

Handelszeitung  
8021 Zürich  
043/ 444 59 00  
www.handelszeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Publikumszeitschriften  
Auflage: 36'976  
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 541.3  
Abo-Nr.: 1008268  
Seite: 5  
Fläche: 97'160 mm<sup>2</sup>



# Macht der Masse

Fair gehandelte Bananen von Max Havelaar: Die Bauern bekommen eine Prämie.

**Max Havelaar** Die Fairtrade-Organisation will raus aus der Nische – und bricht dafür mit Tabus. Neu sollen auch nur teils fair gehandelte Waren ein Label erhalten.

MARCEL SPEISER

**B**unt ging es an der Biofach-Messe zu und her, die kürzlich in Nürnberg stattfand. 2500 Aussteller zeigten 40 000 Besuchern aus 130 Ländern alles, was bei Kleidern, Lebensmitteln und Kosmetika **bio** oder **fair** ist.

Mit dabei war auch Harriet Lamb von Fairtrade International. Die Geschäftsführerin der Dachorganisation diverser nationaler Organisationen für **fairen Handel** präsentierte an der Messe ihre strategischen Schwerpunkte für die kommenden **drei Jahre** – und liess dabei eine kleine Bombe platzen. Denn Lamb rüttelt an einem bislang sakrosankten Prinzip für die Vergabe des Fairtrade-Labels. Um die Marktchancen fair gehandelter Ware zu erhöhen, will sie bei der Labelvergabe deutlich weniger streng sein. Bislang galt im

Fairtrade-System eine eiserne Regel: Jeder Rohstoff eines Produkts, der zertifiziert werden kann, muss auch zertifiziert werden. Das bedeutete zum Beispiel, dass Schokolade nur dann das Fairtrade-Label bekommt, wenn neben dem Kakao auch der Zucker und die Nüsse aus **fairem Handel** stammen. Genau das will Lamb ändern. Künftig soll es auch für Produkte ein Label geben, in denen beispielsweise nur der Zucker zertifiziert ist.

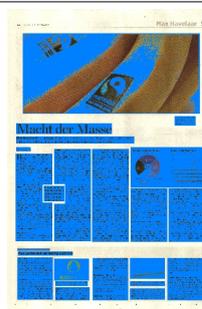
## Mini-Marktanteil

Bislang standen Fairtrade-Produkte bei Schweizer Konsumenten hoch im Kurs. Gemäss den Zahlen der Max-Havelaar-

**Fair gehandelte Produkte stehen bei Schweizer Konsumenten hoch im Kurs.**

Stiftung, die das Gütesiegel in der Schweiz vergibt, stieg der Absatz im Jahr 2011 – neuere Daten sind nicht verfügbar – auf gegen 330 Millionen Franken (siehe Grafiken). Verglichen mit dem Jahr zuvor liegt das Plus bei **satten 8 Prozent** – notabene in einem rückläufigen Gesamtmarkt im Detailhandel. In keinem anderen Land wird pro Kopf mehr Fairtrade-Ware verkauft als in der Schweiz. Nur die Briten können noch knapp mithalten. Dennoch ist Fairtrade auch im hiesigen Markt eine winzige Nische. Die Produkte kommen bei Lebensmitteln auf einen Marktanteil von deutlich unter 1 Prozent.

Das soll sich jetzt ändern – in der Schweiz und international. «Wenn wir unserer Vision näherkommen wollen, dass Produkte aus Entwicklungsländern fair produziert und gehandelt sind, müssen wir aus den Nischen



Handelszeitung  
8021 Zürich  
043/ 444 59 00  
www.handelszeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Publikumszeitschriften  
Auflage: 36'976  
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 541.3  
Abo-Nr.: 1008268  
Seite: 5  
Fläche: 97'160 mm<sup>2</sup>

raus in die Massenmärkte», sagt Max-Havelaar-Geschäftsleiterin Nadja Lang. «Die Entwicklungen auf den Märkten erfordern zusätzliche, innovative Businessmodelle.» Deshalb würden «voraussichtlich im Laufe dieses Jahres» neue Regeln für Kakao, Zucker und Baumwolle eingeführt. Sie sollen neu auch als einzelne Rohstoffe zertifiziert werden können. Das neue Fairtrade-Modell soll das bisherige allerdings nicht ersetzen, sondern ergänzen, wie Fred Lauener, Langs Stellvertreter, betont. Aktuell würden noch die «Detailfragen» diskutiert. Die Bauern und Produzenten seien dabei «zentral eingebunden». Sie verfügten im Fairtrade-System über die Hälfte der Stimmen.

Die Gründe für den Kurswechsel bei Fairtrade sind vielschichtig. Lauener sagt, man wolle es den Bauern in den Entwicklungsländern ermöglichen, den Absatz für ihre Produkte zu erhöhen. Zumindest teilweise ist dies tatsächlich ein Problem. In der Elfenbeinküste etwa gelangen nur 10 Prozent der zertifizierten Kakaobohnen als Fairtrade-Ware auf den Markt. Den Rest – obwohl nach gleichen Standards produziert – müssen die Bauern als konventionellen Kakao verkaufen. Das ist ein schlechtes Geschäft. «Die Möglichkeit, grosse Mengen an Rohstoffen in den Markt einspeisen zu können, kann grosse Veränderungsprozesse auslösen. Die Bauern sollen die Möglichkeit haben, möglichst die ganzen Volumen und nicht nur

Teile davon absetzen zu können», kommentiert Lauener.

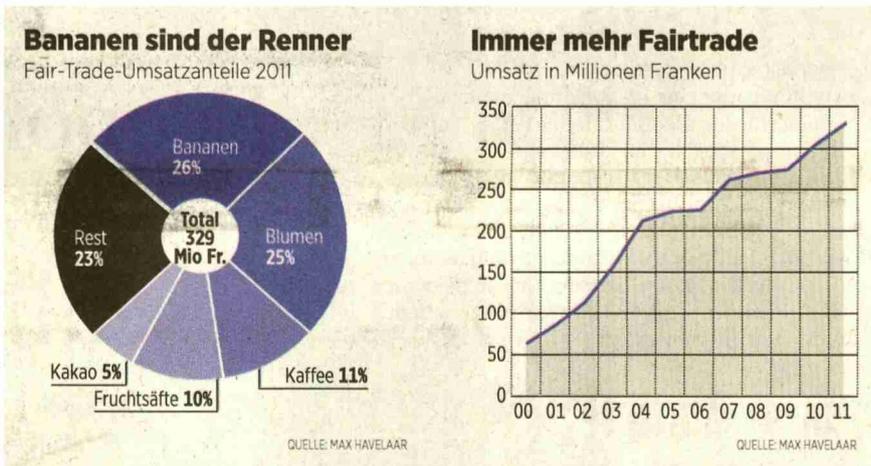
Es gibt aber auch andere Gründe für den Tabubruch von Fairtrade International. Lauener verneint zwar jeglichen Druck seitens der Nahrungsmittelindustrie in der Schweiz. Das deutsche Fachblatt «Lebensmittel Zeitung» berichtet allerdings immer wieder über Unternehmen, welche Konzessionen von Fairtrade einfordern. Für die Industrie jedenfalls ist die kostentreibende Vorgabe, so weit wie möglich zertifizierte Rohstoffe zu verarbeiten, ein Hindernis, sich für fairen Handel zu engagieren. Fällt es weg, eröffnen sich den Herstellern neue Vermarktungsperspektiven. Denn selbst wenn ein Schokoriegel nur zum Teil fair gehandelte Zutaten enthält, können die Firmen dafür mehr verlangen – und in ein Segment vorstossen, das in diversen Ländern rascher wächst als der gesättigte Gesamtmarkt.

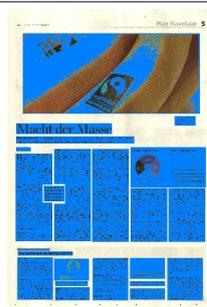
Schliesslich setzt Fairtrade mit dem neuen Modell auch darauf, dass mehr Detailhändler auf komplett Fairtrade schwenken. «Beispielsweise könnte ein Grossverteiler sämtliche zuckerhaltigen Produkte auf Fairtrade-Zucker umstellen», sagt Lauener. Der deutsche Händler Rewe etwa soll stark auf die Regeländerung gepocht haben, heisst es bei Transfair, dem deutschen Max-Havelaar-Pendant. Auch in der Schweiz sollen die neuen Regeln im Handel «auf Interesse stossen», wie Lauener sagt.

## Deutliche Kennzeichnung geplant

Max Havelaar verspricht, die Konsumenten «exakt» darüber zu informieren, welcher Fairtrade-Rohstoff in den von ihnen gekauften Produkten enthalten ist. «Produkte, die nur einzelne Bestandteile in Fairtrade-Qualität enthalten, werden deutlich gekennzeichnet», sagt Lauener. Das bestehende Fairtrade-Siegel würde bei diesen Produkten nicht zur Anwendung kommen. Daher könne auch nicht von einer Verwässerung gesprochen werden. «An den Standards für fairen Handel ändert sich nicht. Auch an den Vorteilen für Produzenten nicht.»

Für die Bauern hat Fairtrade mehrere Vorteile. Das System schaltet den Zwischenhandel aus und garantiert den Bauern einen Mindestpreis. Er kommt zum Zug, wenn der Weltmarktpreis unter eine definierte Grenze fällt. Liegt der Marktpreis hingegen über der Mindesthöhe, wird ersterer bezahlt. Zusätzlich erhalten die Produzenten eine Fairtrade-Prämie. Mit dem Geld können sie etwa Trinkwasserbrunnen oder Schulen bauen, auf Biolandwirtschaft umstellen oder Arztbesuche finanzieren. In der Schweiz kam mit dem Verkauf von Max-Havelaar-Ware 2011 eine Fairtrade-Prämie von 5,4 Millionen Franken zusammen.





Handelszeitung  
8021 Zürich  
043/ 444 59 00  
www.handelszeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Publikumszeitschriften  
Auflage: 36'976  
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 541.3  
Abo-Nr.: 1008268  
Seite: 5  
Fläche: 97'160 mm<sup>2</sup>

## IM DSCHUNDEL DER LABELS

### Fair gehandelt ist häufig auch bio

**Bio und fair** Grundsätzlich müssen fair gehandelte Produkte nicht bio sein. Bei den in der Schweiz mit dem Fairtrade-Label ausgezeichneten Produkten schwankt der Bioanteil zwischen 0 und 100 Prozent. Bei den zwei wichtigsten Lebensmitteln liegt er bei 48 Prozent für Bananen und 62 Prozent für Kaffee.

**Orientierung** Labels sind für die Konsumenten wichtig. Sie erleichtern ihnen die Orientierung bei den Kaufentscheidungen. Als Marketinginstrument sind sie aber auch für Produzenten und Hersteller von grosser Bedeutung. Die Zahl der Lebensmittel-Labels nimmt daher laufend zu, was ihre Funktion als Hilfsmittel für Konsumenten unterminiert.



Hergestellt ohne Pflanzenschutzmittel: Produkte mit der Knospe.

**Knospe** Das am weitest verbreitete Gütesiegel für Bioprodukte ist die vom Dachverband der ökologischen Landwirte vergebene Knospe mit dem Namen Bio Suisse. Bei Knospenprodukten sind Gentechnologie, synthetische Düngung und Pflanzenschutzmittel verboten. Ebenfalls dürfen keine Hormone oder Antibiotika verwendet werden. Der Importanteil eines Produkts muss weniger als 10 Prozent betragen.

**Strenger geht nicht** Lebensmittel mit dem Demeter-Siegel erfüllen die Richt-

linien von Bio Suisse und zusätzlich die Standards von Demeter International. Diese sind wesentlich strenger als die Biovorschriften der EU. Demeter-Produkte entsprechen den umfassendsten Richtlinien weltweit.

**Migros und Coop** Die Grossverteiler Coop und Migros haben ihre eigenen



Weltweit gibt es keine strengeren Regeln als jene des Demeter-Gütesiegels.

Labels und versuchen so, mit ihren Produkten die Biokundschaft anzuziehen. Coop orientiert sich bei den Vergabekriterien seines Siegels Naturaplan an den Richtlinien von Bio Suisse. Dazu gibt es mit Naturafarm noch ein Siegel für Lebensmittel aus artgerechter Tierhaltung. Migros Bio verbietet unter anderem den Einsatz chemischer Pestizide oder synthetischer Dünger. Tiere müssen regelmässigen Auslauf im Freien haben.

**Siegel ohne Ende** Die Bauern von IP-Suisse (IP für Integrierte Produktion) vergeben das Label IP-Suisse und unterwerfen sich dafür strengen Bedingungen. Sie müssen etwa nützliche Insekten fördern und Felder auch im Winter begrünen. Auch Biobergkräuter haben ein eigenes Label, genau so wie Weine aus biologischem Anbau oder Früchte von Hochstammbäumen. (sm)