

Visionen Fair Trade 2010

Coop hat den fairen Handel nicht erfunden. Die Bananenfrauen aus Frauenfeld und claro bzw. OS3 gehören nebst anderen Pionieren zu den verdienstvollen Vorreitern von Fair Trade in der Schweiz. Coop wurde 1991 von der Max Havelaar Stiftung angefragt, ob sie sich bereit erklären kann, Max Havelaar zertifizierten Kaffee ins Sortiment aufzunehmen. Als erster Grossverteiler entschied sich Coop zur Zusammenarbeit mit der Stiftung. Als Partner der Max Havelaar Stiftung Schweiz haben wir massgeblich zu deren Aufbau beigetragen.

Das Sortiment wurde danach kontinuierlich ausgebaut. Tee, Schokolade, Honig folgten. 1997 wurde mit den Bananen das erste Frischprodukt ins Max Havelaar Sortiment aufgenommen. Heute umfasst es nicht weniger als 28 Produkte. Der Umsatz von Max Havelaar Produkten betrug 2002 62,6 Mio. CHF, wovon 12,3 Mio. CHF mit kombinierten Max Havelaar Bio-Produkten erzielt wurde. Als Glücksfall erwies sich die Lancierung der Rosen. Innerhalb von 2 Jahren entwickelten sich die Sympathieträger zum Leaderprodukt. Das neueste Produkt im Max Havelaar Sortiment der Bio-Rohrohrwürfelzucker.

Jedes neu lancierte Produkt trug zur Erhöhung der Bekanntheit und zur Verbreiterung des Fair Trade Gedankens bei den Konsumentinnen und Konsumenten bei. Heute ist das Max Havelaar Gütesiegel eines der bekanntesten Label in der Schweiz. Vor allem der ungestützte Bekanntheitsgrad ist mit knapp 50% sehr hoch. Mit umfangreichen Kommunikationsmassnahmen haben wir unseren Teil zur hohen Bekanntheit und Glaubwürdigkeit beigetragen. Wir berichten regelmässig in der Coop Zeitung, in Publireportagen oder in unseren TV-Gefässen über die Projekte im Süden. Max Havelaar Produkte werden am Verkaufspunkt beworben und mit Regalstopper ausgezeichnet.

Coop hat von Anfang an auf Fair Trade unter dem Gütesiegel von Max Havelaar gesetzt. Mit Genugtuung stellen wir fest, dass erstens Fair Trade in vielen Industrieländern wächst und wir zweitens heute weltweit zu den grössten Anbieter von belabelten Fair Trade Produkten gehören. Max Havelaar Produkte sind ein fester Bestandteil unserer vier Kompetenzmarken. Mit Coop Naturaplan, Coop Naturaline, Coop Oecoplan und Max Havelaar haben wir noch einiges vor. 2 Mia. CHF Umsatz bis 2010 ist das ambitionöse Ziel. Dabei ist absehbar, dass sich die Max Havelaar Produkte hinter Coop Naturaplan zum zweitwichtigsten Umsatzträger innerhalb der vier Kompetenzmarken entwickeln werden. Mit der erfolgreichen Lancierung eines Near Food Produktes, den Blumen sind wir in neue Bereiche vorgestossen. Alle Bundrosen bei Coop sind heute Max Havelaar zertifiziert und das Angebot stösst auf eine sehr gute Akzeptanz bei den Kundinnen und Kunden.

Mit Non Food Produkten wie Fussbällen oder Textilien eröffnen sich zudem neue Perspektiven, welche auch für uns von Interesse sind. Wenn man das weiter denkt, so sind vielleicht auch einmal Non Food Produkte wie Elektrogeräte oder Pfannen welche im Süden billig hergestellt werden Max Havelaar tauglich. Auch Dienstleistungen wie z.B. Reisen wären ein nachvollziehbares Max Havelaar Angebot.

Fairer Handel im Alltag. Das ist die Vision von Coop. Max Havelaar Produkte sind dabei ein erster Anfang. Vielleicht noch wichtiger als die Umsätze mit Max Havelaar-Produkten ist die Signalwirkung, die von diesem kommerziellen Erfolg auf Lebensmittelmultis wie Dole, Unilever oder Nestlé ausgeht. Welches langfristig denkende Unternehmen kann es sich in seinem wohlverstandenen Eigeninteresse leisten, die ökologische und sozial-ethische Dimension seines Handelns ungestraft zu negieren? Die Konsumentinnen und Konsumenten setzen über den Markt da zum Glück die richtigen Signale.

Auch in Bereichen, wo es heute keine Max Havelaar zertifizierten Alternativen gibt, wollen und müssen wir auf die Einhaltung von fairen Arbeitsbedingungen, fairer Bezahlung und faire Handelsbeziehungen pochen. Bei den Textilien aus Bio-Baumwolle unter Coop Naturaline haben wir dies bereits seit 1996 verwirklicht. Und selbst bei der Beschaffung unseren konventionellen Produkten gilt seit diesem Jahr eine Richtlinie zu sozial-ethischer und ökologischer Beschaffung. Die darin enthaltenen Sozialanforderungen sollen den Arbeitern in den Produktionsländern faire Arbeitsbe-

dingungen sichern. Uns ist bewusst, dass dies ein anspruchsvolles Vorhaben ist, das mit Beharrlichkeit und viel Geduld angepackt werden muss. Zudem ist es im Alleingang wohl keinem Unternehmen möglich, Fair Trade generell umzusetzen. Auch wenn ich stark auf die Marktkräfte setze, ohne flankierende Politik z.B. im Rahmen der WTO wird es nicht gehen. Und da besteht nicht nur Grund zu Optimismus.

Das politische Umfeld darf aber kein Grund sein, den Kopf in den Sand zu stecken und nicht alles zu tun, was im eigenen Verantwortungsbereich möglich ist. Coop hat deshalb zum Jubiläum 10 Jahre Coop Naturaplan entschieden, den Coop Naturaplan Fonds ins Leben zu rufen. Von 2003 bis 2012 unterstützen wir nachhaltige Projekte in der Schweiz und im Süden mit jährlich 10 Mio. CHF. Auch wenn das Schwergewicht klar in der Schweiz liegt, haben einige nachhaltige Fair Trade Projekte ausdrücklich Platz in diesem Fördertopf. Aber wird sind uns bewusst: Das ist erst der Anfang!

Dr. Felix Wehrle
Leiter Kommunikation Coop
Mitglied der Direktion

1.9.2003