

Bananen sind nach Äpfeln das beliebteste Obst der Deutschen, 14 kg werden pro Jahr und Kopf gegessen. Und alle Fairtrade-Bananen, die in Deutschland 2011 verkauft wurden, waren auch Bio-zertifiziert. (Transfair 2012, S. 1)

María Inés Cada, 41 Jahre alt, baut in der Küstenprovinz El Oro seit über 20 Jahren Bananen an, ab 2001 für den Fairen Handel. Die Umstellung vom konventionellen Handel war nicht einfach, hat sich aber gelohnt. María Inés sagt, dass sie mit ihren rund 60 Mitarbeitern seit dem Wechsel zu Bio-Anbau und Fairtrade zwar weniger Kisten je Woche bereitstellen, aber einen garantierten Preis dafür erhalten.

Bananen wachsen an Stauden. Diese sind in der Lage bis zu acht Meter Höhe zu erreichen. Ihr Lebenszyklus endet mit der Bildung des Fruchtstandes. Die Stauden müssen gepflegt, bewässert und wenn es nicht anders geht, behandelt werden. Am Erntetag werden die Büschel mit der Machete abgeschlagen, zur Packstation transportiert, gewaschen, sortiert, auf Qualität geprüft und das Fairtrade-Siegel wird festgeklebt. Dann werden die Bananen, die noch grün sind, in Kisten verpackt, zum Hafen transportiert und abermals kontrolliert, bevor sie auf Kühlschiffen nach Europa gelangen. Am Bestimmungsort angekommen, treffen sie in Reifereien ein. Dort lagern die Bananen noch mehr als drei Wochen, bevor sie gelb und reif in den Regalen von Supermärkten, Bio- oder Weltläden zu finden sind. (vgl. Transfair 2012, S.2)

3.3.5 Neuheiten

Neben den „typischen“ Fairtrade-Produkten treibt der Faire Konsum mittlerweile kuriose neue Blüten. So gibt es in Brasilien Gesänge der Xavante-Indianer als fair gehandelte Klingeltöne. Außerdem sind bereits faire Gummistiefel, Karnevalskamellen, Wodka, Kondome oder faire Bambussärge aus China im Angebot. Fair gehandelte Trauringe kann man ebenfalls erwerben. (vgl. Hahn/Herrmann 2012, S. 9)

3.4 Kakao: Weg vom Produzenten zum Käufer

Die Kakaobauern in dem jeweiligen Land schließen sich zu einer Kooperative zusammen, von der sie den Vorstand wählen und an den sie den Kakao liefern. Von der Kooperative bekommen sie als Gegenleistung ihren Lohn. Auch die Importeure wie GEPA, dwp oder El Puente stehen direkt in Kontakt zu den Kakaobauern. Sie überprüfen, ob der Mindestlohn ausgezahlt wird und beraten die Produzenten über Bio-Anbau oder wie sie ihre Anbaufläche

Der Weg des Kakaos im Fairen Handel

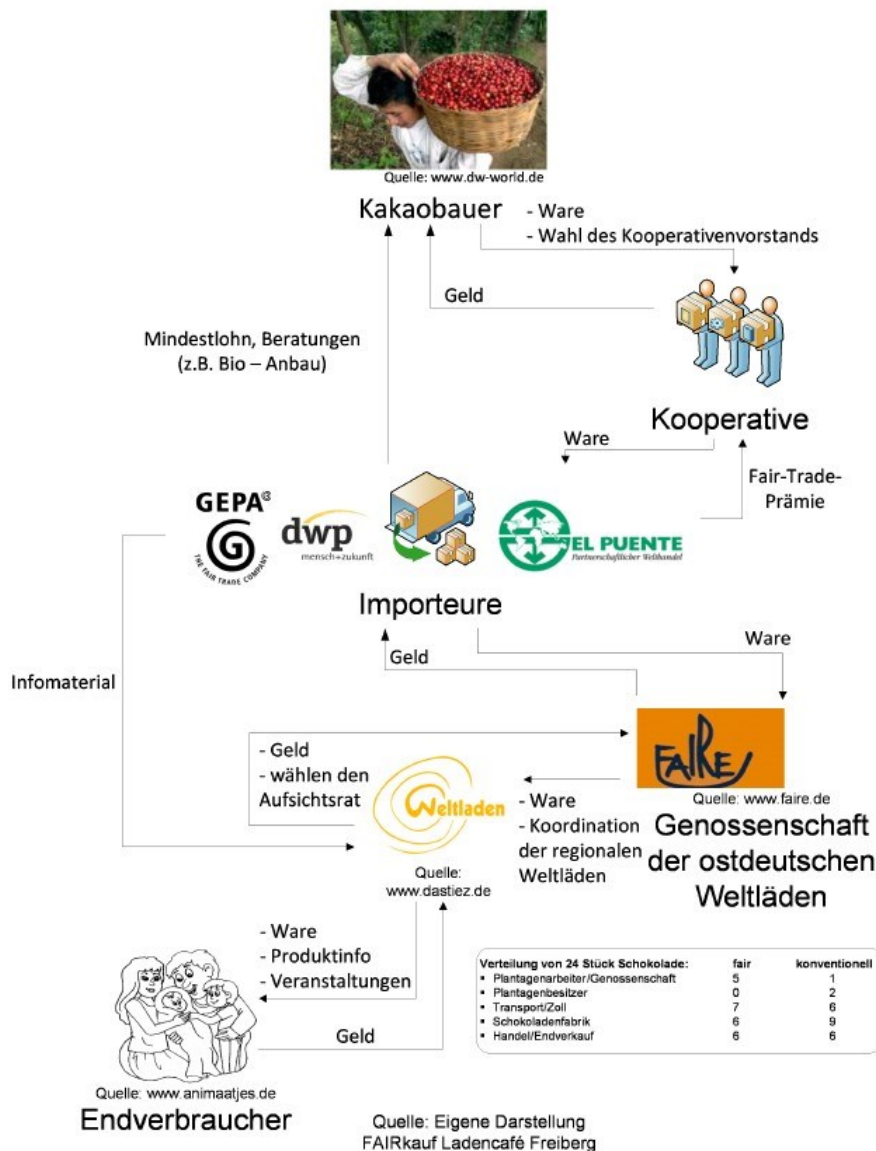


Abbildung 6: Der Weg des Kakaos im Fairen Handel (16.3.13)

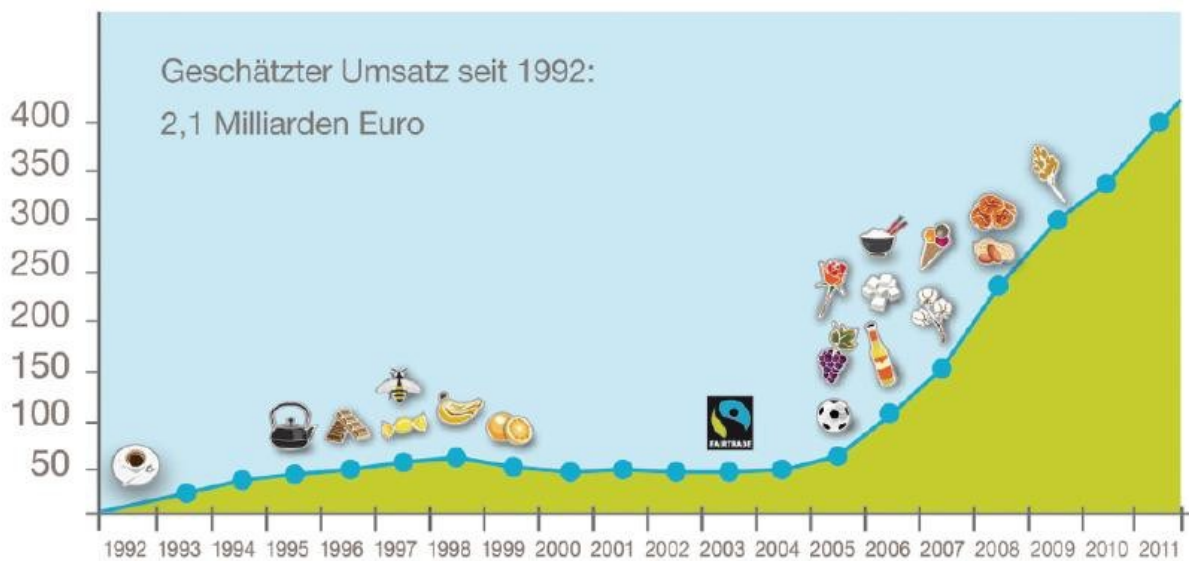
optimal nutzen können. Die Kooperativen stehen ebenfalls mit den Importeuren in Kontakt. Erstere geben die Ware weiter und bekommen dafür die Fairtrade-Prämie, die in soziale Projekte vor Ort fließt. Die Importeure wiederum verkaufen den Kakao an die Zwischenhändler, zum Beispiel die FAIRE e.G., die ihren Sitz in Dresden hat. Alle Weltläden in den östlichen Bundesländern kaufen nun ihren Kakao und andere Waren in der FAIRE e.G. ein. Die Importeure versorgen die Fachgeschäfte für Fairen Handel außerdem mit Informationsmaterial ihrer Produkte. Der Endverbraucher erwirbt im Weltladen vor Ort Kakao sowie andere Waren und erhält dazu Produktinformationen. Die Mitarbeiter der Geschäfte bieten für Interessenten thematische Veranstaltungen an. Mit den Einnahmen finanzieren die

Weltläden ihre Miete, andere Nebenkosten und bestellen neue Ware. (s. Abb. 4) Die Weltladenmitarbeiter engagieren sich vorwiegend ehrenamtlich.

3.5 Umsatzentwicklung

„Letztendlich entscheiden die Konsumenten, ob es einen gerechten Handel mit der Dritten Welt gibt.“ Ein bolivianischer Bauer (Pilz 1996, Titelseite)

Abbildung 7: Umsatz von Fairtrade-Produkten in Deutschland (in Mio.€) (21.03.13)



In Abbildung 7 kann man den enormen Anstieg des Umsatzes sehr gut erkennen. Bis 2005, als noch wenig fair gehandelte Produkte erhältlich waren, betrug der Umsatz pro Jahr noch unter 100 Mio. €. Das Umsatzhoch in dieser Zeitspanne lag im Jahr 1998. Nach 2005 ist ein deutlicher Anstieg des Umsatzes zu beobachten. Das Angebot wurde um Blumen, Bälle, Wein, Reis Baumwolle, Trockenfrüchte und andere Produkte erweitert. Damit steigerte sich der Umsatz 2011 auf über 400 Millionen €.

Pro Kopf ist das aber „nur“ ein Umsatz von fünf Euro. (vgl. Hahn/Herrmann, S. 14)

84 von hundert Konsumenten greifen gelegentlich zu nachhaltigen Produkten. (vgl. o.V. 2012, S. 40) Über 93 % der Kunden vertrauen dem Siegel. (vgl. o.V. o.J., S. 2)

Die fairen Waren kommen inzwischen aus über 60 Ländern, die Anzahl der vom Fairen Handel profitierenden Arbeiter beträgt rund eine Million, mit ihren Familien sind es etwa 6 Millionen Menschen. (vgl. Hahn/Herrmann, S. 14)

Der weltweite Erfolg des Fairtrade-Konzeptes lässt sich so begründen: Es werden sozial verantwortliche Kaufentscheidungen ohne Einbußen bei der Produktqualität getroffen. Bei