

Die externen Kosten der Bananenproduktion: Eine globale Studie

Forschungsbericht
Erstellt für Fairtrade International

Executive summary



True Price

True Price ist ein soziales Unternehmen mit dem Ziel, zu einem inklusiven Wirtschaftskreislauf (unter Einbeziehung der derzeit externalisierten Kosten) beizutragen, indem es dafür benötigte Informationen bereitstellt. True Price hilft Organisationen – von multinationalen Konzernen, über kleine und mittlere Unternehmen bis zu Nichtregierungsorganisationen und Regierungen – deren externalisierte Kosten konkret zu bestimmen und so ihre ökonomische, ökologische und soziale Wirkung zu verbessern. True Price arbeitet bei der Bereitstellung von Forschungsdienstleistungen direkt mit den Organisationen zusammen. Zusätzlich ermöglicht True Price es den Organisationen durch die Entwicklung von Open-Source-Instrumenten, ihre Wirkung sachbezogen, fundiert und umfassend zu messen.

www.trueprice.org

Trucost

Trucost hilft Unternehmen und Investoren dabei, erfolgreicher zu sein, indem sie die ökonomische Bedeutung von Umweltfragen erkennen. Unsere Messdaten-basierten Erkenntnisse ermöglichen es den Unternehmen, Risiken abzuschätzen und Wachstumspotenziale zu erkennen. Wir sind weltweit führende Experten bei der Quantifizierung und Bewertung von Umwelteinflüssen, die durch Arbeitsabläufe, Lieferketten, Produktionsprozesse und Kapitalflüsse entstehen. Indem wir Verschmutzung und Ressourcenverbrauch mit einem Preis versehen, bringen wir Naturkapital als Faktor in Geschäfts- und Investitionsentscheidungen ein. Über Filialen in Europa, den USA und Asien arbeitet Trucost weltweit mit Unternehmen, um Einnahmen zu steigern, Kommunikation zu verbessern, Marktnachfrage zu erfüllen und Übereinstimmung mit den jeweils geltenden gesetzlichen Bestimmungen herzustellen.

www.trucost.com

Weitere Experten

José Rafael Madriz (CLAC, Coordinadora Latinomamerica y de Caribe, lateinamerikanisches Fairtrade-Produzentennetzwerk)

Zusammenfassung

Bislang hat die Bananenproduktion negative Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft. Dadurch entstehen sogenannte externe ökologische und soziale Kosten, die bislang nicht genau bekannt waren und nicht konkret beziffert werden konnten. Gleichzeitig fordern verschiedene Interessenvertreter mehr Nachhaltigkeit und Transparenz im Bananensektor was die Unternehmen dazu zwingt, bisher externalisierten Kosten in ihre Kalkulationen miteinzubeziehen. Somit sieht sich der Bananensektor vor die Aufgabe gestellt, die Bananenproduktion nachhaltiger und mit geringeren externalisierten Kosten zu gestalten.

Im Zuge dieser Herausforderung hat Fairtrade International True Price und Trucost damit beauftragt, die weltweit erste Studie zu externen ökologischen und sozialen Kosten der Bananenproduktion in den wichtigsten Anbauländern Kolumbien, der Dominikanischen Republik, Ecuador und Peru durchzuführen. Zu den sozialen Auswirkungen, die in der Studie behandelt werden, zählen sozial-arbeitsbezogene Probleme wie etwa Unterbezahlung, Gesundheit und Arbeitssicherheit, Überstunden, soziale Absicherung, Kinderarbeit, Belästigung und Bedrohung am Arbeitsplatz, sowie Zwangsarbeit. In

dieser Studie untersuchte Umweltauswirkungen, sind Klimawandel, Landnutzung, Wasserverknappung, Land-, Wasser- und Luftverschmutzung, sowie Abfallwirtschaft.

In Zusammenarbeit mit Fairtrade International haben True Price und Trucost sowohl sektorkennzeichnende Durchschnittsdaten aus Forschungsliteratur und Expertenmeinungen gesammelt, als auch Primärdaten zu Produktionsprozessen, Arbeitsbedingungen und Umweltwirkungen von 15 Fairtrade-Plantagen und 97 Fairtrade-Kleinbauernorganisationen in vier Ländern erhoben. Mit Hilfe dieser Daten sollten drei Forschungsfragen beantwortet werden:

1. Welche externen sozialen und ökologischen Kosten entstehen in der Bananenbranche¹?

Die durchschnittlichen² externen Kosten für eine Kiste Bananen (18,14 kg) betragen 6,70 US-Dollar³. Die wichtigsten sozialen Kosten sind die unzureichende Entlohnung und mangelhafte soziale Absicherung der Arbeiter, und die unzureichenden Einkünfte der kleinbäuerlichen Produzenten. Die wichtigsten ökologischen Kosten betreffen Landnutzung, Wasserverknappung und Klimawandel. Die sozialen Kosten (60%) sind höher als die ökologischen Kosten (40%).

2. In welchem Verhältnis stehen die externen Kosten von Fairtrade-Bananen zu denen der gesamten Bananenbranche?

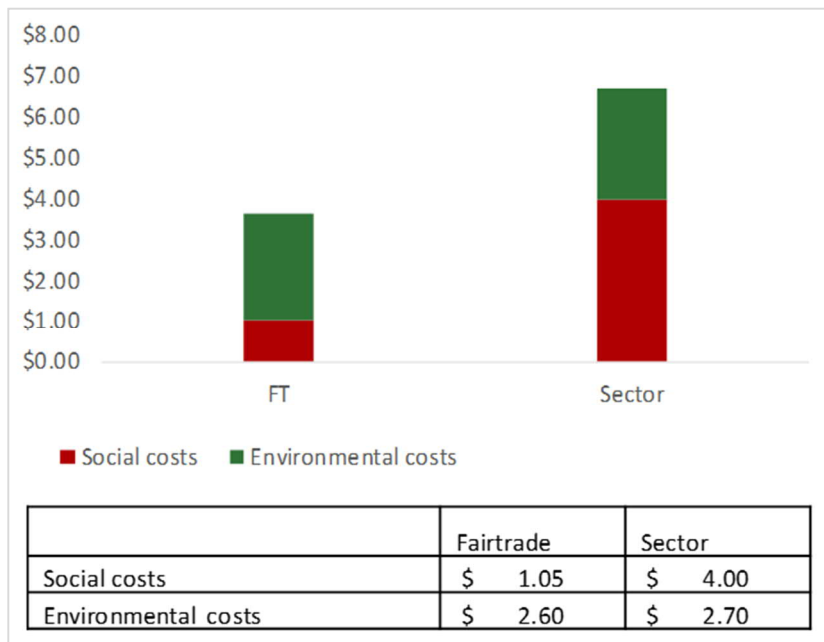
Die externen Kosten von Fairtrade-Produzenten liegen in allen Ländern unter den branchenüblichen Vergleichswerten. Bei Fairtrade-Produzenten liegen die durchschnittlichen externen Kosten mit 3,65 US-Dollar pro Kiste Bananen deutlich unter dem Branchendurchschnitt von 6,70 US-Dollar.

Fairtrade-Produzenten haben erheblich geringere externalisierte soziale Kosten als die Branche insgesamt. Die externalisierten ökologischen Kosten von Fairtrade-Produzenten variieren je nach Land, sind aber im Durchschnitt den branchenüblichen Vergleichswerten sehr ähnlich. Daher sind für Fairtrade-Bananenproduzenten, anders als im konventionellen Anbau, die ökologischen Kosten vergleichsweise höher als die sozialen Kosten. Die wichtigsten Faktoren für die Differenz von Fairtrade- und Nicht-Fairtrade-Bananen sind die Löhne und die soziale Absicherung der Arbeitnehmer, die Ertragshöhe, der Wasserverbrauch und die Menge der verwendeten Düngemittel. Fairtrade-Produzenten in der Dominikanischen Republik stehen bei den externen Kosten noch immer vor Herausforderungen, während Produzenten in anderen Ländern wie etwa Kolumbien auf einem guten Weg sind, die externen Kosten auf null zu senken.

¹ Die Bananenbranche umfasst sowohl zertifizierte, als auch nicht-zertifizierte Bananenproduzenten.

² Gemeint ist der Durchschnittswert ohne Differenzierung zwischen biologischem und konventionellem Anbau.

³ Stand des US-Dollars von 2015.



External costs per Fairtrade (FT) and sector average box of bananas (18.14 kg)

3. Welche Möglichkeiten gibt es, die externen Kosten in der Bananenindustrie zu reduzieren?

Die Bananenindustrie kann von Fairtrade-Praktiken lernen, maßgebliche Faktoren für soziale Probleme zu verringern, wie beispielsweise unzureichende Bezahlung. Zugleich bestehen weitere Entwicklungschancen für den Bananensektor, etwa durch eine stärkere Berücksichtigung von Umwelt- und Sozialfragen und die Einführung von Produktionsverfahren aus dem Fairtrade-Bereich, mit denen die externen Kosten gesenkt werden können. Sowohl der Fairtrade- als auch der Nicht-Fairtrade-Sektor können von leistungsstarken Fairtrade-Produzenten lernen, ihre Ausbildungskompetenz und Leistungsfähigkeit zu verbessern. So könnte etwa durch den genauer bemessenen Einsatz von Betriebsmitteln wie Düngemittel, Energie und Wasser die Produktion optimiert werden, was neben einer Senkung der ökologischen Kosten durch Flächennutzung, Klimawandel und Wasserverknappung auch zur Verbesserung der Lebensbedingungen der Produzenten führen würde. Durch Investitionen in die Arbeitseffizienz könnten außerdem die sozialen Kosten gesenkt werden, die durch unzureichende Löhne und mangelnde soziale Absicherung entstehen. Und schließlich kann Fairtrade durch eine optimale Investition der Fairtrade-Prämie die Produktion nachhaltiger gestalten.

Aus dem Innovationscharakter der vorliegenden Forschung, der Art der Daten sowie der Forschungsmethode ergeben sich bezüglich der in der Studie vorgestellten Ergebnisse bestimmte Beschränkungen. Obwohl die Unterschiede zwischen Fairtrade-Produktion und dem Branchendurchschnitt analysiert werden, kann infolge des dafür zu kurzen Messzeitraum keine Aussage über die Langzeitfolgen von Fairtrade-Produktion getroffen werden. Ebenso wird kein statistischer Vergleich zwischen Fairtrade- und nicht-zertifizierten Produzenten vorgenommen. Eine ausführliche Darstellung der Beschränkungen findet sich in Abschnitt 4 der Studie.

Die vorliegende aktuelle Studie stellt dennoch eine solide Grundlage für eine positive Veränderung der externen Kosten in der Bananenproduktion dar. Sie zeigt nicht nur, dass bei der Bananenproduktion

systematisch erhebliche externe Kosten für soziale und ökologische Zwecke entstehen, sondern auch, dass die externen Kosten von Fairtrade-Produzenten im Durchschnitt geringer sind; und schließlich, dass die Branche insgesamt von vorbildlichen Produzenten lernen kann. Diese Erkenntnisse könnten der Branche helfen, Rahmenbedingungen zu formulieren, um bis zum Jahr 2030 eine nachhaltige Bananenproduktion zu realisieren.



FAIRTRADE
INTERNATIONAL

Bonner Talweg 177
53129 Bonn
Germany

Telephone +49 (0) 228 94 92 30
Telefax +49 (0) 228 24 21 713
info@fairtrade.net
www.fairtrade.net

twitter.com/fairtrade
facebook.com/fairtrade
fairtrade.tumblr.com