



## Effekte der Finanzkrise für Fairtrade

Die Welt hat sich im letzten Jahr auf dramatische Weise verändert, die Finanzkrise verkörpert das letzte Ereignis in einer Serie von Katastrophen. Die tatsächlichen Auswirkungen der Krise sind für uns alle – Konsumenten, Händler und Produzenten – ungewiss. In den Industrieländern hat die Rezession ein engeres Haushaltsbudget zur Folge, außerdem droht vielen Menschen die Arbeitslosigkeit. Doch für die Entwicklungsländer und die dortigen Produzenten sind die Auswirkungen der Krise noch dramatischer. Ganze Dörfer verlieren ihre Existenzgrundlage und verfallen in Armut. Damit ist klar: Fairen Handelsbedingungen sind wichtiger denn je zuvor.

### Auswirkungen auf die Produzenten

Die Wirtschaftskrise bedroht auch die Fairtrade-zertifizierten Produzenten in Entwicklungsländern in vielerlei Hinsicht: der Zugang zu Märkten und zu Kapital wird begrenzt, Kosten für Lebenshaltung, Saatgut und Arbeitsmaterial steigen und die Absätze gehen zum Teil zurück. Auch höhere Zollgebühren oder ein zunehmender Protektionismus sind nicht ausgeschlossen.

Bauern, die bereits von den gestiegenen Lebensmittelpreisen betroffen waren, stehen unter extremen Druck. Viele von ihnen sind gezwungen, auf eine ausgewogene Ernährung zu verzichten oder ihre Kinder von der Schule zu nehmen. Darüberhinaus kann weniger in Landwirtschaft und ökonomische Entwicklung investiert werden.

Wie die Fairtrade-zertifizierten Produzenten berichten, haben sie Schwierigkeiten Kredite zu erhalten. Einige berichten von sinkenden Verkaufszahlen, z.B. bei Reis aus Thailand und Laos oder Baumwolle und Vanille aus Indien.

### Geringere Investitionen in landwirtschaftliche Entwicklung

Gerade jetzt, wo Unterstützung dringend benötigt wird, werden die Zuschüsse für landwirtschaftliche Entwicklung gekürzt.

- Geringere Einkünfte der Industriestaaten verringern die Staatsausgaben, darunter fallen auch Hilfsleistungen für Entwicklungsländer.
- Produzenten in Entwicklungsländern stehen einer extremen Kreditverknappung gegenüber. Diese geht mit einem Kollaps der Zuschüsse für landwirtschaftliche Entwicklung einher. Im Jahre 2006 betragen die internationalen Zuwendungen nur 71 Mio. Dollar, während im Jahre 1980 ungefähr 466 Mio. Dollar bereitgestellt wurden.
- Die Höhe der landwirtschaftlichen Hilfsleistungen aus den nördlichen Ländern halbierte sich - von 7,6 Billionen Dollar im Jahre 1980 auf nur 3,9 Billionen Dollar 2006.
- Afrikanische Regierungen geben momentan durchschnittlich nur 4 bis 5 Prozent ihres Nationalen Budgets für die Landwirtschaft aus.

### **Anhaltend hohe Bereitschaft der Produzenten, die Idee des Fairen Handels zu unterstützen**

- Laut FLO-CERT gehen kontinuierlich sehr viele Anträge von Produzenten ein, die Fairtrade-zertifiziert werden wollen. Dies gilt für jeden Produktbereich und jede Region.
- Binod Mohan, Vorsitzender des Network of Asian Producers (NAP): „Hier in Asien glauben wir an die Konsumenten und deren Bereitschaft fair gehandelte Produkte zu kaufen. Der Verkauf von fair gehandelten Waren macht einen großen Unterschied im Leben der Produzenten und wir wissen, dass auch die Konsumenten diese Tatsache realisieren.“
- „Momentan haben wir hier, im Bezug auf den Preis von fair gehandeltem Kaffee, noch keine signifikanten Auswirkungen der Krise gespürt.“ Sagt Josef Nkandu, Vorstandsvorsitzender der National Union of Coffee Agribusinesses and Farm Enterprises in Uganda. „Allerdings begann die Krise erst vor kurzer Zeit“ fügt er hinzu. „Möglicherweise werden wir im weiteren Verlauf Konsequenzen spüren.“

### **Konsumenten bleiben dem Fairen Handel verbunden**

Nach dem bisherigen Stand wird der Faire Handel auch weiterhin von den Konsumenten unterstützt. Laut Umfragen kaufen die Konsumenten trotz Rezession weiterhin fair gehandelte Produkte.

- Jüngste Umfragen (GB Oktober 2008) zeigen, dass 92 Prozent der Konsumenten immer noch bereit sind, Geld für ethisch erzeugte Produkte, insbesondere Fairtrade-zertifizierte Produkte, auszugeben. Laut einer in zehn Ländern durchgeführten Umfrage unter Konsumenten bleiben 68% der Befragten während der Rezession einer Marke treu, wenn diese einen guten Zweck unterstützt.
- Ein Bericht der Cooperative Bank (Nov. 2008) zeigt, dass die Rezession das Wachstum des ethischen Konsums (und somit auch den Fairen Handel) nicht beeinflusst.

### **Der Verkaufsumfang steigt weiterhin -wenn auch langsamer**

- Die Siegel-Initiativen berichten über ein anhaltendes Wachstum auch in den letzten Monaten des Jahres 2008.
- Die globalen Verkäufe von fair gehandeltem Kaffee halten sich auch angesichts des wirtschaftlichen Abschwungs.
- Ausgehend von den Hochrechnungen der Siegel-Initiativen erwartet FLO im Jahr 2009 eine Steigerungsrate von 10-30% für den Verkauf fair gehandelter Produkte. Diese Steigerungsrate ist zwar geringer als frühere, zeigt aber ein Wachstum, auch im Hinblick auf die erschwerte Situation.

Durch das neue Geschäftsmodell von FLO soll sichergestellt werden, dass es Fairtrade gelingt, den neuen Herausforderungen zu begegnen. Gleichzeitig soll den Bauern weiterhin und auf langfristige Sicht eine Verbesserung der Lebenssituation garantiert werden.

Rückfragen bitte an

TransFair e.V. Remigiusstr. 21 50937 Köln Fon: + 49 – 221 – 94 20 40-0 Fax: + 49 – 221 – 94 20 40-40  
Pressesprecherin: Claudia Brück c.brueck@transfair.org