

utb.

Michael von Hauff
Katja Claus

Fair Trade

Studienausgabe

3. Auflage





Michael von Hauff
Katja Claus

Fair Trade

Ein Konzept nachhaltigen Handels

3., vollständig überarbeitete Auflage
Studienausgabe

UVK Verlagsgesellschaft mbH · Konstanz
mit UVK/Lucius · München

Online-Angebote oder elektronische Ausgaben sind erhältlich unter www.utb-shop.de.

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz und München 2018

Cover-Illustration: imaginima – iStock LP

Cover-Motiv: iStockphoto.com

Printed in Germany

UVK Verlagsgesellschaft mbH

Schützenstr. 24 · 78462 Konstanz

Tel. 07531-9053-0 · Fax 07531-9053-98

www.uvk.de

UTB-Nr. 3671

ISBN 978-3-8252-4969-4

Vorwort zur 3. Auflage

Das Thema des Fairen Handels hat in den vergangenen Jahren weiter an Bedeutung gewonnen. Das gilt sowohl für die Ausdifferenzierung der Begründung des Fairen Handels, als auch für das Wachstum fair gehandelter Güter. Auch die Vielfalt der Güter hat weiterhin zugenommen. Diese aktuellen Entwicklungen und Veränderungen wurden in der vorliegenden 3. Auflage entsprechend berücksichtigt. Es wurden aber auch zwei Kapitel geändert. So wurde zunächst das Kapitel drei, das sich dem Paradigma der nachhaltigen Entwicklung als konzeptioneller Grundlage von Fair Trade zuwendet, deutlich gekürzt. Dadurch wurde eine noch engere Fokussierung der Anforderungen nachhaltiger Entwicklung an Fair Trade angestrebt.

Auch das Kapitel fünf hat eine Änderung erfahren. Die Frage, wie sich Fair Trade als alternatives Handelskonzept in dem Mainstream der Außenhandelstheorie einordnen und bewerten lässt, wurde ebenfalls stark gekürzt. Um den Lesefluss für Nicht-Ökonomen deutlich zu erleichtern, wurden die graphischen und mathematischen Darstellungen und Erläuterungen für interessierte Leser in den Anhang verschoben.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass die wissenschaftliche Zuwendung zu Fair Trade in den letzten Jahren sowohl international als auch national zugenommen hat. Das gilt beispielsweise für die Frage nach der Motivation Fair Trade-Produkte zu kaufen, die u.a. aus verhaltensökonomischer Perspektive analysiert wird. Eine sehr grundsätzliche Frage ist aber auch, ob Fair Trade tatsächlich seine Ziele erreichen kann. Eine Frage hierbei ist: macht Fair Trade ökonomisch Sinn und ist langfristig wirklich nachhaltig?

Es geht aber auch um die Frage, wie sich das Angebot von Fair Trade-Produkten in den großen Einzelhandelsketten auf die ursprüngliche Idee von Fair Trade, gerechtere Handelsbeziehungen zu schaffen, auswirkt. Verlieren dadurch – so die Frage – die Weltläden hinsichtlich ihrer Zielsetzung, sowohl die Produkte zu verkaufen, als auch die Idee des Fairen Handels zu kommunizieren, an Bedeutung? In diesem Zusammenhang kam es in den vergangenen etwa zehn Jahren zu der Kontroverse um einen möglichen Profilverlust. Somit kann festgestellt werden, dass der Faire Handel sich weiterhin in einem Wandel befindet, dessen Richtung noch nicht eindeutig zu bestimmen ist.

Auch in der 3. Auflage geht es primär um die größeren Argumentationslinien zu Fair Trade. Für die teilweise sehr spezifischen Informationen z.B. zu einzelnen Produkten bieten die nationalen und internationalen Organisationen zu Fair Trade vielfältige Informationen, die nicht alle berücksichtigt werden konnten. Bei der Aktualisierung besonders der Tabellen und Schaubilder wurden wir von Stefanie Klag, Viktor Schiller und Robin Wagner tatkräftig unterstützt. Dafür möchten wir uns bei ihnen ganz herzlich bedanken. Ein besonderer Dank gilt auch wieder Martin Schüller, der uns noch viele Anregungen und Hinweise zu neueren Entwicklungen gegeben hat.

Michael von Hauff
Katja Claus

Vorwort zur 2. Auflage

Wir freuen uns, dass die erste Auflage unseres Buches „Fair Trade“ großes Interesse gefunden hat und daher schon jetzt die zweite Auflage erscheint. Bei dieser Gelegenheit möchten wir uns für konstruktive Anregungen von Rezensenten bedanken. Wir erhielten aber auch bei vielen Diskussionen mit Expertinnen und Experten Anregungen, die wir bei der Überarbeitung der ersten Auflage mit bedacht haben. Besonderer Dank gilt Martin Schüller von Fair Trade/Köln, der uns viele Dokumente zugänglich gemacht hat, die für den „outsider“ nicht leicht zugänglich sind. Dadurch konnten wir in das nicht immer ganz übersichtliche und transparente „Informationsgestrüpp“ zu Fair Trade zusätzlichen Einblick gewinnen. Wir bitten bei dieser Gelegenheit um Nachsicht, wenn sich uns auch bei der zweiten Auflage nicht alle Dokumente erschlossen haben. Wir würden uns daher freuen, wenn wir auch in Zukunft auf unberücksichtigte Quellen aufmerksam gemacht werden. Wir haben uns aber auch bei dieser Auflage bewusst auf die größeren Argumentationslinien konzentriert und beschränkt.

Michael von Hauff
Katja Claus

Vorwort zur 1. Auflage

Der internationale Handel zeichnete sich in den vergangenen Jahrzehnten durch eine starke Dynamik aus. An den internationalen Handelsgewinnen partizipierten die verschiedenen Länder, aber auch die verschiedenen Bevölkerungsgruppen in den Ländern jedoch sehr unterschiedlich. Neben den Industrieländern sind es besonders einige wenige aufstrebende Entwicklungsländer, die hohe Wachstumsraten ihrer Exporte und damit auch hohe Handelsgewinne erzielten. Brasilien, China und Indien sind hierfür Beispiele, wobei gerade in diesen Ländern die Teilhabe der Bevölkerung an den Handelsgewinnen sehr unterschiedlich ist. Die ungleichgewichtige internationale Handelsstruktur, aber auch die unterschiedliche Entwicklung des internationalen Handels in verschiedenen Regionen bzw. Ländern wurde in jüngerer Vergangenheit aus unterschiedlichen Richtungen heftig kritisiert. Das Buch konzentriert sich auf die ökonomische Sicht. Auch hier gibt es engagierte Kritiker.¹

Diese Kritik ist jedoch nicht neu. Bereits Ende der 1940er Jahre kam es, als Gegenbewegung zu dem konventionellen internationalen Handel, zu der Fair-Trade-Bewegung, die ab den 1970er Jahren auch in Deutschland zunehmend mehr Beachtung und Bedeutung fand. In diesem Buch wird das Fair-Trade-Konzept dargestellt und von dem konventionellen Handel abgegrenzt. Dabei geht es sowohl um eine theoretische Analyse bzw. Begründung des Fair-Trade-Konzepts im Rahmen der Außenhandelstheorien als auch um eine Analyse der Entwicklungslinien von Fair Trade und die Wirkungen dieses Konzeptes.

Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass das Fair-Trade-Konzept auf dem Paradigma der nachhaltigen Entwicklung basiert. Bei diesem Paradigma geht es um die Gleichrangigkeit der ökologischen, ökonomischen und sozialen Dimension. Das Paradigma nachhaltiger Entwicklung fordert weiterhin die intra- und intergenerationelle Gerechtigkeit. Die Einordnung des Fair-Trade-Konzepts in das Paradigma der nachhaltigen Entwicklung wurde in der Literatur bisher jedoch kaum thematisiert. Daher erfährt dieses Themenfeld eine besondere Aufmerksamkeit.

¹ Vgl. u.a. Stiglitz, J., Charlton, A.: Fair Trade for all. How trade can promote development, New York 2005.

Das Konzept von Fair Trade, aber auch die Akteure, haben sich in den vergangenen Jahren stark diversifiziert bzw. differenziert. Die folgenden Kapitel konzentrieren sich jedoch nur auf wesentliche Entwicklungslinien und Begründungszusammenhänge. Weiterführende Literaturquellen ermöglichen jedoch eine Vertiefung einzelner Aspekte.

Eine kleine Vereinfachung sei uns noch gestattet: bei allen Erläuterungen der Akteure sind natürlich immer sowohl weibliche wie männliche Akteure gemeint. Wenn wir also über Produzenten schreiben, meinen wir immer Produzentinnen und Produzenten.

Last but not least wurden wir von einer Reihe von Personen sehr hilfreich unterstützt. Stellvertretend möchten wir uns bei Frau Gözet und Frau Huff sowohl für Recherchen neuester Quellen bzw. Daten als auch für die mühsame Formatierung des Manuskriptes bedanken. Bei Frau Homm möchten wir uns für ein letztes Korrekturlesen des Manuskripts bedanken. Frau Dipl.-Volkswirtin Seitz hat uns im Theoriekapitel auf die Notwendigkeit einiger ergänzender Erläuterungen hingewiesen. Frau Dr. Ahrens und ihrer Mitarbeiterin, Frau Albert / Brot für die Welt, danken wir für wichtige inhaltliche Anregungen. Danksagungen dienen jedoch nicht dazu, mögliche Unzulänglichkeiten auf andere Personen abzuwälzen: für mögliche Unzulänglichkeiten sind ausschließlich wir Autoren verantwortlich.

Michael von Hauff
Katja Claus

Inhaltsübersicht

Vorwort	5
Abbildungsverzeichnis.....	15
Abkürzungsverzeichnis.....	17
1 Einleitung.....	19
2 Die Struktur des Welthandelssystems und Entwicklungstendenzen des internationalen Handels.....	27
3 Anforderungen des Paradigmas nachhaltiger Entwicklung an den internationalen Handel.....	55
4 Das Konzept und die Bedeutung des Fairen Handels	77
5 Theoretische Begründung des internationalen Handels.....	137
6 Die Wirkung des Fairen Handels in Entwicklungsländern	155
7 Fairer Handel im Kontext der Entwicklungspolitik.....	177
8 Zusammenfassung und Ausblick	215
9 Anhang.....	221
Literatur	241
Stichwortverzeichnis	263



Inhalt

Vorwort.....	5
Abbildungsverzeichnis	15
Abkürzungsverzeichnis	17
1 Einleitung.....	19
1.1 Problemstellung.....	22
1.2 Aufbau des Buches	24
2 Die Struktur des Welthandelssystems und Entwicklungstendenzen des internationalen Handels.....	27
2.1 Die Entwicklung der Struktur des internationalen Handels von 1929 bis heute.....	30
2.2 Die aktuelle Position der Entwicklungsländer im Welthandel.....	42
3 Anforderungen des Paradigmas nachhaltiger Entwicklung an den internationalen Handel.....	55
3.1 Wichtige Etappen der Entstehung des Paradigmas nachhaltiger Entwicklung.....	61
3.2 Die Konkretisierung der Dreidimensionalität	63
3.3 Die Beziehung der drei Dimensionen zueinander	73
3.4 Anforderungen nachhaltiger Entwicklung an das Welthandelssystem und die Entwicklung des internationalen Handels	75
4 Das Konzept und die Bedeutung des Fairen Handels	77
4.1 Historische Entwicklung.....	80
4.2 Grundsätze und Ziele	88
4.3 Organisation des Fairen Handels.....	103
4.4 Produkte und Produzenten.....	108
4.5 Zusammensetzung des „fairen Preises“.....	119

12 Inhalt

4.6	Distribution der Produkte.....	122
4.7	Die Stellung des Fairen Handels innerhalb des Welthandelssystems....	123
4.8	Politischer Einfluss des Fairen Handels.....	130
5	Theoretische Begründung des internationalen Handels	137
5.1	Begründung des internationalen Handels auf der Grundlage der Modelle von Ricardo und Heckscher/Ohlin.....	140
5.1.1	Das Modell von David Ricardo.....	140
5.1.2	Das Modell von Heckscher/Ohlin	141
5.2	Skalenerträge und unvollständiger Wettbewerb als Ausgangspunkt der neuen Handelstheorie	142
5.3	Fairer Handel im Kontext der Handelstheorie	144
5.3.1	Fairer Handel und der Ansatz von Heckscher/Ohlin.....	144
5.3.2	Der Faire Handel und die neue Handelstheorie.....	147
5.3.3	Der Faire Handel und externe Effekte.....	150
5.3.4	Auswirkungen des Fairen Handels auf die Überproduktion	152
6	Die Wirkung des Fairen Handels in Entwicklungsländern	155
6.1	Ökonomische Wirkung	157
6.2	Soziale Wirkung.....	166
6.3	Ökologische Wirkung.....	172
6.4	Schlussfolgerungen	174
7	Fairer Handel im Kontext der Entwicklungspolitik	177
7.1	Grundlagen der Entwicklungszusammenarbeit	180
7.2	Fairer Handel als Konzept der Entwicklungszusammenarbeit.....	183
7.3	Entwicklungspolitische Komplementär- und/oder Alternativkonzepte zu Fair Trade.....	187
7.3.1	Allgemeines Präferenzsystem (APS).....	187
7.3.2	Eine Neuorientierung der Agrarpolitik der Industrieländer	189

7.3.3	Public Private Partnership (PPP).....	192
7.3.4	Von Corporate Social Responsibility (CSR) zu Social Business	194
7.3.5	Entwicklungszusammenarbeit in den Bereichen Bildung und Forschung.....	197
7.4	Die entwicklungspolitische Bewertung der Alternativen.....	199
7.5	Aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel.....	203
8	Zusammenfassung und Ausblick	215
9	Anhang.....	221
	Detaillierte Ausführungen zu Kapitel 5 Theoretische Begründung des internationalen Handels	223
	Literatur.....	241
	Stichwortverzeichnis.....	263



Abbildungsverzeichnis

Abb. 2-1	Das Welthandelssystem.....	33
Abb. 2-2	Weltexporte in den Jahren 2002, 2008, 2011 und 2015 (Mrd. US-\$ und Anteil in Prozenten).....	40
Abb. 2-3	Prozentuale Anteile der Sektoren an den Weltexporten 2015	40
Abb. 2-4	Hauptströme des Welthandels innerhalb der Triade im Jahr 2014 .	42
Abb. 2-5	Prozentualer Anteil an den Weltexporten (Waren) 1953-2015 nach Regionen	44
Abb. 2-6	Prozentualer Anteil an den Weltexporten (Waren) 1953-2015 (Asien, Lateinamerika, Afrika).....	45
Abb. 2-7	Verteilung der Exporte (Waren und Dienstleistungen) im Jahr 2015 in Prozenten	47
Abb. 2-8	Verteilung der Importe (Waren und Dienstleistungen im Jahr 2015 in Prozenten	47
Abb. 2-9	Verteilung der Warenexporte in den Jahren 1953 und 2015.....	48
Abb. 2-10	Verteilung der Warenimporte in den Jahren 1953 und 2015	49
Abb. 2-11	Absoluter und prozentualer Anstieg der Exporte des primären Sektors (in Mrd. US-\$ und %) 2003–2014.....	50
Abb. 2-12	Wachstum der Exporte von Gütern des primären Sektors nach Regionen in Mrd. US-\$ 2003–2014	51
Abb. 3-1	Das Integrierende Nachhaltigkeitsdreieck	65
Abb. 3-2	Handlungsregeln für eine nachhaltige Entwicklung.....	68
Abb. 4-1	Bestandteile des Konzeptes „Fairer Handel“	91
Abb. 4-2	Kooperative Struktur.....	95
Abb. 4-3	Hired Labour Structure	96
Abb. 4-4	Organisation des Fairen Handels.....	103
Abb. 4-5	Produktgruppen und prozentualer Anteil am Gesamtumsatz fair gehandelter Produkte.....	109
Abb. 4-6	Weltproduktion Kaffee nach Ländern Kaffeejahr 2015/2016	112
Abb. 4-7	Preisbildung bei der Importorganisation El Puente	121

Abb. 4-8	Entwicklung der TransFair-Produkte 1992–2011 in Deutschland.....	125
Abb. 4-9	Absatz von Fair-Trade-Produkten auf den 18 bedeutendsten Absatzmärkten in Mio. € (Vergleich in absoluten und Pro-Kopf-Werten für 2011)	127
Abb. 4-10	Geographische Verteilung der zertifizierten Produzentenorganisationen und deren Mitglieder im Jahr 2009	128
Abb. 7-1	Prozentualer Anteil der Ausgaben für Entwicklungszusammenarbeit am BNE.....	180
Abb. 9-1	Produktion von Tuch (Gut x) und Wein (Gut y) (in Stunden berechnet).....	223
Abb. 9-2	Außenhandel im Modell von Ricardo	224
Abb. 9-3	Zusammenhang zwischen Güterpreisen und Produktionsfaktoren	226
Abb. 9-4	Transformationskurve	227
Abb. 9-5	Preisverhältnis und optimale Produktion im In- und Ausland (Autarkie).....	228
Abb. 9-6	Transformationskurve und Preisgerade im Außenhandel	229
Abb. 7-7	Produktion der Länder im Falle von Außenhandel.....	230
Abb. 9-8	Spezialisierung bei steigenden Skalenerträgen.....	232
Abb. 9-9 a, b	Preiserhöhung durch Fairen Handel.....	235
Abb. 9-10	Gleichgewichtspreis bei Außenhandel	236
Abb. 9-11	Entwicklung der Preise bei Fairem Handel.....	237

Abkürzungsverzeichnis

4C	4C Association
ACPC	Association of Coffee Producing Countries
AGOA	African Growth and Opportunity Act
AHO	Alternative Handelsorganisation
APS	Allgemeines Präferenzsystem
ATO	Alternative Trade Organization
BMBU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
BNE	Bruttonationaleinkommen (bis 1999 BSP)
BSP	Bruttosozialprodukt
CGIAR	Consultative Group on International Agriculture Research
DAAD	Deutscher Akademischer Austauschdienst
DAC	Development Assistance Committee
DSB	Dispute Settlement Board
dwp	Dritte-Welt-Partner
EFT	European Fair Trade Association
ETI	Ethical Trade Initiative
EU	Europäische Union
EWG	Europäische Wirtschaftsgemeinschaft
FAO	Food and Agricultural Organization
FI	Fairtrade International
FI	Fair Trade Siegelling Organization (seit 2011 Fairtrade International)
FoB	Free on Board
FTA	Fair Trade Association
FTF	Fair Trade Federation
FTO	Fair Trade Organization
GATS	General Agreement on Trade in Services

GATT	General Agreement on Tariffs and Trade
GEPA	Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der 3. Welt
GIZ	Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit
ICO	International Coffee Organization
IFAT	International Federation of Alternative Trade
ITO	International Trade Organization
IWF	Internationaler Währungsfond
KfW	Kreditanstalt für Wiederaufbau
LDC	Least Developed Countries
MERCOSUR	Mercado Comun del Cono Sur
NAFTA	North American Free Trade Agreement
NEWS!	Network of European World Shops
NRO	Nicht-Regierungsorganisation
NWI	Nationaler Wohlfahrtsindex
ODA	Official Development Assistance
OECD	Organisation for Economic Co-Operation and Development
PPP	Public Private Partnership
TRIP's	Trade-Related Aspects of Intellectual Rights
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
UNDP	United Nations Development Programme
WB	Weltbank
WFTO	World Fair Trade Organization (ehemals IFAT und NEWS!)
WHO	World Health Organization
WTO	World Trade Organization

1 Einleitung

Im Rahmen der Globalisierung kam es zu einer wachsenden Ungleichverteilung der Erlöse des Welthandels. Viele Länder der Dritten Welt sind bis heute im internationalen Handel marginalisiert bzw. ausgeschlossen. Das gilt für die Mehrzahl der afrikanischen, aber auch für einige asiatische und südamerikanische Länder. Hiervon sind bestimmte Bevölkerungsgruppen, wie z. B. kleinbäuerliche Erzeuger in besonderem Maße betroffen. Der internationale Handel findet bisher ganz wesentlich zwischen den Industrienationen statt. Einigen wenigen Schwellenländern, wie Brasilien, China, Indien und Südafrika, ist es in den vergangenen Jahren gelungen, sich stärker in den Welthandel zu integrieren, wovon jedoch nur eine Minderheit der Bevölkerung in diesen Ländern profitiert. So blieben in diesen Ländern besonders die Kleinbauern von den Erlösen des Außenhandels ausgeschlossen. In diesem Kontext wird vielfach kritisiert, dass der internationale Handel nicht den Anforderungen der nachhaltigen Entwicklung gerecht wird, zu denen sich 1992 auf der Konferenz der Vereinten Nationen über Umwelt und Entwicklung in Rio de Janeiro Vertreter aus 178 Ländern bekannt haben.

Die Globalisierung hat aber auch dazu beigetragen, dass Entwicklungsländer und ihre wirtschaftliche, ökologische und soziale Situation verstärkt von einzelnen Menschen aber besonders auch von Nichtregierungsorganisationen (NRO) in Industrieländern wahrgenommen werden. In diesem Zusammenhang soll beispielsweise das Fairtrade-Siegel den Konsumenten die Möglichkeit geben, aktiv zu einer gerechteren Verteilung der Handelsgewinne beizutragen. Der in der Regel über dem Weltmarktniveau liegende Preis für fair gehandelte Produkte zielt darauf ab, den Produzenten in Entwicklungsländern eine angemessene Entlohnung für ihre Arbeit zu gewährleisten und ihnen und ihren Familien damit einen entsprechenden Lebensstandard zu ermöglichen.

Fair Trade zielt somit besonders darauf ab, die wirtschaftlichen und sozialen Lebensbedingungen von Kleinbauern zu verbessern und einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten. Die Erhaltung von Lebensraum und Lebensgrundlage soll auch die Migration der Kleinbauern in Städte oder gar über Ländergrenzen hinaus verhindern. Weiterreichende Ziele sind die Bekämpfung von Armut und die Wahrung der Menschenrechte. Für die Konsumenten in den Industrieländern bietet der Faire Handel eine Möglichkeit der ethischen Verpflichtung nachzukommen und bewusst einen Beitrag zur Verbesserung der Situation vieler Menschen in Entwicklungsländern zu leisten. Dadurch kann aber auch Armuts- und Klimamigration verringert werden, die in den nächsten Jahren verstärkt auf Industrieländer zukommen wird. Die entwicklungspolitische Bedeutung des Fairen Handels wird in den nächsten Kapiteln primär aus nachhaltiger Perspektive dargestellt.

1.1 Problemstellung

Die „Fair-Trade“-Bewegung kam aus den USA und entwickelte sich in Deutschland in den 1970er Jahren. Sie basierte auf der Kritik an dem dominierenden Paradigma des internationalen Handels. Der globale Handel orientiert sich an den niedrigsten Preisen für Güter – so die Kritiker – ohne dabei ökologische und soziale Standards zu berücksichtigen. Das Handelssystem begünstigt die stärkeren und benachteiligt die schwächeren Handelspartner. Daraus leitet sich das Ziel ab, den als ungerecht empfundenen Handel zumindest partiell gerechter zu gestalten. Innerhalb der letzten 40 Jahre haben verschiedene Organisationen und Akteure das Konzept Fair Trade entwickelt. Die zahlreichen Organisationen, die im Fairen Handel aktiv sind, kritisieren besonders die Benachteiligung der Produzenten, die im Landwirtschaftssektor in Entwicklungsländern tätig sind. Sie haben aus verschiedenen Gründen kaum Chancen, ihre Produkte auf den internationalen Märkten und besonders auf den Märkten der Industrieländer ihre Produkte zu verkaufen. Es gibt aber auch neuere Entwicklungen wie z.B. Tourismus, Bergbau, Textilien oder Emissionszertifikat, in denen Fair Trade ebenfalls aktiv wird. Diese neueren Entwicklungen werden auch vorgestellt.

Die Kritik im Kontext des Landwirtschaftssektors bezieht sich vor allem auf die niedrigen Weltmarktpreise vieler landwirtschaftlicher Produkte aus Entwicklungsländern und die Instrumente der Außenhandelspolitik der Industrieländer. Es geht dabei u. a. um die Subventionen im Agrarsektor sowie die unzureichende Öffnung der Märkte der Industrieländer für die kleinbäuerlichen Produkte aus Ländern der Dritten Welt. Hierbei sollte jedoch beachtet werden, dass es zwei unterschiedliche Kritikebenen gibt: zum einen geht es um Kleinbauern, die grundsätzlich keinen Zugang zu den Weltmärkten haben, da sie in ihren eigenen Ländern nicht entsprechend gefördert werden, und zum anderen geht es um Bauern, die durch Handelsrestriktionen der Industrieländer von deren Märkten ausgeschlossen werden. Diese beiden Kritikebenen überschneiden sich vielfach, wobei die erste Kritikebene in diesem Zusammenhang oft vernachlässigt wird und besonders den eigenen Regierungen anzulasten ist.

Neben dem ruinösen Verdrängungswettbewerb durch die agroindustrielle Produktion mit deren umwelt- und sozialschädlichen Produktionsmethoden, lässt sich das zentrale Problem wie folgt charakterisieren: Für Kleinbauern in Entwicklungsländern gibt es neben den geringen bzw. schwankenden Weltmarktpreisen und den Handelsrestriktionen der Industrieländer auch

interne Probleme. So haben viele Kleinbauern grundsätzlich nicht die Möglichkeit, am internationalen Handel direkt teilzunehmen (sie produzieren zu geringe Mengen, es gibt einen Mangel an Verkehrsinfrastruktur, sie haben unzureichende Kenntnisse über die Funktionsweise des internationalen Handels etc.) und verkaufen daher ihre Produkte an lokale bzw. regionale Zwischenhändler, was die Einnahmen der Kleinbauern stark verringert. Das erklärte Ziel des Fairen Handels ist somit die Verbesserung der Arbeits- und Lebenssituation, besonders von Kleinbauern in Entwicklungsländern. Die Förderung zielt auf die Vorgabe ökonomischer, ökologischer und sozialer Standards bei der Produktion und die Unterstützung der Produzenten bei dem Auf- und Ausbau ihrer Kapazitäten und ihres Absatzes ab. Heute wird der Faire Handel von seinen Befürwortern somit als eine Form der Entwicklungszusammenarbeit und insbesondere der Armutsbekämpfung eingeordnet. Der Faire Handel ist zudem ein praxistauglicher Ansatz zur Erreichung der SDGS, insbesondere hinsichtlich SDG 1 Armutsbekämpfung, SDG 2 Hunger und Stärkung nachhaltiger Landwirtschaft, SDG 4 Förderung von Bildung und Weiterbildung für nachhaltige Entwicklung, SDG 5 Geschlechtergerechtigkeit, SDG 8 Nachhaltiges Wirtschaftswachstum und menschenwürdige Arbeitsbedingungen, SDG 12 Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster und SDG 13 Maßnahmen zum Klimaschutz.

Obwohl in den vergangenen Jahren zu dem Thema Fair Trade eine Vielzahl von Publikationen erschienen sind, die sich aber überwiegend mit den Fragen des nachhaltigen Konsums beschäftigen, sollten die theoretischen und empirischen Erkenntnisse, die belegen, ob und in welchem Maße der Faire Handel diesen Ansprüchen gerecht wird, weiter vertieft werden. Es gibt auch nur unzureichende Erkenntnisse darüber, ob das Konzept für die Produzenten in den Entwicklungsländern vorteilhafter ist als andere Handelskonzepte bzw. entwicklungspolitische Konzepte. Hinzu kommt, dass es in zunehmendem Maße auch große Einzelhandelskonzerne gibt, die Fair-Trade-Produkte anbieten. Dies führt bezüglich Produktion und Absatz zu veränderten Bedingungen, deren Auswirkungen noch kontrovers diskutiert werden.

Es stellt sich zunächst die grundsätzliche Frage, ob der Faire Handel dem freien Handel, welcher ohne Eingriffe und Beschränkungen abläuft, im Prinzip entsprechen würde. Wäre dies der Fall, müssten „nur“ alle Handelshemmnisse für benachteiligte Produzenten beseitigt werden. Das ist natürlich eine theoretische Fragestellung, da der freie Handel nur ein Idealzustand ist, der in der Realität kaum zu erreichen ist. Dennoch wird im Zusammen-

hang mit dem Freihandelsprinzip das Konzept des Fairen Handels oft kritisiert. Im Zentrum der Kritik steht die Einflussnahme auf die Produktpreise. Ein weiterer Kritikpunkt am Konzept Fairer Handel ist die unzureichende Zusammenarbeit der Fair-Handels-Organisationen mit Regierungen (sowohl in Industrie- als auch in Entwicklungsländern) und internationalen Organisationen (z.B. WTO, NRO).

Betrachtet man die Relevanz des Konzeptes, so belegen verschiedene Studien zum Fairen Handel, dass fair gehandelte Produkte trotz positiver Wachstumsraten noch einen Nischenmarkt bedienen. Die Ausdehnung des Umsatzvolumens fair gehandelter Produkte ist u.a. durch das begrenzte Produktsortiment und die Präferenzen der Konsumenten beschränkt. Daher wird oft die Frage gestellt, in welchem Maße eine Erhöhung der Nachfrage für fair gehandelte Produkte zum Beispiel in Deutschland, aber auch in anderen Ländern Europas überhaupt realisierbar ist bzw. wo hier die Grenzen des Konzeptes liegen.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass in einigen europäischen Ländern wie der Schweiz und Großbritannien die Anteile schon heute deutlich höher liegen als in Deutschland. Daher ist auch nach den Gründen dieser unterschiedlichen Entwicklung in den verschiedenen Ländern zu fragen. Weiterhin ist zu analysieren, inwieweit es möglich ist, die von den Organisationen festgelegten Ziele umzusetzen und welchen Beitrag der Faire Handel bei der Erfüllung entwicklungspolitischer Aufgaben leisten kann. Der Bezugsrahmen für die Bewertung ist seit einigen Jahren das Paradigma der nachhaltigen Entwicklung. Die exemplarische Präsentation der Problemstellung zeigt, dass es zu dem Konzept Fair Trade eine kontroverse Diskussion gibt, die in den folgenden Kapiteln berücksichtigt wird.

1.2 Aufbau des Buches

Das vorliegende Buch beschäftigt sich mit dem Konzept des Fairen Handels und den daraus entstehenden entwicklungspolitischen Konsequenzen für die beteiligten Produzenten und Produzentenländer. In Kapitel 2 werden zunächst die Struktur des Welthandelssystems und die Entwicklung des internationalen Handels erläutert. Dabei geht es um die Frage, ob und in welchem Maße Ungleichgewichte zu Ungunsten der Entwicklungsländer bzw. bestimmter Gruppen festzustellen sind.

Das Konzept des fairen Handels ist auf das Leitbild nachhaltiger Entwicklung ausgerichtet. Daher werden im folgenden Kapitel 3 die Anforderungen des Paradigmas nachhaltiger Entwicklung an Fair Trade erläutert. Daraus wird auch deutlich, welchen konkreten Anforderungen das Konzept Fair Trade genügen muss. Aus diesem Paradigma leiten sich schließlich für den internationalen Handel Anforderungen ab, die in der Außenhandelsliteratur und in den internationalen Verhandlungen bisher noch weitgehend vernachlässigt beziehungsweise nicht akzeptiert wurden.

In Kapitel 4 wird das Konzept des Fairen Handels vorgestellt. Dabei geht es sowohl um die Entstehung als auch um die Entwicklung und um aktuelle Entwicklungstrends des Konzepts. Hierbei wird auch auf die Grundprinzipien und die in den Fairen Handel involvierten Akteure eingegangen. Weiterhin werden der politische Einfluss und der Stellenwert der Produkte innerhalb des Welthandels analysiert.

In Kapitel 5 werden ausgewählte außenhandelstheoretische Ansätze vorgestellt und diskutiert. Dabei geht es um die Frage, welcher der außenhandelstheoretischen Ansätze auf das Konzept des Fair Trade angewandt werden kann. Die Begründung des internationalen Handels erfolgt zunächst anhand des Ansatzes von Ricardo und anschließend durch den Ansatz von Heckscher und Ohlin. In dem folgenden Schritt wird der Ansatz der steigenden Skalenerträge, der der neuen Handelstheorie zuzuordnen ist, erläutert. Aufbauend auf der theoretischen Analyse erfolgt die Beurteilung des Fairen Handels aus handelstheoretischer Sicht. Dabei geht es auch um mögliche externe Effekte. Dabei wird deutlich, ob bzw. in welchem Maße Fair Trade ein alternatives Handelskonzept ist. Die Darstellung der verschiedenen außenhandelstheoretischen Ansätze erfolgt in dem Kapitel jedoch ganz allgemeinverständlich. Im Anhang wird für interessierte Leser noch die Darstellung der formalen, d.h. mathematisch und grafisch dargestellten theoretischen Ansätze bzw. Modelle, vorgestellt.

Die Auswirkungen des Fairen Handels primär auf die Produzenten werden in Kapitel 6 aufgezeigt. Dabei wird sowohl auf positive als auch auf noch nicht befriedigende Effekte eingegangen. Das Ziel ist, die ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen des Fairen Handels im Vergleich zu dem durch den konventionellen Handel benachteiligten Produzenten in den Ländern der Dritten Welt aufzuzeigen. Unter Einbeziehung empirischer Untersuchungen und Fallstudien werden die Auswirkungen näher beleuch-

tet. Das Konzept Fair Trade wird in Kapitel 7 in den Kontext von Entwicklungspolitik und Entwicklungszusammenarbeit gestellt. Dabei werden auch entwicklungspolitische Alternativen vorgestellt und bewertet. In Kapitel 8 erfolgt eine Zusammenfassung des Buches und ein Ausblick auf zukünftige Entwicklungstendenzen.