

Nicht auf dem Label sitzen bleiben

Die Frauenfelder Bananenfrauen melden sich zurück. Vierzig Jahre nach ihrem legendären Leiterwagen-Umzug und mutigen Forderungen zogen sie gestern erneut durch die Innenstadt. Ihr Appell: Mehr Gerechtigkeit im fairen Handel.

EVI BIEDERMANN

FRAUENFELD. Sie haben viel erreicht, doch zufrieden sind die Bananenfrauen noch nicht. Mutig gingen am 19. Oktober 1973 40 Frauenfelderinnen mit Leiterwagen voller Bananen auf die Strasse und forderten 15 Rappen mehr pro Kilo Bananen für die Bauern aus den Entwicklungsländern. Heute bezahlen die Konsumenten zwar mehr für ein Kilo Bananen als vor 40 Jahren, doch der Mehrwert kommt nicht den Produzenten zugute, sondern hauptsächlich den Supermärkten und Grosskonzernen, beanstanden die Bananenfrauen. Dank ihrem Aufstand ist in den Jahren danach in der Schweiz auch die Fair-Trade-Bewegung entstanden.

Fair Trade ist heute ein bekannter Begriff und beschränkt sich längst nicht mehr auf Bananen. Das bekannteste Gütesiegel ist Max Havelaar, mit dessen Produkten die Migros 2011 81 Millionen Franken umsetzte. Und Coop zählt mit rund 300 verschiedenen Fair-Trade-Artikeln mittlerweile zum grössten Anbieter von Max-Havelaar-Produkten in der Schweiz.

Nur noch vier von acht

Doch ist der Handel dank Fair Trade gerechter geworden? Das fragen sich nicht nur die Frauenfelder Bananenfrauen, sondern auch die Aktivisten ihrer Nachfolgeorganisationen Gebana (Gerechter Bananenhandel) und Terrafair (Verein für gerechten Handel), die gestern gemeinsam durch die Strassen der Innenstadt gingen.

Vom harten Kern der Frauenfelderinnen waren Ursula Brunner, Änni Rotzler, Doris Kolb und Liselotte Raeschle anwesend, die anderen vier der hartnäckigen Kämpferinnen sind gemäss Ursula Brunner bereits gestorben. Wie einst zierten Leiterwagen voller Bananen das Gruppenbild, welche die Aktivisten zusammen mit einer eigenen Bananenzeitung an Passanten verteilten. In ein Gespräch verwickeln – wie damals vor 40 Jahren – liess sich gestern jedoch kaum jemand. «Max Havelaar? Ja, klar, kenn ich», sagten die meisten, streckten die Hand nach der Banane aus und eilten weiter. Manche fügten auch an: «Die kaufe ich auch» oder «eine gute Sache».

Verwässerte Vorstellungen

Solche Reaktionen spiegeln die heutige Meinung der Bevölkerung. Fair Trade bedeutet für die meisten Schweizer gute Produkte sowie Produktion und Handel zu fairen Konditionen und Bedingungen. Dem sei aber nicht so, sagt Ursula Brunner. «Handel ist nie gerecht», erklärt die Initiantin der Bananenfrauen-Bewegung, und was im Handel passiere, sei schwer zu kontrollieren. Zahlen zeigten jedoch eindeutig: «Noch immer fliesst zu viel Geld in die Kassen der Grossverteiler». Das bedeute auch, dass die Wertschöpfung in den reichen Konsumländern stattfinde. Hier müsse man erneut ansetzen und die Bevölkerung weiter sensibilisieren, meint Rotzler. Man habe zwar viel erreicht, «doch nun müssen wir aufpassen, dass wir uns nicht auf dem Label 'fair' ausruhen.»

Engagement vor Ort

In einem Schreiben an Nestlé, Starbucks, Migros, Coop, Emmi und Mc Donalds fordern nun die Fair-Trade-Aktivisten von den Unternehmen einen fairen Umgang mit den Bauern im Süden. Faire Bananen etwa, rechnen sie vor, kosteten pro Kilo 1,13 Franken mehr als Billig-Bananen. Davon behielten die Grossverteiler 75 Rappen, die Produzenten erhielten nur 17 Rappen. Gegen dieses Missverhältnis wehren sie sich und appellieren an den Einfluss, den grosse Unternehmen ausüben können. «Ein Label garantiert das Einhalten für Standards», schreiben sie, «mehr Gerechtigkeit kann jedoch nur durch Dialog und Engagement vor Ort erreicht werden».