

KENNZEICHNUNG FAIRTRADE-GESIEGELTER PRODUKTE

Position und Forderungen der
Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt e.V.

Dezember 2015

Impressum

*Verbraucherzentrale
Sachsen-Anhalt e.V.*

*Team
Lebensmittel*

*Steinbockgasse 1
06108 Halle*

vzsa@vzsa.de

POSITIONSPAPIER DER VERBRAUCHERZENTRALE SACHSEN-ANHALT e.V. ZUR KENNZEICHNUNG FAIRTRADE-GESIEGELTER PRODUKTE

Verbraucher/innen treffen im Lebensmittelhandel auf eine zunehmende Zahl von Produkten, die mit dem Fairtrade-Siegel gekennzeichnet sind.

Das Fairtrade-Siegel garantiert die Einhaltung internationaler Fairtrade-Standards, die zu einem gerechteren Welthandel beitragen und das Leben von Kleinbauern und Beschäftigten auf Plantagen in südlichen armen Ländern nachhaltig verbessern sollen. Die Standards werden von Fairtrade International, der Dachorganisation der Nationalen Fairtrade Organisationen, erstellt und umfassen Mindestanforderungen für soziale, ökologische und wirtschaftliche Entwicklung. Nur bei Einhaltung dieser Standards dürfen Produkte mit dem Fairtrade-Siegel gekennzeichnet werden.

Die Vorteile des Fairen Handels für Produzenten liegen v.a. im Mindestpreis für Rohstoffe und einer Prämie, die zusätzlich zum Mindestpreis gezahlt wird, und von den Bauern-Kooperativen dafür verwendet werden muss, Projekte zu finanzieren, die der Gemeinschaft zu Gute kommen.

Verschiedene Studien bestätigen auch die positive Wirkung des Fairen Handels für benachteiligte Produzenten (1, 2). Allerdings belegen andere Studien keine Vorteile oder gar Nachteile des fairen Handels (3).

Neben Produkten mit dem Fairtrade-Siegel bieten verschiedene Fairhandelshäuser, z.B. GEPA und El Puente faire Produkte mit eigenem Firmen-Label, ohne Fairtrade-Siegel, an. Dabei stützen sie sich aber auf die Standards von Fairtrade-International, gehen aber in einigen Bereichen über diese hinaus.

Im Fairen Handel gibt es neue Entwicklungen und Veränderungen. So wurden u.a. die Standards für Mischprodukte von Fairtrade-International geändert und Fairtrade-Pogramme mit neuen Siegeln eingeführt.

Dieses Positionspapier bezieht sich ausschließlich auf Fairtrade-gesiegelte Produkte.

Staatliches Siegel für faire Produkte auf Basis gesetzlicher Mindeststandards

Damit Verbraucher/innen fair gehandelte Produkte verlässlich erkennen können, fordert die Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt von Politik und Unternehmen die Festlegung definierter Mindeststandards und eine verständliche, transparente Kennzeichnung auf den Produkten.

- **Um mehr Klarheit zu schaffen, fordert die Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt, dass sich die Bundesregierung auf EU-Ebene für eine gesetzliche Definition von „Fair“ einsetzt. Hierzu bedarf es definierter Kriterien in den Bereichen Soziales, Ökonomie und Ökologie und einem einheitlichen Fair-Siegel.**

Mischprodukte: Kennzeichnung des prozentualen Anteils fairer Zutaten

Monoprodukte mit dem Fairtrade-Siegel, die nur aus einer Zutat bestehen, wie Kaffee oder Reis, müssen zu 100 Prozent aus Fairem Handel stammen. Anders verhält sich dies bei dem inzwischen großen Angebot von Mischprodukten, z.B. Keksen oder Schokolade.

Seit Juli 2011 gilt für Mischprodukte, dass diese statt 50 Prozent lediglich einen Mindestanteil von 20 Prozent Fairtrade-Zutaten enthalten müssen. Allerdings ist die Verwendung der gesamten verfügbaren Fairtrade-Rohware nach dem Motto „Alles was geht, muss“ vorgeschrieben (4). Bei einem Mindestanteil von 50 Prozent wären nach Aussage des Forums Fairer Handel „...interessante Produktgruppen wie Eiscreme, Fertig-Drinks, Instant-Kakao und Kekse aus dem System gefallen“ (5). Über diesen Weg kann der Absatz fairer Rohstoffe erhöht werden, was letztendlich den Produzenten hilft.

- **Verbraucher/innen müssen die unterschiedlichen Fairtrade-Anteile schnell erkennen, um eine bewusste Kaufentscheidung treffen zu können. Dafür sind mehr Transparenz und eine klare Kennzeichnung des prozentualen Fairtrade-Anteils von Mischprodukten auf der Vorderseite der Verpackung notwendig. Dabei darf bei Getränken nicht das Wasser herausgerechnet werden, um einen höheren Fairtrade-Anteil zu kennzeichnen.**

Mengenausgleich: nur als Übergangslösung und mit verständlicher Kennzeichnung

Für die vier Produktgruppen Kakao, Tee, Zucker und Orangensaft gibt es bei Fairtrade den sogenannten Mengenausgleich. Das bedeutet, dass fair gehandelte Ware mit konventioneller Ware vermischt wird. Die Vermischung kann entweder in der Weiterverarbeitung im Ursprungsland oder in einem Weiterverarbeitungsbetrieb in Europa stattfinden. Es kann also sein, dass eine Schokolade mit dem Fairtrade-Siegel gar keine fair gehandelten Rohstoffe enthält, weder Kakao noch Zucker. Dafür kann eine konventionelle Schokolade Fairtrade-Rohstoffe enthalten. Ein Unternehmen kann maximal nur so viele faire Produkte verkaufen, wie es entsprechend fair gehandelte Rohware eingekauft hat. Die Kontrolle erfolgt über die Dokumentation der Waren- und Geldströme und wird von der Kontrollorganisation FLO-CERT überprüft.

Begründet wird der Mengenausgleich von Fairtrade International damit, dass die Weiterverarbeitung dieser Produkte oft in Unternehmen stattfindet, die sowohl Fairtrade als auch konventionelle Waren verarbeiten. Eine Trennung relativ kleiner Chargen wäre für diese Unternehmen nicht möglich oder teurer.

Auch würde mit dem Mengenausgleich weiterhin das System Fairer Handel unterstützt, was für die Kleinbauern wichtig ist, da viele Kleinbauern ohne den Mengenausgleich nicht am Fairtrade-System teilnehmen könnten. Fairhandelshäuser wenden den Mengenausgleich nicht an.

Die Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt teilt die Position des Forums Fairer Handel, dass der Mengenausgleich als befristete Ausnahme vertretbar ist, solange die technischen Voraussetzungen einer Trennung nicht gegeben sind. Die Befristung muss jedoch mit dem Ziel einer zukünftigen Trennung von fairen und konventionellen Rohstoffen verknüpft werden und darf nicht zu einer dauerhaften Regel werden (6).

- **Die Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt bewertet den Mengenausgleich kritisch und sieht ihn nur als kurzfristige Übergangslösung. Wenn „Fair“ draufsteht, muss auch „Fair“ drin sein! Für Verbraucher/innen ist der Mengenausgleich zudem weder verständlich, noch transparent, denn die Kennzeichnung erfolgt ohne Erläuterung auf der Verpackungsrückseite. Aus Sicht der Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt ist der Mengenausgleich eindeutig auf der Verpackungsvorderseite zu kennzeichnen, direkt in Kombination zum Fairtrade-Siegel. Ergänzend sollte der Hinweis auf eine Beschreibung des Mengenausgleichs im Internet und/oder auf Flyern erfolgen.**

Fairtrade Kakao- und Zucker-Programm: Kennzeichnung des Fairtrade-Anteils

Seit Anfang 2014 gibt es Fairtrade-Programme für Kakao, Zucker und Baumwolle mit dem Ziel, die Absatzmengen der Rohstoffe zu erhöhen. So konnte bisher nur ein Teil des zertifizierten Kakaos über den Fairen Handel verkauft werden (7). Der Rest musste als konventioneller Kakao mit entsprechend geringeren Erlösen, zum Nachteil der Erzeuger, abgesetzt werden. Laut Fairtrade Deutschland müssen kontinuierlich mindestens 40 Prozent der Ernte unter Fairtrade-Bedingungen verkauft werden, damit die Produzenten überhaupt einen Vorteil davon haben.

Im Rahmen des Kakao-Programms verpflichten sich teilnehmende Unternehmen, einen bestimmten Anteil ihres Kakaobedarfs von Fairtrade-Kooperativen zu beziehen, z.B. zehn Prozent, 30 Prozent oder sogar 100 Prozent. Sie können dann das „Kakao-Programm-Siegel“ nutzen, wobei das Produkt mit dem Kakao-Programm-Siegel gekennzeichnet werden kann, aber nicht muss. Inzwischen sind Produkte mit dem Kakao-Programm-Siegel im Handel, bei denen Kakao oder Schokolade die einzige Fairtrade-zertifizierte Zutat ist. Alle anderen Zutaten stammen aus konventionellem Handel. Wie hoch der Fairtrade-Anteil tatsächlich ist oder ob ein Mengenausgleich vorliegt wird bislang nicht gekennzeichnet. Ein Mengenausgleich ist bei dem Kakao-Programm möglich.

Nach Aussagen von Fairtrade-Deutschland versechsfachte sich bereits in 2014 die Absatzmenge des Fairtrade-Kakaos in Deutschland innerhalb eines Jahres. Somit stieg der Anteil von Fairtrade-Kakao in Deutschland von 1000 Tonnen 2013 auf gut 6000 Tonnen 2014 (8). Möglich ist dies durch große Unternehmen wie zum Beispiel Ferrero, Riegelein, Mars, REWE-Group und Lidl, die sich zur Abnahme einer bestimmten Menge Fairtrade-Kakao und Steigerung dieser Menge verpflichten. Für Unternehmen ist es mit dem Kakao-Programm jetzt möglich, Fairtrade-Produkte ohne Rezepturänderungen anzubieten, da nur der konventionelle Kakao durch Fairtrade-Kakao ersetzt wird. Die Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt begrüßt den verstärkten Einsatz von Fairtrade-Zutaten seitens der Unternehmen. Größere Absatzmengen sind für die Kleinproduzenten wichtig, denn sie erhalten nicht nur den Mindestpreis, sondern auch höhere Einnahmen durch die Fairtrade-Prämie.

- **Damit sich Verbraucher/innen bei dem Kakao- und Zuckerprogramm nicht getäuscht fühlen, muss bei Programm-gesiegelten Produkten der prozentuale Fairtrade-Anteil und ein möglicher Mengenausgleich verpflichtend gekennzeichnet werden. Dies sollte in Verbindung mit dem Programm-Siegel auf der Vorderseite erfolgen, zumal diese Programm-Siegel dem bekannten Fairtrade-Siegel sehr ähnlich sehen.**

Quellen

- (1) Fairtrade wirkt. Gemeinsam für eine bessere Zukunft, Fair, TransFair – Fairtrade Deutschland, Köln
- (2) Die Wirkung von Fairtrade auf Armutsreduktion durch ländliche Entwicklung. (2012) – Zusammenfassung der Ergebnisse Fairtrade Wirkungsstudie, Centrum für Evaluation Universität des Saarlandes, Saarbrücken 2012
- (3) Fairtrade, Employment and Poverty Reduction in Ethiopia and Uganda, School of Oriental and African Studies der University of London (SOAS) (2014)
- (4) www.fairtrade-deutschland.de/produkte/100-prozent-fairtrade/
- (5) Wesentliche Änderungen in den Fairtrade-Standards 2010/2011, Veranstaltungsdokumentation, Forum Fairer Handel, Dezember 2011
- (6) Positionspapier des Forum Fairer Handel zur Möglichkeit des „Mengenausgleichs“ im System von Fairtrade International, Mai 2014
- (7) Fairtrade in Zahlen – Reichweite und Wirkung, Fünfter Monitoringbericht 2013, Fairtrade International, Bonn, Fairtrade Deutschland, Köln
- (8) Gemeinsam mehr erreichen, Jahres- und Wirkungsbericht 2014/15, TransFair, Köln

Literatur

Fair einkaufen – aber wie?, Hahn/Herrmann, Brandes & Apsel Verlag, 4. Auflage, Frankfurt 2012

Fair – Von der Nische zum Mainstream, Eine Trendstudie zur FAIR2013, Zukunftsinstitut GmbH, im Auftrag der Westfalenhallen Dortmund GmbH, Juli 2013

Stand: Dezember 2015