

6.4 Es begann mit Kaffee – Die Geschichte des Fairen Handels in Deutschland

Die Geschichte des Fairen Handels beginnt in (West-)Deutschland in den 1970er Jahren und lässt sich in drei Phasen einteilen. Am Beispiel von "klassischen Kolonialwaren" wie Kaffee, Tee oder Kakao will die kirchennahe Fairhandels-Bewegung Aufklärung über die Strukturen des internationalen Handels und die Zusammenhänge zwischen Welthandel und Armut leisten und zugleich exemplarisch alternative Handelsstrukturen etablieren, die den Menschen in Ländern der "Dritten Welt" eine Entwicklung aus eigener Kraft ermöglichen.

Phase 1 (ab 1970er Jahre):

Die entwicklungspolitische Aufklärungsarbeit beginnt mit dem beliebten Getränk Kaffee.

Die Produktpalette wird allmählich erweitert: Tee, Kakao, Zucker, Bananen, Orangensaft, sowie Handwerksprodukte (Textilien, Kunsthandwerk).

Die Fairhandelsbewegung verlagert den Schwerpunkt ihrer Arbeit von Bildungsarbeit zum Handel.

Phase 2 (ab Ende der 1970er/ Anfang der 1980er Jahre)

Die Macht der Verbraucher wird erkannt und in Kampagnen genutzt: "Jute statt Plastik" oder Solidarität mit Nicaragua durch Kauf von "Nica-Kaffee" sind Aktionen, die in dieser Zeit gestartet werden.

Im Zuge des erstarkenden Umweltbewusstseins wird der Faire Handel zum Anlass, um über den eigenen Konsum- und Lebensstil kritisch nachzudenken.

Es entwickelt sich eine Verbindung zur Ökobewegung.

Phase 3 (ab Ende der 1980er/ Anfang der 1990er Jahre)

Der Absatz stagniert, deshalb wird der Faire Handel auch auf Naturkost- und Bioläden, sowie Supermärkte ausgeweitet, weil faire Produkte so für den Verbraucher leichter zu bekommen sind.

Es kommt zur Herausbildung des Fairen Handels (Zusammenarbeit mit konventionellen Unternehmen) und des Alternativen Handels (keine Zusammenarbeit mit konventionellen Unternehmen, Vertrieb nur über Weltläden).

Im Jahr 1991 wird die Siegelorganisation TransFair gegründet, um auf diesem Wege den Kundenkreis für fair gehandelte Produkte zu erweitern (1) (siehe dazu Kap. 6.1.2).

Phase 4 (ab 2000)

Der Faire Handel wird vonseiten der Politik stärker unterstützt. „fair feels good.“ ist die erste bundesweite Informationskampagne zum Fairen Handel, die von 2003 bis 2006 läuft. "fair feels good." wird von der Verbraucher Initiative e.V. in Kooperation mit TransFair e.V. und dem Weltladen-Dachverband durchgeführt und vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) gefördert. Die Kampagne will den Bekanntheitsgrad fair gehandelter Produkte erhöhen und darüber hinaus auch eine gesellschaftliche Diskussion zum Werte-Begriff „fair“ anstoßen (9).

Der Markt für fair gehandelte Produkte wird größer. In Kooperation mit TransFair nimmt eine deutsche Lebensmittel-Kette ab 2006 Produkte mit TransFair-Siegel als so genannte Eigenmarke in ihr Sortiment auf.