

## **Der Faire Handel wächst – Was sind die Perspektiven für Weltläden und Gruppen?**

„Den Café Organico gibt es jetzt auch im Supermarkt. Warum soll ich den noch im Weltladen verkaufen?“ Solche und ähnliche Fragen erreichen uns immer wieder. Die GEPA hat auch in den letzten Jahren durch Verkäufe in die Supermarktketten zugelegt. Die Verkäufe im Weltladen- und Gruppenbereich stagnieren dagegen. Mitarbeiter in Weltläden und Aktionsgruppen fragen sich, ob sie mit ihrem Engagement nur gewinnorientierten Unternehmen das Feld bereitet haben. Andere dagegen werten die Entwicklung positiv: sie sehen ihre Mission aber erfüllt, den Fairen Handel verbreitet zu haben. Nun überlegen sie, ob sie sich anderen Aufgaben zuwenden sollen.

Die Fragen sind verständlich. Denn wenn es für Supermärkte wirtschaftlich interessant wird, Fair Trade Kaffee ins Regal zu stellen, kaufen Konsumenten den Kaffee zusammen mit ihren sonstigen Bedarf gleich dort und die früheren Alleinanbieter des fairen Kleinbauernkaffees haben scheinbar das Nachsehen. Für Frustration oder Sich-zur-Ruhe-Setzen gibt es aber keinen Anlass. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Weltläden und Aktionsgruppen haben erfolgreich eine wichtige Funktion erfüllt, für die sie ursprünglich angetreten sind und auf die sie stolz sein können. Sie haben den mexikanischen Kleinbauern in Zeiten des ruinösen Preisverfalls eine Überlebenschance gegeben, sich auf dem Markt zu behaupten, sich besser zu organisieren und einen Qualitätskaffee zu einem fairen Preis zu verkaufen. Sie haben mit ihrem langjährigen Engagement und ihrer Überzeugungsarbeit beim Verkauf des Café Organico einen namenlosen Kaffee von Kleinbauern aus Mexiko zu einem begehrten Produkt gemacht und eine hohe Nachfrage bei Konsumenten erzeugt, die den Kleinbauern auch längerfristig eine Perspektive gibt. Sie haben nicht nur entscheidend dazu beigetragen, dass die Idee des Fairen Handels weltweit zu einer Geschäftsidee geworden ist, an der sich mittlerweile viele große Unternehmen im Norden beteiligen und von der auch immer mehr Kleinbauern sowie auch Plantagen- und Fabrikarbeiter aus dem Süden profitieren. Auch Politiker diskutieren die Kriterien des Fairen Handels.

Viele Kriterien des Fairen Handels sind mittlerweile im alltäglichen Handel angekommen. Kunden sind sensibler beim Kauf ihrer Produkte geworden. Bei Veröffentlichungen über ausbeuterische Kinderarbeit, schlechte Arbeitsbedingungen oder Umweltverschmutzung werden Produkte boykottiert. Unternehmen reagieren bereits im Vorfeld und achten auf bessere Produktionsbedingungen. Politiker fordern selbst und fördern die Durchsetzung von sozial- und ökologisch verantwortlichen Regeln. Die Situation der kleinen Produzenten hat sich aber nur zum Teil verbessert – meistens nicht in Afrika. Die große Nachfrage nach Fair Handels Produkten birgt sogar die Gefahr in sich, dass nur die fittesten unter den Produzenten die Aufträge erhalten und der Boom an den Kleinproduzenten vorbeigeht. Darüber hinaus sind ganz neue Probleme hinzugekommen, die erst langsam als umfassende Bedrohungen und Entwicklungshemmnisse für Produzenten im Süden erkannt werden und unser ganzes Engagement fordern. Die Privatisierung des Wassers, Klimaveränderungen, Patentansprüche für Grundnahrungsmittel sind nur Beispiele. Diese und andere Themen müssen aufgegriffen werden. Hier müssen die Aktiven im Fairen Handel wieder eine Pionierrolle spielen.

**Wie könnte denn nun die Rolle der Fair Trade-Bewegung in Zukunft aussehen? Welche Themen sollte man sich auf die Tagesordnung schreiben. Diese Frage müssen die Mitarbeiter in den Weltläden selbst beantworten. Dazu muss es Diskussionsforen geben – bei den kirchlichen Jugendverbänden, beim Weltladen-Dachverband. Eine Plattform bietet auch der Kongress des Forums Fairer Handel, der im kommenden November in Bonn stattfindet.**

Gerd Nickoleit, GEPA