brauchen langfristige Absatzmärkte und Abnahmegarantien.“

**MIT FAIREM KAFFEE KLIMASCHUTZ FÖRDERN!**

DU ENTSCHEIDEST MIT JEDEM EINKAUF, OB KLEINBAUERN WIE CHASQUERO OCANA AUS PERU AUCH IN ZUKUNFT NOCH KAFFEE ANBAUEN KÖNNEN. SCHULUNGEN ERMÖGLICHEN IHM UND VIELEN ANDEREN, SICH BESSER AN DEN KLIMAWANDEL ANZUPASSEN UND IHM ENTGEGENZUWIRKEN – DANK FAIRTRADE! ZEIG DEIN ENGAGEMENT FÜR FAIRNESS. ENTSCHEIDE DICH FÜR FAIRTRADE-PRODUKTE.

**WEIL ES MIR WICHTIG IST**

fairtrade-deutschland.de