



Nachhaltige Entwicklung zu einem fairen Preis

Mehr und mehr zeigen Konsumenten Interesse an qualitativ hochstehenden, umwelt- und sozialverträglich produzierten Gütern. Das wirkt sich auch auf den internationalen Handel aus. Kleinere und mittlere Unternehmen in den Industriestaaten sowie Unternehmen in Entwicklungsländern müssen befähigt werden, die an sie gerichteten Anforderungen zu erfüllen. Deshalb haben sich verschiedene Initiativen zur Förderung von Fair-Trade- und Bioprodukten im Massenmarkt entwickelt. Die Schweizer Konsumenten sind ein aktiver Teil dieser neuen Entwicklungen und können mit ihrem Kaufentscheid die Produktion von Gütern für den Schweizer Markt entsprechend beeinflussen.

von Hans Peter Egler

Der internationale Handel ist gekennzeichnet durch eine Vielzahl von Normen und Qualitätsstandards. Die Anforderungen von weiterverarbeitenden Betrieben, Detailhändlern und Konsumenten an die Produktequalität, Produktesicherheit und gesundheitspolizeilichen Regelungen sind hoch. Regierungen sind gehalten, entsprechende Politiken und Regelungen sowie Rahmenbedingungen und Massnahmen zu deren Umsetzung zu etablieren. Die Mindestanforderungen im internationalen Handel werden in zwei separaten, miteinander verbundenen Komitees (technische Handelshemmnisse TBT, sanitärische und phytosanitäre Massnahmen SPS) bei der Welthandelsorganisation WTO ausgehandelt.

Auf dem Weltmarkt gewinnen zunehmend umwelt- und sozialverträglich produzierte Güter an Bedeutung. Da international jedoch kein übergreifendes Referenzregelwerk ausgehandelt werden konnte, haben verschiedene Marktteilnehmer Labels, Kriterienkataloge oder Standards ausgearbeitet. Diese werden im Gegensatz zu staatlichen Regulierungen als freiwillige private Standards bezeichnet. Die Umsetzung der daraus entstehenden Anforderungen an Unternehmen oder landwirtschaftliche Pro-

duzenten kann geprüft und in gewissen Fällen von Dritten zertifiziert werden. Das gibt sowohl dem Abnehmer als auch dem Endkäufer die Sicherheit, dass das entsprechende Produkt auch wirklich den gewünschten Qualitäts-, Umwelt- und Sozialanforderungen entspricht. Die Produktkennzeichnung mit Labels kann somit sowohl das Produktions- als auch das Konsumverhalten beeinflussen (siehe Beitrag Seite 20).

Insbesondere Produkte aus fairem Handel erfreuen sich in den letzten Jahren zunehmender Beliebtheit. Wenn auch der Anteil am Weltmarkt noch sehr klein ist und sich der faire Handel nicht als Standard für den gesamten Welthandel eignet – die Nachfrage wächst je nach Land um bis zu 60 Prozent. In der Schweiz sind an diesem Erfolg die Pioniere mit ihrer Vorreiterrolle und die Grossverteiler mit einem mutigen Engagement sowie einer geschickten Marktstrategie gleichermassen beteiligt. Gemäss Umfragen sind Produkte aus fairem Handel in 98 Prozent der Schweizer Haushalte ein Begriff.

Mit staatlichem Anschub den Stein ins Rollen bringen

Gleichzeitig braucht der faire Handel einen langen Atem. Von der Entwicklung einzelner Produktstandards bis hin zur Marktfähigkeit vergehen mehrere Jahre. Das Angebot des fairen Handels richtet sich an der Nachfrage aus und finanziert

sich durch den Aufpreis, welcher die Konsumentinnen und Konsumenten bezahlen. Aus diesem Grunde springt der Staat nur dort ein, wo der faire Handel einen Anschlag nötig hat, damit der Stein ins Rollen kommt. So hat das Staatssekretariat für Wirtschaft Seco im Rahmen seiner wirtschaftlichen Entwicklungszusammenarbeit mit Anschubfinanzierungen der Max-Havelaar-Stiftung und des Teppichlabels Step dafür gesorgt, dass der Handel mit Fair-Trade-Produkten in der Schweiz eine solide Grundlage bekam und eine tragfähige Produktentwicklung stattfinden konnte.

Nicht nur der Aufbau von Strukturen hier in der Schweiz, sondern auch die Ausbildung der Produzenten im Süden ist Teil des Konzeptes des fairen Handels. Auch das hat das Seco erkannt, denn nur gut ausgebildete Produzenten, die wettbewerbsfähige und qualitativ hochstehende Produkte anbieten, können im internationalen Handel langfristige bestehen.

Auch der faire Handel hat sich globalisiert. Auf Initiative des Seco haben sich Anfang 2008 Geber zusammengeschlossen, um koordiniert und auf internationaler Ebene den fairen Handel weiter zu fördern. Sie wollen so vor allem den Anschlag zu einer Verbreiterung der Produktpalette geben und neben den landwirtschaftlichen und Textilprodukten auch vermehrt Spielsachen oder Life-Style-Produkte auf den Markt bringen. Der faire Handel soll in der Lage sein, der wachsenden Nachfrage nachzukommen und so zur wirtschaftlichen Entwicklung in den Produktionsländern beizutragen.

Ein Ausweg aus der Armutsfalle

Gemäss Auftrag des Bundesrates im Rahmen seiner Labelstrategie obliegt es dem Seco ausserdem, für eine objektive und transparente Information über den fairen Handel zu sorgen und der Öffentlichkeit aufzuzeigen, wie benachteiligte Produzentengruppen dank Fair Trade am weltweiten Handel beteiligt werden können. Fairer Handel ist zugleich Ausweg aus der Armutsfalle und Bildungskonzept. Das Seco hat im Rahmen der wirtschaftlichen Entwicklungszusammen-





Seco, Bern

Umwelt- und sozialverträglich produzierte Güter gewinnen auf dem Weltmarkt an Bedeutung. Produktkennzeichnungen mit Labels geben den Konsumenten die Sicherheit, dass die Produkte den gewünschten Anforderungen auch tatsächlich entsprechen.

menarbeit ein Interesse daran, das Konzept des fairen Handels vorzustellen und Konsumentinnen und Konsumenten darzulegen, was sie mit dem bewussten Entscheid für fair gehandelte Produkte in Entwicklungsländern erreichen können. So können informierte Bürgerinnen und Bürger mit ihrem Kaufentscheid selber und individuell zu verbesserten Lebensbedingungen von Kleinbauern und Plantagenarbeitern beitragen. Das gilt auch über die traditionellen Produkte des fairen Handels hinaus: Mit dem Reiseportal «Fairunterwegs» des Arbeitskreises Tourismus und Entwicklung (Akte) unterstützt das Seco die Bemühungen, auch im Dienstleistungsbereich Fair-Trade-Konzepte zu vermitteln.

Vom Nischen- zum Massenmarkt

Nicht zuletzt hat der faire Handel Pilotcharakter: Nach den äusserst positiven Erfahrungen mit dem Konzept des fairen Handels sind nun auch die Akteure

im so genannten Massenmarkt bereit, die Einhaltung grundlegender Arbeitsnormen sowie Umweltkriterien in ihren Wertschöpfungsketten zu verankern. So entwickelten sich verschiedene freiwillige Nachhaltigkeitsstandards oder Kriterienkataloge für nachwachsende Rohstoffe und Landwirtschaftsprodukte (siehe Seite 21).

Allen diesen Initiativen ist gemeinsam, dass im Rahmen eines neutralen, partizipativ ausgerichteten Multistakeholderprozesses Nachhaltigkeitskriterien für Qualität, Umwelt und Soziales ausgearbeitet werden, die von allen Beteiligten getragen werden. Begleitet wird dieser Prozess von einem unabhängigen Sekretariat, mit einbezogen sind auch Vertreter der jeweiligen Industrie- und Handelsunternehmen sowie NGOs und Kleinproduzenten. In einer Testphase werden die Machbarkeit der Kriterien geprüft und die Informationen dazu der Öffentlichkeit transparent zur Verfügung gestellt. Zusammen mit anderen Gebern unterstützt das Seco

die Arbeiten dieser Sekretariate, finanziert die Teilnahme von Vertretern der Kleinproduzenten und im Konfliktfalle unabhängige Zusatzstudien.

Für die Glaubwürdigkeit und Akzeptanz ist es wichtig, dass Handel und Industrie den Aufbau solcher Kriterienkataloge nicht einseitig finanzieren. Während der Pilotphase werden einzelne Projekte umgesetzt, die entweder von der Industrie oder von Gebern mitfinanziert werden. Mittelfristig werden sich auch die Abnehmer stärker an den Ausbildungsmassnahmen beteiligen. Übernimmt die Industrie diese Kriterien als Grundlage für den allgemeinen Einkauf eines Sektors, so kann eine grosse Breitenwirkung erreicht werden.

Standards erhöhen die Wettbewerbsfähigkeit

Ein Problem stellen zurzeit die relativ hohen Kosten für die Umsetzung der Kriterienkataloge durch die Anwender dar. Ein weiteres Problem ist die grosse Zahl unterschiedlicher Prüfansprüche, die zu erfüllen sind, wenn ein Produzent oder Unternehmer für verschiedene Abnehmer unterschiedliche Standards einhalten muss. Andererseits zahlt es sich für einen Unternehmer oft aus, Arbeitsnormen auf Unternehmensebene umzusetzen und die Arbeitnehmer besser zu behandeln.

Bei den vom Seco unterstützten Projekten zeigte sich klar, dass die Mitarbeiter motivierter und besser arbeiteten und auch weniger fehlten, was sich letztlich positiv auf die Qualität der Produkte und die Produktivität des Unternehmens auswirkt. Das Gleiche gilt für Unternehmen, die ihre Rohmaterialien effizient einsetzen und haushälterisch mit Energie und Wasser umgehen. So gesehen ist die Anwendung von höheren Arbeitnehmer- und Umweltstandards eine Investition und führt nicht zwangsläufig zu höheren Produktionskosten. Letztlich wird dadurch die Wettbewerbsfähigkeit erhöht, was in Zeiten wirtschaftlicher Krisen entscheidend fürs Überleben der Unternehmen und für den Erhalt der Arbeitsplätze sein wird. Gerade bei komplexen Lieferketten wie im Textilbereich und bei den Autozulieferbetrieben ist dies entscheidend. ■