



Kaffee ist eine der klassischen Kolonialwaren, deren Anbau durch die europäischen "Mutterländer" diktiert wurde. Heute sind ganze Volkswirtschaften mehr oder weniger abhängig von der Kaffeewirtschaft. Der Rohkaffeeexport ist für viele Anbauländer die wichtigste Devisenquelle. Mit einem statistischen Pro-Kopf-Verbrauch von vier Tassen täglich gehören die Deutschen zu den Spitzenreitern beim Kaffeekonsum. Das ist eine ziemliche Marktmacht. Würden viele Freundinnen und Freunde der braunen Bohne nur noch fair gehandelten Kaffee trinken, hätten viele tausend Kleinbauernfamilien in Afrika und Lateinamerika weniger Sorgen. Denn was den Verbraucher bei uns letztlich nur ein paar Pfennige mehr pro Tasse kostet, bedeutet für die Produzenten oft den entscheidenden Unterschied zwischen nacktem Überleben und einer gesicherten Existenz für sich und ihre Kinder.

Kaffee und Weltmacht

Ein Industriearbeiter in Deutschland muss heute keine 20 Minuten mehr arbeiten, um das Geld für ein Pfund Röstkaffee zu verdienen. 1985 waren es noch 60 Minuten.

Ganz anders sehen die Austauschverhältnisse für die Kaffee produzierenden Länder aus: Sie müssen immer mehr Kaffee verkaufen, um dringend benötigte Industriegüter einkaufen zu können. Für die Anschaffung eines LKW beispielsweise reichte 1985 noch der Erlös aus 92,5 Sack Rohkaffee, schon vier Jahre später musste dafür schon mehr als das Dreifache, nämlich der Gegenwert von 332,6 Sack, auf den Tisch gelegt werden.

Für diese Schieflage sind im Wesentlichen wie Ursachen verantwortlich:

- Die Abhängigkeit der Erzeugerländer vom Rohstoff Kaffee zur Devisen-erwirtschaftung - die durch die meist hohe Verschuldung noch verschärft wird- führt in einen Teufelskreis von Überproduktion und erneutem Preisverfall.
- Zum zweiten ist der internationale Kaffeehandel zum großen Teil ein Spekulationsgeschäft. Der Weltmarktpreis wird an den Börsen in New York (für Arabicasorten) und in London (Robusta) gebildet, ohne dass die Anbauländer oder gar die Kleinproduzenten selbst einen Einfluss darauf haben. Dabei ist der Weltmarktpreis für diese geradezu eine schicksalhafte Größe.

Kaffeehandel der GEPA

Viele unorganisierte Kleinbauern erhalten keinen Kosten deckenden Preis für ihren Kaffee. Oft wissen sie nicht einmal, wie hoch der Weltmarktpreis ist. Der einzelne Kleinbauer verfügt meist nicht über die Möglichkeit, seine Kaffee-Ernte selbst zur nächsten Verkaufsstelle zu transportieren und ist auf Zwischenhändler angewiesen. Immer mehr Produzenten organisieren sich deshalb in Genossenschaften, die ihnen bei der Vermarktung helfen. Durch den Direkthandel mit dem Fairhandelshaus GEPA mbH werden die Zwischenhändler ausgeschlossen; so erhalten die Bauern einen höheren Preis. Bei Bedarf, d.h. bei fast allen Kaffeehandelspartnern, leistet die GEPA eine Vorfinanzierung bzw. vermittelt zinsgünstige Kredite für die Genossenschaften.

Zu den Prinzipien des fairen Handels gehören langfristige Geschäftsbeziehungen, die den Partnern eine verlässliche Planungsgrundlage ermöglichen. So werden die Kaufverträge über mindestens ein Erntejahr abgeschlossen; mit vielen Partnern werden darüber hinaus mehrjährige Rahmenverträge abgeschlossen. Verbindliche, im Einverständnis mit den Handelspartnern festgelegte Vereinbarungen gelten auch für die Preise. Gezahlt wird der zu einem festgelegten Stichtag der gültige Weltmarktpreis zuzüglich eines Regelaufschlages (für Entwicklungs- und Gemeinschaftsaufgaben). Für Kaffee aus anerkannt ökologischem Anbau wird zusätzlich ein 'Bio-Aufschlag' gezahlt. Sinkt der Weltmarktpreis unter eine festgelegte Grenze, dann gilt die Mindestpreisregelung.



Dazu kommen wieder jeweils der Regelaufschlag sowie der Aufschlag für Biokaffee. Mit dieser Regelung ist gewährleistet, dass die Partner einerseits gegen Preisverfall abgesichert sind, andererseits aber von höheren Weltmarktpreisen profitieren können.

Die GEPA mbH importiert und röstet den Rohstoff für den München Café. Die GEPA mbH (Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt mbH) mit Sitz in Wuppertal ist die größte Fair-Handelsorganisation in Europa. Als Pionier und Marktführer handelt sie seit 24 Jahren zu fairen Preisen direkt und langfristig mit rund 140 Handelspartnern in Lateinamerika, Afrika und Asien. Sie verkauft vor allem Kaffee, Tee, Honig, Kakao und Schokolade sowie Handwerksprodukte und auch fair gehandelte Bälle.

Die GEPA kann auf eine bewegte Geschichte zurückblicken. Gegründet 1975, ging sie hervor aus der entwicklungspolitischen Bewegung.

GEPA - The Fair Trade Company. Sie steht für einen sozialen und umweltverträglichen Handel. Heute ist die GEPA Europas größte Fair Handels-Organisation mit einem Jahresumsatz von **58,4 Millionen €** im Geschäftsjahr 2010/11. Ihre Partner sind Produzentinnen und Produzenten in rund 190 Genossenschaften Afrikas, Asiens und Lateinamerikas. GEPA-Erzeugnisse bekommt man bundesweit in ca. 800 Weltläden und bei rund 6000 Aktionsgruppen aber auch in vielen Supermärkten, Bio- und Naturkostläden, Firmenkantinen und Bildungsstätten. Der Umsatzanteil von Kaffee am Gesamtumsatz liegt etwa bei 45%.

War Kaffee aus fairem Handel ursprünglich eher ein Symbolprodukt zur Aufklärungsarbeit über ungerechte Welthandelsstrukturen, so wuchs in den folgenden Jahren das Umsatzvolumen der Organisation schnell an. Der faire Handel wurde immer mehr zum Modell mit wirtschaftlicher Bedeutung für die Handelspartner in den Ländern des Südens. Die Besonderheit der GEPA als Handelshaus liegt darin, dass sie die Unternehmensform einer GmbH besitzt und nach wirtschaftlichen Prinzipien arbeitet, dabei aber soziale Ziele verfolgt. Die Gesellschafter der GEPA sind kirchliche Hilfswerke, kirchliche Jugendverbände und der Zusammenschluss deutscher Weltläden.

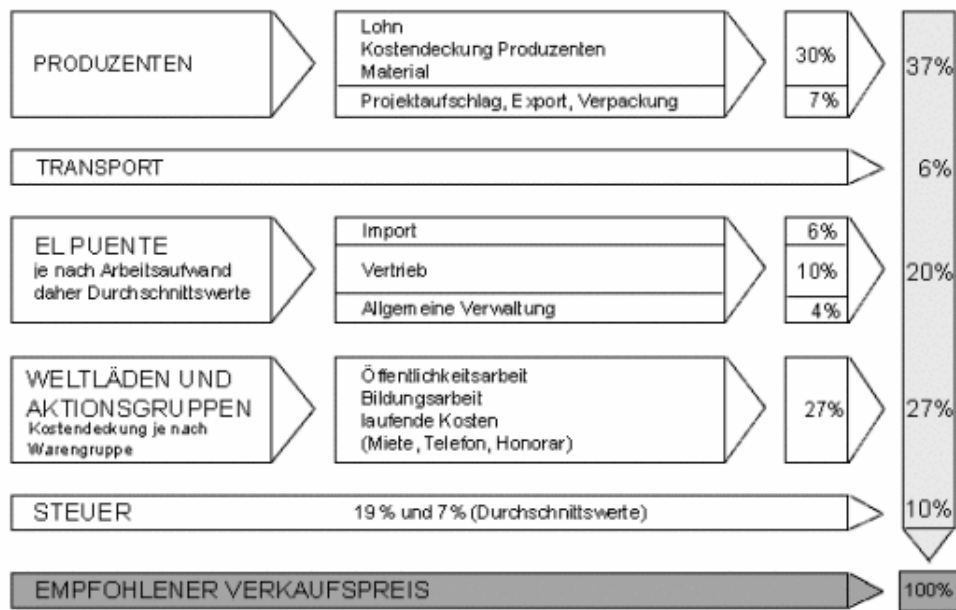
Die GEPA will die Lebensbedingungen von Handwerkern und Kleinbauern verbessern, die durch die Strukturen ihres Landes sowie der Weltwirtschaft benachteiligt sind. Jeder hat die Möglichkeit, mit einem anderen Einkaufsverhalten dazu beizutragen. (*Quelle www.gepa.de*)

El Puente

Auch der **El Puente e.V. Nordstemmen** ist einer der Pioniere im partnerschaftlichen Welthandel. Als **Brücke** (so die deutsche Übersetzung des spanischen Namens) zwischen Nord und Süd will El Puente dazu beitragen, die Kluft zwischen dem reichen Norden und den sogenannten Entwicklungsländern zu verringern. Seit fast 40 Jahren unterstützt El Puente Jahren Kleinbetriebe und Kooperativen in Afrika, Asien und Lateinamerika durch den Import und Vertrieb ihrer Produkte (insgesamt ungefähr 100 Projektpartner). Die direkte Zusammenarbeit eröffnet unseren Partnern Chancen, sich auf dem internationalen Markt zu gerechteren Bedingungen zu behaupten und dadurch bessere Lebensperspektiven zu erreichen. Begleitend zum Warenhandel betreibt El Puente entwicklungspolitische Bildungs- und Informationsarbeit. Unser Anliegen ist es, anhand der Produkte Strukturen des weltwirtschaftlichen Unrechts aufzuzeigen und den kulturellen Austausch zu fördern. Die Auseinandersetzung mit anderen Kulturen, Lebensweisen und Werten soll Anstöße geben, unsere Rolle als Bürger einer Welt zu überdenken – einer Welt, in der unser Wohlstand und Konsum oftmals von der Armut anderer abhängt. El puente handelt ausschließlich mit Projektware. Die Preiskalkulation sieht so aus ...



Grundlage der Preisberechnung unserer Produkte ist die Kalkulation unserer Partner. Nicht wir diktieren die Preise, sondern die Produzenten machen uns die Rechnung auf, die ihnen ein menschenwürdiges Leben ermöglicht. Kostendeckung und nicht Gewinnmaximierung bestimmt unsere Arbeit und die von Weltläden und Aktionsgruppen.



EL PUENTE

(Quelle www.el-puente.de)



FAIRTRADE Deutschland



® Das vom Verein vergebene und kontrollierte **FAIRTRADE-Siegel** ermöglicht den Verbraucher/innen, sich beim Einkauf für Produkte mit ‚ethischem Mehrwert‘ zu entscheiden. Die Bedingungen für die Vergabe orientieren sich im Wesentlichen an den GEPA-Standards. Mit der Etablierung von TransFair wurde ein Ziel realisiert: Fair gehandelte Produkte über die Weltläden hinaus auch im Normalhandel anzubieten. Für die Produzenten bedeutet das jährliche Mehreinnahmen in zweistelliger Millionenhöhe!

"Überflüssig" sind damit aber weder die Fairhandelsorganisationen (GEPA, El Puente, Weltpartner etc.) noch die Weltläden und Gruppen der Aktion Dritte Welt Handel geworden. Als Pioniere des fairen Handels vertreiben sie ausschließlich fair gehandelte Produkte. Sie geben immer wieder neuen, kleineren Produzentengruppen eine Chance, bieten ihren Partner umfassende Beratungsleistungen an und spielen nicht zuletzt durch Bildungsarbeit und öffentliche Kampagnen eine wichtige Rolle bei der Verbreitung der Idee eines gerechteren Nord-Süd-Handels.

Mehr als **800.000** Kleinbauern und Arbeiter sowie ihre Familien aus 41 Ländern in Lateinamerika, Afrika und Asien profitieren bereits von den Vorteilen fairen Handels. **Fairtrade** baut eine Brücke zwischen den Produzenten in Entwicklungsländern sowie Konsumenten bei uns und verhilft so zu einem größeren Gleichgewicht zwischen Nord und Süd. Das Fairtrade-Siegel steht für Qualitätsprodukte aus fairem Handel. Diese Produkte finden Sie derzeit deutschlandweit in über 800 Weltläden, 22.000 Supermärkten, vielen Gaststätten und Bioläden [fast die Hälfte der Waren tragen zusätzlich das bundeseinheitliche Biosiegel]. Mit dem Kauf dieser Erzeugnisse entscheiden Sie sich für globale Gerechtigkeit [denn fairer Handel kennt keine Grenzen]. Bauernfamilien können ihre Produkte zu fairen Preisen [also Kosten deckenden Mindestabnahmepreisen] verkaufen und das mit langfristigen Abnahmeverträgen. Zum einen sind gerechte Löhne garantiert und ebenso die Förderung sozialer Projekte.

Fairtrade Deutschland [der Verein heißt konkret TransFair Verein zur Förderung des Fairen Handels mit der "Dritten Welt" e.V. Köln] setzt sich für die Bekämpfung von Armut, Rückständigkeit und Ausbeutung in Entwicklungsländern ein. Das Fairtrade-Siegel verrät dem Kunden die Herkunft des Produkts aus fairem Handel und damit auch, dass die Produzenten gerecht bezahlt werden. Um das Siegel zu bekommen, muss das Produkt die Richtlinien der **Dachorganisation FLO** [Fairtrade Labelling Organizations International] erfüllen. Der faire Preis ist unabhängig von der Börse, garantiert feste Abnahmepreise, sichert den Lebensunterhalt der Bauern und deckt die Produktionskosten. (*Quelle www.fairtrade-deutschland.de*)



Wichtige Kriterien des Fairen Handels

- **Erzeugerpreise** für fair gehandelte Produkte sind deutlich höher als der Weltmarktpreis; damit kann ein **gerechterer Lohn** für die Arbeit gezahlt werden
- **Direktkontakt zum Produzenten** und damit keine **Anonymität** wie beim konventionellen Handel [der Kontakt besteht über **Fairhandelsorganisationen**]; Bekanntheit der ProduzentInnen und offene Kalkulationen
- die Preise für fair gehandelte Waren sind so kalkuliert, dass die Produzenten ihre **Lebenshaltungskosten gut decken** und darüber hinaus **Sozial- sowie Entwicklungsprojekte** [LKW, Maschinen, Schulen, Gesundheitseinrichtungen, Rentenfonds, Kleinstkredite für Bauern u.a.] in ihren Kooperativen fördern können
- Produkte werden **direkt bei den Erzeugern gekauft** [es entfallen korrupte Zwischenhändler oder Abhängigkeiten von Börsen- bzw. Weltmarktentwicklungen, da es **keinen Börsenhandel** für Fairtrade-Produkte gibt]
- **Langfristige Abnahmeverträge** [und so gesichertes Einkommen] und auf Wunsch Vorfinanzierung [für Saatgut, Maschinen etc.], garantierte Produktabnahme
- Mindestlebensstandards für Mitglieder und Arbeiter in den Kooperativen sind garantiert
- **Unterstützung von Kampagnen oder Initiativen**, die sich für faire sowie menschenwürdige Arbeits- und Lebensbedingungen einsetzen [geregelter Arbeitszeit, hygienische Bedingungen, saubere Trinkwasser, gesunde Ernährung etc.; siehe auch Fairplay]
- **Bioaufschläge** an den Erzeuger für ökologisch angebaute bzw. hergestellte Produkte
- **Unterstützung von Projekten** gegen die Unterdrückung von Frauen, gegen Kinderarbeit, gegen [z.B. sexuellen] Kindesmissbrauch, gegen Ausbeutung allgemein und anderen sozialen Hilfsaktionen [z.B. Straßenkinderprojekte, Frauenförderung] durch Verkauf bestimmter fair gehandelter Erzeugnisse [z.B. Mangos von den Philippinen; siehe Fairplay]
- **Weiterverarbeitung der Produkte** [nach Möglichkeit] **im Erzeugerland** zur Einkommenssteigerung und Arbeitsplatzschaffung

Standards des Fairen Handels

- Armutsbekämpfung
- Transparenz und Verantwortlichkeit
- Weiterbildung und Organisationsentwicklung
- Öffentlichkeitsarbeit
- gerechte Preise
- gute Arbeitsbedingungen
- Situation der Frauen verbessern
- keine ausbeuterische Kinderarbeit
- Umweltschutz und Förderung des Bioanbaus
- rücksichtsvolle Handelsbeziehungen



Fairtrade – Zahlen und Fakten

Erfolge des Fairen Handels im Süden

- 870 Fairtrade-zertifizierte Produzentenorganisationen
- 58 Länder, in denen fair gehandelte Produkte hergestellt werden
- 1,5 Millionen Produzenten im Fairtrade-System
- 7,5 Millionen Menschen, deren Leben durch fairen Handel direkt verbessert wurde

Erfolge des Fairen Handels im Norden

- in 60 Ländern sind Fairtrade-Erzeugnisse erhältlich
- 1.150 Händler weltweit
- 2.000 Lizenznehmer weltweit
- 10.000 Fairtrade-Produkte [Lebensmittel und Non-Food]
- Fairtrade-Siegel als bekanntestes Sozialsiegel weltweit
- 2009 erhielt Fairtrade Deutschland (TransFair) den Deutschen Nachhaltigkeitspreis

Fakten zum fairen Handel

- 1975 gab es gerade 40 Weltläden, 2010 bereits rund 800 Weltläden
- rund 1,2 Millionen Kleinbauern und Arbeitern in etwa 60 Ländern profitieren direkt vom Fairen Handel
- fair gehandelte Produkte gibt es in 800 Weltläden, 30.000 Supermärkten und Bioläden sowie bei 6.000 Aktionsgruppen [2010]
- 36 Millionen Euro wurden 2009 in Deutschland mit Fairtrade-Produkten umgesetzt
- Kaffee ist das am meisten verkaufte Fairhandelsprodukt

Quelle: Diese Angaben entnahmen wir der Zeitschrift "grenzenlos" [Ausgabe 1/2011] des Kindermissionswerkes