

Wirtschaft

Die Moral in Supermarktregalen

Fair Trade – Wie sich eine alternative Handelsbewegung zu einer globalen Marke entwickelt.

Sophie Attems

Der ethisch bewusste Konsument in Österreich hat heute eine große Auswahl. Von den Fair-Trade-Klassikern wie Kaffee und Bananen bis hin zu Fruchtsäften, Schokolade und Honig reicht die Produktpalette. Rund 148 Produkte vertreibt Fairtrade Österreich nun schon in den heimischen Supermärkten und Weltläden. Verlangt wird allerdings ein stolzer Preis für die Einhaltung der Prinzipien Fairen Handels. Laut diesen erhält der Produzent einen Mindestpreis für seine Ware sowie eine soziale Prämie. Mit dieser können Projekte im Bereich Gesundheit, Bildung oder Infrastruktur finanziert werden.

Ihren Anfang nahm die alternative Handelsbewegung vor rund 60 Jahren in Amerika. In den 60er und 70er Jahren schwappte die Fair-Trade-Welle dann nach Angaben von Helmut Adam, dem ehemaligen Mitbegründer und Geschäftsführer von Trans Fair (jetzt Fairtrade) Österreich, auch auf Europa über. Zu haben waren die weltverbessernden Produkte aber vorerst nur in den sogenannten Weltläden, die sich nur langsam etablieren konnten.

Der Zugang zum Supermarkt

Im Jahr 1988 wurde dann das erste Gütesiegel, das Max-Havelaar-Label, in den Niederlanden eingeführt, was den Sprung in die Supermärkte ermöglichte. Dies geschah direkt auf Nachfrage der Kaffeebauern, die auf höhere Absatzzahlen drängten, wie Adam erklärt. In Österreich gibt es diese Gütesiegelinitiative seit dem Jahr 1993.

Die Umsatzzahlen waren aber nicht immer so hoch wie heute. Ex-Fairtrade-Chef Adam meint, dass es dafür drei Gründe gibt: „Erstens war Fair Trade früher eine noch unbekannte Idee, die Zeit brauchte, um sich in den Köpfen der Konsumenten zu verankern. Zweitens war das Kommunikationsbudget einfach zu niedrig und lächerlich im Vergleich zu den Budgets der großen Handelsunternehmen. Und drittens waren die Importeure dem System gegenüber anfangs noch zu skeptisch eingestellt.“

Seitdem das Interesse der Konsumenten an Fairem Handel gestiegen ist, sind auch die Unternehmen zusehends an Kooperationen interessiert, bestätigt Fairtrade-Pressesprecherin Veronika Polster. Und die Umsatzzahlen steigen. Laut der Fairtrade Labelling Organization (FLO) betragen die Umsätze im Jahr 2006 weltweit 1,6 Mrd. Euro, was einem Zuwachs von satten 41 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Neuer Chef vom Klassenfeind

Fair Trade hat sich nun zu einer Art Marke entwickelt, die für moralischen Mehrwert und hohe Qualität steht. Auch der neue Geschäftsführer von Fairtrade Österreich kennt sich gut mit globalen Marken aus. Hartwig Kirner kommt nämlich aus

der Konzernwelt eines internationalen Players. Früher hat er für den Konsumgüter-Konzern Procter & Gamble gearbeitet.

Gerade mit Konsumgüterriesen, wie zum Beispiel Nestlé, kooperiert FLO heute. Und das stößt nicht nur auf positive Zustimmung. Kritiker verurteilen diese globalen Giganten wegen ihrer ausbeuterischen Machenschaften im weltweiten Wettbewerb, weil sie es sind, die

üblicherweise den lokalen Produzenten die Preise diktieren. Das Fair-Trade-System wurde aber gerade aus dem Grund gegründet, um gegen derartige Großkonzerne ein Gegengewicht zu bilden.

Ist die alternative Handelsbewegung in ihrer originären Form also ihren Prinzipien untreu geworden? „Nein“, meint Adam, „denn die Vision von Fair Trade ist es, dass alle Produkte einmal fair gehandelt werden, und das geht eben nicht

ohne die Großen. Es ist ein Anfang, deren Verhaltensweisen zu ändern, und die Produkte, die sie mit Gütesiegel verkaufen, erfüllen ja die Kriterien von Fair Trade. Außerdem haben Jacobs und Nestlé eben nun mal die besten Regalplätze in den Supermärkten.“ Er sieht in den multinationalen Konzernen also nicht die Feinde, sondern die zukünftigen Partner, die es zu bekehren gilt.

www.fairtrade.at

RECHNEN SIE LIEBER DAMIT, DASS AB SOFORT NOCH MEHR KUNDEN NOCH MEHR ONLINE EINKAUFEN.



Dietmar Penzler & Bergmann

Mit dem MasterCard und Maestro SecureCode wird jede Zahlung für Sie und Ihre Kunden sicher, und Sie kommen garantiert zu Ihrem Geld. Auch Ihre Kunden werden diesen Komfort bei ihrem Online-Einkauf zu schätzen wissen. Näheres über die sicheren Zahlungssysteme von PayLife unter der Telefonnummer **01/717 01 - 1800** oder im Internet unter www.paylife.at/e-commerce

PayLife

Ihr Partner für alle Karten.