



Was ist ein fairer Preis?

Veranstaltungsdokumentation

Forum Fairer Handel / AK Monitoring

17.01.05 in Frankfurt a. M.



**FORUM
FAIRER
HANDEL**

Inhalt

Vorwort	
Einführung	3
Preisbildung im Fairen Handel anhand von Produktbeispielen einzelner Fair Handels-Importeure	
Zum Beispiel Bananen (Rudi Pfeifer, BanaFair)	4
Zum Beispiel Sportbälle (Gerd Nickoleit, gepa Fair Handelshaus)	6
Zum Beispiel Kunsthandwerk (Martin Moritz, El Puente)	8
Der faire Preis in den internationalen Fair Handels-Standards	
IFAT und der faire Preis (Gerd Nickoleit, gepa Fair Handelshaus)	9
Der faire Preis im FLO-System (Dorothee Jung, FLO)	10
Aus der Diskussion	14
Zusammenfassung der Ergebnisse	14
Glossar	15

Liebe Leserin, lieber Leser ...

... der faire Preis ist ein wichtiges Symbol für den Fairen Handel, so wie die Öffentlichkeit ihn wahr nimmt. Aber was genau ist ein fairer Preis? Wieviel soll ein Produzent im Süden für sein Produkt erhalten? Wonach richtet sich ein fairer Preis und wie wird er festgelegt? Welche Entwicklungen möchte man damit erreichen? Wie werden notwendige Anpassungen vorgenommen? Der Arbeitskreis Monitoring des Forums Fairer Handel nahm sich diesen Fragen im Rahmen einer Veranstaltung Anfang 2005 in Frankfurt an.

Die Festsetzung eines fairen Preises ist kompliziert. Vieles muss dabei bedacht werden. Wir hoffen, mit dieser Dokumentation interessierten Leserinnen und Lesern einen vertieften Einblick in das Konzept des fairen Preisen geben zu können, so wie er im Fairen Handel verstanden wird.

Viel Freude und Erkenntnis bei der Lektüre wünscht



Antje Edler

Antje Edler
Forum Fairer Handel

Fairer Handel ...

„... ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Durch bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte für benachteiligte ProduzentInnen und ArbeiterInnen - insbesondere in den Ländern des Südens - leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung. Fair Handels-Organisationen engagieren sich - gemeinsam mit VerbraucherInnen - für die Unterstützung der ProduzentInnen, die Bewusstseinsbildung sowie die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels.“

Das ist die Definition des Fairen Handels, wie sie die internationalen Dachorganisationen des Fairen Handels formulieren. Dahinter steht ein Konzept von gerechteren Handelsbeziehungen, das sehr viel weiter reicht als nur die Zahlung eines fairen Preises. Dazu gehören unter anderem die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards, die Stärkung der Eigenverantwortlichkeit der ProduzentInnen und ArbeiterInnen im Süden, die Unterstützung von Aus-, Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen, insbesondere von Frauen, sowie langfristige Handelsbeziehungen, die vielfach Investitionen in die Zukunft erst ermöglichen.

Die Zahlung eines fairen Preises wird in der Öffentlichkeit vielfach als Kernelement des Fairen Handels wahr genommen. Was einen fairen Preis tatsächlich ausmacht, beschäftigt den Fairen Handel, seit es ihn gibt. Er ist ein Beispiel für die Schwierigkeit, international allgemeinverbindliche, überprüfbare Sozialstandards zu definieren. Denn was für einen Produzenten ein fairer Preis ist, muss noch lange nicht ausreichend sein für eine Produktion in einem anderen Land.

Die Preisbildung der Fair Handels-Importeure geht in Deutschland auf 30 Jahre Erfahrung zurück.

Welche Faktoren spielen für die Importeure eine Rolle bei der Festsetzung des Preises, den sie ihren Partnerinnen und Partnern im Süden für ihre Produkte zahlen? Ihre individuelle Herangehensweise wird anhand von Produktbeispielen im ersten Teil der Dokumentation vorgestellt. Die Beispiele umfassen sowohl traditionelle als auch nicht-traditionelle Produkte des Fairen Handels und beleuchten den Handwerks- sowie den Lebensmittelbereich.

Die Fair Handels-Organisationen arbeiten auf internationaler Ebene am Aufbau von Monitoring- und Zertifizierungssystemen. Standards für den Fairen Handel wurden definiert, Indikatoren festgelegt und Kontrollmechanismen entwickelt, um die Glaubwürdigkeit sicher zu stellen. Sowohl die IFAT, der internationale Zusammenschluss der Fair Handels-Organisationen, als auch die internationale Siegelorganisation FLO, nach deren Standards das TransFair-Siegel vergeben wird, haben versucht, das Konzept des fairen Preises in allgemein verbindliche Standards zu fassen. Ihre Herangehensweisen werden im zweiten Teil der Dokumentation vorgestellt.

Über die Diskussion auf der Veranstaltung soll ein kurzer Überblick in einem gesonderten Abschnitt gegeben werden. Am Schluss steht die Zusammenfassung der Ergebnisse.



► Preisbildung im Fairen Handel anhand von Produktbeispielen einzelner Fair Handels-Importeure

Zum Beispiel Bananen

Rudi Pfeifer, BanaFair

BanaFair ist ursprünglich nicht als Fair Handels-Organisation entstanden sondern im Rahmen der Ländersolidarität mit Nicaragua. Um die Nachfrage nach Nicaragua-Bananen zu stimulieren, wurden in dieser ersten Phase die Bananen im kommerziellen Fruchthandel gekauft und über Weltläden, Kirchengemeinden und Nica-Soligruppen weiterverkauft. Im Verkaufspreis von BanaFair war ein „Solidaritäts-Beitrag“ genannter Aufpreis zur Finanzierung sozialer Projekte in den nicaraguanischen Plantagen enthalten. Der „Solidaritätsbeitrag“ schwankte in Abhängigkeit vom kommerziellen Einkaufspreis, so dass am Ende ein fester Abgabepreis an die Weltläden stand.

In einem zweiten Schritt wurde mit der nicaraguanischen Vermarktungsgesellschaft ein fester Preis vereinbart und auch der Projektbeitrag fixiert. Dieses Preisbildungsprinzip (= Vereinbarung mit der Vermarktungsorganisation plus Projektbeitrag) wurde auch während der Phase der Zusammenarbeit mit einer costaricanischen Produzentengruppe praktiziert.

1998 begann BanaFair die direkte Kooperation mit der Kleinbauernorganisation UROCAL in Ecuador. Die Festlegung des „fairen Preises“ entstand als Ergebnis von Recherchen zu Produktions- und Lebenshaltungskosten sowie Gesprächen zwischen UROCAL und BanaFair. Grundlage war zu Beginn eine Kostenkalkulation seitens UROCAL, die 8,60 US\$ pro Kiste ergab. Darauf bot BanaFair eine „Fair-Trade-Prämie“ von 2 US\$ an (für Gemeinschaftsaufgaben der Genossenschaft, v.a. im sozialen und ökologischen Bereich).

Ein Projektbeitrag in Höhe von 1,80 € blieb als Preisleistungsbeitrag für BanaFair als Importeur erhalten. Er wird nicht bei der Produzentenorganisation eingesetzt, von der die Bananen bezogen werden, sondern dient zur Finanzierung von Maßnahmen anderer Partnerorganisationen auch in anderen bananenproduzierenden Ländern. Vor allem gewerkschaftliche Arbeit wird damit unterstützt. Der Projektbeitrag zusätzlich zum Fair-Trade-Preis ist für BanaFair ein wichtiges entwicklungspolitisches Instrument, weil damit Zielgruppen erreicht werden, die vom Fairen Handel ansonsten nicht profitieren.



Grundsätzlich sind BanaFair für die Preisbildung vier Fragen von Bedeutung:

1. Was brauchen die ProduzentInnen? Wer mag bestimmen, was die Menschen im Süden wirklich brauchen? Welchen „Luxus“ gestehen wir ihnen zu? Die Antwort auf die Frage kann nur von den ProduzentInnen bzw. mit ihnen gegeben werden im Sinne einer Preisbildung „von unten“. Wichtig ist in dem Zusammenhang nochmals zu betonen, dass die Lebenshaltungskosten in der Produzentenkalkulation enthalten sind und nicht gleichbedeutend sind mit dem Fair Trade-Aufschlag.

2. Was gibt der Markt her?

3. Was zahlen andere (Fair Trader und Nicht-Fair Trader)? Auch wenn sich die Preise von Produktionsland zu Produktionsland drastisch unterscheiden, kann man am Beispiel Ecuador die Unterschiede der verschiedenen Aufkäufer darstellen: 1-3 US\$ werden für „normale“ Bananen gezahlt, 5-7 US\$ für Biobananen, 9 US\$ ist der FLO-Preis.

4. Und wie ist der FLO-Preis? Hier auch am Beispiel Ecuador (FOB):

Konventionelle Bananen
5,25 US\$ + 1,75 US\$ FT-Prämie = 7,00 US\$
Bio-Bananen:
7,25 US\$ + 1,75 US\$ FT-Prämie = 9,00 US\$

BanaFair zahlt zur Zeit 9,50 US\$ + 1,80 € Soli-Beitrag.

Neben dem Mehrpreis an die ProduzentInnen spielen natürlich für den Abgabepreis in Deutschland noch ganz andere Faktoren eine Rolle. So schlägt z. B. der hohe Service- und Betreuungsaufwand für Weltläden und Gruppen zu Buche. Das bundesweite Liefernetz für Weltläden und die Kleinstmengenlieferung macht sich am deutlich höheren Abgabepreis bemerkbar. Bei Verkäufen an den Bio-Großhandel hingegen muss die Konkurrenzsituation zu nicht fair gehandelten Biobananen berücksichtigt werden.

BanaFair: Preiskalkulation für fair gehandelte Bananen	
Preis, den die Kleinbauernorganisation für eine Kiste Bananen erhält	9,50 US\$
Container Seefracht	4,04 US\$
= Preis einer Kiste Bananen bei Ankunft in Antwerpen	13,54 US\$
= in € (1 € = 1,30 US\$)	10,42 €
EU-Einfuhrzoll	1,37 €
Abfertigungskosten Hafen	0,82 €
durchschn. Kosten Einfuhrlizenz	3,00 €
Projektbeitrag (Spende, MwSt.-frei)	1,80 €
= Preis einer Kiste Bananen, wenn sie den Hafen verlässt	17,41 €
Transport und Reifung	2,70 €
= Kosten für 1 Kiste nach Reifung, am Reiferei-Standort	20,11 €
= Kosten/kg	1,12 €
ggfs. plus TransFair-Lizenzkosten (3 Ct./kg)	1,15 €
Abgabepreis an Bio-Großhandel ab	1,29 €
Abgabepreis an Weltläden ab	1,89 €

Zum Beispiel Sportbälle

Gerd Nickoleit, gepa Fair Handelshaus

Die Fair Handels-Importeure zahlen in der Regel ihren PartnerInnen im Süden einen sogenannten free on board- oder FOB-Preis. Darin sind üblicherweise enthalten: die Produktionskosten (Arbeit, Material, Kapital), die Verpackungskosten, Servicekosten beim Exporteur und der Transport bis zum Verschiffungshafen. Der faire Preisanteil konzentriert sich dabei insbesondere auf die Bereiche Arbeit (Löhne, Sozialleistungen, Ausstattung des Arbeitsplatzes, Aus- und Weiterbildung) sowie Ökologie.

Die gepa erwartet von ihren HandelspartnerInnen eine Preiskalkulation, in der die Teilbeträge für Arbeit und Ökologie so eingesetzt werden, dass die sozialen und ökologischen Verpflichtungen des Fairen Handels erfüllt werden können. Sie ermutigt die HandelspartnerInnen, eine entsprechende Kostenkalkulation vorzunehmen und vereinbart im Einzelfall einen Aufschlag, der für bestimmte Maßnahmen vorgesehen ist. Im vorliegenden Beispiel geht es um Sportbälle von Talon Sports in Sialkot, ein Privatunternehmen in Pakistan. Der Faire Handel macht lediglich 2 % der Sportballproduktion bei Talon aus. Die Wirkung eines fairen Preises als einkommenserhöhendes Mittel für den Einzelnen sind daher begrenzt. Darüber hinaus erschwert der Produktionsablauf - zum einen zentral in der Fabrik, zum anderen näher Näherinnen dezentral in lokalen Werkstätten - die Festlegung von Mindestpreisen für den Fairen Handel im speziellen Fall. Die Zielgruppe der gepa sind die Näherinnen: sie verdienen bei Talon zwar marktübliche Mindestlöhne. Diese sind aber extrem niedrig und ermöglichen kein menschenwürdiges Auskommen.

So setzt sich der „faire Preis“ beim Kauf von Sportbällen zusammen:

1. Zahlung des Marktpreises (orientiert sich u.a. an der Menge und der Qualität)
2. Prämienzahlung eines festen Betrages, durchschnittlich ca. 20 %

Die Summe der Prämien wird folgendermaßen verwandt:

auf Beschluss eines Vereins, der „Fairtrade Workers Welfare Society“, dem MitarbeiterInnen aus der Fabrik und MitarbeiterInnen aus den Nähzentren sowie VertreterInnen von NGOs angehören

- a. Erhöhung der Löhne der Näherinnen pro Ball. Dies orientiert sich an der angenommenen Vollproduktion von 2 Personen (für einen Haushalt), damit diese eine Existenzsicherung hätten. Dies ist aber ein theoretisches Modell, da wie oben beschrieben, der Faire Handel nur einen marginalen Anteil an der Gesamtproduktion hat. Um eine breitere soziale Wirkung des fairen Preises zu erzielen, geht daher ein größerer Teil in
- b. Sozialprogramme: Gesundheitsdienst und Kreditprogramm (74,5 % der Prämien) und
- c. die Verbesserung der Produktionsbedingungen in den Talon-eigenen Nähzentren

Das Thema Kinderarbeit ...

...wird gerne in Zusammenhang mit der Sportballherstellung diskutiert. Das „Atlanta Agreement“ von 1997 zwischen großen Produzentenfirmer und Einkäufern unter Vermittlung der ILO war grundsätzlich ein erfolgreicher Prozess zur Verminderung von Kinderarbeit. Früher wurden die meisten Bälle zu Hause genäht. Durch die Verlagerung der Produktion in Nähzentren und die Kontrolle der Produktion ist Kinderarbeit kaum noch möglich. Somit ist Kinderarbeit nicht mehr das Hauptproblem bei der Fußballproduktion. Das Augenmerk von Kampagnen muss nun den schlechten Löhnen gelten, die keinerlei Existenzsicherung in Aussicht stellen.

Sportbälle von Talon aus Sialkot, Pakistan: Preiskalkulation in US-Dollar / Pakistanische Rupie (PRp)						
Balltyp	Hohe Qualität		Mittlere Qualität		Einfache Qualität	
	US\$	PRp	US\$	PRp	US\$	PRp
Vereinbarter Marktpreis	9,80	617,40	4,50	283,50	3,50	220,50
Prämie (zw. 16,6 – 18,6% FOB)	2,00	126	1,00	63	0,8	50
FOB-Preis	11,80	743,40	5,50	346,50	4,30	270,50
Verwendung der Prämie (100%)						
Erhöhung der Löhne für die Näherinnen pro Ball (14,5%)	0,29	18	0,22	14	0,23	14
Sozialprogramme: Gesundheitsdienst, Kreditprogramm (74,5%)	1,49	94	0,62	39	0,46	29
Verbesserung der eigenen Nähzentren (11%)	0,22	14	0,16	10	0,11	7

Der Verein sorgt auch dafür, dass die Aufträge für „FairTrade Bälle“ in den Nähzentren um Sialkot, mit denen Talon einen Vertrag abgeschlossen hat, gleichmäßig verteilt werden. Da die Abnahme fair gehandelter Fußballbälle nur gering ist, ist auch die Lohnverbesserung insgesamt nur gering. Um so wichtiger ist daher neben den Investitionen in Sozialprogramme die Kampagnenarbeit der gepa, bei der es um die generelle Verbesserung der Arbeits- und Lohnbedingungen geht.

Während FLO von den Händlern verlangt, zusätzlich zum Marktpreis eine Prämie in Höhe von 15 % des Marktpreises zu zahlen, bezahlt die gepa den Marktpreis plus einer festen Prämie. Da der Marktpreis von Abnahmemenge und Verhandlungsgeschick abhängt, kann im FLO-System auch die Prämie variieren.



Zum Beispiel Kunsthandwerk

Martin Moritz, El Puente

El Puente geht davon aus, dass grundsätzlich ein fairer Preis von gleichberechtigten Partnern ausgehandelt wird. Um die PartnerInnen im Süden als gleichberechtigt wahrzunehmen, kalkulieren die HerstellerInnen selbst den Abgabepreis, der ein nach den örtlichen Gegebenheiten ausreichendes Einkommen ermöglicht, Rücklagen für einmalige Ausgaben schafft und Mehrleistungen finanziert.

Letzgenannte Mehrleistungen bestehen aus vier Bausteinen: Vorfinanzierung, Mehrpreiszahlung für die Produzentengemeinschaft und Aufwendungen des Einkäufers für Produktentwicklung und Qualitätsmanagement. Sie werden unterschiedlich stark gewichtet und kombiniert - je nach Partnerbedarfsanalyse:

Vorfinanzierung	Mehrpreiszahlung
Produktentwicklung	Qualitätsmanagement

Der Vorfinanzierung kommt eine zentrale Bedeutung zu. Denn sie ermöglicht die Zusammenarbeit mit marginalisierten ProduzentInnen ohne Eigenkapital. Des Weiteren dient sie dem Einkauf von Rohmaterialien und macht Kapital für Investitionen frei. Eine Vorfinanzierung erfolgt als vollwertige Mehrleistung zinslos und auf Risiko des Einkäufers.

Die Mehrpreiszahlung kann einer Produzentengemeinschaft zugute kommen, z. B. für Aus- und Weiterbildung, technische Beratung, Aufgaben im Gesundheitsbereich sowie für soziale oder politische Aufgaben. Eine Mehrpreiszahlung an einzelne ProduzentInnen erfolgt, wenn das Einkommen unterhalb der Armutsgrenze liegt. Die Mehrpreiszahlungen beziehen sich aber nicht auf gesetzlich festgelegte Verpflichtungen des Herstellers oder des Einkäufers.

Mehrleistungen können miteinander kombiniert werden. Der Mindestanspruch an den fairen Preis lautet bei El Puente: der faire Preis muss mindestens eine Mehrleistung enthalten.

Darüber hinaus verhält es sich bei der fairen Preisbildung für Kunsthandwerk wie bei den fair gehandelten Bananen: auch hier spielt der Marktwert eine zentrale Rolle. Der Faire Handel muss auch den „Point of Sale“ in Betracht ziehen. Dies ist insbesondere für Kunsthandwerk schwierig, da es hierfür keinen Weltmarkt und damit auch keinen Weltmarktpreis gibt, an dem man sich orientieren könnte.

Der Bereich Handwerk ist ungleich komplizierter als der Food-Bereich. Handwerk besteht meist aus unterschiedlichen und zusammengeführten Einzelprodukten. Notwendig dafür sind unterschiedliche und unterschiedlich aufwendige Arbeitsprozesse, die unter dem Aspekt des Fairen Handels mitbewertet werden müssen. Es stellt sich die Frage, wie in diesem komplexen Bereich die Fair Handels-Preisbildung standardisiert werden kann.

Preiskalkulation von El Puente für T-Shirts (Organic Cotton T-Shirt, 14,90 €)	
Mwst.	2,06 €
Weltläden	3,90 €
Regionalverteiler	1,61 €
Skonto	0,15 €
Vertrieb EL PUENTE	1,23 €
Import EL PUENTE	0,65 €
Design	0,05 €
Vorfinanzierung	0,10 €
Zoll	0,55 €
Fracht	0,70 €
Mehrpreis für ASSISI Garments	0,50 €
Herstellung des Tshirts	1,60 €
Mehrpreis für VOFA Organic Farmers Coop.	0,25 €
Baumwolle und Verarbeitung	1,55 €

► Der faire Preis in den internationalen Fair Handels-Standards

IFAT und der faire Preis

Gerd Nickoleit, gepa Fair-Handelshaus, Mitglied im Standard and Monitoring Subcommittee der IFAT

Die International Fair Trade Association (IFAT) ist der internationale Zusammenschluss von Fair Handels-Organisationen. Sie hat Standards für Fair Handels-Organisationen entwickelt, die in einem dreistufigen Monitoring-System überprüft werden.

Die Standards stellen den Versuch dar, die Herangehensweise von Fair-Händlern in verbindlichen Regeln festzuschreiben. Die IFAT-Standards bezüglich der Preisbildung im Fairen Handel legen fest:

- Ein fairer Preis muss zwischen allen Beteiligten im Dialog ausgehandelt werden, den ProduzentInnen eine angemessene Bezahlung gewähren und marktfähig sein.
- Wo Strukturen für Preisbildung im Fairen Handel vorhanden sind, dienen diese als Minimum.
- Faire Bezahlung bedeutet eine Vergütung, die von den ProduzentInnen selbst (im lokalen Kontext) als akzeptabel angesehen wird und den Grundsatz bezüglich gleichem Lohn für gleiche Arbeit für Frauen und Männer berücksichtigt.
- Vermarktungs-Organisationen fördern die notwendige Qualifizierung der ProduzentInnen bezüglich Kosten- und Preiskalkulation, um sie in die Lage zu versetzen, einen fairen Preis zu ermitteln.
- Fair Handels-Einkäufer, und -Importeure sichern ihren ProduzentInnen und anderen PartnerInnen prompte Zahlung zu und verhelfen den ProduzentInnen, wo möglich, zu Finanzierung vor der Ernte oder Produktion (Vorauszahlung).
- Die Herstellung von Produkten mit hohem Mehrwert wird gefördert.

Die IFAT hat regional unterschiedliche Indikatoren für die Zahlung eines fairen Preises festgelegt. Es gibt regionale Indikatoren für Afrika, für Asien, für Lateinamerika, für Nordamerika/Pazifik und für Europa. Von den europäischen IFAT-Mitgliedern wird verlangt, dass sie

- mindestens den FLO-Preis zahlen,
- die Preise gemeinsam mit den ProduzentInnen / ZwischenhändlerInnen im Süden festsetzen,
- ihren PartnerInnen im Süden Vorfinanzierung bieten,
- die Zahlungen innerhalb des mit den PartnerInnen vereinbarten Zeitrahmens tätigen,
- langfristige Beziehungen mit den ProduzentInnen / ZwischenhändlerInnen im Süden unterhalten.



Der faire Preis im FLO-System

Dorothee Jung, FLO

FLO (Fair Trade Labelling Organizations International) ist ein Zusammenschluss von nationalen Siegelinitiativen, darunter der TransFair e.V. aus Deutschland. FLO entwickelt Standards, die alle TransFair-gesiegelten Produkte erfüllen müssen.

In Bezug auf die Zahlung eines fairen Preises kann die Standardentwicklung von FLO nicht beim einzelnen Produzenten ansetzen wie bei der Preisbildung der Fair Handels- Importeure, sondern kann sich nur an den durchschnittlichen Produktionskosten orientieren.

Das FLO-System unterscheidet zwischen vier Standardtypen:

- ▶ allgemeine Standards für Kleinbauernorganisationen
- ▶ allgemeine Standards für ArbeiterInnen und Angestellte
- ▶ Produktspezifische Standards
- ▶ Produktspezifische Handelsstandards

Bei den produktspezifischen Handelsstandards spielt der sogenannte faire Preis eine wesentliche Rolle.

Zur Zeit gibt es Standards hauptsächlich für Produkte im Lebensmittelbereich. So gibt es Standards für Bananen, frische Früchte & Gemüse, Fruchtsäfte, Gewürze, Honig, Kaffee, Kakao, Nüsse, Quinoa, Reis, Tee, Trockenfrüchte, Wein und Zucker. Baumwolle, Schnittblumen und Sportbälle bilden die Auswahl der zertifizierten Non-food-Produkte.



Die nachhaltigen Produktionskosten von Honig	
Tatsächliche Produktionskosten der ProduzentInnen (farm gate)	1,15 US\$/kg
Tatsächliche Produktionskosten der Kooperative	0,37 US\$/kg
Exportkosten	0,03 US\$/kg
Business Margin auf der Basis des realen Zinssatzes	0,23 US\$/kg
Nachhaltige Produktionskosten	1,78 US\$/kg

Die Formel des fairen Preises: Preissetzung am Beispiel Honig

FLO hat den Anspruch, dass der faire Preis die Produktionskosten abdecken soll, sowie die gesamten Kosten, die durch die Einhaltung der Sozial- und Umweltstandards entstehen. Der faire Preis wird von FLO definiert als ein Minimumpreis. Sobald der Marktpreis höher ist als der Minimumpreis ist der Marktpreis der relevante Referenzpreis. Damit hat der faire Preis im Sinne von FLO insbesondere eine Schutzfunktion für kleinbäuerliche ProduzentInnen. Darüber hinaus beinhaltet der faire Preis eine Prämie, die zusätzlich zum Minimumpreis gezahlt wird. Damit sollen Investitionen in die soziale und wirtschaftliche Entwicklung bzw. in die Verbesserung der Umwelt ermöglicht werden. Die Prämie ist insbesondere das zentrale Instrument, wenn es um abhängig beschäftigte ArbeiterInnen geht.

Was sind nun die genauen Komponenten des fairen Preises? Das hat FLO für sich mit folgender Formel auf den Punkt gebracht:

$$COSP + DFC + (MD) + (OD) + FIP = FTP$$

oder auf Deutsch: nachhaltige Produktionskosten + direkte Fair Handelskosten + (Marktdifferential) + (Bioaufschlag) + Fair Handels-Prämie = fairer Preis

Was heißt das im Einzelnen?

Cost of Sustainable Production (COSP = nachhaltige Produktionskosten) Die nachhaltigen Produktionskosten setzen sich zusammen aus tatsächlichen Produktionskosten (COP), zusätzlichen Produktionskosten, die durch die Einhaltung der Fair Handels-Standards entstehen und der sogenannten Business Margin. Letztgenannte dient vor allem KleinproduzentInnen als Puffer, um mögliche Falschkalkulationen der eigenen Arbeit auszugleichen und liegt zwischen 5 bis 20 % der tatsächlichen Produktionskosten. Eine Schwäche ist der Umstand, dass es keine klaren Anwendungsregeln für die Business Margin gibt.

Honig ist ein klassisches Produkt von Kleinbäuerinnen und -bauern. FLO ermittelte die realen Produktionskosten ihrer ProduzentInnen für Lateinamerika. Im Fall des Produkts Honig wurde ein FOB-Preis festgesetzt, da die meisten ProduzentInnen selbst exportieren. Die Business Margin berechnet sich auf der Basis des realen Zinssatzes der verschiedenen Länder (zwischen 7,9% und 11,75%) und der Produktionskosten. Das entspricht durchschnittlich 0.23 US\$/kg.

Direct Fairtrade Costs (DFC = Direkte Fair Handelskosten) Die direkten Fair Handelskosten dienen dem Ausgleich der Zertifizierungskosten. Sie sind für einzelne Produktgruppen festgelegt. Für Honig liegen sie bei 0,01 € = 0,012 US\$/kg.

Market Differential (MD = Markt- oder Qualitäts-differential) Das Marktdifferential wird eingesetzt, wenn es aufgrund qualitativer Unterschiede signifikante Kostenunterschiede gibt. Dieses Instrument soll Marktzugänge positiv beeinflussen.

Honig wird in zwei Qualitäten eingestuft, damit auch die ProduzentInnen von weniger gutem Honig ihr Produkt verkaufen können. Nach einem Punktesystem werden max. 35 Punkte vergeben. Ab 18 Punkten bekommt der Honig die Qualitätsstufe A, mit weniger als 18 Punkte die Stufe B, die einen Abschlag von 0.15 US\$/kg zur Folge hat.

Organic Differential (OD = Bioaufschlag) Als Berechnungsgrundlage werden die realen Produktionskosten zu Grunde gelegt. Die Erfahrung der letzten Jahre hat allerdings gezeigt, dass Bioproduktion nicht zwingend höhere Kosten verursacht. In einem Fall von Baumwolle aus Indien waren die Bioproduktionskosten sogar geringer als die vergleichbar konventionellen Produktionskosten. Aber anfallende zusätzliche Kosten für die Bio-Zertifizierung werden mit dem Bioaufschlag aufgefangen.

Bei Honig liegt der Bioaufschlag auf der Basis realer Kosten (Bio-Zertifizierung, zusätzliche Fütterungskosten der Bienen, Behandlung gegen Varoa-Milben) bei 0,08 US\$. Da aber von einem 10% Aufpreis auf konventionellen Honig ausgegangen wird, liegt der Bioaufschlag bei 0,15 US\$/kg.

Fairtrade Investment Premium (FIP = Fair Handels Prämie) Die Berechnungsgrundlage der Fair Handelsprämie wird zur Zeit diskutiert. Ziel ist es, die Berechnung der Prämie im Produktvergleich zu harmonisieren. Zuletzt wurde als Basis der Prämienberechnung 15% der Produktionskosten gewählt.

Da die Nachfrage nach Honig preiselastisch ist (neue große Anbieter wie z. B. China) und der Marktpreis zwischen 1,3 US\$ - 1,5 US\$/kg liegt, wird die Prämie nicht so hoch angesetzt. Bei Honig sind es nur 10%. Das bedeutet 0,15 US\$/kg.

Der von FLO festgelegte faire Preis (FTP) für Honig (US\$/kg)							
Qualität	Nachhaltige Produktionskosten für Honig (COSP)	Direkte Kosten der Zertifizierung (DFC)	Minimumpreis / free on board-Preis	Fair Handels-Prämium (FIP)	Der faire Preis (FTP) für Honig	Bioaufschlag (OD)	Der faire Preis (FTP) für Bio-Honig
A-Qualität	1,78	0,012	1,80	0,15	1,95	0,15	2,10
B-Qualität	1,63	0,012	1,65	0,15	1,80	0,15	1,95



Zum Beispiel Tee

Tee unterliegt spezifischen Regelungen, da Tee ursprünglich vor allem in Plantagen angebaut und von abhängig Beschäftigten kultiviert und verarbeitet wurde. Zunächst gab es keine KleinproduzentInnen im Tee-Bereich. Zielgruppe des Fairen Handels waren daher die LohnarbeiterInnen, die in erster Linie von einer Fair Handels-Prämie profitieren. Aufgrund unterschiedlicher Qualitäten und Sorten ist die Definition eines fairen Minimumpreises beim Tee besonders schwierig. Daher wurde auf die Festsetzung eines Minimumpreises verzichtet. Alle Tee-Preise im Fairen Handel sind Vertragspreise, die frei zwischen ProduzentInnen und HändlerInnen ausgehandelt werden. Zusätzlich wird eine festgelegte Fair Handels-Prämie gezahlt.

Tee Sorten	Fairtrade Prämie/kg Tea
Produziert mit der CTC Methode	0,50 €
Orthodoxe "fannings and dust"	0,50 €
Andere orthodoxe Verarbeitungsmethoden	1,00 €
Rooibos, Kamille, Pfefferminze und Hibiskus	0,50 €

Mittlerweile gibt es aber einen recht hohen Anteil von ca. 35% Kleinbauernkooperativen im FLO-System. Ein Fair Handels-Minimumpreis hätte insbesondere für KleinproduzentInnen eine Bedeutung. Daher spricht viel dafür, zukünftig auch für Tee einen Minimumpreis zu definieren.

Als Kompensation für einen fehlenden Fairen Minimumpreis ist zurzeit die Prämie relativ hoch angesetzt.

Probleme bei der Standardentwicklung

Farm-Gate oder FOB-Preis? Der Farm-Gate-Preis umfasst in der Regel die tatsächlichen Produktionskosten bis zur Beladung des LKW auf dem Gelände der ProduzentIn. Der FOB dagegen beinhaltet die Produktionskosten, die Weiterverarbeitung innerhalb des Produzentenlandes, den Transport zum Ursprungshafen und alle mit dem Export verbundenen Kosten im Erzeugerland.

Die Zielgruppe für Farm-Gate-Preise sind KleinproduzentInnen, die ihre landwirtschaftlichen Erzeugnisse ohne Weiterverarbeitung anbieten. So wurde beispielsweise ein Farm-Gate-Preis für Reis und Weintrauben fest gesetzt. Für den Farm-Gate-Preise spricht, dass ProduzentInnen, die nicht selbst exportieren, ein fairer Preis garantiert wird. Der faire Minimumpreis wird so nah wie möglich an den zertifizierten ProduzentInnen gesetzt. Schwierigkeiten kann es mit einem Farm-Gate Preis geben, wenn das Produkt im Land weiterverarbeitet wird. Oft sind beispielsweise Safthersteller nicht bereit, einen höheren Preis für das Obst zu bezahlen, wenn nicht klar ist, welcher Anteil auf dem Fair Handelsmarkt und wieviel auf dem konventionellen Markt abgesetzt werden kann.

ProduzentInnen, die direkt oder über eine Exportorganisation exportieren, erhalten einen FOB-Preis. Eigener Export bedeutet höhere Eigenverantwortung und langfristig bessere Marktzugangschancen. Kurzfristig birgt diese Regelung aber das Risiko, dass der Exporteur eine zu hohe Marge bekommt.

Länderspezifischer oder globaler fairer Preis?

Der ursprüngliche Anspruch war, möglichst einen fairen Preis pro Produkt festzusetzen, um allen Produzentengruppen gleiche Marktchancen zu ermöglichen. Globale Preise werden vorzugsweise für Produkte wie Kaffee, Honig, Kakao und Säfte gesetzt. Allerdings sollte der Preis im Schnitt kostendeckend sein. Gehen die Produktionskosten zu weit auseinander, wird es schwierig, einen global einheitlichen fairen Minimumpreis zu setzen. Und: bei gleichen Preisen bei gleichzeitig vorliegenden Qualitätsunterschieden entstehen ungleiche Marktchancen.

In der Praxis ist man daher zunehmend dazu übergegangen, regionale Preise festzusetzen. Die regional unterschiedlichen Gegebenheiten sollen damit mehr Berücksichtigung finden. Die Preise spiegeln stärker die realen Produktionskosten in den unterschiedlichen Regionen wider. So werden in letzter Zeit, zum Beispiel im Bereich Frischfrüchte, verstärkt länderspezifische Preise gesetzt. Insbesondere wenn die Erntezeit unterschiedlich ist oder es starke Qualitätsunterschiede gibt, bewirken regionale Preise nicht unbedingt, dass einzelne Produzentengruppen aus dem Markt verdrängt werden. Allerdings bindet diese individuelle Preisgestaltung mehr Ressourcen bei FLO durch den erhöhten Verwaltungsaufwand.

Minimumpreise oder Prämie? Der FLO Vorstand hat unlängst beschlossen, dass für möglichst alle Produkte ein Minimumpreis eingeführt wird. Dabei haben die Produktgruppen Tee und Sportbälle Priorität. Darüber hinaus wird gerade bei FLO die Berechnungsgrundlage der Prämie diskutiert.

Standardsetting - ein permanenter Prozess

Wie kommt FLO nun zur Festlegung von fairen Mindestpreisen? Zuerst werden Referenzpreise auf der Basis realer Produktionskosten entwickelt. Dazu liefern ProduzentInnen die notwendigen Informationen. Im zweiten Schritt werden die Preisvorschläge mit Marktpreisen und weiteren Daten zu den Produktionskosten verglichen. Zur Abstimmung der Daten werden ProduzentInnen, HändlerInnen und Lizenznehmer gehört. Im dritten Schritt dann gehen die Preisvorschläge durch zwei Entscheidungsgremien von FLO. Zuerst werden sie im so genannten „Standard und Grundsatz - Komitee“ beraten. Der Vorstand von FLO ratifiziert oder entscheidet endgültig über die Preisfestsetzungen. Da sich Produktionsbedingungen und Märkte im Laufe der Zeit verändern, werden die Festsetzungen von Zeit zu Zeit überarbeitet.

Das Preissetzungsverfahren ist sehr zeit- und kostenintensiv. Die vielen variablen Faktoren machen eine Modellrechnung schwierig und angreifbar, will man eine allgemeingültige Preissetzung erreichen. Festgelegte Preise bieten darüber hinaus die Gefahr, ineffiziente Produktion zu schützen. Außerdem stellt sich die Frage, wie man mit unterschiedlichen Produktionskosten von KleinbäuerInnen und Plantagen eines Produkts umgeht.

Um den Problemen zu begegnen, arbeitet FLO verstärkt an allgemeingültigen Indikatoren, um das System konsistenter und transparenter zu machen. Es gibt Überlegungen, ein Informationsnetzwerk auf Internetbasis zu installieren, aufbauend auf externen Quellen, sowie Informationen von HändlerInnen und ProduzentInnen. Ein Leitfaden zur Erhebung der Produktionskosten soll entwickelt werden.

Gefördert wird der Aufbau nationaler Plattformen durch die ProduzentInnen, um sie stärker als bisher in die Preissetzung einzubeziehen.

► Aus der Diskussion

Das Beispiel Kunsthandwerk erwies sich in Hinsicht eines fairen Preises als besonders schwierig, da es hierfür keinen Weltmarkt und damit keine Weltmarktpreise gibt und verarbeitete Produkte immer das Problem aufwerfen, dass eigentlich eine ganze Produktionskette Fair Handels-Kriterien erfüllen muss.

Auf internationaler Ebene gibt es Verhandlungen zwischen IFAT und FLO über ein Siegel für Handwerk. Es geht darum, die Systeme von FLO und IFAT kompatibel zu machen. Problematisch scheint die Frage, welche Kosten bei der Erstellung von Standards entstehen und wann die Kosten für Standardsetting und Zertifizierung eine Grenze erreichen, über die hinaus sich eine Zertifizierung nicht mehr lohnt, da der Gesamtumsatz der Ware zu gering ist.

Es wurde diskutiert, inwieweit unterschiedliche Standards für KleinproduzentInnen und Plantagen bzw. Privatfirmen zur Verdrängung von KleinproduzentInnen im Fair Handels-Markt führen können. Auch mögliche Verwerfungen zwischen unterschiedlichen Regionen wurden angesprochen.

Es wurde nachgefragt, warum oft verkürzt der garantierte Mindestpreis für die ProduzentInnen gegenüber den KonsumentInnen als Kern des Fairen Handels kommuniziert wird. Dabei sei doch das Problem der Komplexität eines „fairen“ Mindestpreises offensichtlich.

► Zusammenfassung der Ergebnisse

Die Herangehensweise des Fairen Handels ist deutlich geworden. Am Anfang steht die Frage: Was brauchen die ProduzentInnen? Wie hoch sind Ihre tatsächlichen Produktionskosten? Entscheidend ist, dass die Partner im Süden ermutigt und befähigt werden, eine realistische Kostenkalkulation vorzulegen.

Dann spielen aber natürlich auch Fragen eine Rolle wie: Wie teuer darf ein Produkt sein? Was gibt der Markt her? Was zahlen andere?

Während die Fair Handels-Importeure bei den spezifischen Lebens- und Produktionsbedingungen ihrer Partnerorganisationen ansetzen können, müssen die Standards der internationalen Dachorganisationen allgemeingültiger sein. Die IFAT legt insbesondere großes Gewicht auf die Art der Preissetzung, die partnerschaftlich erfolgen soll, und bittet die Zahlung eines fairen Preises in ein breiteres Konzept der Mehrleistungen ein.

Der internationale Dachverband der Siegelinitiativen FLO (Fair Trade Labelling Organizations International) entwickelt Standards, die alle Fairtrade-gesiegelten Produkte erfüllen müssen. In Bezug auf die Zahlung eines fairen Preises kann diese Standardentwicklung nicht beim einzelnen Produzenten ansetzen, sondern kann sich nur an den durchschnittlichen Produktionskosten orientieren. Grundsätzlich unterscheidet FLO

zwischen einem Minimumpreis und einer Prämie. Der Minimumpreis hat vor allem eine Schutzfunktion für die KleinproduzentInnen. Die Prämie spielt insbesondere im Kontext von LohnarbeiterInnen eine wichtige Rolle.

In der Praxis ist FLO zunehmend dazu übergegangen, regionale Preise festzusetzen, so dass der gesetzte Preis stärker die realen Produktionskosten vor Ort widerspiegelt. Dies führt aber auch dazu, dass die Standardentwicklung aufwendiger und damit teurer wird. Deutlich wurde, wie schwierig es ist, beim fairen Preis allgemeingültige Standards zu entwickeln.

Die Veranstaltung bot ein wichtiges Forum für den Fachaustausch unter den Fair Handels-Organisationen. Von den unterschiedlichen Akteuren im Fairen Handel wurde betont, dass die Zahlung eines Mehrpreises in ein breiteres Konzept von Mehrleistungen für die PartnerInnen im Süden gehört. Auch in der Kommunikation nach Außen sollte dies in Zukunft deutlicher werden. Die Zahlung eines fairen Preises ist ein wichtiges Element im Fairen Handel. Aber: Vorfinanzierung, langfristige Handelsbeziehungen und die Unterstützung bei der Produktentwicklung sind für die Partner im Süden mindestens ebenso wichtig. Auch die Kampagnenarbeit in Deutschland zur Veränderung der Handelspraxis insgesamt bleibt ein wichtiger Bestandteil des Fairen Handels.

► Glossar

Farm gate Der Farm-Gate-Minimumpreis umfasst in der Regel die tatsächlichen Produktionskosten bis zur Beladung des LKW auf dem Gelände der ProduzentIn.

FOB-Preis free on board-Preis: Dieser Minimumpreis im Fairen Handel enthält üblicherweise die Produktionskosten (Arbeit, Material, Kapital), die Weiterverarbeitung im eigenen Land, die Verpackungskosten, Servicekosten beim Exporteur und der Transport bis zum Verschiffungshafen. Man unterscheidet den FOB-Preis insbesondere von der so genannten farm-gate.

IFAT International Fair Trade Association, der internationale Zusammenschluss von Fair Handels-Organisationen. Mitgliedsorganisationen sind Produzentengruppen oder Händler aus dem Süden, Händler aus dem Norden (einzelne Fair Handels-Importeure sowie die Vereinigung der Weltläden) und Hilfsorganisationen, deren Hauptaktivität mit dem Fairen Handel zu tun hat. Die IFAT hat Standards für Fair Handels-Organisationen entwickelt und überprüft ihre Mitgliedsorganisationen in einem dreistufigen Monitoringsystem.

FLO Fair Trade Labelling Organizations International, ein Zusammenschluss von nationalen Siegelinitiativen, darunter der TransFair e.V aus Deutschland. FLO entwickelt Standards für fair gehandelte Produkte und kontrolliert deren Einhaltung. FLO garantiert, dass Produkte mit dem Fairtrade-Siegel überall auf der Welt diesen Fair Handels-Standards entsprechen. FLO ist der weltweit größte Dienstleister für Sozialzertifizierung.

Minimumpreis Der Minimumpreis, den FLO festsetzt, soll die Produktionskosten vor Ort abdecken und den ProduzentInnen ein existenzsicherndes Einkommen ermöglichen.

Prämie Zusätzlich zum Minimumpreis sieht FLO auch die Zahlung einer Fair Handels-Prämie vor, die für die soziale oder wirtschaftliche Entwicklung oder für Umweltverbesserungen eingesetzt werden soll. Über die Verwendung entscheiden die ProduzentInnen demokratisch.

www.forum-fairer-handel.de