

Gerechter Handel für die Welt



Foto: ill_22/stock.adobe.com

Von unserem Redaktionsmitglied
Torsten Büchele

Weltweit hungern 800 Millionen Menschen – auch, weil ihre Löhne nicht zum Leben reichen. Beim Einkaufsbummel macht Gerd Müller (CSU), Minister für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, den Check, wie viel Faires im Regal liegt. Laut ist es im Supermarkt Ackerhalle im Zentrum Berlins. Schritte, Stimmen und Werbelautsprecher hallen von den hohen Klinkermauern der Markthalle. „Bananen, das Kilo für nur 1,39“, verheißt die Werbung über den Köpfen. Der Hinweis zieht: „Bananen sind mit Abstand unser absatzstärkstes Fairtrade-Produkt“, erklärt Dirk Heim, Bereichsleiter Bio und Nachhaltigkeit beim Handelskonzern Rewe.

Gerd Müller reißt resolut eine Banane vom Büschel ab. „Pro Planet“ steht auf einem hellblauen Aufkleber. Mit diesem Siegel kennzeichnet Rewe seine eigenen Lebensmittel, bei deren Produktion soziale und ökologische Standards berücksichtigt werden. Eigentlich kostet das Kilo 1,99 Euro, aber derzeit ist es im Angebot. „Dabei hat sich

KONSUM
*Entwicklungsminister
Gerd Müller setzt auf
Grüner Woche den
Schwerpunkt auf
fairen Einkauf von
Lebensmitteln*

Kleidung

Fair gehandelte Lebensmittel stehen im Fokus des Bundesentwicklungsministeriums (BMZ) auf der Grünen Woche in Berlin, die am Freitag begonnen hat. Am Beispiel von Kakao und Baumwolle zeigt das Ministerium am Messestand, dass der Spruch „Geiz ist geil“ nicht für die Landwirte gilt, die diese Produkte anbauen. „Der blöde Slogan hat sich in den Köpfen festgesetzt. Das einzelne Produkt hat keinen Wert mehr“, schimpft Gerd Müller. *bü*

unser Einkaufspreis nicht verändert“, verspricht Heim. Denn darum geht es beim fairen Handel: dass am Ende mindestens so viel an die Landarbeiter und Kleinbauern geht, dass es auch für sie gut zum Leben reicht. Mindestabnahmemengen und Mindestpreise sind Instrumente, die dabei helfen.

Verantwortung Müller beißt in die Banane und blickt skeptisch. Was dem Minister nicht schmeckt: Nur zehn Prozent der Bananen, die in Deutschland über den Tisch gehen, sind fair gehandelt. Millionen Landarbeiter hungerten, während ihre Kinder ebenfalls auf den Plantagen schufteten müssten. „Der Verbraucher entscheidet jeden Tag über die Lebensbedingungen von Menschen“, erklärt Müller. „Wer zu fairen Produkten greift, wird seiner Verantwortung gerecht.“

Eine Mutter mit Einkaufswagen kurvt durch den Pulk um den Minister. Der zieht weiter zum Kaffee, der das weitreichende Fair-Plus-Zeichen der Gepa-Gesellschaft und bei der Eigenmarke das niederschwelligere UTZ-Zeichen trägt. Beim schwarzen Gebräu beträgt die Fairtrade-Quote bundesweit ebenfalls

nur zehn Prozent. Dass mehr geht, zeigt das Beispiel Schokolade: 50 Prozent des Kakaos in Deutschland ist fair gehandelt. Des Deutschen liebste Süßigkeit verdeutlicht auch: „Fair muss nicht teuer sein.“ Pro Tafel müssten nur zwei Cent zusätzlich bei den Kleinbauern ankommen: „Dann wäre das Zukunftsproblem ihrer Kinder gelöst.“ Auch im Textilbereich seien erste Ketten sensibel

„Jeder kann einen
Anfang machen.“

Gerd Müller

geworden und auf der Suche nach fairen Händlern, weiß Müller. Globalisierungsgegnern erteilt er eine Absage: Welthandel sei nichts Schlechtes, der Wohlstandstransfer von Europa nach Afrika sichere Arbeitsplätze in armen Ländern – sofern Standards eingehalten würden.

100 Prozent Fairtrade-Anteil beim Kakao und 50 Prozent bei Kaffee: „Dafür möchte ich den Einzelhandel gewinnen“, sagt Müller. Große Ketten hätten es in der Hand, durch ihr Sortiment Kunden zum

Umstieg zu bewegen. Auch öffentliche Einrichtungen nimmt Müller bei ihren Kaufentscheidungen in die Pflicht: „Ämter, Krankenhäuser und Kirchen müssen vom Reden zum Handeln kommen. Dann entsteht eine Marktmacht, die Veränderungen bewirken kann.“

Am Ende entscheide der Verbraucher. „Jeder kann einen Anfang machen“, meint Müller. Dazu brauche es klare Kennzeichnungen der Ware wie zertifizierte Label. Doch bunte Zeichen gibt es viele, und nicht alle sind so seriös wie etwa das von Fairtrade International, für das Dieter Overath von Fairtrade Deutschland wirbt. Bei der Aufklärung sieht Müller Nachholbedarf. Die App „Siegelklarheit.de“ aus Müllers Haus informiert darüber, was hinter gängigen Siegeln steckt.

Da kommt was, spürt Gerd Müller auf dem Weg zur Kasse, und meint nicht den aufziehenden Sturm. „Es entwickelt sich eine Fairtrade-Welle“, ähnlich wie die Bio-Bewegung vor einigen Jahren. Das Spektrum fair gehandelter Lebensmittel wachse dynamisch, der Einzelhandel steige in der Breite ein, der Umsatz steigt – „aber noch nicht so, wie wir das wollen“.