

## **Das Konzept des Fairen Handels**

Es gibt zwei Hauptformen des „Fairen Handels“. Einerseits existiert der Verkauf als „fair gehandelt“ zertifizierter Produkte über konventionelle Vertriebsstrukturen wie Supermärkte und Discounter. Eine solche Zertifizierung führt zum Beispiel der Verein TransFair durch. Auf der anderen Seite gibt es den "Alternativen Handel", der ausschließlich alternative Vertriebswege wie Weltläden nutzt.

### **Einige Definitionen:**

Die internationalen Dachorganisationen des Fairen Handels verstehen ihn als alternativen Ansatz zum konventionellen internationalen Handel. "Er ist eine Handelspartnerschaft, die eine nachhaltige Entwicklung für ausgeschlossene und benachteiligte ProduzentInnen anstrebt. Er versucht das durch die Gewährung besserer Handelsbedingungen, durch Bewusstseinsbildung und Kampagnen". Diese unterscheidet sich von rein kommerziellen Handelsbeziehungen konzeptionell (1).

Während diese Definitionsansätze vor allem die Zielgruppen des Fairen Handels und den Handelscharakter betonen, legt die Organisation der Produzenten (International Fair Trade Organisation – IFAT) das Augenmerk auf die politischen Ziele:

"Fair Trade is a trading partnership, based on dialogue, transparency and respect, that seeks greater equity in international trade. It contributes to sustainable development by offering better trading conditions to, and securing the rights of, marginalized producers and workers – especially in the South." (2)

Das bedeutet, der Faire Handel strebt nach Veränderungen im internationalen Handel hin zu mehr Gerechtigkeit. Wie diese Ziele zu erreichen sind, ist in den Kriterien des Fairen Handels festgelegt.

### **Die Kriterien des Fairen Handels**

Der Faire Handel will die Lebensverhältnisse von Kleinproduzenten in den Ländern des Südens verbessern. Dazu sollen die Produzenten in den (Welt-)Handel einbezogen werden. Allerdings ist dieser Welthandel bisher nicht geeignet, die Disparitäten zwischen den Entwicklungs- und den Industrieländern zu verringern, denn Wirtschafts- und Handelswachstum kommen nicht zwangsläufig allen Ländern und Bevölkerungsschichten in der Welt gleichermaßen zugute (3). Um zu einer dauerhaften Angleichung der Lebensverhältnisse zwischen Nord und Süd zu kommen, müssen die Strukturen des Welthandels verändert werden. Dazu zählen Handelshemmnisse, Protektionismus und sinkende Rohstoffpreise – vor allem für Agrarprodukte – sowie die Verschlechterung der Terms of Trade.

Für die Kleinproduzenten bedeuten diese globalen Rahmenbedingungen des Handels, dass sie aufgrund der schwankenden Weltmarktpreise nur niedrige und unbeständige Einkommen erzielen, ihnen der Zugang zu den Märkten der Industrieländer durch Zollschranken oder Einfuhrquoten versperrt ist, es schlechte Arbeitsbedingungen gibt, weil aus Kostengründen

soziale und ökologische Standards nicht eingehalten werden und oft auch Kontrollen fehlen (4).

Als Reaktion darauf wurden für den Fairen Handel Regeln festgelegt. Dazu zählen im Einzelnen:

- die Zahlung eines "fairen Preises", der in der Regel über dem durchschnittlichen (Welt-) Marktpreis liegt und Produzenten ein menschenwürdiges Leben ermöglichen soll,
- die weitgehende Ausschaltung des Zwischenhandels,
- die teilweise Vorfinanzierung der Handelskontrakte,
- langfristige, vorausschauende Planung ermöglichende Handelsbeziehungen,
- die Einhaltung grundlegender sozialer Standards in der Produktion,
- ökologisch verträgliche Produktionsweisen

(1).

### **Die Kriterien des Fairen Handels erläutert**

Um am Fairen Handel teilnehmen zu können, müssen die Produzenten nicht alle dieser Kriterien erfüllen. Diese dienen vielmehr als Ziel, welches die Teilnehmer durch den Fairen Handel erreichen sollen.

Der Faire Preis wird in der Regel zwischen den Fair-Handelsorganisationen und Produzenten ausgehandelt. Der Preis soll den Produzenten einen angemessenen Anteil am Gesamtgewinn sichern und dafür sorgen, dass sie ein Einkommen erzielen, das ihren Lebensunterhalt sichert. Er liegt immer etwa 10% über dem Weltmarktpreis und unterschreitet nie einen festgelegten Wert. Darüber hinaus ist in diesem Preis ein so genannter "Entwicklungsaufschlag" enthalten, der zur Finanzierung von Projekten bei den Produzenten verwendet wird.

Damit ein möglichst großer Teil vom Endverbraucherpreis beim Produzenten ankommt, werden Zwischenhändler umgangen und die Erzeugnisse direkt importiert.

Die Handelsbeziehungen im Fairen Handel sind langfristig und schließen das Recht auf Vorfinanzierung ein. Zuckerrohr beispielsweise wird nur einmal im Jahr geerntet. Oft reichen die Erlöse des Zuckerrohrs jedoch nicht, um den Anbau und die Lebenshaltungskosten bis zur nächsten Ernte zu finanzieren. Um eine Verschuldung der Kleinproduzenten zu vermeiden, wird die Fair-Handelsorganisation zum Kreditgeber und zahlt an die Vermarktungsorganisation – zum Beispiel die Alter Trade Corporation (ATC) (siehe Abschnitt 6.2) – "Vorschüsse", die nach der Ernte mit der nächsten Lieferung zurückgezahlt werden. Auf diese Weise wird das Risiko zwischen den Produzenten (die in Vorleistung treten und riskieren, ihre Ware ggf. nicht absetzen zu können) und der Handelsorganisation (die eine Anzahlung leistet und riskiert, die Ware nicht in der benötigten Menge und Qualität zu erhalten) gleichmäßiger verteilt (1).

### **Die Ziele des Fairen Handels**

Oberstes Ziel des Fairen Handels ist die Armutsbekämpfung in den Ländern des Südens.

Das wird in erster Linie durch Hilfe zur Selbsthilfe erreicht, indem die Produzenten in die Lage versetzt werden, selbständig ihr Leben zu gestalten.

Vor allem will die Fairhandelsbewegung verschiedene soziale und entwicklungspolitische Ziele erreichen. Dazu zählen beispielsweise:

- die Unterstützung von Selbsthilfe- Initiativen und Organisationen,
- das Verbot von Kinderarbeit,
- die Einhaltung international geltender Arbeitsschutzbestimmungen,
- die Förderung der Gleichberechtigung von Frauen,
- die Umstellung auf umweltverträgliche Produktions- und Verarbeitungsmethoden (3).

Der Faire Handel verfolgt darüber hinaus auch Ziele bei den Verbrauchern in den Ländern des Nordens. Diese sollen die Produkte kaufen und gleichzeitig über die Produzenten informiert werden. Damit soll bei ihnen das Bewusstsein für entwicklungspolitische Fragen geweckt und das Überdenken des eigenen Konsum- und Lebensstils erreicht werden. So sollen mehr fair gehandelte Produkte verkauft werden, was die Lage vieler Kleinproduzenten in Entwicklungsländern verbessert und den Einfluss der Verbraucher auf die Rahmenbedingungen des Welthandels vergrößert.

Der Faire Handel hat also

- politische Ziele: z.B. Veränderungen von Regeln und Rahmenbedingungen des konventionellen (Welt-) Handels;
- pädagogische Ziele: z.B. Veränderungen im Konsumverhalten bei Verbrauchern, Informationen über die Zusammenhänge von Unterentwicklung und Strukturen des Welthandels;
- wirtschaftliche Ziele: z.B. mehr Umsatz, besserer Marktzugang für benachteiligte Produzenten, höhere Preise (1).