

Weltladen

Schwerpunkt	Unterschied von fairen und konventionellen Handel am Beispiel Schokolade, in Kombination mit Bio
Problematik	Nichteinhaltung von Umwelt- und Sozialbestimmungen bei konventioneller Produktion.
Alternativen	Weltladen als Ort für Fairen Handel, ehrenamtliches Engagement und Bildungsarbeit
Methoden	Fairen Handel vorstellen, evtl mit Fair-Trade-Kiste. Laden besichtigen. Produkte verkosten.
Material	<p>„Fair Trade Logo“, „Keine Kinderarbeit“, „keine Gentechnik“, „keine Zwischenhändler (Kojoten)“.</p> <p>Aspekten können mit Requisiten untermalt werden: Spritze, Verband, Arzneimittel (stellvertretend für ärztliche Versorgung), Spielzeug, Brunnen (Zahlung eines „gerechten“ Preises über Weltmarktpreis), fester „Arbeitsvertrag“ (Eingehen langfristiger Handelsbeziehungen), kleiner Beutel mit Geld, Saatgut, u.ä. sowie Kakaobohnen, Zwischenprodukte von Kakao/Schokolade.</p> <p>Infobroschüre/Flyer etc. Zu Fairem Handel (Bildungsarbeit).</p>

Einführung

Je nach Kenntnisstand der Gruppe ist diese Station anzupassen. Einige Teilnehmende werden „Fairen Handel“ sicher schon kennen, die meisten waren aber wahrscheinlich noch nicht in einem/diesem Weltladen.

„Jetzt haben wir bei mehreren Stationen dargestellt, wie unsere Produkte, die wir hier kaufen, hergestellt werden, und es ist dabei wohl deutlich geworden, dass vor allem wir von billiger Produktion und damit einem niedrigen Preis profitieren, die Produzenten vor Ort aber kaum.“

Wisst ihr, was es mit dem „Fairen Handel“ noch auf sich hat, also was beispielsweise Schokolade mit diesem Siegel (Faire Schokolade hochhalten) von „normaler“ Schokolade unterscheidet?“

Methode 1: Die Fair-Trade-Kiste

Anhand der Kiste (die Requisiten an die Jugendlichen verteilen und dann der Reihe nach erklären lassen) kurz erläutern, was Fairen Handel auszeichnet und was das für die Kleinbauern (Produzenten) bedeutet, dabei zunächst auf die Aufkleber eingehen und dann auf den Inhalt:

- Der Faire Handel bietet einen gerechteren Preis (über den Weltmarktpreis) für die Bauern, der Ihnen ein besseres Leben ermöglicht
- Fairer Handel ist bestrebt, langfristige Handelsbeziehungen zu garantieren, damit die Bauern entsprechend planen können und Sicherheit für ihre Zukunft haben
- Fairer Handel stärkt die Produzentenorganisationen (sie entscheiden selbst, was mit Erlösen aus Fairem Handel gemacht wird)
- Fairer Handel garantiert sozialverträgliche und nachhaltige Produktion (keine illegale Kinderarbeit und möglichst umweltschonender Anbau oder Herstellung der Waren)
- Fairer Handel fördert begleitende soziale Projekte, etwa die Errichtung von Schulen, Krankenstationen oder Brunnen in den Gemeinden der Kaffeebauern

Für biologisch angebaute Nahrungsmittel lassen sich ebenso einige Vorteile aufzählen:

- Kein Einsatz von Pestiziden und anderen Giften – Schutz von Natur und Mensch im Anbau

- Keine Gifte in den Nahrungsmitteln
- Kein Einsatz von Gentechnik

Entsprechend ist die Kombination von fair + bio die beste Wahl für alle Beteiligten, oder?! :o)

Für uns ist es einfach, zu diesen Entwicklungen beizutragen. Und dass faire Schokolade nicht nur den Produzenten gut tut, sondern auch gut schmeckt, davon könnt ihr euch jetzt überzeugen: Guten Appetit! [Am Ende wird faire Schokolade zum Probieren vorgestellt]

Hinweis: auf fair gehandelter Schokolade steht drauf, woher die Zutaten kommen!

Methode 2: Den Weltladen besichtigen

Es bietet sich auf alle Fälle an, den Weltladen zu besuchen. So haben die Teilnehmenden die Möglichkeit, sich selber einen Eindruck zu verschaffen und die Bandbreite an Produkten kennen zu lernen. Eventuell kann ein Produkt besonders vorgestellt werden, als Beispiel für das Fair-Handels-Prinzip oder weil es neu im Programm ist.

Methode 3: Was ist ein Weltladen?

Es ist auch möglich, stärker auf den Weltladen als Ort und Initiative einzugehen, etwa wenn Fairer Handel an sich schon ein Begriff ist. Dies kann entweder durch die Führenden des Rundgangs geschehen, oder durch Weltladenaktive, die sich und den Laden selber vorstellen (vorher absprechen und testen, wie es funktioniert). Fragen könnten sein:

- Was ist eigentlich ein Weltladen?
- Warum gibt es ihn?
- Wie funktioniert er?
- Was bietet er an?
- Wie kann ich mitmachen?

Hinweise zur Durchführung:

Es kann zum Einstieg auch mit Fragen gearbeitet werden, z.B.: „Was ist für euch das Wichtigste, wenn ihr Schokolade kauft? (Geschmack, Preis)“ oder „Wisst ihr wie viel Schokolade bei uns gegessen wird?“

In den Industrieländern werden ca. 88 Tafeln! Person/ Jahr „vernascht“, in den Produktionsländern dagegen kennt man Schokolade kaum.

Die Teilnehmenden sind am Ende der Führung meistens eher müde und haben bereits eine Menge Informationen aufgenommen. Daher empfehlen wir bei dieser Station keine weiteren „Spiele“ oder interaktive Methoden. Es bietet sich an, ihnen etwas Zeit zu geben, sich im Weltladen/Bioladen umzuschauen, denn viele Jugendliche waren noch nie in einem solchen Geschäft. Außerdem bleibt so etwas Zeit für weitere Fragen, um die Schokolade zu genießen und etwaige weitere Infobroschüren vorzustellen, zu verteilen, etc.

Achtung: Ein Schokoladenvergleich kann nach hinten losgehen, weil viele Jugendliche einfach Milka & Co gewöhnt sind und dann im direkten Vergleich die Alternative nicht leckerer finden. Wenn ein Test., dann besser nur faire Schokolade zum Geschmackstest anbieten.

Wichtig: beim Zerteilen der Schokolade nicht mit dem Händen „rumbröseln“, (wird von SchülerInnen leicht als eklig empfunden). Besser noch verpackt in Stückchen brechen und dann mit Messer portionieren; bzw. sie selber die Schokolade aufteilen lassen.



Weltladen – Zahlen und Fakten

- In Deutschland gibt es rund 800 Weltläden, davon sind rund 500 im Dachverband der Weltläden organisiert.
- Der Faire Handel startete als Solidaritätsbewegung in den 1960er Jahren, in den siebziger Jahren öffneten erste „Dritte-Welt-Läden“
- In den 1990er Jahren wurde mit der Einführung und Verbreitung des Fair-Trade-Siegels breiter am Markt bekannt.
- Der Marktanteil bei Kaffee liegt bei 1-2 Prozent.
- Der Fair-Trade Preis liegt immer über dem Weltmarktpreis!
- Die Zuwachsraten des Fairen Handels liegen im zweistelligen Bereich, dennoch ist der deutsche Markt weniger entwickelt als in einigen anderen Ländern Europas, z.B. der Schweiz oder Großbritannien.
- Weltweit profitieren heute ca. 1,4 Millionen Landwirte vom Fairen Handel.

Hintergrund – Fairer Handel

Kurzinfo

Seit 1967 kann man in Europa fair gehandelten Kaffee bekommen- damals allerdings erst nur in den Niederlanden, 1970 kam der erste faire Kaffee nach Deutschland, 1972 wurde El Puente und 1975 die gepa gegründet, beide sind die größten Fair-Handelshäuser in Deutschland. 1992 wurde der Verein TransFair gegründet. TransFair handelt nicht selbst mit Waren, sondern vergibt nur sein Siegel für fair gehandelte Projekte. Momentan sind ca. 40 Organisationen Mitglied bei Transfair, die einen jährlichen Mitgliedsbeitrag zahlen.

- Fairer Handel fördert die politische Unabhängigkeit und demokratische Struktur in den Produktionsbetrieben, überwiegend kleinbäuerliche Familienbetriebe und Genossenschaften
- Kleinbauern sind an allen wichtigen Entscheidungen direkt und demokratisch beteiligt, dies gilt insbesondere für die Verwendung des Mehrerlöses aus dem Fairen Handel
- Einsatz für nachhaltige Entwicklung von Ökologie, Bildung, Frauenförderung. Bildungsarbeit in den Verbraucherländern des Nordens
- Der Fair-Trade-Preis ist abhängig vom Weltmarktpreis. Es gilt bei Kakao z.B. ein garantierter Mindestpreis von 1750 US\$. Wenn der Weltmarktpreis höher steigt, gibt es einen Aufschlag von z.Z. 150 US\$/t. Im Jahr 2000 wurde ein historische Tiefststand der Kakaopreise erreicht: Für 1 t konventionellen Kakao gab es auf dem Weltmarkt nur 800 US-\$. (TransFair zahlte aber weiterhin 1750 US-Dollar pro Tonne)

Weltläden sind meistens als Verein betrieben und sehr auf die Arbeit von freiwilligen angewiesen. Sie bieten oft auch Bildungsveranstaltungen an und sind ein gutes Beispiel für nicht-kommerziellen Handel im Allgemeinen.

Was ist eigentlich ein Weltladen?

Weltläden sind Fachgeschäfte, welche ausschließlich Produkte aus fairem Handel vertreiben und somit einen Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität benachteiligter Produzenten aus Entwicklungsländern leisten. Neben dem reinen Betrieb versuchen Weltläden unter Anderem durch Informationsmaterialien auf die schlechten Produktionsbedingungen konventioneller Güter in eben besagten Ländern aufmerksam zu machen.



Warum gibt es ihn?

Der Weltladen entstand aus dem Bewusstsein massiven wirtschaftlichen Ungleichgewichts zwischen Süd- und Nordstaaten, bedingt durch alt eingesessene Handelsstrukturen. Bis heute ist es nämlich in besagten Handelsstrukturen üblich, Erzeuger wie in der Kolonialzeit auszubeuten, so dass sich diese mit ihrem Verdienst gerade so das absolute Minimum an Lebensbasis finanzieren können. (Die allgemeine Lebensqualität liegt um ein vielfaches tiefer als die in nördlicheren Regionen, womit auch eine erhöhte Sterberate in jungen Jahren einhergeht)

Die Weltläden haben es sich also zum Ziel gemacht, Bauern und anderen Produzenten in Entwicklungsländern endlich einen angemessenen Wert für ihre harte Arbeit zukommen zu lassen.

Neben dem wirtschaftlichen Aspekt fokussieren Weltläden auch eine ökologische Anbauweise, welche den Menschen in den Erzeugerstaaten eine lebenswerteres Umfeld gewährleistet (bei ökologischen Anbau entfällt z.B. die gesundheitliche Belastung durch Pestizide und anderer schädlicher Nebenprodukte des konventionellen Anbaus)

Wie funktioniert er?

Die Geschäfte des Weltladen Dachverbands arbeiten vorwiegend mit kleinbäuerlichen Betrieben in Entwicklungsländern zusammen, welche für angemessene Arbeitsbedingungen, Umweltverträglichkeit und Sozialverträglichkeit stehen. Diesen zahlen sie, anders als sonst üblich, mindestens einen vorher festgelegten Fixpreis für ihre Waren. Bei Anstieg des Welthandelspreises der Waren orientiert sich der Kaufpreis jedoch immer über dem aktuell an



der Börse gehandelten Rohstoffpreis. Dieser Mehrverdienst wird dann seitens der Produzenten für Verbesserung der Lebensbedingungen im eigenen Land investiert. (z.B. in eine bessere Infrastruktur, Bildung, soziale-; ökologische Projekte)

Was bietet er an?

Das Sortiment umfasst einerseits Agrarprodukte aus entsprechenden Ländern wie Gewürze, Kaffee und Tee, zum anderen aber auch traditionelle handwerkliche Arbeiten.



Wie kann ich mitmachen?

Mitmachen ohne viel Aufwand kann natürlich jeder, indem er beim Einkauf auf das FairTrade Zertifikat achtet. Wollt ihr euch mehr in diesem Bereich engagieren, bietet der Weltladen Dachverband diesbezüglich viele Möglichkeiten, bei denen ihr über generelle Handelsabläufe bis hin zur Presse und Öffentlichkeitsarbeit informiert bzw. ausgebildet werdet. Mit entsprechendem Hintergrundwissen und Engagement ist es euch dann sogar möglich einen eigenen Fair Trade Point zu eröffnen. Das Angebot der Weltläden beschränkt sich jedoch nicht nur auf den sozialen Aspekt, sondern kann auch ein effektives Jobtraining bzw. Schnupperangebot für moderne Berufe für euer späteres Leben darstellen. Informiert euch einfach auf <http://www.fairjobbing.net/> oder im Weltladen um die Ecke und profitiert vom breit gefächertem Praktikumsangebot!

Das Forum Fairer Handel ist das Infoportal für den Fairen Handel

Fairer Handel nimmt zu

Der Faire Handel boomt, allein im Jahr 2008 erreichte er ein Umsatzplus von 50%. Dennoch liegt Deutschland im europäischen Vergleich unter dem Durchschnitt. Während 2008 in der BRD pro Kopf 2,49 € umgesetzt wurden, waren es in Österreich 7,83 €, in Großbritannien 14,39 € und in der Schweiz sogar 22,23€. ¹

Die Weltläden stehen in Deutschland vor einigen Herausforderungen: viele sind bisher ehrenamtlich aufgestellt, weisen eher ältere Aktive auf und haben weder die Umsatzsteigerung noch die Attraktivität ihres Ladens im Fokus. Daraus entstehen durchaus charmante kleine Läden, aber das Potential den Fairen Handel zu verbreiten bleibt teils ungenutzt.

Umsatz der 486 im Dachverband organisierten Weltläden lag 2006 bei geschätzten 22 Millionen Euro. ² (Einen ähnlichen Umsatz erzielt ein einziger Großmarkt der Kette *real*, - !) Der Gesamtumsatz der Weltläden und Aktionsgruppen wurde für 2007 mit ca. 60 Millionen Euro angesetzt. ³

Herausforderung Weltmarktpreise und Spekulanten

Bei schnell steigenden Weltmarktpreisen hat der Faire Handel zum Teil Probleme entsprechend schnell zu reagieren und die langfristig angelegten Verträge anzupassen. So kam es zum Beispiel im Frühjahr 2011 dazu, dass Weltmarktpreise für Bauern attraktiver waren und Verträge mit Fair-Trade Organisationen neu geschlossen werden mussten. Diese Situation kommt unter anderem durch den zunehmenden Einfluss von Rohstoffspekulationen auf den Kaffeemarkt zustande. ⁴

„Bio-Fair“ im Supermarkt?

Was bieten große Firmen als Alternativen?

Bioschoki von Ritter Sport. Ritter Sport bietet seit 2008 Schokoladen mit dem Biosiegel an. Damit hat sich erstmals eine der großen Firmen zu einem entsprechenden Angebot entschieden. Angeblich entspricht die Schokolade auch wesentlichen Bedingungen des Fairen Handels, wie einem Einkaufspreis deutlich über dem Weltmarktpreis, hat aber kein entsprechendes Siegel, da Ritter Sport nicht bei allen Zutaten den Vorgaben folgen will. ⁵ (Leider haben die anderen großen Marken wie Milka, Alpi, Lindt, etc. bislang kein entsprechendes Angebot im Sortiment).

Biokaffee bei Tchibo. Tchibo ist der größte Röstkaffeeverkäufer in Deutschland und hat sich in den letzten Jahren um ein besseres Image bemüht. Seit dem Frühjahr 2008 sind Kaffees der Marke „Privat Kaffee“ mit dem Siegel der Rainforest Alliance ausgezeichnet und seit Sommer 2008 gibt es auch einen Kaffee mit Bio-Siegel. Seit 2009 gibt es auch einen Fair Trade-Espresso. Insgesamt beträgt der Anteil „nachhaltiger“ produzierten Kaffees bei Tchibo aber nur ca. 10%. (Siehe auch Station Kaffee). Interessant ist auch, dass Tchibo im Ausland weiterhin Kaffee ohne jegliche Siegel vertreibt.

Fair bei Discountern?! Seit einiger Zeit bieten auch Discounter wie Lidl und Penny fair gehandelte Produkte an. Diese tragen entsprechende Siegel und werden gemäß den Richtlinien produziert. Inwieweit es sich hierbei „lediglich“ um eine Imagekampagne der Discounter handelt wird breit diskutiert. Befürworter sprechen davon, dass so neue Zielgruppen erreicht werden und das „echte“ Siegel verwendet wird, statt eigene Pseudosiegel zu entwerfen. Kritiker sagen, dass die Diskrepanz zum restlichen Warenangebot zu groß ist und die Unternehmen sich mit solch einem Produkt nur schmücken wollen.

(Tipp, besprecht in eurer Gruppe, welche Position ihr einnehmen wollt, die entsprechende Frage von Jugendlichen kann bei Stadtführungen durchaus kommen).

(Übrigens: Eine eigene Station zum Thema Discounter ist in Planung.)

Bekannte Akteure von Fairen Produkten

Zum einen gibt es Siegelinitiativen wie Transfair, zum anderen gibt es Handelsgesellschaften wie Gega. Erstere handeln selber nicht mit Produkten sondern stellen nur unabhängige Kontrolle durch die Vergabe ihres Siegels sicher, dafür verlangen sie meist eine Gebühr. Die Handelsgesellschaften handeln mit den Waren, das heißt sie betreiben Import und Verkauf. Einige nutzen dabei die Siegel von TransFair um ihre Produkte zu kennzeichnen.

TransFair e.V.

TransFair ist ein 1992 gegründeter Verein mit dem Ziel, die Lebensbedingungen der Menschen auf den Plantagen in Afrika, Asien und Lateinamerika zu verbessern. Der Verein betreibt allerdings nicht selber Handel mit Produkten sondern vergibt sein Siegel für fair gehandelte Produkte. Dafür müssen Importeure und Hersteller zusätzlich zum Preis für den Kakao eine Lizenzgebühr bezahlen, mit der die Arbeit des Vereins finanziert wird. Die Gebühr für ein Kilo Kakao beträgt 0,16 Euro. Der Verein gehört zur FLO. 2005 wurden 1.200 Tonnen Süßwaren mit dem TransFair-Siegel in Deutschland verkauft (+30 % zum Vorjahr). Der Umsatz mit fair gehandelten Süßwaren wurde auf 15 Millionen Euro geschätzt. Von 1995 bis 2005 wurden insgesamt 8.000t Süßwaren mit dem Siegel verkauft. Beim Kakao kommt zudem mehr als 70 % aus kontrolliert ökologischem Anbau. www.transfair.org

Fairtrade Labelling Organizations International (FLO)

Die Fairtrade Labelling Organization (FLO) ist die Dachorganisation regionaler Labelling Organisationen. Die FLO wurde 1997 gegründet und hat inzwischen 20 Labelling Organisationen in 21 Ländern unter einem Dach vereint. Dazu gehören unter anderem TransFair in Deutschland und die in mehreren Ländern vertretene Max Havelaar Organisation. Die FLO kontrolliert die Einhaltung der Richtlinien für Fairen Handel bei den Produzenten und legt die Mindestpreise für die einzelnen Waren fest. Zu den fair gehandelten Rohstoffen gehören heute u.a. Kaffee, Kakao, Zucker und Tee. www.fairtrade.net

gepa Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt mbH

Die gepa ist Europas größtes Handelsunternehmen für Fair gehandelte Produkte. Allein in Deutschland gibt es über 10.000 Verkaufsstellen für die Produkte. Viele Produkte tragen das TransFair Siegel und stammen zum großen Teil außerdem aus biologischem Anbau.

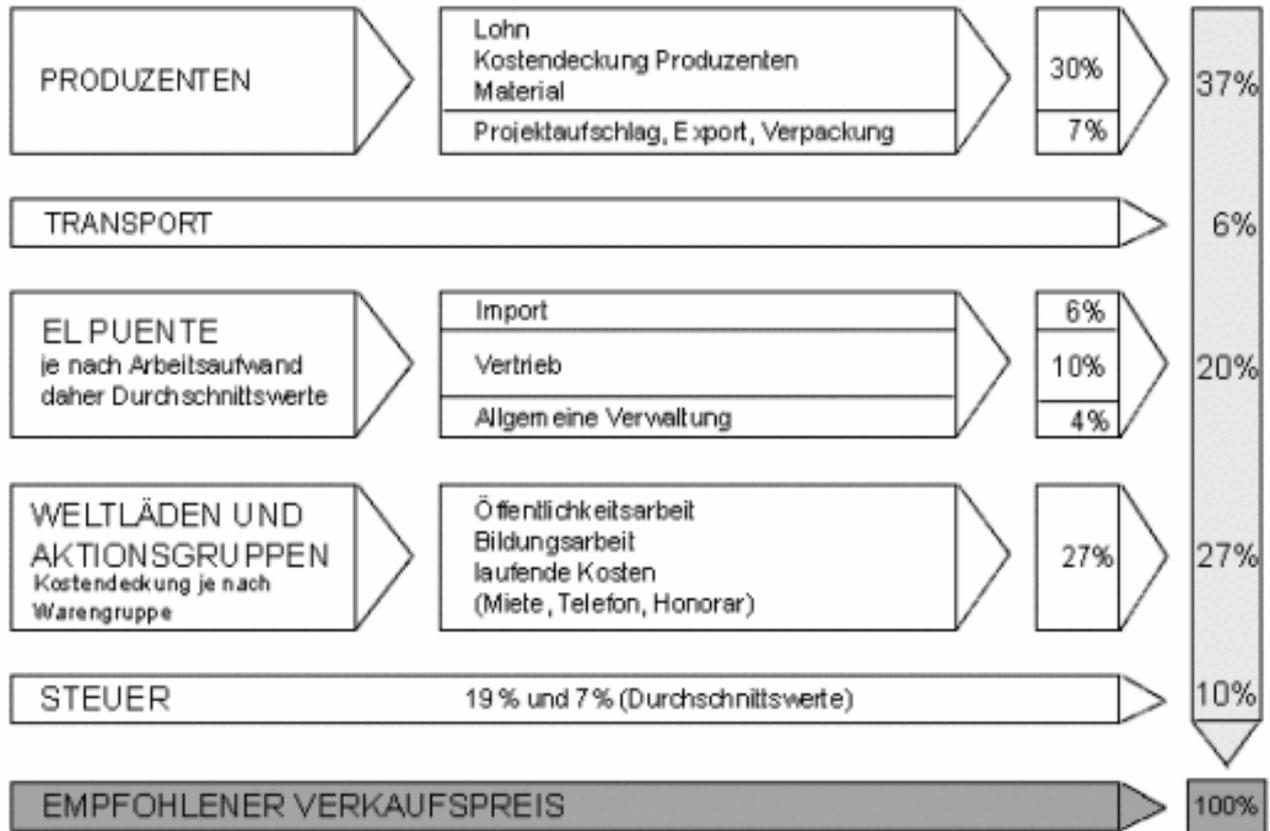
El Puente

Dieses Unternehmen importiert und vertreibt fair gehandelte Produkte von Kleinbetrieben und Genossenschaften aus Ländern des Südens in Deutschland. El Puente setzt dabei auf die eigenen Kriterien und das Markenlogo und nutzt nicht das Transfair Siegel.

Preiskalkulation im Fairen Handel

Beispielgraphik von El Puente

Grundlage der Preisberechnung unserer Produkte ist die Kalkulation unserer Partner. Nicht wir diktieren die Preise, sondern die Produzenten machen uns die Rechnung auf, die ihnen ein menschenwürdiges Leben ermöglicht. Kostendeckung und nicht Gewinnmaximierung bestimmt unsere Arbeit und die von Weltläden und Aktionsgruppen.



www.el-puente.de/index.php?page=2/5&language=de&skin_id=1&key=1613023788 (Zugriff 11.07.2007)

Die FairTrade-Siegel & Marke – eine kleine Übersicht

	<p>Die Vergabe des einheitlichen Siegels für fair gehandelte Produkte aus Entwicklungsländern ist an sozial gerechte Produktionsbedingungen geknüpft. Wenn Sie nicht nur ein fair gehandeltes Produkt, sondern auch Bio-Qualität wollen, dann müssen Sie zusätzlich auf das Bio-Siegel oder auf die Öko-Kontrollstellen-Nummer achten. Weitere Infos unter: www.transfair.org.⁶</p>
	<p>Das Siegel gibt es vor allem in den Niederlanden. Die Max Havelaar-Stiftung ist Mitglied der internationalen Organisation Fairtrade Labelling Organizations (FLO) und orientiert sich an deren internationalen Fair-Trade-Standards.</p>
	<p>„Hand in Hand“ Firmeneigenes Label von Rapunzel. Nicht ganz so hohe soziale Kriterien beim fairen Handel, dafür sind aber alle Rapunzelprodukte biologisch produziert.</p>
	<p>El Puente arbeitet nicht mit einem Siegelsystem. Die hauseigenen Fair-Trade-Standards sind aber dennoch hoch. Geprüft werden die Handelskontakte der GmbH von einem unabhängigen Projektpartnerratsausschuss (PPA)</p>
	<p>Die Gepa nutzt für viele ihrer Produkte das TransFair-Siegel, aber zunehmend werden auch Produktlinien entworfen, die nur das eigene Logo verwenden, unter anderem um die Siegelgebühren zu sparen. Garantiert sind jedoch die gleichen strengen Standards.</p>
	<p>Die Fairhandelsgenossenschaft dwp nutzt ebenso das eigene Logo als Garant und verzichtet auf das TransFair-Siegel.</p>
	<p>Es gibt Handelsorganisationen, die nicht mit den offiziellen Siegeln arbeiten, sondern einen direkten Kontakt pflegen. Hier ist es aber schwer die echten Handelsbeziehungen herauszufinden, Vorsicht! Eine bekannte und bewährte ist Cafe Libertad aus Hamburg, die „Solidaritätskaffee“ aus Chiapas, Mexico handeln. www.cafe-libertad.de</p>

Mehr Infos zum Fairen Handel

www.fair4you-online.de

www.gepa.de

www.el-puente.de

www.weltladen.de

Eine vergleichende Studie zu Rainforest Alliance, CCCC, Fair Trade bietet mit Tabellen einen guten Überblick zu den jeweiligen Kriterien. Im Internet unter: www.forum-fairer-handel.de unter Materialien! Hier gibt es auch ein Faltblatt zur Übersicht für die Hosentasche. Das Forum bietet zudem jede Menge weitere Informationen.

„Südfrüchte“ als mögliches Thema für eine Station: Bananen, Ananas, Orangen, etc.

Auf Seiten der deutschen Abnehmer machen die großen Einzelhandelsunternehmen Edeka, Rewe, Aldi, Lidl und Metro ca. 70 % des Marktes unter sich aus. Der Einkauf von Obst wird zunehmend zentralisiert und die Macht der Einkäufer steigt. Diese wird vorwiegend genutzt um Preise zu drücken und Flexibilität zu erhöhen. Der Kostendruck wird von den Zulieferern weitergegeben und wirkt sich letztendlich auf die Anbauenden an: die PlantagenarbeiterInnen in den südlichen Ländern.

Oxfam befindet in einer Studie dazu: „Unmenschliche Arbeitsbedingungen sind beim Ananasanbau der Normalfall. Die Feldarbeiter/innen arbeiten meist zwölf Stunden am Stück und mehr ohne ausreichende Schutzkleidung. In den Stoßzeiten beider Ernte wird zwei bis drei Wochen durchgearbeitet. Dabei sind die Arbeitenden ständig Pestiziden ausgesetzt und leiden hierdurch unter Allergien und anderen Beschwerden.“⁷ (In der Studie sind ausführliche Informationen aus mehreren Ländern und für verschiedene Früchte und Händler zusammengestellt.)

90 % des in Deutschland verkauften Orangensaftes kommt aus Brasilien, wo die Orangen von Tagelöhnern auf den Plantagen geerntet werden. Darunter befinden sich auch Kinder und Jugendliche, die bis zu 2000 Kg pro Tag pflücken müssen und dafür lediglich 6 Euro Tageslohn erhalten.⁸

Hinweis: Mit Bezug zur Stadtführung ist allerdings zu bemerken, dass Südfrüchte wohl kaum ein „besonders cooles Produkt“ und den Jugendlichen evtl. nicht besonders wichtig sind. Es wäre auszuprobieren und wir vom Team freuen und auf entsprechende Rückmeldung!

Pestizideinsatz bei Bananen

„Seit vielen Jahren steht der Bananenanbau in den Tropen wegen des massiven Einsatzes von Agrochemikalien und der Arbeitsbedingungen in der Kritik von Umweltschützern und Organisationen. In den 90er Jahren streikten tausende Arbeiter auf lateinamerikanischen Plantagen, weil der Einsatz einer Substanz namens Nemagon Knochenkrebs, Atembeschwerden und Herzkrankheiten ausgelöst hatte.“⁹

Erst in den letzten Jahren haben die großen Firmen reagiert und sowohl die Verwendung von hochgiftigen Pestiziden reduziert, als auch die Sicherheitsbestimmungen und deren Kontrolle erhöht. So arbeite Chiquita inzwischen mit der Rainforest Alliance zusammen. Dies ist nicht nur gut fürs Image, auch die Produktivität ist inzwischen bei einer nachhaltigen Wirtschaftsweise höher. Allerdings ist das keine Gewähr dafür, dass alle Firmen und Anbaubetriebe sich so ‚fortschrittlich‘ verhalten. Noch immer kreisen Flugzeuge und Hubschrauber über die Plantagen und versprühen großzügig Pestizide. Sie gelangen ins Wasser und gelangen auch mit der Luft über die Plantagen hinaus auf die Felder, Gärten und Häuser der nahen Bauern.¹⁰

Die Anbaubedingungen bei Chiquita werden ebenso weiterhin von Umweltschützern kritisiert. Trotz aller Beteuerungen werden teilweise immer noch hochgiftige Pestizide eingesetzt und insgesamt ist der Einsatz sehr hoch. Die Zusammenarbeit mit der Rainforest Alliance und das eigene Logo des grünen Froschs bauen ein Image auf, dessen Grundlage vage ist. So bestätigt Chiquita auf Nachfrage von Journalisten, dass es kein Biosiegel sei und auch kein zertifizierter Fairer Handel stattfindet.¹¹

Der Fruchtmulti DOLE hat im Sommer 2009 Klage gegen die Ausstrahlung des kritischen Dokumentarfilms „Bananas!“ verhindert. Im Film wird über Vergiftungsfälle bei der Plantagenwirtschaft und den Kampf von Landarbeitern um Entschädigung berichtet.¹²

Zum Thema Bananen bietet Banafair, ein deutscher Fair-Trade Bananen Importeur Informationen (zahlreiche Berichte über Pestizideinsätze und die Problematik) im Internet: www.banafair.de

Pro Jahr werden ca. 15,5 Mio. Tonnen Bananen für ca. 4 Milliarden Dollar auf dem Weltmarkt gehandelt. Sie sind zu fast 100 % der selben Sorte („gelbe Cavendish“). Diese Weltweite Monokultur macht die Bananenplantagen sehr anfällig für Schädlinge. Bei der Sorte Gelbe Cavendish ist es der Schwarze-Sigota-Pilz, der sich, von Fidschi stammend, inzwischen über die gesamte Welt verbreitet hat und als „Hauptfeind“ der Banane gilt. Die Pflanze versprühen dagegen Fungizide aus dem Flugzeug, was neben den Kosten für die Farmer vor allem massive Umweltprobleme und Gesundheitsbelastungen für die ArbeiterInnen mit sich bringt. Weitere Schädlinge drohen. In vielen Ländern ist dies nicht nur ein Problem für die

Exportproduktion – der Großteil der weltweit produzierten Bananen werden direkt auf den einheimischen Märkten als Nahrung konsumiert. Ursprünglich gibt es über 1200 Bananensorten und eine größere Vielfalt in den Pflanzungen könnten die Bananen wesentlich resistenter machen, bzw. den Schaden bei Schädlingsbefall begrenzen, weil nicht alle Sorten gleich befallen wären.¹³

Ein anderer Aspekt sind auch hier die Handelsbeziehungen zwischen den Anbauenden und den hiesigen Verkäufern. Inzwischen werden über 70% der auf dem deutschen Markt verkauften Bananen und Ananas von den großen Einzelhandelsketten verkauft. Diese drücken die Einkaufspreise, um im Wettbewerb die Kunden mit geringeren Endverbraucherpreisen zu gewinnen. Dieses Dumping wird in der Einkaufskette nach Unten weiter gegeben und führt dazu, dass die Arbeitsbedingungen auf den Plantagen in Ländern des Südens nach wie vor oft katastrophal sind. Die ArbeiterInnen haben meist nur kurzfristige Verträge, keinerlei Arbeitsrechte, sich zu organisieren, es fehlt an Schutzkleidung und anderer Gesundheitsvorsorge.¹⁴



Hintergrund – Bio

Der Markt für Bioprodukte gilt als einer der stärksten Wachstumsbereiche in der Lebensmittelbranche überhaupt. Dementsprechend versuchen immer mehr Firmen und Marken, daran teilzuhaben. Inzwischen gibt es über 120 Bio-Marken und –Qualitätszeichen im Handel. Aber nicht jeder kann einfach ein solches Siegel auf seine Produkte kleben, die Begriffe „bio“ und „öko“ sind gesetzlich geschützt:

„Produkte aus ökologischem Landbau sind durch gesetzliche Regelungen und Warenzeichen geschützt. Es dürfen nur solche Lebensmittel mit "Bio" oder "Öko" gekennzeichnet werden, die die Anforderungen der EG-Öko-Verordnung erfüllen. Sie gilt für alle Länder der Europäischen Union.

Damit jeder Verbraucher sicher sein kann, dass auch wirklich "Bio" drin ist, wo "Bio" draufsteht, werden Landwirtschafts- und Verarbeitungsbetriebe sowie deren Produkte regelmäßig auf die Einhaltung der EG-Öko-Verordnung und gegebenenfalls der jeweiligen Verbandsrichtlinien überprüft. Natürlich werden auch solche Waren, die nicht aus Deutschland oder der EU, sondern aus so genannten Drittländern kommen, kontrolliert.“¹⁵

Dennoch kommt es immer wieder zu täuschenden Angaben der Hersteller um den Wert von Produkten oder das Image der Firma aufzupolieren „Greenwashing“ heißt das in der Fachsprache. Vor allem wenn es mit Begriffen wie „natürlich“, „schonend“ oder ähnlich wagen Worten gearbeitet wird, ist Skepsis gefordert!¹⁶

Trotz einiger Skandale ist „Bio“ ein Erfolg. Mitte 2011 nutzen 3.890 Unternehmen das Bio-Siegel auf 62.511 Produkten.

Mehr Infos zu Bio & Lebensmittel

www.oekolandbau.de

<http://de.einkaufsnetz.org> (Greenpeace)

www.foodwatch.de

www.biosiegel.de

Unter https://service.greenpeace.de/ueber_uns/foerderer_service/ratgeber_bestellen/ lässt sich der Ratgeber „Essen ohne Pestizide“ von Greenpeace kostenlos bestellen.

Das Greenpeace Magazin 1/07 mit dem Titel „Klüger Essen“ bietet einen guten Überblick zu Lebensmitteln und Konzernen: <http://www.greenpeace-magazin.de/magazin/inhalt.php?id=82>

Biosiegel – kleine Übersicht

	<p>Das staatliche Bio-Siegel für Deutschland Für alle so gekennzeichneten Produkte – über 60.000 - gelten die Öko-Richtlinien der EU, die Mindestökostandards garantieren. Darüber hinaus kennzeichnen auch die verschiedenen Anbauverbände ihre Lebensmittel. Dann gelten noch strengere Öko-Kriterien. Mehr Infos zum Bio-Siegel unter www.bio-siegel.de</p>
	<p>Das neue EU-Biosiegel, das seit dem 1.7.2010 auf allen vorverpackten Bioprodukten in der EU drauf sein muss. Es wird hierzulande oft zusammen mit dem Bio-Siegel aufgedruckt, da das oben stehende Siegel bekannter ist.</p>
	<p>Die Öko-Verbände haben eigene Richtlinien, die meist noch schärfer sind als die gesetzlich vorgeschriebenen EU-Standards für Bio-Lebensmittel. (Auswahl)</p>
	<p>Die Bio-Marken der größten bundesdeutschen Handelsketten erfüllen mindestens die Kriterien des staatlichen Bio-Siegels. Deshalb prangt an den Produkten sowohl das bekannte Bio-Siegel als auch die jeweilige Biomarke des Supermarktes.</p>
<p>Achtung, die klassischen „Qualitätssiegel“ sagen nix über Bio aus, sie bezeichnen konventionell produzierte Produkte!</p>	<p>... worauf Sie sich  verlassen können. </p>

Quelle: http://de.einkaufsnetz.org/ratgeber/13120_2.html (Zugriff 15.7.2007)

- 1 Brot für die Welt/eed (2009): Perspektiven im Fairen Handel. S. 6-7
- 2 Brot für die Welt/eed (2009): Perspektiven im Fairen Handel. S. 6
- 3 http://www.weltladen.de/webelements/filepool/site/downloadc/33681_Daten-und-Fakten-2008.pdf (Zugriff 14.2.2011)
- 4 Siehe http://www.el-puente.de/lilac_cms/de/66.819362f75bd93c114130645c654bf20f.news.news_details.2.390/News-undamp-Termine/Aktuelles/Drastischer-Anstieg-der-Kaffee-Einkaufspreise-auf-dem-Weltmarkt.html (Zugriff 5.7.2011)
- 5 Spiegel Online, 6.4.2008 „Bio-Revolution erfasst den Schokoladenmarkt“ zum Thema Faire Schokolade bei Ritter Sport siehe auch „Grüne Schokolade“ Spiegel Online. 23.11.2007, hier wird von der Zusammenarbeit mit einer Kooperative in Nicaragua berichtet.
- 6 http://de.einkaufsnetz.org/ratgeber/13120_2.html (Zugriff 15.7.2007)
- 7 Oxfam (2008): Endstation Ladentheke. S. 6
- 8 Verbraucher Initiative. Infoheft Nr. 69 Oktober 2003: Bio & fair Lebensmittel. S. 7
- 9 Frankfurter Rundschau, 13.4.2007 „Halber Schutz“.
- 10 Frankfurter Rundschau, 13.4.2007 „Halber Schutz“.
- 11 Süddeutsche Zeitung, 19.01.2007: „Verwirrende Biosiegel“
- 12 Tageszeitung 14.07.2009 Internetseite zum Film: www.bananasthemovie.com
- 13 Greenpeace Magazin, 01/2007, S. 96-101
- 14 siehe Oxfam (2008): Endstation Ladentheke.
- 15 <http://www.oekolandbau.de/verbraucher/wissen/einsteigerfragen/alles-bio-stimmt-das-auch/die-eg-oeko-verordnung-gilt-europaweit> (Zugriff 22.07.2008)
- 16 Süddeutsche Zeitung, 19.01.2007: „Verwirrende Biosiegel“ Ein Beispiel dafür ist der grüne Frosch von Chiquita – einem Logo das „bio“ signalisiert, jedoch nicht den Anforderungen von Bioerzeugern genügt.