



Nachlese zum 22. Entwicklungspolitischen Fachgespräch

FAIR TRADE – CASH. Ein Widerspruch?

Gespräch mit Herrn Thomas Speck¹

1 Fair Trade und Erzielen von Gewinnen

1.1 Versteckte Subventionen mit Hilfe deutscher Spendenbereitschaft?

Es stellt sich die Frage, ob Fair Trade nicht auf der Basis von versteckten Subventionen arbeitet. Die Differenz zum Weltmarktpreis würde – so die Einlassung – erst durch „Fundraising“ bei deutschen Konsumenten möglich werden. Somit wäre die Finanzierungsweise von Fair Trade jener der Entwicklungszusammenarbeit der NRO'n durchaus ähnlich.

Dabei müsste man sich die Vorteile der gelenkten Transfers bei Fair Trade genau ansehen. Es könnte der Fall eintreten, dass mit diesen Transfers beispielsweise die Subsistenzwirtschaft in Entwicklungsländern nicht gefördert wird. Es könnte sein, dass die Produktion von vor Ort benötigter Güter vernachlässigt würde, oder dass die Ärmsten der Armen nicht erreicht werden. Vielmehr werden möglicherweise Massenprodukte produziert, die in den Entwicklungsländern nicht fehlten. Sinnvoller wäre es z.B., traditionell gewachsene und durch kriegerische Auseinandersetzungen zerstörte Handelswege wiederaufzubauen, um den regionalen Handel zu fördern.

Es wurde dagegen gehalten, dass es sich bei mit Fair Trade gehandelten Produkten im Gegensatz zur Entwicklungszusammenarbeit um einen echten Markt handelt. Eine versteckte Subvention durch spendenbereite Konsumenten fände lediglich in geringem und sinkendem Maße statt. Hauptsächlich würden fair gehandelte Produkte aufgrund ihrer Qualität gekauft. Dabei spiele sowohl die physische Qualität (Geschmack) als auch die immaterielle Qualität eine Rolle: Neben den materiellen Produkteigenschaften besäße der Käufer weitere Ansprüche an ein Produkt, wie soziale Qualitätsmerkmale, die mit seinem „Bild der Welt“ übereinstimmten.

Dem Käufer wird die Problematik des Südens näher gebracht und eine Handlungsalternative vor Ort angeboten, ohne dass er sich mit der Thematik auf einem hohen Abstraktionsniveau auseinandersetzen muss. Die Marketingstrategie, die auf immaterielle Produktmerkmale abzielt, sei auch bei anderen Markenprodukten vorhanden und keineswegs verwerflich. So wären deutsche Konsumenten ebenso bereit für sichtbare Labels („Hugo Boss“) einen Aufpreis zu zahlen. Solidaritätsmotive seien zwar unfraglich vorhanden, würden jedoch tendenziell in den Hintergrund treten. Vielmehr sei es mittlerweile eine Mischung von Motivationen, die den Konsumenten zum Kauf von fair gehandelten Produkten bewegt.

¹ Geschäftsführer der gepa

Anders als bei der Entwicklungszusammenarbeit würden die Gelder (größtenteils) nicht gelenkt eingesetzt, somit würde jedoch auch das für die EZ typische „Patriarchat“ der Mittelverwendung entfallen. Den Produzenten sei es freigestellt, wie sie ihren Ertrag einsetzen, ohne dass erst ihre eigenen Bedürfnisse ermittelt werden müssten. Die Bildung von Rücklagen, Produktdiversifikation und Weiterentwicklung würden erst durch eigene Entscheidungen über die Mittelverwendung möglich. Kleinbauern innerhalb einer Subsistenzwirtschaft verfügten aufgrund mangelnder Reserven und fehlender Erwirtschaftung eigener Mittel nicht über diese Möglichkeiten.

1.2 Vier Prozent mehr Wachstum² durch die Etablierung in kirchlichen Institutionen?

Es stellt sich die Frage, ob das verzeichnete Wachstum des Absatzes fair gehandelter Produkte nicht auf die verstärkte Etablierung von Fair Trade Produkten in gepa nahe stehenden (kirchlichen) Organisationen zurückzuführen ist. Das bestätigt sich nicht, da 9/10 des Tassenmarktes für Kaffee an die Kantinen großer Firmen gehen, die fair gehandelte Produkte aufgrund ihrer physischen Qualität eingeführt haben (Entscheidung nach Blindverkostung). Ein verstärktes Engagement der Kirchen sei nicht zu beobachten. Die kirchlichen Organisationen würden die Einführung fair gehandelter Produkte meist mit dem Preisargument ablehnen. Das Plenum zweifelte, ob die Motivation von großen Firmen, fair gehandelte Produkte in eigenen Kantinen einzuführen, allein der besseren Qualität zuzuschreiben sei. Soziale Motive seien doch nicht von der Hand zu weisen.

2 **Entwicklungszusammenarbeit und Fair Trade im Vergleich**

2.1 Ausschluss der Ärmsten der Armen?

Im Gegensatz zur Entwicklungszusammenarbeit sind Lieferanten und somit ebenso Zielgruppe der gepa diejenigen, die bereits aus eigener Kraft produzieren können, sich somit also bereits auf einem gewissen Entwicklungsstand befinden. Die Ärmsten der Armen werden dadurch vernachlässigt. Der gepa wäre vorzuhalten, dass sie in diesem Sinne keine „Nachwuchsförderung“ betreibt und diese der Entwicklungszusammenarbeit überlässt. Ein weiteres Ausschlusskriterium ist die Produktion von Gütern, für die in den entwickelten Ländern tatsächlich Bedarf besteht.

Es ist der gepa lediglich möglich, Menschen mit Produktionspotential „an der Schwelle abzuholen“. Eine Heranführung an den Markt findet jedoch bereits im gewissen Maße statt, indem das Lieferantenportfolio der gepa Lieferanten enthält, die unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten noch nicht aufzunehmen wären, die jedoch die Perspektive haben, in Zukunft rentable Produkte herzustellen. Bewusst wird auf Produkte verzichtet, die im Norden lediglich aus Mitleid gekauft würden („Ethischer Nippes“). Jedoch werden unrentable Zweige wie der Non-Food-Sektor bisweilen quersubventioniert, womit auch bisher nicht marktfähige Produkte berücksichtigt werden. Wichtig sei ein gesundes Mix an rentablen und unrentablen Produkten. Der Auftrag der Gesellschafter sei zwar großer Absatz und die

² Des Umsatzes der Produktgruppe Kaffee, Bezugszeitraum 2001-2002, siehe Geschäftsbericht der GEPA (2002) S. 7. Beträgt für 2002 15.368.000 €.

Veränderung des Bewusstseins deutscher Konsumenten, der interne Auftrag bliebe jedoch das betriebliche Ergebnis, also der Gewinn. Das Fehlen einer Auswahl nach marktwirtschaftlichen Gesichtspunkten würde Fehlallokationen der Produzenten zur Folge haben.

Während Spenden die Folgen von Armut bekämpften, würde Fair Trade die Ursachen bekämpfen. Das Geld würde dorthin gehen, wo produziert wird. Somit würden Migrationen in Gebiete mit höherer Entwicklung und Slumbildung vermieden.

2.2 Auswahl der Lieferanten und die Gefahr von Wohlstandsinseln

Seitens des Plenums wurde gefragt, wie die Kontaktaufnahme und Auswahl potentieller Lieferanten vonstatten ginge und ob die Gefahr bestünde, umkämpfte Wohlstandsinseln zu schaffen.

Durch den Bekanntheitsgrad der gepa innerhalb der Entwicklungsländer bewerben sich Lieferanten oft aus eigener Initiative. Weiterhin ist es möglich, die Lieferanten über kirchliche Organisationen (z.B. MISEREOR), mit Hilfe des Transfair-Registers oder durch Erkundungsreisen des Produktmanagements ausfindig zu machen. Außerdem bestünde eine Arbeitsteilung mit anderen Fair-Trade-Produzenten vor Ort. Die Auswahl erfolge nach dem Prinzip, die schlechtesten Produktionsstätten unter den möglichen zu wählen. Darin würde sich gepa zu anderen Handelspartnern unterscheiden, die sich aus Marketinggründen die jeweils besten aussuchten, um eine offene Flanke für Kritik zu vermeiden. Die Effekte innerhalb des Entwicklungslandes wären positiv: Die Preise bisheriger Abnehmer würden merklich steigen, die Transparenz würde erhöht, der Bezug zum Weltmarkt verbessert. Anzumerken sei, dass es teilweise zu bewaffneten Auseinandersetzungen käme, die jedoch meist im Ergebnis den Rückzug konventioneller Abnehmer und die Emanzipation der Kleinbauern zur Folge hätten.

Die Schaffung von Wohlstandsinseln sei nicht zu beobachten. Vielmehr hätte die Einführung von Fair-Trade Handelsbeziehungen eine positive Ausstrahlung auf die Umgebung. Auch konventionellen Handelspartnern würde ein Anreiz gegeben, ihrerseits neue Sozialstandards (etwa der ILO oder der Atlanta Agreement) einzuführen.

3 Versuch eines Fazits

Insgesamt wurde anerkannt, dass Fair Trade und Entwicklungszusammenarbeit Potentiale für Kooperation besitzen, das Wissen voneinander jedoch bisher nicht ausreicht.

Fair Trade kann keine Alternative zur Entwicklungszusammenarbeit sein, verfügt jedoch über Vorteile wie Effizienz, hohe Lobbyarbeit und Beeinflussung von Käuferverhalten, Politik und Öffentlichkeit, die für die Entwicklungszusammenarbeit eine Ergänzung darstellen könnten.

Am heftigsten umstritten war in der Veranstaltung die Abgrenzung von Fair Trade zu konventioneller Wirtschaft einerseits und Entwicklungszusammenarbeit andererseits. Dabei stand vor allem die Definition des Aufpreises von fair gehandelten Produkten im Vordergrund, die von der einen Seite als Spende, von der anderen Seite als Aufpreis für bessere Qualität definiert wurde.

Es wurde geklärt, dass sich die Funktionsweise der gepa seit den 80er Jahren geändert hat, dass zu großen Teilen jedoch das alte Bild von Fair Trade erhalten ist. Um solche gegenseitige Missverständnisse auszuräumen, wurde angeregt, einen vertieften Austausch zwischen EZ und gepa zu initiieren.