

Fairtrade und Genossenschaften

“Cooperatives are a reminder to the international community that it is possible to pursue both, economic viability and social responsibility.”¹
Ban Ki-moon, Generalsekretär der Vereinten Nationen

Mit dem Slogan „Genossenschaftliche Unternehmen schaffen eine bessere Welt“ hat die UN 2012 das Jahr der Genossenschaften ausgerufen. Das Motto deckt sich mit den Kernkompetenzen und Zielen von Fairtrade und unterstreicht die Bedeutung von genossenschaftlich organisierten Gruppierungen im Welthandel. Dies zeigt sich insbesondere in der Beschreibung der UN von Genossenschaftswesen als “[...] a different way of doing business, one focused on human need not human greed, where the members (who own and govern the business) collectively enjoy the benefits instead of all profits going just to shareholders.”²

Fairtrade und Genossenschaften – im Süden

Das Genossenschafts-System ist besonders für vom Weltmarkt benachteiligte Produzenten in Afrika, Lateinamerika und Asien von besonderer Bedeutung. Eine nachhaltige Entwicklung ist nur dort möglich, wo Menschen nicht nur an der Entstehung der Wertschöpfung, sondern auch an deren Verwendung beteiligt sind und wo Globalisierungsvorteile auch bei den Produzenten ankommen. Der genossenschaftliche Zusammenschluss von Kleinproduzenten ermöglicht es, das wirtschaftliche Handeln optimal an den Zielen und Bedürfnissen der eigenen Mitglieder, aber auch an den politischen und kulturellen Gegebenheiten der Region auszurichten. Wichtig ist, dass in jedem Land die Genossenschaften und die sie tragenden Menschen ein eigenes Modell entwickeln, das ihrer Situation entspricht.³

Selbsthilfe, Selbstverantwortung und Selbstverwaltung – die „drei S“ des genossenschaftlichen Handelns – werden auch im Fairen Handel groß geschrieben. Genossenschaften sind in vielen Ländern wichtige Elemente der Wirtschaft und der Gesellschaft, sie sichern Marktzugänge und Marktpositionen national und international. Fairtrade arbeitet zum großen Teil mit solchen genossenschaftlich organisierten Produzentengruppen: Über 70 Prozent der Fairtrade-Produkte stammen von Kleinbauernorganisationen. Wichtige Produkte wie Kaffee, Kakao oder Baumwolle werden ausschließlich von Fairtrade-zertifizierten Kleinbauernkooperativen bezogen. Gründe für die intensive Zusammenarbeit mit Kleinproduzenten gibt es viele:

- Kleinbäuerinnen und -bauern stellen die Mehrheit der ländlichen Bevölkerung in vielen Entwicklungsländern, werden aber durch effektivere, oft nicht

¹ "Genossenschaften erinnern die internationale Gemeinschaft daran, dass es möglich ist, wirtschaftliches Handeln und soziale Verantwortung zu verbinden."

² "alternative Handelsstrukturen, die sich nicht auf die Gier, sondern auf die Bedürfnisse der Menschen konzentrieren und in der alle Mitglieder (die gleichzeitig Besitzer und Entscheidungsträger der Organisation sind) von den Vorteilen profitieren, die sonst lediglich einigen wenigen Gesellschaftern vorbehalten sind.“ Quelle: <http://social.un.org/coopsyear/>

³ Quelle: Dr. Paul Armbruster: „Kooperation als Basis von Entwicklung“. In: Gemeinsam für eine bessere Welt. Genossenschaften gestalten Entwicklung. Dossier von Oikocredit Deutschland in Zusammenarbeit mit der Redaktion Welt-Sichten, Mainz 2011

umweltverträgliche Plantagen und Agro-Industrie vom Markt gedrängt. Sie verlieren so oftmals ihre einzige Erwerbsquelle und geraten in die Spirale von Armut und Hunger. Fairtrade unterstützt daher gezielt Kleinbäuerinnen und -bauern, um sie vor ungereinem Wettbewerb mit z.B. multinationalen Konzernen zu schützen.

- Die Stärkung und Weiterentwicklung von Kooperativen nützt der gesamten lokalen Gemeinschaft. Da die Mitgliedschaft in einer Kooperative langfristig angelegt ist, haben Kleinbäuerinnen und -bauern die Möglichkeit, auch langfristig von gemeinnützigen Fairtrade-Projekten, Weiterbildungsmaßnahmen und Qualitätsmanagement zu profitieren. Nur bei langfristiger Beschäftigung gelingt es, den „empowerment“-Gedanken zu verankern sowie die daraus resultierenden Vorteile auch auf die ganze Gemeinschaft auszudehnen. Dies ist bei ständig wechselnden Saison-/ Wanderarbeitern in vielen Plantagenbetrieben – z.B. Bei Kaffeefeldern – nicht der Fall.
- Kleinbäuerliche Landwirtschaft ist laut Weltagrarbericht nachhaltiger als agro-industrielle Landwirtschaft. Sie trägt zum Erhalt der Biodiversität und der Verbesserung der Ernährungssicherheit bei, während Plantagen beides beeinträchtigen können (Monokultur statt Agro-/Biodiversität; Ernährungssicherheit versus 100% cash crops).
- Kleinbauern und ihre nationalen und kontinentalen Netzwerke sind Hauptteilhaber von Fairtrade International. Sowohl nach deren Selbstverständnis als auch aufgrund der ISEAL-Anforderungen verfolgt Fairtrade International einen dezidierten „stakeholder-approach“⁴, der den Produzentennetzwerken 50 Prozent Stimmanteil in der Mitgliederversammlung von Fairtrade International überantwortet.

Fairtrade und Genossenschaften – im Norden

Auch im Norden arbeitet Fairtrade eng mit genossenschaftlich organisierten Partnern zusammen. Zu den 34 Mitgliedsorganisationen von Fairtrade Deutschland zählen der Deutsche Genossenschafts- und Raiffeisenverband e.V., der Dachverband der deutschen Genossenschaftsorganisation, sowie die internationale Kreditgenossenschaft Oikocredit.

Oikocredit vergibt Kredite und Kapitalbeteiligungen unter anderem an Mikrofinanzorganisationen, Fairtrade-Kooperativen und kleinen Unternehmen in Entwicklungs- und Schwellenländern. Ein Drittel der Oikocredit-Partner sind Genossenschaften. Insgesamt hat Oikocredit derzeit 456 Millionen Euro an Projektpartner vergeben und ist damit einer der größten privaten Finanzierer von Entwicklung weltweit. Insgesamt wurden seit Gründung der Organisation 1975 mehr als eine Milliarde Euro an Darlehen vergeben - auch an Fairtrade-zertifizierte Kleinbauernorganisationen.

Gemeinsam mehr erreichen

Eine davon ist die „Asociación Chajulense Va'l Vay Quyol“, kurz „Chajul“, im Hochland von Guatemala. Bereits im Namen dieser Organisation ist das Erfolgsgeheimnis der Kooperative verankert: „Va'l Vay Quyol“ bedeutet in der Sprache der in Chajul ansässigen Maya „gemeinsam mit einer Stimme“.

⁴ Im „stakeholder-approach“ werden alle Akteure eines Unternehmens in Entscheidungsprozesse einbezogen.

Bereits 1992 wurde Chajul nach Fairtrade-Standards zertifiziert und ist damit eine der ersten Kaffeekooperativen des Fairtrade-Systems. Von ihren Mitgliedern kauft Chajul hochwertigen Arabica-Hochlandkaffee, verarbeitet und exportiert ihn. Fast 1500 Kleinbauern bauen auf 1100 bis 1800 Metern Höhe den nach Fairtrade- und Biostandards zertifizierten Kaffee in Familienbetrieben an.



Domingo Cruz, Kaffeebauer bei Chajul:
“Früher haben wir nur Mais und Bohnen angebaut, aber davon konnten wir nicht leben. Deshalb bin ich, seit ich neun Jahre alt war, jedes Jahr für drei Monate auf eine große Kaffee-Finca arbeiten gegangen. Die Arbeit war sehr hart und die Bezahlung war schlecht. Jetzt können wir unseren eigenen Kaffee anbauen und müssen nicht mehr fort zum Arbeiten.“

Bild: Bauernfamilie Cruz, © Tom Bamber

Durch die festen Fairtrade-Mindestpreise und -Prämien sowie die Darlehen von Oikocredit konnte sich Chajul auch neben dem Kaffeeanbau weitere finanzielle Standbeine schaffen. So wurde zum Beispiel in eine Touristenherberge, in Bienenstöcke für die Honigproduktion sowie in eine Weberei investiert, in der heute hauptsächlich Frauen arbeiten und mit Stolz und Selbstbewusstsein zum Lebensunterhalt beitragen. Außerdem konnte eine Radiostation errichtet werden, die in der Lokalsprache Ixil sendet und für die Bewohner der Region zu einer wichtigen Informationsquelle geworden ist.

Gerade im abgelegenen Hochland Guatemalas ist das gemeinsame Wirtschaften für viele Menschen die einzige Chance, dem Teufelskreis von Armut, Landflucht und Perspektivlosigkeit zu entkommen. Genossenschaften wie Chajul bieten ihren Kleinbauern und deren Familien die Möglichkeit, ihre Entwicklung in die eigenen Hände zu nehmen.

Für weitere Informationen:

www.fairtrade-deutschland.de

www.oikocredit.de

<http://social.un.org/coopsyear/>

Rückfragen bitte an

Claudia Brück | Pressesprecherin

Telefon +49 (0) 221-94 20 40-31 | c.brueck@transfair.org

TransFair e.V.

Remigiusstr. 21 | 50937 Köln

Telefon +49 (0) 221-94 20 40-0 | Fax +49 (0) 221 – 94 20 40-40

info@transfair.org | www.transfair.org

Vorstand: Heinz Fuchs, Geschäftsführer: Dieter Overath, Vereinsregister Köln: VR 16551, USt-IDNr.: DE 154 070 082