

Fairdammt Fairsiegelt – im Siegel-Dschungel

Die Verbraucher sind zunehmend verwirrt und überfordert mit der Vielfalt der Siegel. Und auch die Akteure des Fairen Handels sind sich nicht einig.

Ein Beitrag von Jan Braunholz von der Kaffeekampagne El Salvador, 19. Mai 2012

Neben dem Biosiegel gibt es diverse Siegel, die "nachhaltigen" Anbau versprechen und den Kleinbauern ein besseres Einkommen ermöglichen sollen. Am bekanntesten ist mit Sicherheit das **Fairtrade-Siegel**, welches just in unserem Land sein 20 jähriges Bestehen feiert. Doch seit seiner Entstehung gibt es auch die Diskussion um das "Für und Wider", um den Sinn des Fairtrade-Siegels. Stichpunkte dabei sind die zunehmende Ausrichtung auf Supermärkte und Discounter wie Lidl und Aldi, was z.B. der Weltladenszene gar nicht schmeckt. Aber auch die Möglichkeit der Siegelübernahme durch Großkonzerne wie Nestlé rief scharfe Kritik sowohl bei Konsumenten wie auch bei den Kleinbauern-Produzenten-Verbänden hervor.

Gepa führt eigenes Siegel ein

Nun hat ausgerechnet die Gepa, einer der Mitbegründer von Transfair Deutschland, sich dazu entschlossen, sein eigenes Siegel auf einen Großteil der Gepa-Produkte zu bringen. Dies betrifft vornehmlich den Kaffee, das Ur-Produkt des Fairen Handels. Konkret heißt das, es gibt kein Fairtrade-Siegel auf der Mehrzahl der Kaffee-Päckchen, sondern das Gepa Eigensiegel "Fair +". Die Zertifizierung



wird aber weiterhin von Fairtrade International und FLO-Cert gewährleistet, d.h. an den Grundpfeilern des Fairen Handels wie Mindest- und Mehrpreis, Vorfinanzierung und langjährige Handels-Beziehungen, wird nicht gerüttelt. Die Gepa will sich zukünftig als Marke in den Mittelpunkt stellen. Klar, ihr Bekanntheitsgrad ist groß, auch durch die Präsenz in Supermärkten und sie können es sich von daher gut erlauben auf das Transfair-Siegel zu verzichten. "Gemeinsam haben wir das Siegel bekannt gemacht und in den Mainstream gebracht", so die Gepa in ihrer Stellungnahme vom März 2012. In den Weltläden wird nun dieser Schritt intensiv diskutiert: "Dies ist – 20 Jahre nach Gründung von Transfair – durchaus eine Zäsur für die Weltläden", denn bei einem Großteil der Produkte wird das Fairtrade-Siegel weitest gehend verschwinden.

Übrigens alle diese Grundpfeiler erfüllen die **Mitka** (Mittelamerikanische Kaffee Import und Export GmbH) und ihre Mitgliedsgruppen auch ohne das Fairtrade-Siegel! Der Kaffee der Kaffeekampagne "La Cortadora" stammt hauptsächlich aus der Kooperative Santa Adelaida in Salvador, die Handelspartner von MITKA ist.



Zur Siegel-Diskussion

Zukünftig wird nun auch die **„Marke Weltladen“** in den Mittelpunkt gerückt und die Kommunikation mit KundInnen und den **„Marken“** der Vollsortiments-Lieferanten wie Gepa, aber auch Dritte-Welt-Partner und El Puente intensiviert. Zitat: „Die Marke **„Weltladen“** und die Marken der anerkannten Weltladen-Lieferanten kommunizieren stärker noch als bisher die Glaubwürdigkeit unserer Arbeit gegenüber den KundInnen.“ Chancen zur Auseinandersetzung darüber bieten die **„Weltladen Fachtage und Messe“** vom 22.-23. Juni in Bad Hersfeld, wo dem Thema **„Entsiegelung“** auch ein Diskussionsabend gewidmet wird.

Heftige Diskussion auch auf internationaler Ebene

Doch auch auf dem internationalen Fairtrade-Markt ist eine heftige Diskussion im Gange. Auslöser dafür ist der Austritt von Fairtrade USA aus Fairtrade International (FLO) zum Ende des Jahres 2011. Fairtrade USA nennt sich nun **„Fairtrade For All – Comercio Justo Para Todos“**. Ziel ist die Verdoppelung des Fairtrade-Absatzes in den USA bis zum Jahr 2015.

Voraus gegangen ist eine seit über 10 Jahren andauernde Diskussion um die Ausweitung der Zertifizierung auf Kaffee Großplantagen und die veränderten Standards bei FLO. Eigentlich werden bei FLO Kleinbauern-Produzenten und Kooperativen zertifiziert. Bei Blumen, Tee und Bananen gibt es jedoch keine kleinbäuerliche Produktionsweise, d.h. es handelt sich dort um zertifizierte Plantagen. Diese Standards will Fairtrade For All (FT4All) nun auch auf Kaffee und zukünftig auch auf Zucker

und Kakao ausweiten.

Auch die Standards bei Mischprodukten werden aufgeweicht. Zukünftig sollen bei FT4All bereits Produkte ab 10% Fair-Handelsanteil zulässig sein. Die bisherige Grenze bei FLO zertifizierten Produkten liegt bei 20% und wenn darüber hinaus gesiegelte Zutaten erhältlich sind, sollen diese auch verwendet werden.

FT4All wird in Brasilien nun mit einem Kaffee-Pilotprojekt starten, um die zukünftigen Standards für Großplantagen zu testen und festzulegen. Kleinbauernverbände kritisieren dies vehement, denn sie fürchten um ihre Absatzchancen auf dem Weltmarkt.

Negative Auswirkung auf den gesamten Fairtrade-Markt

Über 70% des weltweit angebauten Kaffees wird von Kleinbauern produziert und der bisherige Fairtrade-Markt kann längst nicht allen Kaffee von Fairtrade-Produzenten aufnehmen, d.h. sie sind gezwungen billiger auf dem konventionellen Markt zu verkaufen. Mit der zukünftigen Ausweitung würden sich ihre Chancen auf dem Weltmarkt zunehmend verschlechtern und das Vorhaben von FT4All Industrie-Kaffee zu siegeln wäre kontraproduktiv für den gesamten Fairtrade-Markt.

Der Kleinbauern-Produzenten-Verband CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo) lehnt FT4All komplett ab und kritisiert das Vorgehen stark. Sie gründeten sich 2004 in Oaxaca/Mexico und sind eng mit Comercio Justo Mexico und Fairtrade Int. verbunden. Sie repräsentieren über 300 Organisationen in 21 Ländern

Lateinamerikas und vertreten diese Organisationen gegenüber Fairtrade. Mit ihrer Arbeit haben sie z.B. 2011 erreicht, dass der Fairtrade Mindestpreis von 120 ct/lb auf 140 ct/lb angehoben wurde. Dies war seit Jahren überfällig. Auch sie haben nun ein eigenes Siegel entwickelt, welches sich Tu Simbolo-Your Symbol nennt. Die Mitglieder-Liste von Tu Simbolo ist z.B. in Mexico weitestgehend deckungsgleich mit der Fairtrade-Liste und sie werden ebenfalls von Certimex zertifiziert... .



Problematische Zertifizierung

Im Moment lassen sich also die Kooperativen doppelt zertifizieren. Dabei sind die Kosten bei Tu Simbolo erheblich günstiger. Ob dann zukünftig das Fairtrade-Siegel fallen gelassen wird, ist wohl auch in der Diskussion. Lange

mitmachen wird das Fairtrade mit Sicherheit nicht. Ob sich jedoch neue Kooperativen überhaupt die Zertifizierung leisten können, ist auch fraglich. Viele Kooperativen sind z.B. in Mexico nach Einführung der Fairtrade-Gebühren für die Zertifizierung des Siegels ausgetreten. Sie konnten es sich schlichtweg nicht leisten. Dies betraf auch die beiden zapatistischen Kaffeekooperativen Mut Vitz und Cafe Yachil. Schwierig genug war überhaupt sie ins Siegel zu bekommen, welches auf Wunsch der Kooperativen wegen einiger Fairtrade-Importeure in den USA geschah. ...

Der Markt ist übersättigt von einer Vielzahl von "Nachhaltigkeits-Siegeln" wie z.B. Utz-Kapeh, Rainforest Alliance, 4 C, Starbucks . Einer Studie von CLAC aus dem Jahr 2010 zufolge haben bereits einige Produzenten in Guatemala die Bio-Zertifizierung zugunsten von Utz verlassen – in Costa Rica passierte selbiges zugunsten von Rainforest und Starbucks. Gründe dafür sind niedrigere Erträge pro Hektar im Bio-Anbau aber auch der zu geringe Bio-Mehrprijs im Verhältnis zum enormen Arbeitsmehraufwand. Hier besteht also auch dringender Handlungsbedarf, so CLAC.

Siegeldiskussion bei der Kaffeekampagne El Salvador

Die Siegeldiskussion wird, wie wir sehen, zunehmend unübersichtlicher und komplizierter und für uns als Kaffeekampagne El Salvador besteht seit Jahren aus vielen der angeführten Gründe kein Grund ein Siegel zu nehmen.

Auch El Rojito hat seit kurzem alle Kaffees siegelfrei, denn beim Fairmaster-Kaffee, der zusammen mit Gepa-Nord in Hamburg vertrieben wird, ist auch das Fairhandels-Siegel verschwunden. Natürlich könnte man sagen, wir

Zur Siegel-Diskussion

schwimmen im Kielwasser von Fairtrade. Von daher ist es umso wichtiger die eigenen Positionen und Diskussionen deutlich und transparent zu vertreten. Dies ist besonders wichtig im Umgang mit den KonsumentInnen und vor allen Dingen im Umgang mit den ProduzentInnen. Denn für wen und für was machen wir denn eigentlich den Handel?

Die Kaffeebauern stolpern von Krise zu Krise, verdienen viel zu wenig – nur 4 % des Ladenpreises. Und von Living

Wages und Mindestlöhnen und davon, ob die reichen zum Überleben, will ich jetzt gar nicht erst anfangen. Für die Zertifizierer ist es egal für wen oder was und welches Siegel sie zertifizieren. Und der Handel lebt gut davon. Mal schauen wie sich das zukünftig entwickelt. Die Diskussion bleibt spannend. Weitere Informationen und Links zu Dokumenten und Organisationen dieser aktuellen Diskussion befinden sich auf unserer Webseite der [Kaffee Kampagne El Salvador](#)

Projektunterstützung für Santa Adelaida

Die Kaffee Kampagne El Salvador unterstützt zusätzlich zu dem Projektaufschlag beim Cortadora die Kaffeekooperative Santa Adelaida mit Spendengeldern.

Ende 2011 kam es infolge schwerer Regen-Unwetter zu heftigen Überschwemmungen in El Salvador. Auch Santa Adelaida ist stark davon betroffen. Folgen: großer Ernte-einbruch (ca. 20% der Vorjahresernte, d.h. nur 4 von 6 Containern), Schäden an der Bodega, an Wohnhäusern und an den Stützmauern sowie Erdbeben in den Cafetales.

Spendenkonto: Informationsstelle El Salvador e.V., Stichpunkt Santa Adelaida, Postbank Köln BLZ 370 100 50, Kto.- Nr. 332 276 507

Reisehinweis: Politische Studienreise der Kaffee Kampagne El Salvador 22. Dezember 2012 bis zum 6. Januar 2013 Café Oro – Goldkaffee ... heißt der Rohkaffee, wie er in El Salvador produziert wird, bevor er sich in flüssiges Gold für die Kaffeekonzerne verwandelt.

Programm: Neben der Besichtigung der Lieferkooperativen des La Cortadora-Kaffees werden Gedenkstätten des Bürgerkrieges in El Salvador besucht sowie Gespräche mit VertreterInnen von Landarbeitergewerkschaften sowie der ehemaligen Guerilla und heutigen linken Partei FMLN geführt. Entspannungsphasen sind eingeplant.

Preis: Ca. 2.500 Euro (Flug, Inlandstransporte, Übernachtungen mit Frühstück, Reisebegleitung) – alternativ könnte man den Flug selbst buchen. Die Vorortkosten in El Salvador belaufen sich auf ca. 900.- Euro.

Weitere Informationen und Anmeldung: Kaffee Kampagne El Salvador unter [info\(at\)cafe-cortadora.de](mailto:info@cafe-cortadora.de)

Anmeldungen bitte bis zum 31. August 2012

