

Hunger nach fairem Handel

Eine Geschichte von Obst und Gerechtigkeit



Am seidenen Faden: Ob Bananen, Mangos oder Kaffee, Afrikas Produkte schaffen es selten bis nach Europa.

Mit lautem „Plopp“ fällt eine reife Mango nach der anderen vom Baum. Es ist Juni im westafrikanischen Guinea. Tausende Mangobäume im ganzen Land tragen dicke, rote, saftige Früchte. Auf den Märkten türmen sie sich an den Ständen der Verkäufer. Das Land ist reich an wild wachsenden Mangobäumen. Rund 30 Eurocent kostet ein Kilo auf dem lokalen Markt. Guinea ist nur 4500 Kilometer entfernt von den großen Drehkreuzen Europas: von Paris, Madrid und damit auch von Deutschland. Aber die Früchte werden nicht geerntet, verladen und verkauft. Sie fallen von den Bäumen und verfaulen. Ein anderer Monat, auf der anderen Seite des Kontinents, aber das Bild ist dasselbe: In Kenia reifen die Mangos vor allem zwischen Oktober und Februar. Ein Kilo kostet zwischen 30 und 40 Eurocent. Mombasa, die Touristenstadt am Indischen Ozean Kenias, ist für deutsche Touristen leicht zu erreichen. Doch andersherum kommen selten Mangos auf deutschen Ladentischen an.

Szenenwechsel: Deutschland, in einem beliebigen Supermarkt zwischen Nordsee und Alpenrand. An der Obsttheke liegen exotische Früchte aus, natürlich sind auch Mangos dabei. Ein Großteil der Früchte kommt aus Brasilien. Ein Kilo kostet zwischen vier und acht Euro, die Transportwege sind weit. Mehr als 8000 Kilometer muss das Obst reisen. Mangos aus Guinea und Kenia sind also preiswerter und näher. Warum findet man sie dann nicht in deutschen Supermärkten?

In dieser Geschichte kann man die Mangos beliebig austauschen, beispielsweise mit Bananen, Kaffee, Tomaten. Denn die verfaulenden Mangos sind nur ein kleines Puzzlestück aus dem Bild des globalen Handels, der vor allem für afrikanische Länder ungerecht ist. Europa verbarrikadiert sich hinter hohen Importzöllen und diversen Einfuhr Auflagen. Zwar reformierte die Europäische Union in den letzten Jahren die gemeinsame Agrarpolitik, aber landwirtschaftliche Erzeugnisse werden weiterhin stark unterstützt. Für einige Produkte erhalten europäische Bauern beispielsweise Ausgleichszahlungen, wenn die Marktpreise fallen. So können sie auf dem internationalen Markt deutlich besser konkurrieren als Produzenten aus afrikanischen Ländern.

Aber was hat Handel mit Hunger zu tun? Die Rechnung ist einfach: Wer nichts verkauft, verdient kein Geld. Und ohne Geld bleiben die Teller der Familie leer. Das ist seit Jahrzehnten eine bittere Realität für afrikanische Kleinbauern. Sie verdienen zu wenig mit der Ernte ihrer Felder und können deshalb auch kaum Geräte und Saatgut kaufen, um die Produktion auszuweiten und die Qualität zu verbessern. Landwirtschaftliche Erzeugnisse aus Afrika, also Obst, Gemüse, Getreide, erscheinen in der Außenhandelsstatistik Deutschlands auf den unteren Listenplätzen.

Agrarprodukte im Wert von 15 Millionen Euro wurden 2008 aus Guinea nach Deutschland verschifft, Kenia exportierte einen Warenwert von 81 Millionen Euro. Zum Vergleich: aus Brasilien kamen im gleichen Jahr Erzeugnisse im Wert von 1,5 Milliarden Euro nach Deutschland. Gute Vertriebsstrukturen, regelmäßiger Schiffsverkehr nach Europa und eine Politik der Exportförderung seitens der brasilianischen Regierung sind Katalysatoren für die guten Handelsbeziehungen mit Deutschland.

Warum klappt es also nicht mit Afrika? Natürlich hindern auch „hausgemachte“ Faktoren die Wettbewerbsfähigkeit afrikanischer Produkte. Oft fehlen eindeutige Gesetze zur Landnutzung, und es ist nicht klar, wer Land oder Wasserquellen besitzt. Viele Staaten müssten mehr Geld für die Infrastruktur bereitstellen, damit frische Ware nicht tagelang über holprige Pisten transportiert werden muss. Auch das Vertrauen in stabile rechtliche und politische Rahmenbedingungen muss vielerorts verbessert werden. Nur so lohnt es sich für Handelspartner, zu investieren.

Aber das befreit uns nicht vor der Verantwortung. Denn was wir in Europa kaufen, ist Teil des Puzzles. Unser Konsumverhalten kann dazu beitragen, dass der Welthandel gerechter wird. „Fair Trade“ ist für die meisten inzwischen kein unbekanntes Wort mehr. In vielen Supermärkten finden sich fair gehandelte Produkte. Die Hersteller erhalten ein Siegel, wenn von der Produktion über die Verschiffung bestimmte Kriterien erfüllt werden, beispielsweise ein Mindestlohn für die Landarbeiter. Und das Bewusstsein für Gerechtigkeit bei den Käufern wächst: Im Jahr 2008 verdoppelte sich der Verkauf von fair gehandelten Produkten in Deutschland. Der Umweg zum kleinen Dritte-Welt-Laden in die Innenstadt, ein kritischer Blick auf das Etikett der billigen Bluse, ein paar Cent mehr in der Büro-Kaffeekasse für gerecht gehandelte Bohnen – unsere Kaufentscheidungen können dazu beitragen, dass Produktions- und Handelsbedingungen weltweit gerechter werden.

Denn selbst in Brasilien ist nicht alles Gold, was glänzt. Inzwischen sind Gewerkschaften in vielen lateinamerikanischen Ländern gut aufgestellt und fordern zunehmend gerechte Löhne und Arbeitsbedingungen. Das hat seinen Preis, und den wollen die Großhändler und der deutsche Einzelhandel oft nicht zahlen. Fairer Handel bedeutet eben nicht nur mehr Handel, sondern auch ein Mindestmaß an sozialen und ökologischen Standards. Solange also die europäischen und andere Industrienationen das Ungleichgewicht im System des Welthandels nicht beheben und den Ländern Afrikas eine wirkliche Chance geben, werden die reifen Mangos weiterhin von den Bäumen in Guinea und Kenia fallen und auf der Erde verfaulen.