

FAIRER HANDEL

# SOLIDARISCH GENIESSEN

Kaffee und Tee sind die beliebtesten Heißgetränke der Deutschen. Seit Jahren werben immer mehr Händler mit Fair-Trade-Erzeugnissen. Doch was gut klingt, hat manchmal Haken. Eine Reihe von Direct-Trade-Initiativen möchte es noch besser machen.

Die Teeplantage Chamong  
im fruchtbaren Rong-Bong-Tal  
im nordindischen Darjeeling.

**D**iese Lektion sollten die Hamburger Teemimporteure so schnell nicht vergessen. Als der Berliner Ökonomieprofessor Günter Faltn in den 80er-Jahren bei ihnen vorstellig wurde, um seine Idee eines neuen Teehandels vorzustellen, beschied man ihn, dieses Feld doch lieber Fachleuten zu überlassen. Der Hochschullehrer dachte gar nicht daran. Gemeinsam mit seinen Studierenden rief er die »Teekampagne« ins Leben. Mit überwältigendem Erfolg. Seit Mitte der 90er Jahre ist die Teekampagne Marktführer im deutschen Teeversandhandel und mittlerweile der größte Einzelimporteur von Darjeeling-Tee weltweit. Zum Ärger der alteingesessenen Händler.

Die Idee Günter Faltins war denkbar einfach. Anstelle zahlreicher Sorten wollte er nur eine verkaufen, und zwar die beste: indischen Darjeeling. Und dies nur in Großverpackungen und direkt, was bedeutet: kein Zwischenhandel und damit enorme Ersparnisse bei Transport, Lagerung und Verpackung. Die eingesparten Kosten bescherten den Kunden sehr viel niedrigere Preise und dem Unternehmen die Möglichkeit, die Produzenten fairer zu bezahlen und in der indischen Region Darjeeling ein umfangreiches Wiederaufbauprogramm zu finanzieren.

## BELIEBTE HEISSGETRÄNKE

Tee und Kaffee sind die mit Abstand beliebtesten Heißgetränke der Deutschen. Auf fast 60.000 Tonnen belief sich laut Deutschem Tee & Kräutertee Verband die Menge der Tees, die deutsche Hersteller 2022 aus aller Welt importiert haben. Bei Kaffee ist es noch weitaus mehr. 2021 wurden 1,1 Millionen Tonnen Rohkaffee nach Deutschland eingeführt. Dominiert wird der Handel seit Jahrzehnten von führenden Importeuren, die aufgrund ihrer Marktmacht die Verkaufspreise in den Herstellerländern mitbestimmen. Vom erzielten Kaffeeverkaufspreis erhalten die Arbeiter in den Anbauländern laut Statista gerade einmal rund fünf Prozent.

Die Idee, den Handel gerechter zu gestalten, gab es schon vor der Teekampagne. Bereits in den 1950er Jahren schlossen sich

gemeinnützige Importeure und NGOs zu Fairhandelsorganisationen zusammen. Kernanliegen war es, vor allem die Armut in den Erzeugerländern zu bekämpfen. Seitdem sind immer mehr Verbände entstanden, die oft mit Entwicklungsorganisationen oder Weltläden zusammenarbeiten. Arbeiter sollen gerecht entlohnt und Produzenten angemessen an den Verkaufserlösen beteiligt werden. Auch bessere Arbeitsbedingungen, der Verzicht auf Kinderarbeit und bessere Umweltstandards durch geringere Pestizidbelastung sind das Ziel.

Dass Verbraucher bereit sind, für Produkte mit Fair-Trade-Siegel mehr Geld zu bezahlen, haben auch die großen Konzerne schnell für sich entdeckt. Und in der Folge dazu beigetragen, dass aus der unterstützenswerten Idee ein kaum überschaubarer Markt mit immer neuen Siegeln wurde. Kritiker raten daher zur Vorsicht, da manche der Initiativen schlicht Etikettenschwindel seien. Da der Begriff »fair« rechtlich nicht geschützt ist, ist es für die Konsumenten schwer zu entscheiden, welchem Siegel sie wirklich vertrauen können.

Ein weiterer Kritikpunkt ist, dass die gezahlten Mindestpreise bei Weitem nicht ausreichen, um den Bauern aus der Armut zu helfen. »Der Tageslohn von Hunderten Millionen Landarbeitern liegt unter dem

Preis einer Tasse Kaffee in Berlin, München oder Hamburg«, beklagt der Menschenrechtsaktivist Fernando Morales-de la Cruz. »Mächtige Industrie- und Handelskonzerne diktieren die Preise und damit letztlich auch die Produktionsbedingungen.« Den Multi-Milliarden-Konzernen der reichen Industrieländer stünde noch immer eine Heerschar mittelloser Kleinbauern im globalen Süden gegenüber, deren Knechtschaft auch unter dem Deckmantel von Fair-Trade fortbestehe.

## VIELE MISCHKALKULATIONEN

Hinzu komme die fehlende Transparenz bei den Produkten: Das wohl bekannteste Siegel Fairtrade beispielsweise garantiere bei Tee laut dem Internetportal Utopia keine physische Rückverfolgung. Dies bedeutet, dass in einer Tüte mit 100 Gramm Fairtrade-Tee nicht unbedingt 100 Gramm fair gehandelter Tee enthalten sind. Ein Teil davon kann auch aus herkömmlichem Anbau stammen. Sicher ist nur, dass der Hersteller 100 Gramm fair gehandelten Tee eingekauft hat. Über strengere Standards verfügen beispielsweise GEPA und El Puente. Wer sichergehen will, dass ein solcher sogenannter »Mengenausgleich« ausgeschlossen ist, dass das Produkt zu hundert Prozent aus biologischem Anbau stammt und die Gehälter der Angestellten



Teepflückerinnen im Teegarten Samabeong mit ihrer Ernte auf dem Weg zur Fabrik.



Teikei-Gründer Hermann Pohlmann (2. v. l.) mit seinen Partnern in Mexiko.

## WIE VIEL KOFFEIN IST GESUND?

Koffein ist neben Kaffeebohnen auch in Teeblättern und Kakaobohnen enthalten. Es wirkt stimulierend und kann die Konzentration und körperliche Leistungsfähigkeit steigern. Zudem funktioniert es als Wachmacher, weil es das müde machende Molekül Adenosin im Gehirn blockiert. Dies bewirkt, dass der Körper für ein bis zwei Stunden keine Müdigkeitssignale erhält. Auch wenn Koffein pharmakologisch eine Droge darstellt, können laut Europäischer Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) 400 mg Koffein über den Tag verteilt konsumiert werden. Auch Kardiologen sehen den Konsum von drei bis fünf Tassen pro Tag als unbedenklich. Diese würden das Herz-Kreislauf-System anregen und das Risiko von Herz-Kreislauf-Erkrankungen sogar verringern.



Kaffeeplantze mit roten Kaffeekirschen, in denen die Bohnen reifen.

wirklich existenzsichernd sind, dem bleibt derzeit nur, genau nachzufragen.

Mehr Klarheit in diesen Punkten bieten Direct-Trade-Initiativen, die den Tee oder Kaffee direkt beim Erzeuger ordern. Zwischenhändler fallen bei diesem Handelsweg weg. Die Ersparnis, die daraus resultiert, soll den Bauern zugutekommen und ihnen einen besseren Lebensstandard ermöglichen. Hinzu kommt, dass Herkunft und Qualität der Ware jederzeit überprüft werden können, da die Anbauplantagen genau bekannt sind.

## NEUE PARTNERSCHAFT

Ein Beispiel für eine Direct-Trade-Kaffee-Initiative ist Teikei Coffee. Kaffeetrinker in Europa erwerben – allein oder als kleine Einkaufsgemeinschaft – ein Kaffeeabo. Dadurch erhalten die indigenen Bauern in den Bergen Mexikos eine Abnahmegarantie für ihre Ernte und die Kunden bekommen hochwertigen, garantiert ökologisch nachhaltig angebauten Kaffee. Geordert und im Voraus bezahlt wird jeweils ein Jahresbedarf.

Die vereinbarte Menge kommt einmal jährlich per Segelschiff nach Europa. Im Sommer 2023 sind auf diese Weise zehn Tonnen Rohkaffee über den Atlantik geschippert. Den Landwirten mit ihren Plantagen in der Sierra Mixteca sichert dieses Prinzip gesicherte Einnahmen und die Verbraucher erhalten ihren fairen Bio-kaffee frisch geröstet aus lokalen Röstereien übers Jahr verteilt nach Hause geliefert.

Wichtig ist den Teikei-Initiatoren vor allem, die Bauern angemessen zu bezahlen. So sollen auch künftige Generationen für die Landwirtschaft gewonnen werden. Als Non-Profit-Organisation erzielt Teikei keine Gewinne, sondern reinvestiert Überschüsse in die Verbesserung des Bioanbaus und in Schulungen der Bauern, etwa zu biodynamischer Landwirtschaft. Kunden können mit den Erzeugern über Videokonferenzen in Kontakt treten und sie auch vor Ort besuchen. Die Bauern, so erzählte Teikei-Gründer Hermann Pohlmann einmal, hätten das Prinzip schnell schätzen gelernt. »Einer meinte: Wir entwickeln also eine große Familie.« ■