

2.2 Entwicklungsgeschichte

2.2.1 weltweit

Nach Grüninger ist ein genauer Beginn des Fairen Handels nicht übermittelt. Am Anfang des 20. Jahrhunderts entstanden in verschiedenen Ländern Käuferligen. Das sind Vereinigungen von Konsumenten, die „weiße Listen“ schufen, auf denen sie Geschäfte auflisteten, die den Produzenten angemessenes Gehalt zahlten und ohne Kinderarbeit produzierten. Außerdem durften diese Geschäfte bereits ein Siegel tragen. Während der Weltkriege gingen diese Errungenschaften wieder verloren. (vgl. Grüninger 2009, S.19) Danach waren es vor allem religiöse und gemeinnützige Organisationen der USA, die Gutes tun wollten. (vgl. Grüninger 2009, S. 23) Die Organisation SERRV⁵ aus Nordamerika vertrat in den 40er-Jahren ähnliche Interessen. Sie war dafür verantwortlich, dass der Fairtrade-Begriff in Amerika hauptsächlich mit Handwerk verbunden wurde. Die Lebensmittel traten erst später in den Vordergrund.

In den 1960er-Jahren weiteten sich diese Ideen aus: europäische Entwicklungsagenturen und Nichtregierungsorganisationen⁶ importierten nun Produkte aus Ländern, die zuvor vom Handel ausgeschlossen waren. In Ländern wie der Schweiz oder Großbritannien bildeten sich führende Handelsorganisationen. (vgl. Grüninger 2009, S. 19)

1969 eröffnete der erste Weltladen⁷ in den Niederlanden, (vgl. Wein 2008, S. 13) 1970 gab es dort schon 100 solcher Geschäfte. (vgl. Stückelberger 2001, S. 31) Für die Produzenten wurde eine Sozialprämie eingeführt, die es ihnen ermöglichte, Entwicklungsprojekte wie den Aufbau von Schulen oder Brunnen zu finanzieren. Demzufolge lässt sich sagen, dass innerhalb dieser Jahrzehnte der Faire Handel Form und Struktur erwarb. Trotzdem hielt sich die Zusammenarbeit unter den Organisationen noch sehr in Grenzen. Lediglich ihre Ziele, mehr Gerechtigkeit im multinationalen Handel und faire Preise, stimmten überein. Übergeordnete Initiativen entstanden erst in den 80er-Jahren. Eine von ihnen ist die WFTO⁸, welche global Erzeuger, Importeure, Läden sowie alternative Handelsorganisationen⁹ verbindet. Sie ist diejenige, die die Kriterien für Fairen Handel definiert hat. Alle rund 350 Mitglieder verpflichteten sich, ebendiese einzuhalten. Die Unternehmen dürfen das Siegel der WFTO nutzen. (s. Abb. 1)

5 Sales Exchange for Refugee Rehabilitation and Vocation.

5 NGOs (Non-Governmental-Organisation).

7 „Fachgeschäft für fair gehandelte Produkte“ (Bowen 2001, S.24 in Wein 2008, S.13).

8 World Fair Trade Organisation (bis 2009: IFAT).

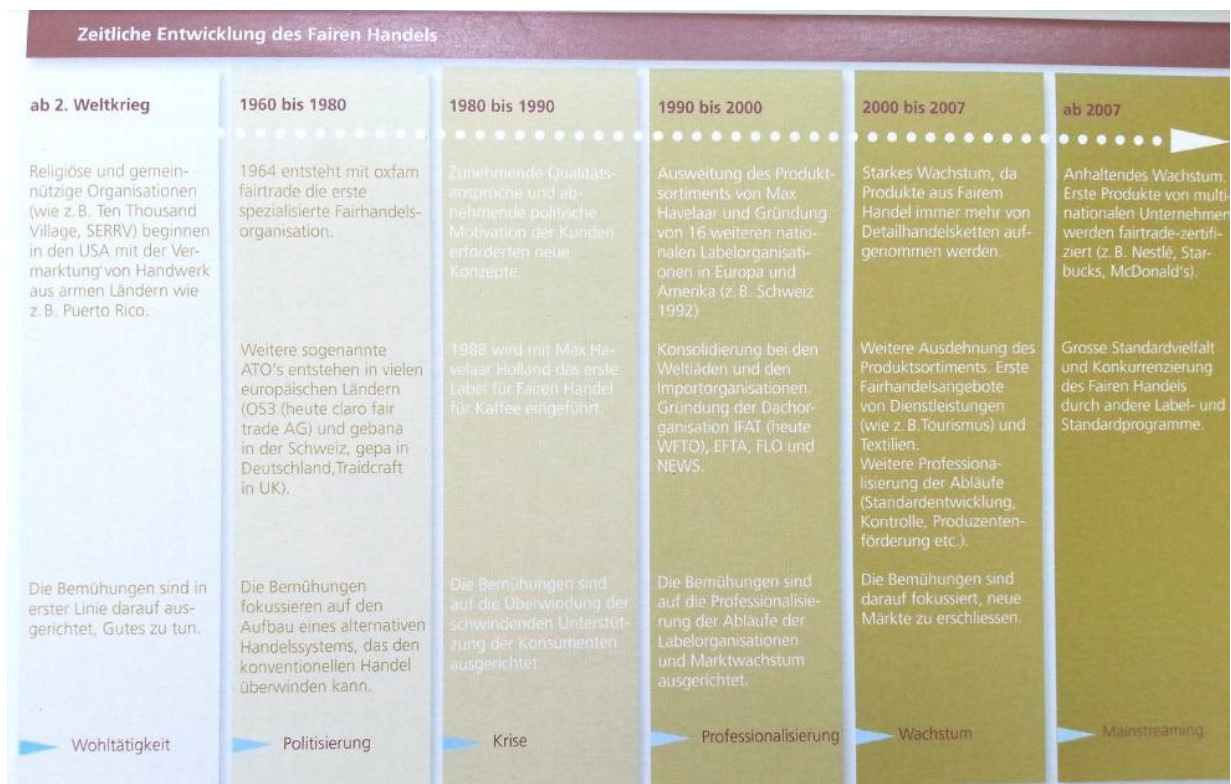
9 Handelsorganisationen gegen den ausbeuterischen Welthandel (vgl. Stückelberger 2001, S.31).



Abbildung 1: Siegel WFTO (19.03.13)

Diese Entwicklung zwischen 1960 und 1980 wird als Politisierungsphase bezeichnet. (s. Abb. 2)

Abbildung 2: Zeitliche Entwicklung des Fairen Handels (Grüniger 2009, S.23)



Die folgende Phase namens „Krise“ dauerte bis 1990 an. In dieser Zeit kamen Kunden hinzu, die nicht nur idealistisch dachten, sondern auch kritisch hinterfragten. Somit war ein wachsender Qualitätsanspruch vorhanden. Neu ist seit 1988, dass nicht das Unternehmen, sondern das Produkt ein Siegel trägt. Ein Kaffee mit dem Siegel „Max Havelaar“ war das erste Produkt. Der Name geht auf die Hauptfigur in dem 1860 erschienenen Roman „Max Haavelaar“ oder „Die Kaffeeversteigerungen der Niederländischen Handels-Gesellschaft“ zurück. Die darin thematisierten unfairen Verhältnisse in den Kolonien lösten Bestürzung aus

und führten zu einer Forderung nach mehr Gerechtigkeit. Der zertifizierte Kaffee bewies Erfolg: innerhalb eines Jahres erreichte er einen Marktanteil von immerhin 2%¹⁰.

In der sich anschließenden Phase bis 2000 fand eine Professionalisierung im Fairen Handel statt. (s. Abb. 2) Denn die größten ganz auf den Fairen Handel ausgerichteten Importeure schlossen sich 1990 zur Europäischen Fair-Handelsgemeinschaft¹¹ zusammen. Beispiel für solch ein deutsches Importunternehmen ist die GEPA¹². Vier Jahre nach der EFTA-Gründung vereinigten sich alle europäischen Weltläden¹³. Ebenso 1994 gründete sich in den USA die American Alternative Trade Organisation¹⁴, die alle Organisationen vereint, die in Kanada und den USA komplett nach den Vorschriften des Fairen Handels verkaufen. Die erfolgreiche Entwicklung des Fairen Handels lässt sich auf drei Gründe zurückführen:

- Es entstehen Max-Havelaar-Standorte in weiteren Ländern.
- Die Produktpalette wird erweitert.
- Auch Supermärkte bieten Ware aus Fairem Handel an.

1997 gründete sich der Verein FLO¹⁵ e.V., in welchem sich inzwischen viele Labelinitiativen aus den verschiedensten Ländern zusammengeschlossen haben. FLO hat die Aufgabe, internationale Standards für Faires Wirtschaften festzulegen, Produkte zu zertifizieren und den Handel zu überprüfen.

Die nächste Phase dauerte bis 2007 an. Sie zeichnete sich vor allem durch Wachstum der Produktnachfrage aus. Desweiteren fand erneut eine Professionalisierung statt. FLO, WFTO, NEWS und EFTA schlossen sich 2001 zur FINE¹⁶ zusammen, um den Handel besser zu koordinieren und sich auf eine Definition des Fairen Handels (s. 2.1) zu einigen. Aufgrund des wachsenden Interesses der Konsumenten sowie der verbesserten Koordination der Unternehmen, ist der Faire Handel zu einem anerkannten Wirtschaftsmodell geworden. Neben Lebensmitteln, Handwerk und Textilien gibt es nun auch Angebote im Dienstleistungssektor wie Tourismus- oder Finanzbereich.

In der Schweiz werden pro Kopf die meisten Produkte aus Fairem Handel verbraucht. Damit steht die Schweiz an der Weltspitze.

Die Phase, die 2007 begann und bis heute andauert, wird Mainstreaming¹⁷ genannt. Erste Produkte werden in bekannten internationalen Unternehmen FAIRTRADE-zertifiziert. Dazu zählen unter anderem Nestlé oder McDonalds in Großbritannien. Unternehmen im Lebensmittelbereich beginnen eigene Siegel aufzubauen. (vgl. Grüninger 2009, S. 19-23)

10 In Quelle uneindeutig, vermutlich 2% des Marktanteils von Kaffee in den Niederlanden.

11 EFTA (European Fair Trade Association).

11 Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt mbh.

13 NEWS (Network of European Worldshops).

14 Heute: FTF (Fair Trade Federation).

15 S. 2.1.

16 S. 2.1.

17 Produkte aus Fairem Handel werden immer mehr nachgefragt.

Kurz: Fairer Handel hat sich rasant entwickelt und trifft auf stetig steigendes Interesse.

2.2.2 Deutschland

Im Rahmen der 1968er-Protestbewegung, die ihrem „Verlangen nach Veränderung und Demokratisierung aller Lebensbereiche“ Ausdruck verlieh (Deutscher Bundestag Referat Öffentlichkeitsarbeit 1990, S. 404), gerieten auch die Ungerechtigkeiten in der Dritten Welt in den Blick der Menschen. (vgl. Deutscher Bundestag Referat Öffentlichkeitsarbeit 1990, S. 407) 1970 organisierten kirchliche Jugendverbände Hungermärsche und konnten 30 000 Teilnehmer mobilisieren. Daraus entstand 1971 die Bewegung „Aktion Dritte Welt Handel“. Ein weiteres Jahr später wurde die „Gesellschaft für Handel mit der Dritten Welt“, ein Vorläufer der GEPA¹⁸, die den Handel der Waren erleichterte, ins Leben gerufen. Im gleichen Jahr gründete sich El Puente. 1978 wurden Jutetaschen aus Bangladesch mit dem Spruch „Jute statt Plastik“ zum Symbol eines anderen Lebensstils. Ungefähr 200 Weltläden gab es 1985. (vgl. 29, 19.3.2013)

Am 1. Januar 1992 eröffnete in Köln das erste Büro von TransFair¹⁹. Bereits im Herbst unterzeichneten die Handelsorganisation GEPA und TransFair Deutschlands ersten Lizenznehmervertrag. Im Dezember desselben Jahres verkaufte der Edeka-Markt in Minden als erster Supermarkt fair gehandelten Kaffee namens „Viva“ von Schirmer. „Das Millionste“ Päckchen Kaffee wurde dem damaligen Bundespräsidenten Richard von Weizsäcker in einer festlichen Zeremonie übergeben. Der Entscheidung, Kaffee aus Fairem Handel in Supermärkten anzubieten, folgten auch andere Handelsketten, sodass dieser schnell in über 20 000 Supermärkten angeboten wurde.

1994 kam Tee als zweites gesiegeltes Produkt hinzu. Innerhalb von 4 Jahren kauften die Kunden in Deutschland 25 Millionen Päckchen fairer Kaffee. Auf dem Oktoberfest 1997 wurde Fairtrade Kaffee ausgeschrieben.

Im anschließenden Jahr mussten verschiedene wirtschaftliche Herausforderungen gemeistert werden: Erstmals galt es, einen Absatz-Rückgang des Kaffees zu verkraften. Grund dafür war beispielsweise ein Preissturz an der Börse. Die Markteinführung von fair gehandelten Bananen wurde durch ungünstige Witterungsverhältnisse in mittel- und südamerikanischen Anbaugebieten erschwert. Dass das Jahr 1998 dennoch mit einem leichten Umsatzwachstum beendet werden konnte, ist der Möglichkeit zu verdanken, faire Produkte an Tankstellen zu erwerben. Noch vor der Jahrtausendwende schließen sich

18 S. 2.2.1.

19 S. 3.1.

RUGMARK²⁰ und TransFair zusammen, um sich nun gemeinsam für die benachteiligten Produzenten in der Dritten Welt einzusetzen.

2001 fand die erste „Faire Woche“ statt. Umsatz des ersten Fairtrade-Jahrzehnts waren stolze 500 Millionen Euro. Im elften „Lebensjahr“ des Fairen Handels wurde das neue, mittlerweile allseits bekannte, internationale Logo eingeführt. Eine landesweite Informationskampagne „fair feels good“ startete 2003. Im Jahre 2004 begann der faire Handel mit Wein. Fairtrade-Rosen boten die ersten deutschen Handelsunternehmen 2005 an. Im selben Jahr kochte Johann Lafers mit Fairtrade-Produkten im Fernsehen.

2006 verdoppelte sich der Jahresumsatz der Artikel. Der LIDL-Discounter nahm acht Fairtrade-Produkte ins Sortiment auf und listete sie unter der Eigenmarke „Fairglobe“. Seit 2007 wird den Fluggästen von Air Berlin nur noch fairer Kaffee serviert. Den Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Produkte/Dienstleistungen“ erhielt 2009 der Verein Transfair. Gleichzeitig startete die Initiative Fairtrade-Towns. Saarbrücken wurde die erste von ihnen.

Im Mai 2010 feierte das „Faire Frühstück“ mit 30 000 Teilnehmern seine Premiere. Am Ende der Fairen Woche 2011 wurden bei über 1000 Veranstaltungen in ganz Deutschland 501 788 Tassen fairer Kaffee getrunken. Schon ein Jahr später wurde mit Herne die 1000. Fairtrade-Town weltweit prämiert. (vgl. o.V. 2012, S. 8-11) In Deutschland gibt es inzwischen 141 Fairtrade-Städte.

2.2.3 Freiberg

Die Geschichte des Fairen Handels in Freiberg begann 1991 mit der Eröffnung des Weltladens „La Tienda“ in der Untergasse. Freiburger Bürger, die in diesem gemeinnützigen Verein tätig waren, verkauften bis Dezember 2009, also 18 Jahre lang fair gehandelte Waren. Grund für die Schließung war Personalmangel. Daraufhin gründeten einige Studenten die AG Fairer Handel. Sie erarbeiteten ein Konzept zur Eröffnung eines neuen Ladens und organisierten monatlich den Verkauf fair gehandelter Ware in der Neuen Mensa. Dort gibt es seit April 2012 auch einen Fair-O-Maten: Ein Automat, der ohne Strom funktioniert, keine Kühlung braucht und mit fair gehandelten Süßigkeiten gefüllt ist.

Nachdem auf dem Tag der Nachhaltigkeit im Juni ein Hauptverantwortlicher für einen neuen Laden gefunden wurde, trafen sich Ende des Monats acht Interessierte, um mit der konkreten Planung zu beginnen. Die Treffen, bei denen nicht nur Studenten, sondern auch engagierte Bürger teilnahmen, fanden nun etwa wöchentlich statt. Zum Tag der Sachsen im

20 „unabhängiges Siegel gegen illegale Kinderarbeit in der Teppichindustrie“ (o.V. 2012, S.9).

September 2012 gab es einen Stand, der über das Vorhaben der Bürger informierte. Ein weiterer wichtiger Schritt war die Genossenschaftsgründung am 18. Oktober. Danach ging es mit großen Schritten voran. Am 8. Dezember 2012 wurde das FAIRkauf Ladencafé in der Thielestraße 5 eröffnet. Es ist ein moderner Weltladen mit Café, in dem man fair gehandelten Kaffee und kleine Snacks zu sich nehmen kann. (vgl. 31, 19.03.13)

Fair gehandelte Produkte erhält man in Freiberg außerdem in den Bioläden „Querbeet“ und „Grünkram“ sowie im Rossmann, dm, Kaufland, Penny, Lidl, REWE, Café Momo und Teekessel. (vgl. 30, 21.03.13)

3. FAIRTRADE als Beispiel für fairen Handel

3.1 Was macht TRANSFAIR?

Nach Brigitte Pilz ist der Verein (vgl. TransFair-Geschäftsstelle 1996, S.69) TRANSFAIR eine der Organisationen, die selbst nicht gerechten Handel betreibt, aber Gütesiegel für fair gehandelte Produkte vergibt. In Ländern wie Belgien, Holland, Frankreich und der Schweiz heißt sie „Max Havelaar“, in Großbritannien „Fair Trade Mark“. Diese Organisationen führen ein Produzentenregister. (vgl. Pilz 1996, S. 61)

Unternehmen wie Kaffeeunternehmen oder Supermarktketten, die eine Lizenz für das Siegel haben wollen, bezahlen den Siegelverwaltern eine Gebühr, die diese für Öffentlichkeitsarbeit wie die Bereitstellung von Informations- und Werbematerialien, Erhaltung des Produzentenregisters und Gewinnung weiterer Lizenznehmer verwenden. Mit diesem Siegel kaufen sie bei Produzenten aus dem Produzentenregister zu den von TRANSFAIR abgemachten Preisen und Rahmenbedingungen.

Unternehmen, welche das Siegel tragen dürfen, vermarkten dann das importierte Produkt unter selbstgewähltem Namen. Die Echtheit des Siegels wird durch ein genau abgestimmtes Kontrollsystem mit Wirtschaftsprüfern geschützt. (vgl. Pilz 1996, S.61)

3.2 FAIRTRADE Standards

3.2.1 Ziele

Das Ziel von Fairtrade ist es, die Arbeits- und Lebensbedingungen der Familien in der Dritten Welt auf lange Sicht zu verbessern. Bauern aus den verschiedenen Kontinenten sollen eine Stimme bekommen, wahrgenommen werden und eigenverantwortlich Entscheidungen treffen. Der Faire Handel wirkt Drogenanbau, horizontalem Gewerbe, Kinderarbeit und