

06.03.2013 - 16:25 Uhr

Media Service: Max Havelaar bricht mit Fairtrade-Grundprinzip

Zürich (ots) -

Die internationale Fairtrade-Organisation und die Schweizer Max-Havelaar-Stiftung werden einem Prinzip des fairen Handels untreu. Noch dieses Jahr soll die bisher streng eingehaltene Grundregel, wonach sämtliche Inhaltsstoffe eines Produktes fairtrade-zertifiziert sein müssen, um mit dem Gütesiegel ausgezeichnet zu werden, mit einer neuen Strategie ergänzt werden. Künftig soll es möglich sein, bloss einzelne Rohstoffe wie Kakao oder Zucker zu zertifizieren und diese zusammen mit konventionellen Inhaltsstoffen zu verarbeiten. Auch solche, nur teilweise faire Produkte würden von den Fairtrade-Organisationen gelabelt. Fred Lauener von der Max-Havelaar-Stiftung bestätigt die Recherchen der «Handelszeitung» und begründet den Kurswechsel damit, dass die Bauern in den Entwicklungsländern ihre Verkäufe steigern müssten: «Wir müssen raus aus den Nischen in die Massenmärkte.» Er verspricht, dass Produkte nach neuem Fairtrade-Modell nicht das bekannte Max-Havelaar-Logo tragen werden.

Bei den Partnern von Max Havelaar werden die Änderungen skeptisch bis kritisch aufgenommen. Coop, klar grösster Verkäufer von Fairtrade-Produkten, unterstützt zwar das Anliegen, den Kleinbauern bessere Absatzchancen und damit Einkommen zu ermöglichen. «Eine klare Auslobung mit dem Gütesiegel sollte aus Sicht von Coop nur dann möglich sein, wenn wirklich die strengen Anforderungen erfüllt sind», so das Unternehmen. In Ordnung sei, auf der Verpackung aufzuführen, dass einzelne Produktbestandteile aus fairem Handel stammen. In der Kennzeichnung sieht auch Josianne Walpen vom Konsumentenschutz die Knacknuss: «Das bestehende Label darf nicht verwässert werden.» Zu überlegen sei eine «Kennzeichnung in der Inhaltsliste». Ähnlich argumentiert auch die Migros.

Kritischer ist Yolando Roggo von Claro Fair Trade: «Wo Fairtrade drauf steht muss auch Fairtrade drin sein.» Je mehr unterschiedliche Standards oder Teilstandards es gebe, desto schwieriger werde es für die Konsumenten, sich an einem Label zu orientieren. Produkte, in denen weniger als 50 Prozent fair gehandelte Rohstoffe verwendet würden, sollten gar kein Label tragen dürfen. «Ansonsten verkommt das Fairtrade-Label immer mehr zu einem reinen Marketing-Instrument.»

Kontakt:

Mehr Informationen erhalten Sie bei der «Handelszeitung» unter der Nummer 043 444 59 00.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100009535/100734099> abgerufen werden.