INSTITUT FÜR ÖKONOMIE
UND ÖKUMENE

Von der Staude bis zum Konsumenten

Die Wertschöpfungskette von Bananen

Friedel Hütz-Adams, Lara Ertener

Impressum

Erscheinungsort und Datum:
Siegburg, August 2012

Herausgeber:
SÜDWIND e.V. –
Institut für Ökonomie und Ökumene
Lindenstraße 58–60
53721 Siegburg
Tel.: +49 (0)2241-53617
Fax: + 49 (0)2241-51308
info@suedwind-institut.de
www.suedwind-institut.de

Bankverbindung:
KD-Bank
Konto-Nr.: 99 88 77
BLZ: 350 601 90

Autor/in:
Friedel Hütz-Adams, Lara Ertener

Redaktion und Korrektur:
Bettina Jahn

V.i.S.d.P.:
Martina Schaub

Gestaltung und Satz:
Frank Zander, Berlin

Titelfoto:
Gabriel Oliveira/www.sxc.hu

ISBN:
978-3-929704-68-6

Der Herausgeber ist für den Inhalt allein verantwortlich.

Mit finanzieller Unterstützung des BMZ.

BMZ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

Diese Publikation wurde vom Evangelischen Entwicklungsdienst (EED) und dem Evangelischen Kirchenverband Köln und Region gefördert.

Inhalt

1. Die Wertschöpfungskette von Bananen 3

2. Von der Plantage zum Händler 4

2.1 Herkunft und Eigenschaften 4

2.2 Grundnahrungsmittel versus Nebenmahlzeit 5

2.3 Kleinbauern und Großplantagen 5

2.4 Zollsätze und Wechselkurse bestimmen Handelswege 6

2.5 Ernte und Verpackung 6

2.5.1 Costa Rica 7
2.5.2 Kolumbien 8
2.5.3 Ecuador 8

2.6 Transport und Reifung 9

3. Der deutsche Markt 12

3.1 Stagnierende Importe 12

3.2 Harter Konkurrenzkampf 13

4. Preisgestaltung in der Wertschöpfungskette 14

4.1 Geringer Anteil der Anbauländer 14

4.2 Zertifizierung als Ausweg? 15

5. Schlussfolgerungen 17

Verwendete Literatur 18

1. Die Wertschöpfungskette von Bananen

Bananen sind nach Äpfeln das meistverzehrte Obst in Deutschland und den meisten anderen Industrienationen. Sie enthalten Vitamine und größere Mengen der Mineralstoffe Kalium, Phosphor, Eisen, Magnesium, Mangan und Kupfer, zudem Zucker und Ballaststoffe. Daher eignen sie sich gut als Mahlzeit für zwischendurch und als Sportlernahrung; auch als Babynahrung und Pausensnack sind sie sehr beliebt. In Supermärkten, in denen Kundinnen und Kunden ihre Produkte selbst abwiegen, haben Bananen die Nummer „1“ an der Obstwaage.

Bevor die Bananen die Kundinnen und Kunden erreichen, haben sie eine weite Reise hinter sich, da die Pflanze nur in den Tropen und Subtropen wächst. Getrübt wird die Beliebtheit dadurch, dass es immer wieder Berichte über Missstände in den Anbaugebieten gibt, die sozialen und ökologischen Bedingungen auf den Plantagen sind oftmals problematisch.

Auf den ersten Blick scheint es so, als müsste dies einfach zu beheben sein, da der Weg vom Feld zum Supermarkt verglichen mit verarbeiteten Produkten relativ kurz ist. Doch um eine so verderbliche Frucht wie die Banane in einem guten Zustand auf die hiesigen Märkte zu bringen, ist eine genau aufeinander abgestimmte Lieferkette erforderlich, die von der Plantage über die Verpackung, die Verschiffung und die Reifung bis zum Transport in den Supermarkt reicht (Tabelle 1).

Die verschiedenen Stufen innerhalb der Wertschöpfungskette von Bananen können durch einzelne Unternehmen durchgeführt werden, die jeweils einen oder nur wenige Schritte übernehmen. Allerdings war in den vergangenen Jahren die Tendenz zu beobachten, dass immer weniger Unternehmen immer mehr Stufen auf sich vereinigen. Im Extremfall kontrolliert ein multinationaler Konzern vom Anbau bis zur Reifung der Bananen die gesamte Kette, so dass als weiteres Glied lediglich der Einzelhandel hinzu kommt (Morazán 2012: 10).

Definition einer Wertschöpfungskette

Ursprünglich wurde der Begriff „Wertschöpfungskette“ angewendet, um die Abläufe der Beschaffung und Produktion innerhalb von Unternehmen zu beschreiben. Mittlerweile wird die Bezeichnung auch verwendet, um die gesamte Produktionskette vom Anbau oder Abbau eines Rohstoffes, die Weiterverarbeitung, den Handel und die Kundinnen und Kunden bis hin zur Entsorgung zu erfassen. Analysiert wird neben der Verteilung der Kosten auch die Macht innerhalb der Wertschöpfungskette. Entwicklungspolitisch orientierte Forschungseinrichtungen fragen zudem, wie die Situation der Menschen verbessert werden kann, die in Entwicklungsländern Produkte für den Weltmarkt anbauen oder produzieren.

Tabelle 1:
Die Wertschöpfungskette der Bananen

Anbau und erste Verarbeitungsschritte

- Pflanzen und Pflegen der Bananenstauden
- Ernte
- Säubern der Bananen
- Sortieren und Verpacken in Kartons

Produktion von Dünger und Pestiziden, Verpackungsfolien, Kartons

Finanzierung durch Banken

Handelsstufen

- Export
- Import
- Reifung
- Großhändler

Bau von Kühlschiffen oder Transportcontainern

Der Weg zum Kunden

- Transport in die Geschäfte
- Verkaufen
- Verbrauchen
- Entsorgen

2. Von der Plantage zum Händler

▸ 2.1 Herkunft und Eigenschaften

Der heutige Name „Banane“ stammt vermutlich von dem arabischen Wort „banan“, das „Finger“ bedeutet. Doch nicht nur die Früchte werden genutzt: Bananenblätter dienen in vielen Regionen als Baumaterial, als ökologische Verpackung oder als Tellerersatz.

Die inzwischen weltweit verbreitete Frucht mit dem botanischen Namen „musa x paradisiaca“ stammt ursprünglich vermutlich von der malaiischen Halbinsel in Südostasien und gelangte von dort nach Indien, wo sie das erste Mal schriftlich erwähnt wird. In der indischen Mythologie gilt sie als Frucht des Paradieses. Schon Alexander der Große soll auf seinem Asien-Feldzug um etwa 330 v. Chr. eine Banane gekostet haben. Arabische Händler brachten die Banane nach Madagaskar und von dort auf den afrikanischen Kontinent, wo sich hervorragende klimatische Bedingungen für den Anbau vorfanden und die Banane heute zu den Grundnahrungsmitteln gehört. Portugiesische Händler bauten sie auf den vor der Küste Westafrikas gelegenen Kanarischen Inseln an, von wo sie die Europäer im 15. und 16. Jahrhundert mit nach Amerika nahmen. Auch dort herrschten perfekte Bedingungen für den Anbau der Frucht.

Bananenpflanzen benötigen ein gleichmäßig warmes Klima mit einer Jahresdurchschnittstemperatur von mehr als 20°C und gut verteilten Niederschlägen von 2000 bis 2500 mm. Sie benötigen eine hohe Lichtintensität und sind äußerst windanfällig, da sie über eine sehr geringe Standfestigkeit verfügen. Der Boden sollte locker und in den oberen 20 cm reich an organischem Material sein. Der optimale pH-Wert liegt bei 5,5 bis 6,5. Da der Nährstoffentzug der Banane sehr groß ist, bevorzugen sie fruchtbare vulkanische oder angeschwemmte (alluviale) Böden.

Es gibt über 100 Bananensorten und viele Unterarten, Foto: Ian Ransley Design+Illustration/Flickr.com

Im botanischen Sinne ist die Banane eine Beere. Bananen wachsen an Stauden, die über eine unterirdische Wurzelknolle, Rhizom genannt, verfügen. Der Stamm der Bananenpflanze ist nur ein „Scheinstamm“, da er von den Blattscheiden gebildet wird und keine Holzfasern enthält. Die Bananenstaude trägt nur einmal Früchte und der „Scheinstamm“ stirbt nach der Ernte ab. Dann entwickelt sich ein bereits vorhandener Schössling weiter und bildet einen neuen Blütenstand, dies dauert in der Regel sieben bis neun Monate. Aus den weiblichen Blüten, die im Bogen nach unten wachsen, entwickeln sich die fingerförmigen Früchte, die in Gruppen („Hände“ genannt) zusammenstehen. Die Früchte wachsen zunächst im Schatten eines sie verdeckenden Blütenblattes; sobald dieses abfällt, recken sich die vorher nach unten gewachsenen Früchte zur Sonneneinstrahlung hin und erhalten so ihre krumme Form. Bananen sind klimakterische Früchte, sie reifen also nach der Ernte nach.

Cavendish setzt sich durch

Grundsätzlich unterscheidet man Bananen zwischen der bei uns beliebten süßen „Obstbanane“ und der „Kochbanane“, die in vielen Teilen der Welt als Grundnahrungsmittel dient. Die weltweit am häufigsten für den Export angebaute Sorte war bis in die 1960er Jahre hinein die „Gros Michel“, die jedoch großflächig von der durch einen Pilz verursachten „Panama-Krankheit“ angegriffen und vernichtet wurde. Als Alternative wurde die Cavendish-Banane angebaut, die heute die wirtschaftlich bedeutendste Bananensorte ist und der fast alle exportierten Obstbananen entstammen. Grund für den Anbau der Cavendish war ihre anfängliche Immunität gegenüber der Panama-Krankheit, allerdings sind mittlerweile auch Cavendish-Pflanzungen von der Panama-Krankheit betroffen. Darüber hinaus werden die Bananenstauden von vielen weiteren Krankheiten bedroht, darunter die Pilzkrankheit „Schwarze Sigatoka“, die derzeit weit verbreitet ist und nur durch sehr häufiges Besprühen mit Pestiziden bekämpft werden kann.

▸ 2.2 Grundnahrungsmittel versus Nebenmahlzeit

Während man in Deutschland fast ausschließlich Bananen der Sorte Cavendish in den Läden findet, die als Obst und somit als Nebenmahlzeit gegessen werden, sind die unterschiedlichsten Bananensorten – es gibt mehr als 100 und viele Unterarten – weltweit in vielen Staaten ein Grundnahrungsmittel.

Insbesondere für mehrere hundert Millionen Menschen, die in den ärmsten Ländern leben, haben Bananen eine große Bedeutung und decken 12 % bis 27 % des täglichen Kalorienbedarfes. Den größten Pro-Kopf-Verbrauch haben die Einwohner von Staaten wie Uganda, Ruanda, Kamerun oder Gabun, wo Schätzungen zufolge mehr als 100 kg pro Jahr verzehrt werden. Dies sind vor allem Kochbananen, die eher als Gemüse denn als Obst gegessen werden und fast ausschließlich in den Ländern verbraucht werden, in denen sie wachsen (UNCTAD 2012: 1–2; FAO Online Statistik).

In den Industrienationen ist der Pro-Kopf-Verbrauch weit geringer, da Bananen als Obst verzehrt werden: In Deutschland liegt der Verbrauch bei knapp 12 kg pro Jahr (Statistisches Bundesamt 2012: 709).

Mit weitem Abstand größter Produzent von Obstbananen ist Indien vor China und den Philippinen. Erst dann folgt mit Ecuador der größte Exporteur von Bananen, wo lediglich knapp 8 % der gesamten Welternte angebaut werden (Tabelle 2).

Der hohe lokale Verbrauch in vielen Anbauländern ist der Grund dafür, dass von den mehr als 100 Mio. Tonnen Obstbananen, die jährlich geerntet werden, lediglich etwa 16 Mio. Tonnen international gehandelt werden. Wichtigste Exportregionen von Bananen sind Zentralamerika (46 %), Südamerika (30 %), Asien (15 %) und Afrika (3 %). Auch in Europa werden etwa 650.000 Tonnen Bananen im Jahr geerntet, die ausschließlich innerhalb der EU verzehrt werden und rund 10 % des europäischen Bedarfs decken. Die wichtigsten Importregionen sind die EU (5,2 Mio. Tonnen) und Nordamerika (4,1 Mio. Tonnen), in den vergangenen Jahren ist zudem der Export nach Osteuropa und Asien (Japan) massiv gestiegen (Loeillet 2012: 1).

Tabelle 2:
Die 11 größten Produzenten von Obstbananen (2010, ohne Kochbananen, in Tonnen)

Indien	31.897.900
China	9.848.895
Philippinen	9.101.340
Ecuador	7.931.060
Brasilien	6.978.310
Indonesien	5.814.580
Tansania	2.924.700
Guatemala	2.621.500
Mexiko	2.103.360
Kolumbien	2.034.340
Costa Rica	1.803.940
Welt	**102.114.819**

Quelle: FAO.

▸ 2.3 Kleinbauern und Großplantagen

Schätzungen zufolge stammen mehr als 80 % der weltweit geernteten Bananen von Kleinbetrieben mit einer Größe von 0,1–10 Hektar. Die Kleinbauern decken vor allem den lokalen Bedarf. Mehr als 80 % der für den Export bestimmten Bananen stammen dagegen von großen Plantagen, die in der Regel zwischen 100 und 5.000 Hektar groß sind. Die restlichen 20 % stammen von kleinen und mittleren Betrieben, die massive Probleme haben, mit den Plantagen zu konkurrieren, da Letztere durch ihre schiere Größe häufig deutlich billiger produzieren können. Schon die Waldrodung oder die Bearbeitung von zuvor anders bebauten Flächen ist auf Plantagen wesentlich preiswerter als in kleinen Anlagen. Gleiches gilt für die Anlage von Gräben oder die Verlegung von Rohren zur Ent- und Bewässerung, die Ausbringung von Pestiziden sowie die Ernte und den damit verbundenen logistischen Aufwand für den Abtransport der Bananen (Morazán 2012: 10).

Großunternehmen können durch den Aufbau von Plantagen in verschiedenen Regionen und Staaten Risiken abfedern: Kommt es in einem Anbaugebiet durch Schädlingsbefall, Überschwemmungen oder

Dürren zu Ernteausfällen, kann dies durch konstante Erträge in anderen Regionen abgefedert werden. Für Kleinbauern dagegen kann der Verlust einer einzigen Ernte die Lebensgrundlage der Familie zerstören.

Eine latente Überproduktion auf dem Markt sorgt dafür, dass Naturkatastrophen wie etwa große Überschwemmungen in Kolumbien im Dezember 2010 zwar verheerende Auswirkungen auf die Produzenten haben, doch auf dem Weltmarkt kaum wahrgenommen werden.

▸ 2.4 Zollsätze und Wechselkurse bestimmen Handelswege

Die Banane spielte eine wichtige Rolle in den Handelsbeziehungen zwischen Europa und den ehemaligen Kolonien. Über Jahrzehnte beeinflussten Abkommen zwischen der EU und ehemaligen Kolonien in Afrika, der Karibik und im Pazifik (AKP-Staaten) den Handel, da diese Staaten Zollvergünstigungen erhielten. Dies hat dazu geführt, dass Kleinbauern – insbesondere aus den ehemaligen britischen Kolonien (Jamaika) oder den französischen Überseegebieten (St. Lucia oder St. Vincent) – lange Zeit mit den großen Plantagen Mittel- und Südamerikas konkurrieren konnten. Seit dem Jahr 1993 wurden die Abkommen jedoch mehrfach verändert, nicht zuletzt da sich Produzenten aus nichtbegünstigten Regionen mit Hilfe der US-Regierung bei der Welthandelsorganisation über diese Bevorzugung der Konkurrenten erfolgreich beschwerten. Derzeit werden die Zölle auf Bananen, die nicht aus den AKP-Staaten kommen, schrittweise gesenkt und liegen im Jahr 2012 bei 136 Euro je Tonne (Loeillet 2012: 2).

Neben den Zollsätzen haben Währungsschwankungen einen erheblichen Einfluss auf die Wettbewerbsfähigkeit von Bananenproduzenten. In Mittel- und Südamerika ist ein großer Teil der Währungen direkt oder indirekt an den US-Dollar gekoppelt, Ecuador hat den US-Dollar sogar als Währung übernommen. Dort fällt ein großer Teil der Kosten somit in US-Dollar an. Gleiches gilt auch bei den internationalen Unternehmen, die die Bananen transportieren. Schwankungen des Wertes des Euro zum US-Dollar haben somit erheblichen Einfluss auf die Bananenproduzenten.

▸ 2.5 Ernte und Verpackung

Ein wichtiger Kostenfaktor beim Anbau von Bananen ist der Lohn für die Beschäftigten. Die Bananenplantagen müssen aufwändig gepflegt werden: Die an den Stauden wachsenden Fruchtbüschel werden in Plastiktüten eingehüllt, um sie vor Schädlingsbefall zu schützen; der eigentliche Ernteprozess ist ebenfalls größtenteils Handarbeit. Ein „Abschneider“ schneidet den Stängel der Bananenstaude vorsichtig durch, so dass diese langsam auf die Schulter des ihn begleitenden „Hintermanns“ gleitet. Der trägt dann die bis zu 50 kg schwere Staude zu einem der Transportseile, die große Plantagen durchziehen. Die Staude wird in das Seil eingehängt und automatisch zur Verpackungsanlage transportiert. Die harte und viel Kraft erfordernde Arbeit wird fast ausschließlich von Männern erledigt.

Die Löhne sind sehr niedrig (Tabelle 3). Allerdings gibt es erhebliche Unterschiede bei der Durchsetzung von Verbesserungen auf den Plantagen. In Costa Rica und Ecuador liegt der Anteil gewerkschaftlich organisierter Arbeiter beispielsweise bei unter 10 %, während es in Guatemala 45 % und in Kolumbien und Panama sogar 90 % sind. In Ländern mit starker Organisierung konnten in der Vergangenheit einige Verbesserungen erreicht werden (Morazán 2012: 11).

Tabelle 3:
Tageslöhne der Beschäftigten auf einer Bananenplantage (2011)

Ecuador	1,5 US-Dollar
Honduras	5 US-Dollar
Guatemala	5 US-Dollar
Nicaragua	5 US-Dollar
Costa Rica	7 US-Dollar

Quelle: Morazán 2012: 7.

In der Verpackungsanlage werden die Bananen gewaschen, um sie von Pestiziden und sonstigen Ablagerungen zu reinigen. Zudem werden sie in handliche Bündel geschnitten, schadhafte Bananen aussortiert und die gute Ware in Kisten verpackt. Die Arbeit ist sehr hart und wird meist schlecht bezahlt, der größte Teil der Beschäftigten sind Frauen (Morazán 2012: 11f.).

2.5.1 Costa Rica[1]

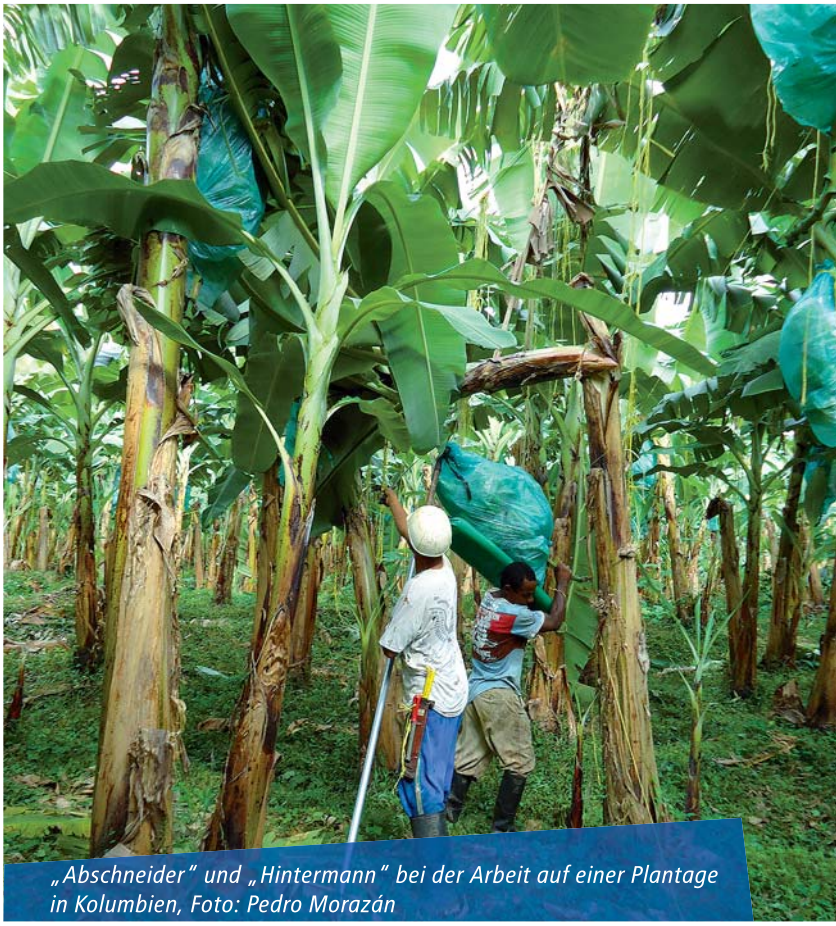
In Costa Rica wachsen Bananen auf einer Fläche von rund 42.000 Hektar, was in dem nur 51.000 km² großen Land fast 1 % Gesamtfläche ausmacht. Im Jahr 2010 exportierte Costa Rica 777.300 Tonnen Obstbananen und war der drittgrößte Bananenexporteur weltweit. Die Einnahmen aus dem Bananensektor betrugen 2010 7 % der gesamten Exporteinnahmen Costa Ricas. 2011 bezog Deutschland 254.216 Tonnen Bananen aus Costa Rica (BLE 2012b: Tabelle 27).

Die Anbauflächen für Bananen finden sich insbesondere an der karibischen Nordküste Costa Ricas, wo mehr als 70 % der arbeitenden Bevölkerung direkt oder indirekt in der Bananenproduktion beschäftigt sind. Indirekte Beschäftigung im Bananensektor findet sich beispielsweise im Handel mit Bananen, der Produktion und dem Handel von Vorprodukten (z. B. Pestiziden und Verpackungsmaterialien), im Transportwesen oder in der Gastronomie.

Zu den wichtigsten Bananenunternehmen in Costa Rica gehören Chiquita, Dole und Del Monte, die zusammen 67 % der Plantagen besitzen. Die einheimischen Plantagenbesitzer Costa Ricas sind gut organisiert und pflegen gute Verbindungen zur Regierung. Vor allem der nationale Bananenverband CORBANA ist sehr erfolgreich bei der Durchsetzung eigener Interessen.

Die Plantagenarbeiter verrichten extrem harte körperliche Arbeit, für die sie sehr geringe Löhne erhalten. Zwar existiert in der Landwirtschaft in Costa Rica ein gesetzlicher Mindestlohn, der derzeit bei 7.383,17 Colones (ca. 11 Euro) am Tag liegt und sich auf einen Arbeitstag von acht Stunden bezieht. Die Beschäftigten auf den Plantagen arbeiten jedoch meist im Akkord und benötigen weit mehr als acht Stunden am Tag, um die für den Erhalt des Mindestlohns erforderlichen Leistungen zu erbringen.

1 Alle Zahlen zu Costa Rica und Kolumbien, die nicht gesondert mit einer Quellenangabe belegt werden, stammen aus: Morazán 2012: 22–37.



„Abschneider" und „Hintermann" bei der Arbeit auf einer Plantage in Kolumbien, Foto: Pedro Morazán

Sie können sich laut Gesetz zwar in Gewerkschaften organisieren, organisierte Arbeiterinnen und Arbeiter werden jedoch von den Geschäftsleitungen unterdrückt und schikaniert. Damit wird der Einfluss von Gewerkschaften stark zurück gedrängt.

Schätzungen zufolge stammen etwa 80 % der Beschäftigten auf den Bananenplantagen Costa Ricas aus Nicaragua. Die nicaraguanischen Migranten werden häufig über einen Arbeitsvermittler untervertraglich angestellt und erhalten oft keinen Arbeitsvertrag, was ihnen den Zugang zu Gesundheits- und Sozialversicherungen unmöglich macht.

Die Beschäftigten auf den Bananenplantagen arbeiten unter katastrophalen Gesundheitsbedingungen: Häufig werden gesundheitsschädliche oder sogar krebserregende Pestizide zur Schädlingsbekämpfung eingesetzt, die teilweise während der Arbeitszeit von Flugzeugen über den Feldern versprüht werden. Das kann zu Kopfschmerzen, Vergiftungen, Fehlgeburten, Sterilitätsproblemen und Krebserkrankungen bei Beschäftigten und ihren Familien führen, die den Chemikalien ausgesetzt sind. Auch Anwohner sind durch verschmutztes Wasser und erkrankte Tiere von dem Pestizideinsatz betroffen.

Verschärft wurde die Situation in Costa Rica wie auch

in anderen Anbauregionen dadurch, dass die Bananenkonzerne bis in die 1990er Jahre hinein Pestizide einsetzten, die in den Industrieländern aufgrund ihrer negativen Auswirkungen auf Mensch und Umwelt längst verboten waren. Bei Prozessen wurde tausenden Beschäftigten Schadenersatz zugesprochen, doch viele von ihnen trugen irreparable Schäden davon (Klapp/Wendler 1995: 52–59).

2.5.2 Kolumbien

In Kolumbien werden auf rund 46.000 Hektar Obstbananen für den Export angebaut, was bei einer Gesamtfläche des Staates von 1.138.748 km² nur einen sehr kleinen Teil des verfügbaren Landes ausmacht. 2011 importierte Deutschland 379.222 Tonnen Bananen aus Kolumbien (BLE 2012b: Tabelle 27).

Im jahrzehntelang von einem bewaffneten inneren Konflikt heimgesuchten Kolumbien liegen die wichtigsten Bananenplantagen in immer noch stark von Konflikten geprägten Regionen. Die Plantagen sind im Gegensatz zu denen der meisten anderen Bananenanbauländern größtenteils nicht mehr in der Hand bekannter multinationaler Konzerne, sondern gehören inzwischen nationalen Unternehmen: Die in Kolumbien agierenden Bananenunternehmen waren in die bewaffneten Konflikte zwischen der Staatsgewalt, den linksgerichteten Guerillas und den rechtsgerichteten Paramilitärs verwickelt und leisteten – z. B. Chiquita – Zahlungen an rechtsgerichtete Paramilitärs. Nachdem dies international für Schlagzeilen sorgte, zogen sich die multinationalen Bananenkonzerne weitestgehend aus dem kolumbianischen Bananenanbau zurück und verkauften ihre Plantagen an lokale Partner.

Die bewaffneten Konflikte in Kolumbien waren von Enteignungen von Kleinbauern begleitet, besonders in der größten Bananenanbauregion Urabá. Die Opfer der Enteignungen haben sich in Verbänden organisiert, die jedoch ständige Bedrohungen durch paramilitärische Gruppen in Kauf nehmen müssen.

In Kolumbien sind mehr als 22.000 Menschen direkt in der Bananenproduktion angestellt, indirekt sogar mehr als 65.000 Menschen. Die Gewerkschaft der AgrarindustriearbeiterInnen SINTRAINAGRO hat mit ihren 17.000 Mitgliedern in den letzten Jahren stark zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen der BananenarbeiterInnen beigetragen. Die großen kolumbianischen Bananenunternehmen Banacol und Uniban haben zwei Fonds gegründet, die sich für den Wohnungsbau für die Beschäftigten engagieren. Die Tarifrunde für die nächsten drei Jahre konnte ohne Streiks vereinbart werden und für das Jahr 2013 wurde eine Lohnerhöhung von 5,5 % beschlossen.

Obwohl in Kolumbien Tendenzen hin zu einem nachhaltigen Anbau wahrnehmbar sind, werden auch dort teilweise krebserregende Chemikalien in der Bananenproduktion eingesetzt, die die Gesundheit der Beschäftigten, ihrer Familien und der Anwohner gefährden und zur Zerstörung von Ökosystemen und Wasserverschmutzung führen.

2.5.3 Ecuador[2]

2011 bezog Deutschland mit 462.076 Tonnen mehr als ein Drittel seiner Bananenimporte aus Ecuador, das damit der wichtigste Lieferant war (BLE 2012b: Tabelle 27). Die im Lande tätigen Bananenkonzerne haben erheblichen Einfluss auf die Politik. Insbesondere die Unternehmen der Familie Noboa, die über ein Milliardenvermögen verfügen und einen Anteil von rund 5 % am Weltmarkt von Bananen haben, mischen sich aktiv ins politische Leben des Landes ein. Álvaro Noboa Pontón kandidierte bereits mehrmals (1998, 2002 und 2006) für das Präsidentenamt und scheiterte jeweils in der Stichwahl.

Der gesetzliche Mindestlohn liegt in Ecuador bei 217 US-Dollar (ca. 177 Euro) monatlich. Bei drei der großen in Ecuador tätigen Bananenunternehmen, Dole, Noboa und Reybanpac, liegt der durchschnittliche monatliche Mindestlohn bei 237 US-Dollar (ca. 194 Euro). Das liegt zwar über dem gesetzlichen Mindestlohn, ist jedoch trotzdem nicht ausreichend, um eine Familie zu ernähren: Die staatlich definierte Armutsgrenze für eine durchschnittliche Familie von vier Personen in Ecuador liegt bei 544 US-Dollar, umgerechnet derzeit rund 445 Euro, das staatlich definierte Existenzminimum bei 390 US-Dollar (319 Euro) im Monat. Selbst wenn beide Elternteile erwerbstätig sind und den staatlichen Mindestlohn erhalten, verfügen sie nur über 434 US-Dollar (355 Euro) im Monat, müssen also unterhalb der Armutsgrenze leben. Und auch bei zwei erwerbstätigen Elternteilen, die 237 US-Dollar erhalten, liegt das Familieneinkommen bei nur 474 US-Dollar (388 Euro). Zudem geht der gesetzliche Min-

2 Alle Zahlen zu Ecuador, die nicht gesondert mit einer Quellenangabe belegt werden, bauen auf umfassende Befragungen der Beschäftigten auf und stammen aus: Oxfam 2012.

destlohn von 40 Wochenstunden Arbeit aus, während in der Realität die Beschäftigten bis zu 48 Wochenstunden auf den Bananenplantagen arbeiten. Die dadurch entstehenden monatlichen Überstunden werden oft nicht ausgezahlt.

Per Gesetz sind Sozialleistungen vorgeschrieben, die der Arbeitgeber leisten muss, darunter die Zahlung von Urlaubsgeld, die Aushändigung detaillierter Lohnabrechnungen und einer Kopie der Arbeitsverträge sowie die Zahlung eines 13. und 14. Monatsgehalts. Häufig werden diese Bestimmungen aber nicht eingehalten. Um die Zahlung dieser Leistungen zu umgehen, werden viele Beschäftigte nicht von den Plantagenbesitzern selbst, sondern über kleine Subunternehmen angestellt. Als Fortschritt ist jedoch zu vermerken, dass mittlerweile die meisten Bananenarbeiter Ecuadors sozialversichert sind.

Auch in Ecuador werden die Pestizide meist während der Arbeitszeit und ohne Schutz für die PlantagenarbeiterInnen mit Flugzeugen auf die Felder gesprüht, was sie wie auch die ungeschützten Anwohner gesundheitlich stark gefährdet.

In Ecuador sind Branchengewerkschaften gesetzlich nicht erlaubt, dafür aber Betriebsgewerkschaften. Arbeiter, die solche gründen oder sich in bereits bestehenden Gewerkschaften engagieren wollen, werden systematisch schikaniert, unterdrückt und eingeschüchtert. Auch Massenentlassungen drohen den Gewerkschaftsmitgliedern.

▸ 2.6 Transport und Reifung

Die Bananen werden auf den Plantagen grün geerntet und müssen anschließend schnell weitertransportiert werden, da das Unterbrechen der Nährstoffzufuhr die Reifung der Bananen in Gang setzt. Um diese Reifung zu unterbinden oder zumindest deutlich zu verlangsamen, wird die Banane gekühlt. Erst im Verbraucherland wird der Reifungsprozess in speziellen Reifereien wieder in Gang gesetzt, indem den Bananen

Chiquita-Schiffe in einem Hafen von Costa Rica, Foto: Pedro Morazán

Die United Fruit Company

Nachdem zuvor nur relativ kleine Mengen Bananen ihren Weg auf die nordamerikanischen Märkte fanden, revolutionierte der US-Amerikaner Minor Cooper Keith das Geschäft. Dieser war eigentlich in Südamerika, um dort Eisenbahnlinien zu bauen, und erhielt als Entlohnung Nutzungsrechte an Eisenbahnnetzen und große Flächen, die er bewirtschaften konnte. Mit weiteren US-Amerikanern gründete er im Jahr 1899 die United Fruit Company (UFCO). Das Unternehmen wuchs schnell, kaufte Konkurrenten auf und spezialisierte sich auf den Export von Bananen, die durch verbesserte Transportsysteme immer preiswerter und vom Luxusprodukt zur Massenware wurden.

Die UFCO beherrschte dabei die gesamte Wertschöpfungskette der Bananen. Das Unternehmen bewirtschaftete in mehreren mittel- und südamerikanischen Ländern Plantagen in einer Größenordnung von mehreren 100.000 Hektar und besaß ein Mehrfaches dieser Fläche als Reserve. Transportiert wurden die Bananen auf eigenen Eisenbahnlinien und Schiffen. Das Unternehmen hatte quasi eine Monopolstellung im internationalen Bananenhandel und große Macht in den Anbaugebieten. In vielen mittelamerikanischen Staaten besaß die UFCO nicht nur große Flächen, Eisenbahnlinien und Häfen, sondern auch Telegrafennetze, die Trinkwasserversorgung, Radiostationen, Kaufhäuser, Krankenhäuser und Hotels. Der große Einfluss des Unternehmens auf die Regierungen, verbunden mit Korruptionsvorwürfen, brachte den Ländern Guatemala, Honduras und Costa Rica den Spitznamen „Bananenrepubliken“ ein.

Wehrten sich Regierungen dieser Staaten gegen den großen Einfluss der UFCO, konnte sich das Unternehmen auf Unterstützung durch die US-Regierung verlassen. Als beispielsweise 1954 in Guatemala unter der Regierung von Jacobo Árbenz eine Agrarreform verbunden mit der Enteignung von nicht genutzten Landflächen drohte, kam es unterstützt durch die US-Regierung und den CIA zu einem Putsch gegen Árbenz. Die neue Regierung führte keine Agrarreform durch und es folgte ein Bürgerkrieg, der Jahrzehnte andauerte und 200.000 Menschen das Leben kostete.

Immer wieder wurde der UFCO vorgeworfen, sehr niedrige Löhne zu zahlen und den Beschäftigten grundlegende Rechte wie die Gewerkschaftsbildung zu verweigern.

Die Kritik an der United Fruit Company wurde lauter und das Image des Konzerns schlechter. Im Jahre 1969 verschwand das Unternehmen von der Bildfläche. Es verschmolz mit einem weiteren Konzern zur United Brands Company, einem großen Nahrungsmittelkonzern. Ein Teil der Plantagen wurde in den Folgejahren an andere große Bananenkonzerne verkauft, andere Unternehmenteile leben unter dem Namen Chiquita weiter.

Quellen: Klapp 1995, 14–22; Schmidt-Häuer 2008; http://www.unitedfruit.org/index.htm (Zugriff am 25.07.2012).

das Pflanzenhormon Ethylen zugeführt wird. Die Aufrechterhaltung der Kühlkette, verbunden mit einem schnellen Transport und einer zeitlich auf den Bedarf des Einzelhandels abgestimmten Reifung von festgelegten Mengen und Qualitäten, ist ein aufwändiger Prozess.

Der Siegeszug der Banane zum in den meisten Industrieländern nach Äpfeln meist konsumierten Obst begann daher erst nach 1875; zuvor hatte man keine Mittel und Wege, größere Mengen Bananen aus den Erntegebieten schnell in die Abnehmerstaaten zu bringen. Erst der Ausbau von Eisenbahnlinien, die Erschließung großer Flächen in den Tropenländern sowie die Verbesserung der Technik von Kühlschiffen machten den Siegeszug möglich.

Tabelle 4:
Weltmarktführer im Bananenhandel

Unternehmen	Anteil am Weltmarkt
Dole (USA)	26 %
Chiquita (USA)	22 %
Del Monte(USA)	15 %
Fyffes (Irland)	7 %
Noboa (Ecuador)	5 %
Rest	25 %

Quelle: http://www.bananalink.org.uk (Stand Januar 2011, Zugriff am 25.7.2012).

Umbruch durch Container?

Mehr und mehr Bananen werden nicht mehr in den Bäuchen der Schiffe transportiert, sondern in eigens dafür konstruierten Containern. Diese werden zum Teil nicht mehr von den traditionellen Großkonzernen des Bananenmarktes betrieben, sondern von weltweit agierenden Schifffahrtlinien. Der Transport im Container führt zu einer größeren Unabhängigkeit von den bis dato marktbeherrschenden Großunternehmen: Zunehmend verladen Produzenten die Bananen direkt in den Verarbeitungsanlagen in Container, die dann ohne weitere Zwischenhändler an die Supermarktketten gehen. Selbst die Reifung kann in modernen Containern während der Reise durchgeführt werden. Die Nutzung der Container hat zudem den Vorteil, dass keine große Hafeninfrastruktur notwendig ist und auch die Kühlketten wesentlich einfacher zu schließen sind. Darüber hinaus sind die großen Containerschiffe wesentlich energieeffizienter als die meisten der Kühlschiffe, was Transportkosten spart, und es sind keine eigenen Anlagen für die Entladung der Bananen sowie Reifungsanlagen in den Häfen mehr erforderlich. Der massiv steigende direkte Export von Bananen etwa nach Russland oder in die Türkei wurde zu einem erheblichen Teil dadurch beflügelt, dass vor Ort keine neuen großen Strukturen gebaut werden müssen (Bright 2012: 6–8).

Bananen in Waschwasser, Foto: Franco Giovanella/www.sxc.hu/

Großkonzerne dominieren

Aufgrund der aufwändigen Logistik bei der Verpackung, dem Transport und der Reifung der Bananen haben die Konzerne einen erheblichen Kostenvorteil, die große Mengen Bananen zu verarbeiten und zu handeln. Den größten Teil des Marktes beherrschen fünf dieser Konzerne, mit Dole, Chiquita und Del Monte an der Spitze, die mehr als 60 % des Marktes unter sich aufteilen (Tabelle 4). Teilweise besitzen sie eigene Kühlschiffe und Reifereien (siehe unten) oder sind an diesen beteiligt.

Reifereien

Da die Importeure großen Wert auf eine gleichmäßige Größe und einen gleichmäßigen Reifungsgrad der Bananen legen, werden nach dem Import häufig die Bananen weggeworfen, die auch nur im Geringsten vom Standard abweichen. Schätzungen zufolge werden 30 % der in die EU importierten Bananen aus ästhetischen Gründen abgelehnt und kommen nicht in den Verkauf (CBI 2011: 5).

Den letzten Schritt in diesem Prozess übernehmen die Reifereien. Sie lagern die Bananen und sorgen dafür, dass diese passgenau für Lieferungen an den Einzelhandel reif werden. Einzelne Unternehmen aus der Branche sind sehr groß: In Deutschland ist beispielsweise die in Bremen ansässige Univeg Deutschland GmbH ein wichtiger Akteur auf diesem Markt. Das Unternehmen kann bis zu 350.000 Kartons Bananen[3] pro Woche reifen, eine Jahreskapazität von etwa 330.000 Tonnen (http://univeg.de, Zugriff am 25.07.2012).

Eine neuere Entwicklung ist, dass die Bananen bereits während des Transportes in Containern gereift werden – dies könnte zu einem großen Umbruch auf dem Markt führen (siehe Kasten unten).

3 1 Karton entspricht ca. 18,14 kg Bananen.

3. Der deutsche Markt

▸ 3.1 Stagnierende Importe

Deutschland importierte im Jahr 2011 fast 1,3 Mio. Tonnen Bananen im Wert von knapp 700 Mio. Euro. Die eingeführte Menge war in den letzten Jahren rückläufig (2007: 1,45 Mio. Tonnen) (BLE 2012b: Tabelle 27). Auf dem Weltmarkt für Bananen spielt Deutschland nicht nur als Importeur sondern auch als Exporteur eine große Rolle, da der Hamburger Hafen nach Antwerpen in Belgien eine zentrale Bedeutung für die Importe nach Europa spielt. Rund 30 % der Bananeneinfuhren werden wieder ausgeführt, wichtigste Abnehmerstaaten sind Polen, Dänemark und Schweden (CBI 2011: 2).

Kolumbianische Bananen stehen in einer Verpackungsanlage zur Abholung bereit, Foto: Pedro Morazán

Deutschland exportierte im Jahr 2011 355.033 Tonnen Bananen im Wert von 269.586.000 Euro. Verglichen mit den Vorjahren ist die Menge der Exporte allerdings deutlich gesunken (2007: 485.051 Tonnen) (BLE 2012a: Tabelle 62). Subtrahiert man die Exporte von Importen, dann lag der Verbrauch in Deutschland im Jahr 2011 bei rund 929.000 Tonnen, und damit pro Kopf bei rund 11,4 kg. Der Durchschnittspreis für Bananen lag Anfang Juli in Deutschland bei 1,31 Euro je kg (BLE 2012: 4).

Aufgrund der großen umgesetzten Mengen sind für viele deutsche Importeure Großlieferanten die erste Wahl. Diese wiederum arbeiten vorzugsweise mit großen Plantagen zusammen. Kommt es jedoch zu Lieferengpässen, kaufen die großen Unternehmen auch Bananen von Kleinbauern auf. Deren Angebot dient teilweise als Puffer, was angesichts von Überkapazitäten auf dem Markt dazu führen kann, dass sie ihre Bananen unterhalb der Produktionskosten verkaufen müssen oder auch gar nicht absetzen können (CBI 2011: 6).

In den vergangenen Jahren hat es von Jahr zu Jahr immer wieder deutliche Verschiebungen bei der Verteilung der Lieferländer gegeben (BLE 2012b: Tabelle 27). Derzeit ist Ecuador der wichtigste Lieferant, gefolgt von Kolumbien und Costa Rica (Tabelle 6).

Tabelle 5:
Der Markt in Deutschland im Jahr 2011

Einfuhr von Bananen in Tonnen	1.278.127 Tonnen
Ausfuhr von Bananen in Tonnen	355.033 Tonnen
Einfuhr von Bananen in Euro	695,0 Mio. Euro
Ausfuhr von Bananen in Euro	269.7 Mio. Euro
Verzehr im Inland	923.094 Tonnen
Verzehr pro Kopf	11,4 kg

Quelle: BLE 2012a: Tabelle 62; BLE 2012b: Tabelle 3; eigene Berechnungen.

Tabelle 6:
Wichtigste Lieferanten für den deutschen Markt im Jahr 2011

	Menge in Tonnen	Wert Euro in Mio.	Anteil
Ecuador	462.076	231,0	34,6 %
Kolumbien	379.222	210,5	29,7 %
Costa Rica	254.216	138,6	19,9 %
Panama	78.228	30,8	6,1 %
Dominikanische Republik	57.423	40,1	4,5 %
Brasilien	29.639	11,2	2,3 %
Peru	22.094	18,6	1,7 %
Gesamt	**1.278.127**	**695,7**	**100 %**

Quelle: BLE 2012b: Tabelle 27.

▸ 3.2 Harter Konkurrenzkampf

Im deutschen Einzelhandel beherrschen die vier größten Handelsunternehmen EDEKA, REWE, Aldi-Gruppe und die Schwarz-Gruppe (Kaufland, Lidl) 85 % des Marktes. Das Bundeskartellamt hat aufgrund dieser Konzentration eine Sektoruntersuchung eingeleitet, die die Nachfragemacht des Einzelhandels gegenüber den Herstellern analysieren soll (Bundeskartellamt 2011; Tabelle 7).

Tabelle 7:
Umsatz der Marktführer des deutschen Lebensmitteleinzelhandels (2011)

	Umsatz mit Nahrungsmitteln (Mrd. Euro)	Gesamtumsatz (Mrd. Euro)
Edeka-Gruppe	42,7	47,2
Rewe-Gruppe	25,1	35,5
Schwarz-Gruppe	23,2	28,7
Aldi-Gruppe	20,3	24,7
Metro-Gruppe	11,4	30,1

Quelle: Lebensmittel Zeitung 2012

Die Nachfrage nach Bananen ist in den letzten Jahren in Deutschland nur noch sehr langsam gewachsen, der Markt gilt als weitgehend gesättigt. Die deutschen Konsumentinnen und Konsumenten bevorzugen große Bananen von einer guten Qualität der Standardsorte Cavendish. Wenn die Unternehmen Marktanteile am Bananenhandel hinzugewinnen wollen, können sie dies daher nahezu ausschließlich über den Preis. Dieser spielt für Bananen eine besondere Rolle, da Bananen neben Milch, Butter und Schokolade zu den „Ankerprodukten“ gehören, deren Preis viele Menschen im Kopf haben. Werbeaktionen mit besonders preiswerten Bananen sollen daher Konsumentinnen und Konsumenten in die Supermärkte locken, die dann oftmals auch andere Produkte kaufen.

Anders als beispielsweise bei Schokoladenprodukten, die sich in Form, Größe, Verarbeitungsqualität und Geschmacksrichtung unterscheiden, sind Standardbananen egal welcher Herkunft nahezu einheitlich. Dies erschwert den Aufbau einer bestimmten Markenbindung und führt dazu, dass aus der Sicht der Kundinnen und Kunden die Herkunft der Bananen austauschbar ist.

Wie hart der Preiskampf auf dem deutschen Markt ist, zeigt der internationale Vergleich: In den Jahren 2005 und 2010 sank der Preis für nach Deutschland importierte Bananen jährlich um 3,6 %, im Rest der EU dagegen nur um 1,5 % pro Jahr (CBI 2011: 4).

Der permanente Druck hin zu immer niedrigeren Bananenpreisen kann dazu führen, dass alle Bemühungen um nachhaltige und langfristig stabile Lieferbeziehungen innerhalb der Wertschöpfungskette zum Scheitern verurteilt sind (Fairtrade Foundation 2011: 13).

Kilometerlange Bananenplantage in Kolumbien, Foto: Pedro Morazán

4. Preisgestaltung in der Wertschöpfungskette

▸ 4.1 Geringer Anteil der Anbauländer

Die Regierung Ecuadors versucht seit Oktober 2009, die Zustände auf den Bananenplantagen zu verbessern. Unter anderem wird ein Mindestpreis verlangt, den die Aufkäufer den Bananenproduzenten zu zahlen haben. Darüber hinaus sind die Arbeitgeber dazu verpflichtet worden, in die nationale Sozialversicherung einzuzahlen. Viele Produzenten weisen darauf hin, dass sie bei niedrigen Bananenpreisen den Verpflichtungen nicht nachkommen können (Smith 2009: 2f.).

Nur rund 4 % des Verkaufspreises von Bananen an deutschen Supermarktkassen werden für die Entlohnung der Beschäftigten auf den Plantagen aufgewendet, lediglich 18,6 % des Verkaufspreises verbleiben bei den Produzenten (Tabelle 8).

Tabelle 8
Anteil der einzelnen Produktionsstufen am Verkaufspreis in Deutschland (2010–2011)

Angaben in Euro pro Karton Bananen

Arbeiter	0,9 Euro	4,2 %
Produktionskosten	3,9 Euro	18,6 %
Importpreis Deutschland	12,9 Euro	61,4 %
Preis nach der Reifung	18,1 Euro	86,2 %
Preis im Einzelhandel	21,0 Euro	100 %

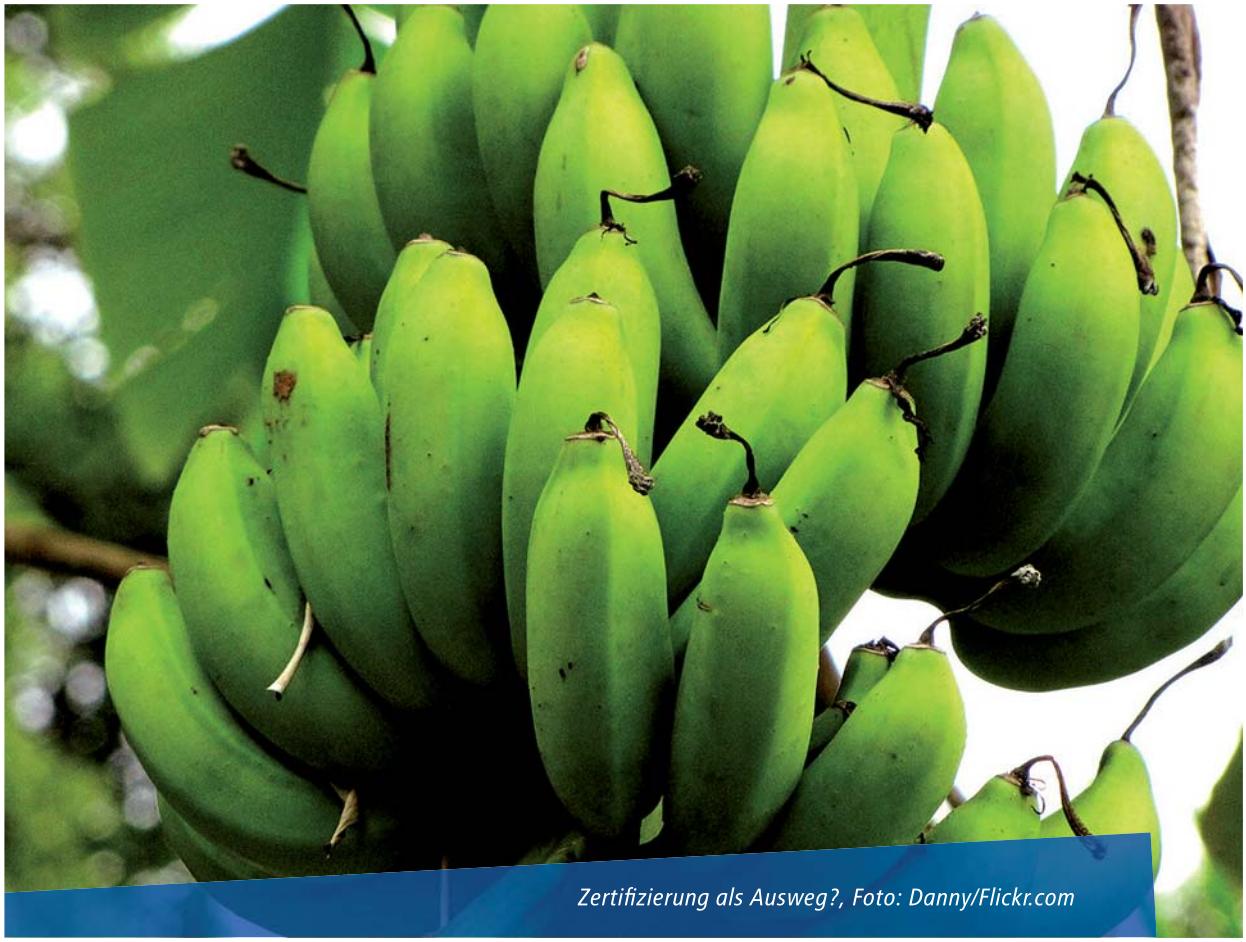
Quelle: Loeillet 2012: 5.

Der Anteil der Löhne der Beschäftigten auf den Plantagen Ecuadors liegt bei lediglich 3–4 % des Verkaufspreises am Ende der Wertschöpfungskette. Selbst wenn die Löhne um rund 30 % angehoben würden, stiege der Preis im Laden lediglich um rund 0,02 Euro je kg. Dies ist sicherlich eine vereinfachte Darstellung, da die einzelnen Stufen der Wertschöpfungskette bei einem höheren Einstiegspreis prozentual genauso viel auf die Preise aufschlagen würden wie zuvor und damit der Preis stärker steigen würde als diese zwei Cent, doch selbst dann wäre der Anstieg marginal (Loeillet 2012: 5).

Arbeiter an einem Transportseil in Kolumbien, Foto: Pedro Morazán

Dies wirft ein Schlaglicht auf die Machtverhältnisse innerhalb der Wertschöpfungskette: Die Verhandlungsmacht der Bananenanbauer ist oftmals sehr gering und die großen Konzerne haben den Markt lange gelenkt. Derzeit ist allerdings einiges im Umbruch. Die neuen Transportmöglichkeiten per Container tragen dazu bei, die Machtstrukturen innerhalb der Wertschöpfungskette zu verschieben. Die großen Bananenkonzerne verlieren an Einfluss, da Schifffahrtlinien einen Teil ihrer Aufgaben übernehmen und zugleich der Einzelhandel ohne großen Aufwand die Möglichkeit hat, Bananen direkt bei den Produzenten zu bestellen. Dies führt dazu, dass der Preisdruck der Wertschöpfungskette noch einmal zunimmt: Qualität und pünktliche Lieferung werden von immer mehr Anbietern garantiert, das einzige Unterscheidungskriterium ist der Preis. Verschärft wird diese Entwicklung durch den zunehmenden Preiskrieg im Bananensektor, der von Discountern vorangetrieben wird. Während die Anbauländer weiterhin um ihren Einfluss auf den Markt kämpfen, wird die Position der containerbetreibenden Schifffahrtlinien immer mächtiger (Smith 2009: 1; Bright 2012: 9–10).

Auch die Einzelhandelsketten bekommen eine immer



Zertifizierung als Ausweg?, Foto: Danny/Flickr.com

größere Bedeutung für die Preisgestaltung auf dem Bananenmarkt (Loeillet 2012: 5; Oxfam 2012). Die in Deutschland die Preistrends setzenden Discounter Aldi und Lidl haben im Jahr 2011 ihre Bananenbeschaffung umgestellt und beziehen nun Waren ohne Zwischenhändler direkt vom Importeur (Morazán 2012: 18).

▸ 4.2 Zertifizierung als Ausweg?

Die Probleme in den Anbaugebieten von Bananen sorgten in den vergangenen Jahrzehnten immer wieder für Schlagzeilen. Mehrere Bananenunternehmen und teilweise auch der Handel setzen daher auf eine Zertifizierung ihrer Produktion. So entstanden mehrere verschiedene Ansätze, unter anderem Globalgap, SA8000 oder ISO 14001, die die Einhaltung von Standards innerhalb der Wertschöpfungskette überprüfen, ohne dass dies den Konsumentinnen und Konsumenten über Label mitgeteilt wird.

In deutschen Supermärkten häufig zu finden sind dagegen die Label von drei weiteren Standardorganisationen: Bio, Fairtrade und Rainforest Alliance. Ein kleineres Marktsegment deckt das Label von Banafair ab.

Bio

Der Anteil von biologisch erzeugten Bananen lag auf dem deutschen Markt in den vergangenen Jahren bei durchschnittlich 11–13 % (CBI 2011: 2–4). Es gelten relativ weitgehende Anforderungen der Internationalen Vereinigung der ökologischen Landbaubewegungen (IFOAM), die auch Sozialstandards umfassen. Wesentlich niedriger, insbesondere im Sozialbereich, sind dagegen die Anforderungen, die im Rahmen des EU-Biosiegels gestellt werden (SOMO 2011: 13).

Frauen beim Waschen der Bananen in einer Verpackungsanlage in Costa Rica, Foto: ali eminov/Flickr.com

mit der Sozialleistungen finanziert werden. Hauptzielgruppe sind Kooperativen von Kleinbauern. Die Rainforest Alliance setzt dagegen darauf, dass die von ihnen zertifizierten Bananen vom Handel bevorzugt nachgefragt werden und die Bauern sowie die großen Plantagen daher auf dem freien Markt höhere Preise als für nicht zertifizierte Ware erhalten.

Im Bananensektor gibt es wie in anderen Bereichen eine Debatte darüber, ob die verschiedenen Zertifizierer die Überprüfungsergebnisse der jeweils anderen anerkennen wollen, um so Doppelzertifizierungen zu vermeiden und den Produzenten den größten möglichen Nutzen aus der Zertifizierung zu verschaffen (Fairtrade Foundation 2011: 14).

Fairtrade und Rainforest Alliance

Rund 2,1 % der in Deutschland verkauften Bananen stammen von Kleinbauern, die sich dazu verpflichtet haben, ihre Plantagen nach den Kriterien von Fairtrade zu betreiben. Wesentlich verbreiteter ist das Siegel der Rainforest Alliance, das weltweit rund 15 % der Bananen tragen, darunter auch ein erheblicher Teil der in Deutschland verkauften. Die Rainforest Alliance arbeitet im Gegensatz zu Fairtrade hauptsächlich mit großen Plantagen zusammen (Rainforest Alliance 2012; http://www.fairtrade-deutschland.de/).

Sowohl Fairtrade als auch Rainforest Alliance beraten Bauern sowie Plantagenbesitzer und bauen transparente Handelsketten auf. Die von ihnen kontrollierten Waren werden dann mit einem Siegel gekennzeichnet auf dem internationalen Markt angeboten. Die Siegel sollen den Käuferinnen und Käufern der Bananen garantieren, dass beim Anbau soziale und ökologische Mindeststandards eingehalten wurden.

Die Bauern erhalten für die zertifizierten Bananen von Fairtrade unabhängig von der Weltmarktentwicklung einen Mindestpreis, der ihnen ein menschenwürdiges Mindesteinkommen sichern soll, sowie eine Prämie,

Das schnelle Wachstum des Angebots von fair und/oder ökologisch produzierten Bananen hat dazu geführt, dass die Preisdifferenz zwischen konventionell und ökologisch produzierten Bananen mehr und mehr gesunken ist. Verstärkt wurde diese Entwicklung dadurch, dass große Plantagen ihre Anbaumethoden umstellen und sich zertifizieren lassen. Durch das große Angebot kann der Einzelhandel auch in diesem Bereich die Preise drücken. In den Supermarktregalen nähert sich der Preis zwischen konventionellen und ökologisch hergestellten Bananen immer mehr, obwohl die Anbaukosten bei Letzteren deutlich höher sind (Loeillet 2012: 4–5).

Zugleich gibt es immer wieder Berichte darüber, dass es auch auf zertifizierten Plantagen Missstände gibt. Insbesondere durch den schlechten Umgang mit Saisonarbeitskräften und WanderarbeiterInnen gibt es immer wieder Verstöße gegen die Anforderungen der Siegel.

5. Schlussfolgerungen

Zertifizierungen sind lediglich ein Werkzeug, um Verbesserungen in der Wertschöpfungskette anzustoßen, zu erfassen und nach außen darzustellen. Letztendlich geht es in der gesamten Debatte um Bananen darum, dass diese einen Preis haben, der allen Menschen entlang der Handelskette ein menschenwürdiges Leben sichert. Die Ergebnisse zahlreiche Studien lassen bezweifeln, dass es mit den derzeit sehr niedrigen Bananenpreisen überhaupt möglich ist, den gesetzlichen Mindestlohn für Anbauer und Beschäftigte auf den Plantagen zu zahlen.

Ein Ansatz zu Verbesserungen ist die Einführung eines existenzsichernden Mindestlohns, der alle Grundbedürfnisse der Beschäftigten auf den Plantagen deckt. Entsprechend müssten die Preise, die Kleinbauern erhalten, ebenfalls so gestaltet sein, dass deren Familien ein menschenwürdiges Leben garantiert wird. In vielen der Anbauländer reichen dazu die gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlöhne nicht aus. Daher muss die gesamte Wertschöpfungskette die Verantwortung dafür übernehmen, dass sich die Situation der PlantagenarbeiterInnen und Kleinbauern verbessert (Morazán 2012).

Angesichts eines Überangebots von Bananen auf dem Weltmarkt werden sich diese Verbesserungen nur erreichen lassen, wenn die großen Bananenkonzerne, Transportunternehmen und der Einzelhandel diese länderübergreifend durchsetzen wollen. Sonst droht dem Land, das als erstes Verbesserungen durchführt, dass es nicht mehr konkurrenzfähig ist und die Bananenproduktion komplett abwandert. Insbesondere Massenproduzenten wie Ecuador haben beispielsweise bereits heute große Schwierigkeiten, Verbesserungen im ökologischen und sozialen Bereich durchzusetzen, die der Gesetzgeber eigentlich vorschreibt (Bright 2012: 10). Höhere Löhne allein werden nicht ausreichen, um die Situation der Beschäftigten zu verbessern. Notwendig ist darüber hinaus der Ausbau bestehender Ansätze sozialer Sicherungssysteme. Dabei ist wiederum zu beachten, dass der Status von Migrantinnen und Migranten, wie etwa den Beschäftigten aus Nicaragua in Costa Rica oder den Haitianern auf den Plantagen der Dominikanischen Republik, legalisiert werden muss, damit auch sie ihre Rechte wahrnehmen können.

Auch der Schutz der Beschäftigten vor den Wirkungen der Pestizide muss durchgesetzt werden. Um dies zu gewährleisten, müssen besonders schädliche Mittel verboten und die Anwendung der erlaubten Mittel so organisiert werden, dass die Beschäftigten nicht in direkten Kontakt mit diesen kommen.

Bananen in einem Supermarkt-Regal, Foto: (rinse)/Flickr.com

Verwendete Literatur

BLE (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung) 2012: Marktbericht – Obst – Gemüse – Südfrüchte. KW 27/12 vom 10.7.2012 für den Zeitraum 2.7. bis 6.7.2012. http://www.ble.de/SharedDocs/Downloads/01_Markt/09_Marktbeobachtung/05_ObstGemuese/Wochenbericht_2012_27.pdf?__blob=publicationFile (Zugriff am 25.07.2012).

BLE 2012a: Gliederung der Jahresausfuhrstatistik 2011 „Südfrüchte, Obst, Gemüse, Schalen Früchte, Kartoffeln sowie Mostobst“. http://berichte.bmelv-statistik.de/AHB-0033480-2011.pdf (Zugriff am 25.07.2012).

BLE 2012b: Gliederung der Jahreseinfuhrstatistik 2011 „Südfrüchte, Obst, Gemüse, Schalen Früchte, Kartoffeln sowie Mostobst. http://berichte.bmelv-statistik.de/AHB-0033401-2011.pdf (Zugriff am 25.07.2012).

Bright, Richard 2012: The reefer revolution and its impact on the banana trade (with specific reference to Ecuador). http://www.fao.org/fileadmin/templates/banana/documents/IIWBF/contributions/wbf_wg02_marketfreight.pdf (Zugriff am 25.07.2012).

Bundeskartellamt 2011: Pressemeldung Lebensmitteleinzelhandel vom 14.02.2011. http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/download/pdf/Presse/2011/2011-02-14_PM_SU_LEH__Final.pdf (Zugriff am 25.07.2012).

CBI (Centre for the Promotion of Imports from developing countries) 2011: Fresh bananas in Germany.

Fairtrade Foundation 2011: Impact of Fairtrade Bananas. http://www.fao.org/fileadmin/templates/banana/documents/IIWBF/contributions/FT_Banana_Summary1.pdf (Zugriff am 25.07.2012).

Klapp, Thorsten 1995: Der Bananenhandel. In: Klapp, Thorsten/Wendler, Martin (Hrsg.) 1995: Bananen. Das krumme Ding aus dem Regenwald, S. 9–24.

Klapp, Thorsten/Wendler, Martin 1995: Bananenanbau in Costa Rica. In: Klapp, Thorsten/Wendler, Martin (Hrsg.) 1995: Bananen. Das krumme Ding aus dem Regenwald, S. 41–71.

Lebensmittel Zeitung 2012: TOP 30 – Lebensmittelhandel Deutschland, 16.03.2012.

Loeillet, Denis 2012: The international banana market. From one World to the other. http://www.fao.org/fileadmin/templates/banana/documents/IIWBF/contributions/wbf_wg02_marketfreight.pdf (Zugriff am 25.07.2012).

Morazán, Pedro 2012: Das krumme Ding mit der Banane. Soziale Auswirkungen des weltweiten Bananenhandels. Die Macht von Supermarktketten in Deutschland. http://www.suedwind-institut.de/

Oxfam 2012: Bittere Bananen. Ausbeuterische Arbeitsbedingungen in Ecuador in der Lieferkette deutscher Supermarktketten. http://www.oxfam.de/sites/www.oxfam.de/files/20111230_oxfambananenstudie_2072kb.pdf (Zugriff: 25.07.2012).

Rainforest Alliance 2012: Twenty five years and still growing. 2011 Annual Report. http://www.rainforest-alliance.org/publications/ar-2011 (Zugriff am 25.07.2012).

Schmidt-Häuer, Christian 2008: Die United-Fruit-Doktrin. In: Zeit Online, 13. November 2008. http://pdf.zeit.de/2008/47/A-Guatemala.pdf (Zugriff am 25.07.2012).

Smith, Alistair 2009: Rethinking Price – The Heart of the Matter.

SOMO 2011: Bitter Fruit. Socio-economic Issues in Fresh Fruit and Vegetables Supply Chains of Dutch Supermarkets – The Case of Ahold. http://www.duurzaamaandeel.nl/website/var/assets/public/publications/companies/ahold/somo_-_bitter_fruit_socio-economic_issues_in_fresh_fruit_and_vegetables_supply_chain_of_dutch_supermarkts_-_the_case_of_ahold.pdf (Zugriff am 25.07.2012).

Statistisches Bundesamt 2012: Statistisches Jahrbuch 2011.

UNCTAD 2012: Commodity Profile Banana. http://www.unctad.info/en/Infocomm/AACP-Products/COMMODITY-PROFILE---Banana/ (Zugriff am 25.07.2012).

Die vorliegende Studie ist Teil einer Reihe von Publikationen zu Wertschöpfungsketten, die sich insbesondere an Lehrerinnen und Lehrer richtet.

Neben Bananen werden die Produktions- und Lieferwege von Schokolade (April 2012) und Mobiltelefonen (Herbst 2012) genauer beleuchtet.

Ergänzt wird dies durch eine Reihe kurzer Fact-Sheets zu diesen Themen, die als Grundlage für die Gestaltung von Unterrichtsstunden dienen können.

Auf der SÜDWIND-Website finden sich darüber hinaus Power-Point Präsentationen sowie weitere Hintergrundstudien zu allen genannten Themen.

Bitte schicken Sie mir:

- ○ Publikation (Titel eintragen)

  .....

- ○ Exemplare des SÜDWIND-Faltblatts (Anzahl): .....
- ○ Informationen zur SÜDWIND-Stiftung
- ○ Jahresbericht 2011
- ○ Eine Publikationsliste
- ○ Bitte setzen Sie mich auf den Verteiler für den viermal jährlich erscheinenden Newsletter.

Meine E-Mail-Adresse:

.....

Schicken Sie das Material an folgende Adresse:

Name, Vorname

Ggf. Institution

Straße, Haus-Nr.

PLZ, Ort

Datum, Unterschrift

Bitte hier abtrennen und an SÜDWIND senden oder faxen.

○ Ja, ich möchte Mitglied bei SÜDWIND e.V. werden!

Name, Vorname

Ggf. Institution

Straße, Haus-Nr.

PLZ, Ort

E-Mail

Telefon (freiwillige Angabe)

WC 13014

Beitragszahlung

Ein Lastschrifteinzug ist ein sicherer Weg, uns zu unterstützen. Sie helfen uns damit auch, Verwaltungskosten zu sparen.

○ Lastschrifteinzug ○ Überweisung ○ Rechnung

Die Abbuchung soll erfolgen

○ vierteljährlich ○ halbjährlich ○ jährlich

Der Mindestbeitrag beträgt für **Privatpersonen** jährlich 70 €.

○ 70 ○ 100 ○ 140 ○ 210 ..... anderer Beitrag

Der Mindestbeitrag beträgt für **Institutionen** jährlich 250 €.

○ 250 ○ 500 ..... anderer Beitrag

Der Mindestbeitrag für **Fördermitglieder** beträgt jährlich 25 €. Sie können Ihren Beitrag zur Unterstützung frei wählen!

○ ..... anderer Beitrag

Bankverbindung

Bank

Kontonummer

Bankleitzahl

Kontoinhaber

Datum/Unterschrift

Spenden vermindern das zu versteuernde Einkommen. SÜDWIND e.V. ist als gemeinnützig anerkannt, so dass Privatpersonen bis zu zwanzig Prozent ihres zu versteuernden Einkommens beim Finanzamt geltend machen können. Hierzu erhalten sie automatisch eine Jahresspendenbescheinigung zum Jahresbeginn.

○ Nein, ich möchte keine Spendenquittung erhalten!

Sie erhalten in Kürze eine schriftliche Bestätigung Ihrer Mitgliedschaft. Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung.

Mitmachen!

Wir leben von der Unterstützung unserer Mitglieder und Förderer. Setzen Sie sich mit SÜDWIND für wirtschaftliche, soziale und ökologische Gerechtigkeit weltweit ein. Wir möchten unabhängig bleiben, auch unbequeme Fragen stellen und nicht nur einfache Antworten geben. Bitte helfen Sie uns dabei.

Über unsere Veröffentlichungen erhalten Sie Anregungen dazu, was Sie selbst im alltäglichen Leben tun können, um sich gegen Armut und Ungleichheit einzusetzen. Wir bieten einen Einblick in aktuelle Forschungsergebnisse und berichten über die Arbeit von SÜDWIND mit zusätzlichen Hintergrundinformationen. Zur Unterstützung des Vereins entstand im Jahr 2007 die „SÜDWIND-Stiftung für internationale soziale und wirtschaftliche Gerechtigkeit“. Diese legt ihr Geld nach strengen ethischen und ökologischen Kriterien an.

Unsere Mitglieder und Förderer haben die Möglichkeit, die Arbeit von SÜDWIND mit zu gestalten. So tragen wir Themen und Forderungen im Namen unserer Mitglieder in Netzwerke, Gesellschaft und Politik.

Machen Sie mit!

SÜDWIND e.V.

Lindenstraße 58–60
D-53721 Siegburg

Tel.: +49 (0) 22 41-53 617
Fax: +49 (0) 22 41-51 308
info@suedwind-institut.de
www.suedwind-institut.de

Bankverbindung des Vereins:
SÜDWIND e.V.
KD-Bank
Konto-Nr: 99 88 77
BLZ 350 601 90

Bankverbindung der Stiftung:
SÜDWIND-Stiftung
Ethikbank Eisenberg
Konto-Nr.: 308 40 00
BLZ 830 944 95

Von der Staude bis zum Konsumenten

Die Wertschöpfungskette von Bananen

Bananen sind nach Äpfeln das meistverzehrte Obst in Deutschland. Bevor sie die Kundinnen und Kunden erreichen, haben sie eine weite Reise hinter sich, da die Pflanze nur in den Tropen und Subtropen wächst.

Allerdings gibt es immer wieder Berichte über Missstände in den Anbaugebieten, da die sozialen und ökologischen Bedingungen auf den Plantagen oftmals problematisch sind: Niedrige Löhne der Beschäftigten, die Unterdrückung von Gewerkschaften und der Einsatz großer Mengen Pestizide sind in vielen Anbaugebieten an der Tagesordnung.

Verbesserungen werden sich nur erreichen lassen, wenn die großen Bananenkonzerne, Transportunternehmen und der Einzelhandel diese länderübergreifend durchsetzen wollen. Sonst droht dem Land, das als erstes Verbesserungen durchführt, dass es nicht mehr konkurrenzfähig ist und die Bananenproduktion komplett abwandert.

Dabei werden höhere Löhne allein nicht ausreichen, um die Situation der Beschäftigten zu verbessern. Notwendig ist darüber hinaus der Ausbau bestehender Ansätze sozialer Sicherungssysteme, die auch die Migrantinnen und Migranten aus Nachbarländern erfassen, die häufig eine großen Teil der auf den Plantagen Beschäftigten stellen. Auch der Schutz der Beschäftigten vor den Wirkungen der Pestizide muss durchgesetzt werden.

Bezug:
SÜDWIND e.V. – Institut für Ökonomie und Ökumene
Preis: 5,00 Euro
Ab 10 Exemplaren: 3,00 Euro
(zuzüglich Versandkosten)

SÜDWIND e.V.

Lindenstraße 58–60
D-53721 Siegburg

Tel.: +49 (0) 22 41-53 617
Fax: +49 (0) 22 41-51 308
info@suedwind-institut.de
www.suedwind-institut.de

Bankverbindung des Vereins:
SÜDWIND e.V.
KD-Bank
Konto-Nr: 99 88 77
BLZ 350 601 90

Bankverbindung der Stiftung:
SÜDWIND-Stiftung
Ethikbank Eisenberg
Konto-Nr.: 308 40 00
BLZ 830 944 95

ISBN: 978-3-929704-68-6