



Infozettel

Qualität im Fairen Handel

Fairer Handel = schlechte Qualität? Der Kritik begegnen!

Der Faire Handel wird regelmäßig von Themen überlagert, die nichts mit der grundlegenden Zielsetzung zu tun haben. Eine dieser Debatten ist die Kritik an der schlechten Qualität fair gehandelter Produkte, die meist in Zusammenhang mit Kaffee geäußert wird.¹ Eigentlich ist es aber ganz einfach: Wer als Kaffeehändler Bohnen in schlechter Qualität einkauft, der macht einen schlechten Job – ob innerhalb oder außerhalb des Fairen Handels. Im Fairen Handel gibt es keinen Extra-Aufschlag für besonders gute Qualität – aber auch hier gilt: Wenn die Qualität nicht stimmt, kann die Ware nicht verkauft werden!

In erster Linie setzt sich Fairer Handel für bessere Arbeitsbedingungen der Produzent*innen ein. Einen kostendeckenden Preis zu zahlen, Produzent*innen durch Schulungen zu selbstbewussten starken Partnern auf Augenhöhe zu machen, die Umstellung auf biologischen Anbau zu fördern (bei gleichzeitigen Verboten von Pestiziden, die Mensch und Umwelt schädigen) und die Unterstützung von sozialen Projekten vor Ort sowie Lobbyarbeit, um langfristig weltweit gesetzliche Rahmenbedingungen zu ändern – all das sind Grundsätze, für die sich alle Fairhandelsakteure einsetzen.

Leider stimmt es, dass in den 1980er Jahren – den Anfängen des fairen Kaffees in Deutschland – die Qualität zu wünschen übrig ließ. Aber daraus hat die Bewegung gelernt: Die GEPA hat vor über 20 Jahren ihr Qualitätsmanagement aufgebaut und entwickelt es ständig weiter. Heute schneiden GEPA-Kaffees bei Produkttests oft mit „sehr gut“ ab.² Und auch Fairtrade hat schon früh damit begonnen, Qualitätsstandards zu entwickeln. Denn eine Mindestqualität ist mittlerweile für alle am Kaffeehandel Beteiligten eine Selbstverständlichkeit. Natürlich gibt es auch im Fairen Handel Qualitätsunterschiede: Ein Kaffee für 9 Euro pro Kilo kann i.d.R. nicht mit professionellen Langzeitröstverfahren einhergehen. Für wen der Preis

das alleinige Kaufmotiv ist, der wird keine Spitzenqualität bekommen – egal ob mit oder ohne Fairtrade-Siegel. Wer allerdings auf Qualität wert legt, der wird im Fairen Handel genauso fündig wie anderswo. Fairhandelsakteure haben hier sogar einen doppelten Anreiz, wertige Produkte anzubieten: Denn ihnen geht es nicht nur um die eigenen Verkaufszahlen, sondern auch um die Stärkung der Produzent*innen – und eine hohe Qualität hilft den Kaffee zu verkaufen. Und das ist neben Mindestpreisen, Schulungen und allen anderen Grundsätzen im Fairen Handel der zweite Weg, wie unseren Partner*innen im globalen Süden geholfen wird. Fairer Handel hat eben nichts mit einer Spende zu tun. Die Kund*innen kaufen auch nach Qualität – und nur wenn diese stimmt, können die Produzent*innen ihre Chancen am Markt verbessern und langfristig von ihrer Arbeit leben.

Behauptungen, Fairer Handel führe zu dem falschen Anreiz, vor allem den schlechten Teil der Ernte ins System zu speisen, verkürzen, verzerren und widersprechen jeglicher Marktlogik. Dass sich Fairhandelsaktive dennoch regelmäßig mit solchen Vorwürfen auseinandersetzen müssen, kann nur der gebetsmühlenartig vorgetragenen Kritik von Unternehmen zugeschrieben werden, die sich dem Fairen Handel verschließen und ihr eigenes Verhalten zu rechtfertigen suchen. Wenn Konsument*innen daran mitwirken wollen, dass im Fairen Handel die Qualität weiter steigt, dann müssen sie sich unter all den Angeboten diejenigen aussuchen, die ihnen persönlich am besten schmecken – denn nur so können größere Mengen abgesetzt und gute Angebote gefördert werden.

¹ z.B. in der Zeit: „Das Geschäft mit dem schlechten Geschmack“, online unter:

<https://www.zeit.de/wirtschaft/2015-01/fairtrade-qualitaet>, oder im Buch von Sina

Trinkwalder: „Fairarscht: Wie Wirtschaft und Handel die Kunden für dumm verkaufen“

² vgl. Stellungnahme der GEPA, online unter: https://www.gepa.de/fileadmin/user_upload/Info/Hintergrundinfo/2015-01-30-Kundeninfo_Kaffeequalitaet-Fairer-Handel.pdf