

Ziel 11



Nachhaltige Städte und Siedlungen

Ziel 11

Städte und Siedlungen inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig gestalten

- 11.1** Bis 2030 den Zugang zu angemessenem, sicherem und bezahlbarem Wohnraum und zur Grundversorgung für alle sicherstellen und Slums sanieren
- 11.2** Bis 2030 den Zugang zu sicheren, bezahlbaren, zugänglichen und nachhaltigen Verkehrssystemen für alle ermöglichen und die Sicherheit im Straßenverkehr verbessern, insbesondere durch den Ausbau des öffentlichen Verkehrs, mit besonderem Augenmerk auf den Bedürfnissen von Menschen in prekären Situationen, Frauen, Kindern, Menschen mit Behinderungen und älteren Menschen
- 11.3** Bis 2030 die Verstärkerung inklusiver und nachhaltiger gestalten und die Kapazitäten für eine partizipatorische, integrierte und nachhaltige Siedlungsplanung und -steuerung in allen Ländern verstärken
- 11.4** Die Anstrengungen zum Schutz und zur Wahrung des Weltkultur- und -naturerbes verstärken
- 11.5** Bis 2030 die Zahl der durch Katastrophen, einschließlich Wasserkatastrophen, bedingten Todesfälle und der davon betroffenen Menschen deutlich reduzieren und die dadurch verursachten unmittelbaren wirtschaftlichen Verluste im Verhältnis zum globalen Bruttoinlandsprodukt wesentlich verringern, mit Schwerpunkt auf dem Schutz der Armen und von Menschen in prekären Situationen
- 11.6** Bis 2030 die von den Städten ausgehende Umweltbelastung pro Kopf senken, unter anderem mit besonderer Aufmerksamkeit auf der Luftqualität und der kommunalen und sonstigen Abfallbehandlung
- 11.7** Bis 2030 den allgemeinen Zugang zu sicheren, inklusiven und zugänglichen Grünflächen und öffentlichen Räumen gewährleisten, insbesondere für Frauen und Kinder, ältere Menschen und Menschen mit Behinderungen
- 11.a** Durch eine verstärkte nationale und regionale Entwicklungsplanung positive wirtschaftliche, soziale und ökologische Verbindungen zwischen städtischen, stadtnahen und ländlichen Gebieten unterstützen

- 11.b** Bis 2020 die Zahl der Städte und Siedlungen, die integrierte Politiken und Pläne zur Förderung der Inklusion, der Ressourceneffizienz, der Abschwächung des Klimawandels, der Klimaanpassung und der Widerstandsfähigkeit gegenüber Katastrophen beschließen und umsetzen, wesentlich erhöhen und gemäß dem Sendai-Rahmen für Katastrophenvorsorge 2015–2030 ein ganzheitliches Katastrophenrisikomanagement auf allen Ebenen entwickeln und umsetzen
- 11.c** Die am wenigsten entwickelten Länder unter anderem durch finanzielle und technische Hilfe beim Bau nachhaltiger und widerstandsfähiger Gebäude unter Nutzung einheimischer Materialien unterstützen

Auszug aus:

Agenda 2030: Wo steht die Welt?

5 Jahre SDGs – eine Zwischenbilanz

Herausgeber:

Global Policy Forum
Königstraße 37a
53115 Bonn

Ziel 12



Nachhaltige Konsum- und Produktionsweisen

Ziel 12

Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen

- 12.1** Den Zehnjahres-Programmrahmen für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster umsetzen, wobei alle Länder, an der Spitze die entwickelten Länder, Maßnahmen ergreifen, unter Berücksichtigung des Entwicklungsstands und der Kapazitäten der Entwicklungsländer
- 12.2** Bis 2030 die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen
- 12.3** Bis 2030 die weltweite Nahrungsmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene halbieren und die entlang der Produktions- und Lieferkette entstehenden Nahrungsmittelverluste einschließlich Nacherteverlusten verringern
- 12.4** Bis 2020 einen umweltverträglichen Umgang mit Chemikalien und allen Abfällen während ihres gesamten Lebenszyklus in Übereinstimmung mit den vereinbarten internationalen Rahmenregelungen erreichen und ihre Freisetzung in Luft, Wasser und Boden erheblich verringern, um ihre nachteiligen Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit und die Umwelt auf ein Mindestmaß zu beschränken
- 12.5** Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern
- 12.6** Die Unternehmen, insbesondere große und transnationale Unternehmen, dazu ermutigen, nachhaltige Verfahren einzuführen und in ihre Berichterstattung Nachhaltigkeitsinformationen aufzunehmen
- 12.7** In der öffentlichen Beschaffung nachhaltige Verfahren fördern, im Einklang mit den nationalen Politiken und Prioritäten
- 12.8** Bis 2030 sicherstellen, dass die Menschen überall über einschlägige Informationen und das Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung und eine Lebensweise in Harmonie mit der Natur verfügen
- 12.a** Die Entwicklungsländer bei der Stärkung ihrer wissenschaftlichen und technologischen Kapazitäten im Hinblick auf den Übergang zu nachhaltigeren Konsum- und Produktionsmustern unterstützen

- 12.b** Instrumente zur Beobachtung der Auswirkungen eines nachhaltigen Tourismus, der Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und lokale Produkte fördert, auf die nachhaltige Entwicklung entwickeln und anwenden
- 12.c** Die ineffiziente Subventionierung fossiler Brennstoffe, die zu verschwenderischem Verbrauch verleitet, durch Beseitigung von Marktverzerrungen entsprechend den nationalen Gegebenheiten rationalisieren, unter anderem durch eine Umstrukturierung der Besteuerung und die allmähliche Abschaffung dieser schädlichen Subventionen, um ihren Umweltauswirkungen Rechnung zu tragen, wobei die besonderen Bedürfnisse und Gegebenheiten der Entwicklungsländer in vollem Umfang berücksichtigt und die möglichen nachteiligen Auswirkungen auf ihre Entwicklung in einer die Armen und die betroffenen Gemeinwesen schützenden Weise so gering wie möglich gehalten werden

Auszug aus:

Agenda 2030: Wo steht die Welt?

5 Jahre SDGs – eine Zwischenbilanz

Herausgeber:

Global Policy Forum
Königstraße 37a
53115 Bonn



Sustainability

Soziale Nachhaltigkeit in der Ernährung (Gesellschaft)

- Soziales Wohlergehen als Lösungsansatz

Lebensgestaltung

- Lebensqualität – ausreichend Lebensunterhalt und Ernährung
- Fairer Zugang zu Produktionsmitteln – Ressourcen (inkl. Ausrüstung), Kapital, Wissen

Faire Handelspraktiken

- Verantwortungsvoller Einkauf – Lieferanten erhalten faire Preise, transparente Verhandlungen und Verträge, Gleichberechtigung
- Rechte von Zulieferern – Bewahrung der Rechte wie Koalitionsfreiheit (freie Wahl der Partner), faire Vertragsverhandlungen

Arbeitsrechte

- Beschäftigungsverhältnisse – rechtsverbindliche, transparent geregelte Verträge
- Zwangsarbeit – keine Zwangsarbeit (auch nicht in Betrieben der Geschäftspartner)
- Kinderarbeit – keine Kinderarbeit (auch nicht in Betrieben der Geschäftspartner)
- Versammlungs- und Verhandlungsfreiheit – Recht auf Gewerkschaft, Recht auf Tarif- und Beschäftigungsverhandlungen

Gleichberechtigung

- Toleranz – strenge Gleichberechtigungs-, Antidiskriminierungsgrundsätze
- Gleichstellung der Geschlechter
- Förderung benachteiligter Gruppen (Menschen mit Behinderung, sozial Benachteiligte)

Gesundheit

- Arbeitssicherheit – Einhaltung Sicherheitsvorschriften, Erfüllung menschlicher Bedürfnisse
- Öffentliche Gesundheit – keine Beeinträchtigung lokaler Gemeinschaften z.B. durch Pestizide

Kulturelle Vielfalt

- Traditionelles Wissen – Anerkennung und Schutz von traditionellem und kulturellem Wissen als geistiges Eigentum
- Ernährungssouveränität (*= das Recht der Völker auf gesunde, kulturell angepasste Nahrung, die nachhaltig und unter Achtung der Umwelt hergestellt wird*)

Nachhaltige Ökonomie (Wirtschaft)

- ökonomische Resilienz als Lösungsansatz

Investitionen

- interne Investition zur Verbesserung der Nachhaltigkeit (im Unternehmen)
- Investitionen zur nachhaltigen Entwicklung der Gemeinschaft
- Langfristige Investitionen mit dem Ziel: langfristige Nachhaltigkeit statt kurzfristige Profite

Wirtschaftliche Sicherheit, Stabilität

- Produktionsstabilität – ausreichende, widerstandsfähige Produktion (Menge, Qualität)
- Stabile Lieferbeziehungen – ausreichende Zulieferer, alternative Beschaffungskanäle
- Stabiler Absatz – ausreichende Kunden, alternative Vermarktungskanäle

Produktwertigkeit

- Lebensmittelsicherheit – Lebensmittelgefahren werden systematisch kontrolliert, Verunreinigung mit schädlichen Substanzen vermeiden
- Lebensmittelqualität – höchstmögliche Qualität und Nährwerte erzielen
- Produktinformationen – vollständige, korrekte Informationen sind öffentlich zugänglich und nicht irreführend

Regionale Ökonomie

- regionale Wertschöpfung – Schaffung von Arbeitsplätzen, Stärkung lokaler Wirtschaft
- regionaler Einkauf – Bezug von Rohwaren lokaler Lieferanten (Stärkung lokaler Wirtschaft)

Ökologische Nachhaltigkeit in der Ernährung (Umwelt)

- ökologische Integrität als Lösungsansatz

Atmosphäre

- Klimaschutz – Ausstoß von Treibhausgasen minimieren
- Luftqualität – Luftschadstoffen und ozonabbauende Stoffe verhindern

Wasser

- Wasserverbrauch, Wasserschutz – Entnahme und Nutzung beeinträchtigt natürliche Wasserkreisläufe und Ökosysteme nicht
- Wasserqualität – keine Freisetzung von Schadstoffen ins Wasser

Boden

- Bodenfruchtbarkeit – keine chemische und biologische Bodenverunreinigung
- Bodenschutz – Bewahrung der Bodenqualität, Sanierung zerstörter Flächen

Biodiversität

- Bewahrung und Verbesserung der Vielfalt und Funktionalität von natürlichen, naturnahen und landwirtschaftlichen Ökosystemen
- Artenvielfalt wird bewahrt und verbessert
- Vielfalt kultivierter Sorten, Arten, Rassen wird bewahrt und verbessert

Ressourcennutzung

- Materialverbrauch wird minimiert
- Maximierung von Recycling-, Wiederverwendungs-, Rückgewinnungsraten
- nachhaltige erneuerbare Energie wird forciert, der Gesamtenergieverbrauch verringert
- Abfall wird reduziert und sachgemäß entsorgt

Tierwohl

- Haltung von Tieren ohne Hunger, Durst sowie Verletzungen, Krankheiten
- Artgerechte Haltung ohne Schmerzen, Angst und Leid

Handlungsoptionen für eine nachhaltige Ernährung

Lebensmittelverluste/ - verschwendung reduzieren

- Initiativen wie foodsharing nutzen
- Zero Waste Cooking – Wurzelreste wieder einpflanzen z.B. Porree, alle Pflanzenbestandteile verwerten z.B. Schalen und Stiele (für Brühe, Färben, als Geschmacksträger für Tee)
> *Tipp: Restlos Glücklich e.V.*

Energiesparende Zubereitung

- Ofen aufwärmen weglassen
- Deckel beim Kochen benutzen
- nicht mehr Wasser aufkochen als nötig
- wassersparend Abwaschen

Saisonale und regionale Ernährung

- Herkunft der Lebensmittel überprüfen
> *Vorsicht: auch saisonale Produkte werden importiert*
- unterstütze lokale Landwirtschaft z.B. Solawi (solidarische Landwirtschaft)

Bewusster Einkaufen

- vorausschauend einkaufen – weniger ist oft mehr (aber bitte unverpackt)
- Wegschmeißen vermeiden
- Herkunft der Produkte überprüfen
- fairtrade und bio kaufen
> *Vorsicht: Siegel ist nicht gleich Siegel! Achte auf aussagekräftige Siegel! empfehlenswerte Siegel sind u.a. Demeter, Bioland, Naturland*
> *Tipp: <https://utopia.de/siegel-guide/>*
- den Einkauf umweltschonend transportieren (Rad, öffentliche Verkehrsmittel, zu Fuß)
- (Plastik)Verpackungsmüll vermeiden – Abfüllstationen in Biomärkten nutzen
- Verhältnis von Produkt zur Verpackung optimieren – anstatt viele einzeln verpackte Lebensmittel größere Einheiten kaufen
> *Vorsicht: Hierbei ist zu beachten, dass das Lebensmittel nicht vorzeitig verdirbt und dementsprechend zügig verwendet wird oder lange gelagert werden kann.*
- alternativen Handel unterstützen (anstatt Supermarktketten):
> *Finde deinen Weltladen: <https://www.weltladen-in-berlin.de/>*
> *Viele kleine Bioläden führen Produkte, die über Fairtrade aus dem Supermarkt hinausgehen!*
> *Importeure, die WFTO-zertifiziert & besonders unterstützenswert sind:*
<https://wfto.com/who-we-are#search-wfto-members>

Ernährungsstil überprüfen

- geringer Fleisch- und Fischkonsum – weniger = besser (vegan, vegetarisch)
> *Tipp: www.berlin-vegan.de/ (gute Restaurantsammlung, Newsletter)*
- keine exotische Bestandteile, Lebensmittel
- regionales anstatt importiertes Superfood genießen (z.B. Leinsamen, Kohl)

Siegel-Guide



Fairtrade

- Einhalten internationaler Fairtrade-Standards, unabhängig kontrolliert durch FloCERT
- Mischprodukte müssen mindestens 20% faire Zutaten enthalten
- Konventioneller Händler können Siegel für einzelne Produkte bekommen

Aussagekraft:

Hohe Aussagekraft. Sehr starke übergreifende Kriterien. Mindestpreise für Rohware und Prämien sind Pflicht. Kann gelabelte Produkte sehr gut zurückverfolgen. Gute Kontrollmechanismen, vielfältige Wirkungsanalysen.



Naturland Fair

- Mindestens Einhaltung der internationalen Fairtrade-Standards
- Zusätzliche Einhaltung der hohen Naturland-Biostandards
- Mischprodukte müssen mindestens 50% faire Zutaten enthalten
- Fair-Handelskriterien auch für Produzent*innen im globalen Norden

Aussagekraft:

Einziges Siegel mit sehr hoher Aussagekraft. Die Biozertifizierung ist Pflicht. Starke ökologische und sehr starke soziale Ausrichtung. Naturland konnte in nahezu allen Fällen seine gelabelten Produkte problemlos zurückverfolgen.



Gepa

- Entspricht internationalen Fairtrade-Standards
- Mischprodukte müssen mindestens 50% faire Zutaten enthalten und Auskunft über den Fairhandelsanteil geben
- Gepa handelt als ganzen Unternehmen ausschließlich fair

Aussagekraft:

1975 in Wuppertal gegründet. Pionier im fairen Handel. Alle 300 Produkte im Sortiment sind fair-, etwa drei Viertel auch biozertifiziert. Der Test belegt: Gepa setzt auf direkte, lange Beziehungen mit Produzenten. Sie berücksichtigt Wirkungsanalysen und kann Produkte zurückverfolgen.



Hand in Hand

- Firmeneigenes Siegel der Marke Rapunzel, daher bedingt unabhängig
- soziale und ökologische Kriterien über gesetzliche Vorgabe hinaus
- Langfristige Handelsbeziehungen, Mindestpreise, Prämien und Unterstützung von Projekten in den Anbauländern

Aussagekraft:

Hoher Aussagekraft. Vereint bio und fair. Sehr starke ökonomische Kriterien: Mindestpreise und Prämien sind Pflicht. Produkte sehr gut rückverfolgbar. Kritikpunkt: kein standardisiertes Verfahren für Wirkungsanalysen



UTZ & Rainforest Alliance

- Kein Fairtrade-Siegel (wenn auch oft dafür gehalten)
- Nachhaltigkeitssiegel, das auf eine Verbesserung der Situation für die Produzent*innen durch Steigerung der Produktivität setzt
- Umwelt- und Sozialstandards, letztere liegen jedoch deutlich unter den internationalen Fairtrade-Standards

Aussagekraft:

Von Stiftung Warentest wurde den Siegeln je nur mittlere Aussagekraft und wenig anspruchsvolle Kriterien zugesprochen. UTZ punktet immerhin mit Transparenz und Wirkungsanalysen.

Quellen: Stiftung Warentest, Verbraucherzentrale, utopia.de

Nennenswerte Beispiele für Initiativen & Händler

Kaffee

- Solidarischer Direkthandel über Armoa Zapatista & Café Libertad (käuflich online & in linksalternativen Orten)
- Fairbindung: Fair gehandelter Kaffee (online gibt's eine Karte mit Verkaufs- und Ausschankstellen in Berlin) und zahlreiche Bildungsangebote

Weitere Produkte

- Good Mood Food (Kakao, Snacks und anderes): Besonderer Fokus auf Ökologie
- Fairafric (Schokolade): Besonderer Fokus auf Wertschöpfung in Afrika
- Schnittstelle Vertriebskollektiv: Verkauf kollektiv und alternativ produzierter Produkte aus der Region, Südeuropa und der Welt (*per Abholung oder Lieferung*)
- Solidarischer Direkthandel mit hochwertigem Olivenöl aus Südeuropa: Soli Oli (*online und über linksalternative Orte z.B. die Schnittstelle erhältlich*)
- Solidarischer Direkthandel mit Orangen: Orangeninitiative (*saisonale Bestellung und Lieferung*)

Konsument*innen sind immer schuld?

Kann man soziale und politische Problem über den individuellen Konsum lösen?

Zitate & Textausschnitte

(...)

SRF: „Was soll man also tun?“

Sylla: „Man muss sich im Klaren sein, dass die Fairtrade-Bewegung im Kontext der 1980er-Jahre entstanden ist. Zu einer Zeit also, in der die Handelsstrukturen im Zuge des Neoliberalismus weltweit liberalisiert wurden. Heute ist auf der Makroebene alles weitestgehend liberalisiert, aber auf der Mikroebene, im fairen Handel, haben wir so etwas wie starre Preisstrukturen. Da versucht man die Dinge im Kleinen zu ändern. Deshalb sage ich – die reichen Länder müssen endlich ihre Verantwortung ernst nehmen und die ungerechten Handelsstrukturen verändern. Nehmen Sie das Beispiel Schokolade. Die Schweiz, Belgien oder auch Frankreich produzieren Schokolade. Aber sie schotten ihre Märkte so ab, dass die Länder im Süden nur rohen Kakao exportieren können. Das ist nicht nur nicht liberal, es zementiert auch ungerechte Strukturen. So lange das so ist, bleibt der faire Handel ein Tropfen auf den heißen Stein.“

SRF: Das ist die makroökonomische, die weltpolitische Ebene. Aber was soll ich als Konsument tun?

Sylla: „Für mich ist wichtig: Der Konsument ist auch Bürger. Das ist eine wichtigere Rolle als die des globalen Konsumenten. So kann man die realen Probleme der Länder des Südens in den Blick bekommen. Ein Beispiel: Die Partnerschaft, welche die Europäische Union den Ländern Afrikas aufzwingt, besagt, dass alle Länder ihre Märkte öffnen müssen – für europäische Produkte. Das gilt auch für hochsubventionierte landwirtschaftliche Produkte. Damit tötet man die Wirtschaft der Länder Afrikas, oder das, was davon noch übrig ist. Darum ist es zwar gut, im Supermarkt Fairtrade-Produkte zu kaufen. Aber noch wichtiger wäre es, aufzustehen und zu sagen, dass man diese ungerechten Strukturen nicht will.“

Ausschnitt aus einem Interview mit Dr. Ndongo Samba Sylla in für das SRF

Quelle: <https://www.srf.ch/kultur/gesellschaft-religion/kritik-an-fairtrade-wie-fair-ist-fairtrade-wirklich>

*“Ärmere Verbraucher*innen müssen sich entscheiden, an welcher Stelle sie es sich leisten möchten und können, den Produzent*innen einen "fairen" Lohn zukommen zu lassen. Die Entscheidung über Armut oder Reichtum liegt demnach allein bei ihrer Kaufentscheidung. Dies halten wir für nicht haltbar und letztlich auch gegenüber den Verbraucher*innen vor dem Hintergrund von sozialpolitischen Fragen hier vor Ort für unangemessen. Es müssten stattdessen Regelwerke und globale Veränderungen etabliert werden, die nicht das Individuum allein in die Verantwortung nehmen für historisch gewachsene ausbeuterische Strukturen, sondern auf ein ganz anderes Ganzes und gänzlich andere Rahmenbedingen zielen.“*

Stellungnahme des Café Libertad Kollektivs zum Verzicht auf das Fairtrade-Siegel

Quelle: <https://www.cafe-libertad.de/kritik-und-grenzen-des-fairen-handels>

„Nutzen konnten die Unternehmen [die in der Entstehungszeit mit TransFair kooperierten] das Logo, wenn sie den Bauern einen Mindestpreis von 126 Dollar pro Sack Rohkaffee (à 60 Kilogramm) zahlten. Das entsprach etwa dem doppelten des damaligen Weltmarktpreises – und lag ungefähr auf dem Niveau des Preises, der zur Zeit des staatlich vereinbarten Kaffeeabkommens gegolten hatte. Nach Jahren war der Rohkaffeepreis durch die Anstrengungen einer privaten initiative also wieder dort angekommen, wo er sich zuvor schon einmal unter allgemeinem Einverständnis befunden hatte – und zwar für alle Kaffeegeschäfte, nicht nur die von ausgewählten Produzenten und Abnehmern.“

Quelle: Dohmen, Caspar: Das Prinzip Fairtrade: Vom Weltladen in den Supermarkt. Orange Press 2017, S.57f.

„In Deutschland hatte man in Kreisen des alternativen Handels seit 1986 über die Einführung eines sozialen Siegels zur Kennzeichnung fairer Arbeitsbedingungen nachgedacht, auch aus der berechtigten Sorge, ein Dritter könnte sonst ein solches Siegel alleine aus Gewinninteresse einführen und dabei geringere Standards verlangen.“

Quelle: Dohmen, Caspar: Das Prinzip Fairtrade: Vom Weltladen in den Supermarkt. Orange Press 2017, S.50f.

Hintergrundinfos & Fakten

- Das **Kaffeeabkommen** wurde 1962 von der UNO verabschiedet und brachte Produzent*innen im globalen Süden durch Exportquoten und Mindestpreise mehr Stabilität und etwas bessere Preise. Taktisch sollte es verhindern, dass verarmte Bäuer*innen sich sozialistischen Bewegungen anschlossen. Dementsprechend wurde es 1989, zum Ende der Sowjetunion, von den USA aufgekündigt.
- TransFair e.V. hat keinen Einfluss auf die Preissetzung und die **Gewinnmargen** der Unternehmen, die das Siegel verwenden. (Dies wird mit dem Diskriminierungsverbot und dem Kartellrecht begründet.) Teilweise werden Gewinnmargen von 45% vermutet. Viele alternative Handelsorganisationen wie El Puente legen die Preiszusammensetzung ihrer Produkte jedoch detailliert offen.
- Es gibt bisher keine flächendeckende Studie über die **Wirkung des Fairen Handels**. Die Summe der Regionalstudien zeigt jedoch, dass der Faire Handel den an ihm beteiligten Produzent*innen und ihrem Umfeld in der **Regel konkrete ökonomische, ökologische und soziale Verbesserungen** ermöglicht, auch wenn es keine Erfolgsgarantie gibt.

Quellen:

Von Hauff, Michael, Claus, Katja: Fair Trade. Studienausgabe, UTB, 2017.

Dohmen, Caspar: Das Prinzip Fairtrade: Vom Weltladen in den Supermarkt. Orange Press 2017

<https://www.el-puente.de/fairer-handel/>

„Fair“ von der Plantage

Rosen aus Kenia, Pfefferminztee aus Ägypten - sollte nicht lieber für den lokalen Bedarf angebaut werden?

Beispiel: Rosen vom Lake Naivasha in Kenia:

Nicht nur Kaffee und andere Produkte, die in Deutschland nicht angebaut werden können, sondern auch Produkte wie Rosen und Pfefferminztee werden importiert und können das Fairtrade-Siegel erhalten. Rosen stammen oft aus Kenia, wo am Lake Naivasha riesige Blumenfarmen florieren. Schon bevor Fairtrade etwas mit diesem Wirtschaftszweig zu tun hatte, wurde der Anbau von Blumen in verschiedenen Staaten Afrikas von großen Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit unterstützt. So sollten Alternativen zum Drogenanbau geschaffen, sowie Arbeitsplätze und Exporteinnahmen generiert werden. Nach Skandalen über Umwelterstörung, unwürdige Arbeitsbedingungen sowie Ressourcen- und Flächenkonkurrenz mit der lokalen Bevölkerung stieg Fairtrade mit spezifischen ökologischen und sozialen Standards in den Wirtschaftszweig ein.

Die Folgen der expandierenden konventionellen Blumenfarmen am Lake Naivasha sind:

- Schaffung von etwa 100.000 Arbeitsplätzen, jedoch meist zu schlechten Löhnen und gesundheitsgefährdenden Arbeitsbedingungen.
- Starke Arbeitsmigration und Bevölkerungszunahme, dadurch Flächenkonflikte und Slumbildung
- Absenkung des Grundwasserspiegels. Konflikte um die landesweit knappe Ressource Wasser mit anderen Landwirtschaftszweigen, Fischerei, Kleinbetrieben und der kommunalen Wasserversorgung.
- Gefährdung des Lake Naivasha als einzigartigem Ökosystems und damit auch der Lebensgrundlage z.B. von Fischer*innen und Viehhalter*innen durch Wasserentnahme, Abwässer und Dünger.

Quellen: Dohmen, Caspar: Das Prinzip Fairtrade: Vom Weltladen in den Supermarkt. Orange Press 2017.
<https://freidok.uni-freiburg.de/data/194220>

Stellungnahme von Fairtrade International zur Zusammenarbeit mit Plantagen & Farmen:

„Es ist eine Tatsache, dass Plantagen eine zunehmende Bedeutung für bestimmte landwirtschaftliche Produkte haben, insbesondere in Afrika und Asien. Manche Produkte werden fast ausschließlich (z.B. Tee, Blumen) oder in großen Teilen in Plantagen kultiviert (z.B. Bananen). Fairtrade ist der Auffassung, dass die oftmals unter prekären Bedingungen lebenden Plantagenarbeiterinnen und -arbeiter ebenso zu den am meisten vom Welthandel benachteiligten Gruppen gehören wie Kleinbauern. Im Vergleich zu organisierten Kleinbauern leben lohnabhängige Plantagenarbeiter und -arbeiterinnen in oftmals noch schlechteren Lebensverhältnissen, viele sind im Gegensatz zu Kleinbauern oft auch Landlose. Es gibt also hinreichende Gründe, auch einen Fairtrade-Standard auf Plantagen anzubieten und umzusetzen“

Quelle:

https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/newsimport/News2014/2013_09_09_Arte_QA_Final.pdf

Hintergrundinfos & Fakten

- Die Farmen in Kenia gehören meist ausländischen Investor*innen. Solange sie die Umwelt- und Sozialstandards einhalten, erhalten sie das Fairtrade-Siegel. Welche Gewinnmargen sie erzielen ist dabei egal. (Dies ist generell gültig im Fairtrade-System und wird mit dem Diskriminierungsverbot und dem Kartellrecht begründet.)
- Kenia ist Nettoimporteur von Lebensmitteln und ein Land mit knappen Ressourcen an Wasser und landwirtschaftlich nutzbaren Flächen. Zugleich werden Lebensmittel und z.B. Blumen auf diesen Flächen für den Export angebaut.
- Rosen sind mit Abstand Kenias wichtigstes Exportgut – nach Schätzungen hängen 50.000 Arbeitsplätze von ihrem Anbau & Export ab.
- Die Klimabilanz einer Rose aus Kenia ist trotz Flugimport aufgrund des ganzjährig günstigen Klimas vielfach besser als die einer Rose aus den Niederlanden, wo die Gewächshäuser im Winter beheizt werden.
- Seit Bekanntwerden der Produktionsbedingungen haben sich vor allem die ökologischen Bemühungen vieler Blumenfarmen erhöht und die Umweltprobleme konnten reduziert werden. Auch Fairtrade-zertifizierte Farmen spielten hier eine wichtige Rolle.

Quellen:

Dohmen, Caspar: Das Prinzip Fairtrade: Vom Weltladen in den Supermarkt. Orange Press 2017

<https://www.el-puente.de/fairer-handel/>

<https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/zucht-in-kenia-die-reise-der-rosen-13422852.html>

Um's Ganze oder direkte Hilfe?

Sollte man Fairtrade aus dem Supermarkt kaufen?

War es die richtige Entscheidung, mit dem konventionellen Handel zu kooperieren?

Zitate und Textausschnitte

„In Deutschland stellten sich die Beteiligten die gleichen Grundsatzfragen (...) Sollten sie mit Konzernen kooperieren, die in ihren Augen doch für die miserable Lage der Kleinbauern in den Entwicklungsländern mitverantwortlich waren? Dass sich diejenigen durchsetzten, die die Frage mit „ja“ beantworteten, lag unter anderem an der allgemeinen gesellschaftlichen Entwicklung. Der Kalte Krieg war vorbei, die Revolutionäre in Nicaragua waren demokratisch abgewählt, und Gesellschaftsutopien schienen obsolet. (...) Über die Möglichkeiten des Ansatzes machten sich die Befürworter des Verkaufs fairer Waren im Supermarkt keine Illusionen. Sie waren der Meinung, es sei im Grund unmöglich, die ungerechten Wirtschaftsstrukturen durch das Segment des Fairen Handels zu ändern. Das gehe nur mit einer gerechten Welthandelsordnung. Da die nicht in Sicht war, könnten Verbraucher den Produzenten im globalen Süden zumindest helfen, wenn sie einen fairen Preis für deren Waren zahlten, fanden sie.“

Quelle: Dohmen, Caspar: Das Prinzip Fairtrade: Vom Weltladen in den Supermarkt. Orange Press 2017, S.51f.

„Der Verkaufsanteil durch die Weltläden ist nicht so groß, wie wir ihn wünschen und brauchen. Wir schätzen ihn dennoch, weil es sich nicht nur einfach um den Kauf und Verkauf dreht, sondern um eine Beziehung. Diese dient als Werkzeug im Kampf gegen Armut und für soziale Gerechtigkeit. Die Informationen über die Professionalisierungskampagne [der Weltläden, um ihre Verkäufe zu steigern; Anm. d. A.] ermutigen uns. Wir möchten die Mitglieder des Weltladen-Dachverbandes dazu auffordern, ihre Bemühungen in dieser Hinsicht zu vergrößern. [...] Wir Kleinbauern freuen uns über alle Entscheidungen dieser Art. Alleine sind wir schwach! Gemeinsam sind wir sehr stark!“

Ovidio Lopez, Generalsekretär von Frente Solidario

Quelle: Weltladen Dachverband, Broschüre „Generation Weltladen“

*Die Standards von fairen Siegeln lassen zu wünschen übrig und es werden Kompromisse auf Kosten der Produzent*innen geschlossen, um auf dem Markt und im Label-Wirrwarr konkurrenzfähig zu bleiben. Ein Großteil des Fair Trade- Umsatzes wird zudem mit Produkten gemacht, die in den Supermärkten verkauft werden – jenen Orten, die durch ihre Preispolitik die lokalen Märkte systematisch zerstören. Ist bei der WFTO noch Standard, sich politisch für mehr Gerechtigkeit im Welthandel einzusetzen, gibt es diesen Anspruch bei Unternehmen, die das Fairtrade-Siegel verkaufen, nicht. Dies führt auch dazu, dass die Konsument*innen in den Supermärkten nicht aufgeklärt werden (wie es der bildungspolitische Anspruch z.B. in den Weltläden ist) und im Zweifelsfall auch nicht mehr zwischen den Labels und Siegeln unterscheiden können. So wird scheinbar egal, ob bio- und fair gehandelte Produkte im Supermarkt oder in kleinen Bio- oder Weltläden gekauft werden.“*

Stellungnahme des Café Libertad Kollektivs zum Verzicht auf das Fairtrade-Siegel

Quelle: <https://www.cafe-libertad.de/kritik-und-grenzen-des-fairen-handels>

Hintergrundinfos & Fakten

- 1989 war das Kaffeeabkommen, das die wirtschaftliche Lage der Produzent*innen zumindest auf niedrigem Niveau stabilisierte, gescheitert. Dadurch war eine weitere Verschärfung ihrer Situation absehbar. Das Interesse der Kleinbäuer*innen an der Beteiligung am Fairen Handel überstieg deren Absatzmöglichkeiten über alternative Wege wie Weltläden.
- Fairtrade International hat keine Richtlinien dafür, wie mit Anfragen von Großkonzernen umzugehen ist. Dies ist den nationalen Unterorganisationen überlassen. Auf Entscheidung der britischen Unterorganisation wurde KitKat von Nestlé, bekannt für zahlreiche Menschenrechtsverletzungen im globalen Süden, mit dem Siegel versehen. Inzwischen hat KitKat sich von Fairtrade wieder abgewandt.
- Fairtrade hat weder Kontrolle noch ein Recht auf Informationen über die Gewinnmarge der Supermärkte. Es gibt auch keine Vorgaben zu Sozialstandards in den Verkaufsfilialen und den Lieferketten aller anderen Produkte des Supermarktes
- Wenn eine Produzent*innen-Kooperative sich Fairtrade-zertifizieren lässt, was mit Kosten verbunden ist, hat sie keine Garantie auf Abnahme ihrer Waren. Springt eine große Supermarktkette ab, fällt viel Absatz auf einmal weg, die Kooperativen bleiben auf ihrer Fairtrade-Ware sitzen und muss sie billiger über den konventionellen Markt verkaufen.

Vertrauen ist gut, ein Siegel ist besser?

Zertifizierung verursacht Kosten, getragen durch die Produzent*innen. Sollte man zurück zum persönlichen Vertrauen?

Zitate & Textausschnitte

„Eine einschneidende Änderung wurde mit der Organisationsreform [Ende der 90er] für die Produzenten aus dem Süden beschlossen: Sie mussten jetzt eine Gebühr für die Zertifizierung und alle von da an regelmäßig folgenden Kontrollen zahlen, was eine Stange Geld kosten kann. Kooperativen geben dafür oft einige Tausend Euro jährlich aus; die genauen Kosten hängen von einer Reihe Faktoren ab, vor allem der Größe der Organisation bzw. des Unternehmens und der Anzahl der Beschäftigten und Produkte. Fehlen einer Kooperative die notwendigen Mittel für eine solche Zertifizierung, kann sie bis zu drei Vierteln der Kosten dafür aus dem Zertifizierungsfonds der FLO [Fairtrade Labeling Organization] erhalten. Übersteigt der Bedarf an dieser Form der Unterstützung die vorhandenen Mittel gibt es klare Prioritäten: Bevorzugt werden neue Produzenten oder solche, die biologisch anbauen oder aus ärmsten Ländern stammen. Maximal zweimal darf eine Kooperative diesen Zuschuss beanspruchen“

Quelle: Dohmen, Caspar: Das Prinzip Fairtrade: Vom Weltladen in den Supermarkt. Orange Press 2017, S.85f.

„Als informelles, übergeordnetes Netzwerk namens CAN (...) beeinflussen die drei Produzentengemeinschaften [aus dem globalen Süden] ganz wesentlich die Agenda des Fairen Handels. Sie stimmen sich im Vorfeld der jährlichen Generalversammlung von Fairtrade International ab. Wenn sie sich gemeinsam gegen etwas stellen, geht nichts mehr. Der Norden hat auch einer Umverteilung der Mittel zugestimmt, neue Stellen sollen möglichst nur noch im Süden geschaffen werden. Das schlägt sich im Budget der Gesamtorganisation nieder: 43 Prozent des Budgets wendet Fairtrade International für die Finanzierung der Arbeit der Produzentenvereinigungen in Afrika, Asien und Lateinamerika auf. Weitere große Posten sind die Steuerung der Organisation (15 Prozent) und globales Produktmanagement und Marketing (12 Prozent). (...) Die Einnahmen von Fairtrade International stammen überwiegend von den 25 nationalen Fairtrade-Organisationen. Sie überweisen 28% ihrer Lizenzeinnahmen aus der Siegelvergabe und speisen damit den Haushalt von Fairtrade international zu knapp zwei Dritteln“

Quelle: Dohmen, Caspar: Das Prinzip Fairtrade: Vom Weltladen in den Supermarkt. Orange Press 2017, S.89.

*„Die Zertifizierungskosten und bürokratischen Hürden für die Zertifizierung sind sehr hoch. Wollen sich Bäuer*innen als fair zertifizieren lassen, müssen sie erstmal die pauschale Anmeldegebühr von 550 Euro bezahlen – unabhängig vom Ausgang des Verfahrens. Diese finanzielle Hürde sorgt dafür, dass die Ärmsten kein Zertifikat bekommen, da sie sich den Antrag auf einen besseren Lohn nicht leisten können. Doch die Kosten für die Produzent*innen fangen erst richtig an, da die Bäuer*innen für jedes Kilo Kaffee abermals aus Zertifizierungsgründen zahlen müssen. Ein Rechenbeispiel: 60 Kleinbäuer*innen, die individuell Kaffee produzieren, wollen gemeinschaftlich Fairtrade-Kaffee verkaufen. Sie besitzen sechs Felder, auf denen zwischen drei und sechs Mitarbeiter*innen arbeiten (insg. 29, darunter zumeist Familienmitglieder). Es gibt keine weiteren Subunternehmer*innen o.ä. Die Gebühren für ihren Kaffee betragen für das erste Jahr 4000 Euro! Für jedes weitere Jahr fallen abermals Kosten an. Es kann sich kaum eine wirklich arme bäuerliche Familie einen „fairen Preis“ erkaufen und das Konzept beißt sich somit selbst in den Schwanz. Folglich partizipieren immer mehr Großgrund- und Plantagenbesitzer*innen bei Fairtrade.“*

Quelle: https://www.cafe-libertad.de/kritik-und-grenzen-des-fairen-handels#_ftnref25

*„Die ungleiche Verteilung der Gewinne von Fairtrade (FT) ergibt sich zu großen Teilen aus den Merkmalen der Zertifizierung. Das Zertifizierungssystem weist eine doppelte Voreingenommenheit gegenüber den ärmsten Entwicklungsländern auf. Erstens gibt es Überlegungen in Bezug auf die Kosten der Zertifizierung. Da diese überall gleich hoch sind, sind sie für die am stärksten benachteiligten Länder bei ansonsten gleichen Bedingungen relativ teurer. Dann ist die Zertifizierung aufgrund der Preisstaffelung für große Produzent*innen-Organisationen kostengünstiger als für kleinere. Und schließlich sind die Kosten für die Einhaltung von FT-Standards (Veränderung der landwirtschaftlichen und administrativen Praxis, die oft zu einer Verlängerung der Arbeitszeit führen) für kleine Unternehmen aufgrund ihrer geringeren Produktivität und geringeren Skaleneffekte (Mengenvorteile) höher.“*

Editierter Ausschnitt aus dem Buch *The Fair Trade Scandal: Marketing Poverty to Benefit the Rich* von Dr. Ndongo Samba Sylla / (eigene Übersetzung aus dem Englischen – Original rückseitig)

Quelle:

<https://www.theguardian.com/global-development/2014/sep/05/fairtrade-unjust-movement-serves-rich>

Hintergrundinfos & Fakten

Flocert, die Zertifizierungsorganisation von Fairtrade International, ist ein sogenannter offener Zertifizierer. Das bedeutet, dass jede Organisation, die die Bedingungen erfüllt, zertifiziert werden muss. Damit ist es auch unmöglich, neue Bewerber*innen abzulehnen, um z.B. zunächst ausreichend Absatz für die bereits aufgenommenen Produzent*innen zu schaffen. Ist eine Kooperative zertifiziert, kann sie ihre Ware zu höheren Preisen als Fairtrade-Ware verkaufen – jedoch nur, wenn es dafür Nachfrage auf dem Markt gibt. Andernfalls kann es passieren, dass diese zu den schlechten Preisen über den konventionellen Markt verkauft werden müssen. Die Investition in die Zertifizierung ist somit ein Risiko, das die Produzent*innen tragen.

„The unequal distribution of the gains of Fairtrade (FT) derives in a large part from the characteristics of certification. The certification system presents a twofold bias against the poorest developing countries. First, there are considerations related to the costs of certification. These being the same everywhere, they are relatively more expensive for the most disadvantaged countries, all other things being equal. Then, due to its sliding-scale price structure, certification is less costly for large producer organisations than for smaller ones. Finally, the cost of compliance with FT standards (changes in agricultural and administrative practices that often lead to an increase in working hours) is higher for small organisations due to their lower productivity and lower economies of scale.“

Edierter Ausschnitt aus dem Buch *The Fair Trade Scandal: Marketing Poverty to Benefit the Rich* von Dr. Ndongo Samba Sylla (Englisches Original)

Quelle:

<https://www.theguardian.com/global-development/2014/sep/05/fairtrade-unjust-movement-serves-rich>