

Zweifel an Max Havelaars Fair Play

Die Vorwürfe wiegen schwer: Verwässerung der ursprünglichen Idee, Ineffizienz, zu geringe Geldflüsse Richtung Süden. Jetzt wird versucht, mit mehr Transparenz das Vertrauen der Konsumenten zu erhalten.

Max Havelaar und Fairtrade werden in der Schweiz in einem Atemzug genannt. Der Grund liegt auf der Hand: Die -Umsätze des Labels mit dem schwarzen Männchen, das den Arm von Süden nach Norden reckt, haben im letzten Jahr die Marke von 400 Millionen Franken durchbrochen. Im Schnitt der -letzten fünf Jahre ist der Absatz der Fairtrade-Produkte sogar schneller gewachsen als derjenige der Bioprodukte. Auch in den Jahren davor erreichten die Zuwächse mit wenigen Ausnahmen immer ein zweistelliges Niveau.

Doch das Fairtrade-System, wie es Max Havelaar betreibt, steckt in einer Imagekrise. Studien und verschiedene Medienberichte zogen in den letzten Monaten den fairen Handel dieser Machart in Zweifel. Die wichtigsten Kritikpunkte:

Verwässerung: Seit Anfang Jahr dürfen Produkte, die Zucker, Kakao oder Baumwolle von Fairtrade-Produzenten enthalten, ein neues Havelaar-Logo -tragen. Und zwar unabhängig davon, zu welchen Anteilen der Rohstoff im End-produkt enthalten ist. Zuvor gab es nur ein Logo, und die Regeln dafür lauteten: Alle Zutaten, die als Fairtrade-Produkte erhältlich sind, müssen auch über den Fairtrade-Kanal bezogen werden. Zudem muss der Fairtrade-Anteil im Endprodukt mindestens 20 Prozent betragen, um das Label nutzen zu können.

Kritiker bezeichnen das neue Logo als Verwässerung. Max Havelaar argumentiert, dass damit für die Produzenten «die dringend benötigte Möglichkeit, einen grösseren Anteil ihrer Ernte zu Fairtrade-Bedingungen zu verkaufen», geschaffen werde. Beim Kakao wird zum Beispiel nur ein Drittel der Fairtrade-Bohnen auch als zertifizierte FairtradeWare verkauft, wie aus dem sogenannten Cocoa-Barometer hervorgeht.

Rückverfolgbarkeit: Bei Kakao, Fruchtsaft, Tee und Zucker werden im Verarbeitungsprozess Fairtrade-Rohstoffe mit Nicht-Fairtrade-Rohstoffen gemischt. Der jeweilige Hersteller darf zwar nur so viel seiner Ware als Fairtrade ausloben, wie er auch ebensolche Rohstoffe einkauft. Für den Konsumenten bedeutet dies aber gleichzeitig, dass er im Extremfall ein Produkt in den Händen hält, das zwar ein Fairtrade-Logo trägt, dessen physischer Inhalt aber konventionell ist. Kritiker weisen darauf hin, dass ein solches Vorgehen bei Bio-Produkten nicht akzeptiert würde. Max Havelaar kontert, der Produzent im Süden profitiere trotzdem vom garantierten Mindestpreis und von der so-genannten Fairtrade-Prämie.

Wirksamkeit: Von verschiedenen Seiten wurde dem Fairtrade-Modell, für das Max Havelaar steht, in den letzten Monaten mangelnde Wirkung vorgeworfen. Etwa in einer im Frühling veröffentlichten Studie der London University, die sich mit der Situation in Äthiopien und Uganda befasste. Oder im kürzlich erschienenen Buch «The Fairtrade Scandal», das Anspruch und Wirklichkeit beim fairen Handel einander gegenüberstellt. Das Fazit lautet: Das Fairtrade-System schafft es nicht, die Ärmsten aus der Armut zu befreien. Der Autor, ein ehemaliger Fairtrade-Mitarbeiter, rechnet vor, dass von jedem Franken, der für ein Fairtrade-Produkt bezahlt wird, nur gerade 3 Rappen mehr im Ursprungsland

ankommen als bei einem gewöhnlichen Produkt. Zudem kritisiert er die Kosten für die Zertifizierung, die bei kleinen Produzenten stärker zu Buche schlagen.

Verschiedene Medienberichte folgten. Unter dem Titel «Fairer Handel auf dem Prüfstand» vertiefte der Kultursender Arte dieselbe Frage und hakte in einem Online-Beitrag mit der Frage nach: «Wie fair ist Fairtrade?» Das Nachrichten Magazin «Der Spiegel» zog unter dem Titel «Unfaire Geschäfte» die Wirkung ebenfalls in Zweifel. Max Havelaar und die Schwesterorganisationen in anderen Ländern reagierten mit Stellungnahmen und dem Verweis auf Studien, welche die Befunde widerlegen würden.

Kritik aus der Schweiz

Skeptische Stimmen gibt es auch in der Schweiz. Andrea Hüser von der Erklärung von Bern etwa sagt: «Es wäre gut, wenn Max Havelaar, aber auch die betroffenen Händler und Hersteller die Kritik als Aufforderung nehmen würde, die konkrete Umsetzung ihres Standards zu verbessern. Dazu gehört auch die Transparenz von Finanzströmen innerhalb der Produktionskette.»

Tatsächlich müssen Konsumenten, die sich genau über die Abläufe und Finanzflüsse im Fairtrade-System von Max Havelaar ins Bild setzen wollen, die Informationen in diversen Dokumenten zusammensuchen. Ein Überblick zur Entwicklung der Schweizer Stiftung und ihrer Aktivitäten über einen längeren Zeitraum wird zusätzlich erschwert, da die Jahresberichte in wesentlichen Punkten sehr unterschiedlich abgefasst sind. «Aufgrund der höheren Preise, die von den Konsumenten in Kauf genommen werden, wäre mehr Transparenz angebracht. Die Jahresberichte gehen zu wenig ins Detail», bemängelt etwa Michel Rudin, Geschäftsführer des Konsumentenforums.

Die Bilanz und Erfolgsrechnung der Stiftung selbst werden im Jahresbericht jeweils auf einer Seite abgehandelt. Ins Auge springt, dass die rasante Zunahme der Fairtrade-Umsätze sich bei der Stiftung in Form höherer Lizenzentnahmen niederschlägt. Allein in den letzten 10 Jahren sind ihr 60 Millionen Franken zugeflossen. Im letzten Jahr beliefen sich diese Einkünfte auf 7,4 Millionen. Im langjährigen Schnitt lagen sie bei -etwas über 2 Prozent des Umsatzes.

Der Betrag, der an die Schweizer Stiftung floss, war damit oft höher als die sogenannten Prämienzahlungen, die an die Fairtrade-Produzenten im Süden überwiesen wurden. Diese Prämien erhalten die Produzenten zusätzlich zum gelösten Preis, aber zweckgebunden für Entwicklungsprojekte. Etwa für den Auf--bau von Schulen oder den Ausbau des Gesundheitswesens in den Regionen.

140'000 Franken Lohn

Höhere Einnahmen im Norden als für den Süden - wie kommt das? «Die Fairtrade-Prämie und die Lizenzgebühren lassen sich nicht miteinander vergleichen, da sie einen komplett anderen Zweck haben», heisst es auf Anfrage. Die Lizenzgebühren verwendet Max Havelaar, um die Arbeit in der Schweiz zu -finanzieren. Der grösste ausgewiesene Kostenblock ist dabei der Personalaufwand. Er macht mit 3,3 Millionen Franken fast die

Hälfte der Kosten aus. In Vollzeitstellen gerechnet, beschäftigt Max Havelaar in der Schweiz 22 Mit-arbeitende. Der Lohn des höchstbezahlten Geschäftsleitungsmitglieds beträgt 140'000 Franken pro Jahr für ein 90-Prozent-Pensum, wie die Stiftung auf Anfrage erstmals offenlegt.

Das Wachstum der Lizenzeinnahmen dürfte anhalten. Letzte Woche hat Max Havelaar die Erweiterung des Angebots bekannt gegeben: Neu wird auch faires Gold angeboten. Das Ziel sei jedoch, dass der prozentuale Anteil der Lizenzeinnahmen gegenüber dem Umsatz mit Fairtrade-Produkten kleiner werde, sagt die Stiftung. Durch mehr Effizienz und Skaleneffekte.

Auch die Transparenz in den Jahresberichten soll sich bessern. Dieses Jahr wird dafür erstmals die Rechnungslegungsnorm Swiss GAAP FER 21 verwendet. Sie ist seit 2003 in Kraft, -speziell für Non-Profit-Organisationen gedacht und macht die Geldflüsse besser sichtbar. Dass dieser Schritt erst jetzt kommt, erklärt Max Havelaar mit den zusätzlichen Kosten, die eine solche Umstellung verursacht. Man habe die Struktur immer dem Wachstum angepasst. Mit der neuen Berichtsform «geht Max Havelaar freiwillig weit über das hinaus, was der Gesetzgeber für kleine Stiftungen vorschreibt».

Max-Havelaar-Präsident Miges Baumann schrieb im letzten Jahresbericht: «Heute, nach über 20 Jahren, ist die Bekanntheit, aber auch das Konsumentenvertrauen in Fairtrade sehr hoch.» Ob es anhält, wird gerade neu verhandelt.

Quelle:

Tages-Anzeiger vom 4. November 2014