

## **Boeren uitgebuit**

In veel ontwikkelingslanden leeft 60 tot 70 procent van de bevolking op het platteland. Veel mensen verbouwen stapelvoedsel bij hun huis voor eigen consumptie. Stapelvoedsel bestaat uit weinig gevarieerde gewassen die vooral gericht zijn op maagvulling, maar weinig vitamines bevatten voor een volwaardige voeding. Het dieet van veel mensen in Afrika bestaat bijvoorbeeld uit een dagelijks portie yam (een soort aardappel); veel Aziaten voeden zich hoofdzakelijk met rijst. Veel gezinnen kunnen niet of nauwelijks rondkomen van het voedsel dat ze zelf verbouwen. Met name gezinnen met schoolgaande kinderen hebben moeite het hoofd boven water te houden. In veel landen migreert een deel van de plattelandsbevolking naar de stad om werk te zoeken, maar ook daar is de werkgelegenheid beperkt.

Sommige mensen sluiten zich aan bij een grotere boer of verenigen zich in een coöperatie. Boeren die genoeg land hebben, kunnen handelsgewassen gaan verbouwen. Dit zijn gewassen die niet direct voor eigen consumptie gebruikt worden, maar meer opleveren in de verkoop. Koffie en thee zijn voorbeelden van zulke handelsgewassen. Handelsgewassen worden meestal op de plaatselijke markt verkocht, omdat het vaak aan exportmogelijkheden ontbreekt.

Omdat het moeilijk is om aan inkomen te komen, zijn de boeren gemakkelijk uit te buiten. Bovendien blijven de lonen vaak laag door de ruime arbeidsmarkt. Rijke westerse landen maken hier graag misbruik van. Zo kunnen ze goedkoop aan producten als rijst, bananen en koffie komen. Er zijn ook veel bedrijven die gebruik maken van goedkope arbeidskrachten in ontwikkelingslanden, zoals in de textielindustrie in Azië.

## **Kan het ook anders?**

Er zijn organisaties die als doelstelling hebben om mensen in ontwikkelingslanden uitzicht te bieden op een beter bestaan. De Fair Trade organisatie probeert sinds 1959 de ontwikkelingshandel op een eerlijke manier te laten verlopen. In 1986 is Max Havelaar opgericht op verzoek van koffieboeren in het zuiden van Mexico. De boeren wilden geen hulp, maar handel. Volgens hetzelfde principe verhandelt Agrofair bananen en verkoopt Kuyichi spijkerbroeken van 'eerlijke' katoen. Al deze organisaties zetten zich in voor een systeem, waarin producenten in ontwikkelingslanden een stabiele positie op de wereldmarkt kunnen verwerven en behouden. Daarnaast onderschrijven ze de filosofie dat productie ook voor het milieu duurzaam moet zijn. Het verbouwen van gewassen op een niet-duurzame manier leidt tot uitputting van de bodem, hetgeen de productie niet ten goede komt. De Fair Trade organisaties streven een duurzame economie na als middel om op een structurele manier armoede te bestrijden.

## **Het verschil**

Het bekendste verschil tussen Fair Trade en 'gewone' handel is waarschijnlijk de 'eerlijke prijs'. Deze prijs komt in overleg met de producenten tot stand. Over het algemeen accepteren importorganisaties de berekeningen die door de producenten worden voorgesteld. De prijs moet de productiekosten, inclusief sociale en milieukosten, volledig dekken. Bovendien moet de prijs producenten een redelijke levensstandaard en een marge voor investeringen in de toekomst kunnen bieden. Om die levensstandaard te kunnen garanderen krijgen de boeren een minimumprijs, ongeacht de prijs op de wereldmarkt. Bovendien krijgen producenten vaak een lange-termijn contract om hen meer zekerheid te bieden. Om investeringen te bevorderen wordt een gedeelte van de prijs vooruit betaald. Tenslotte kunnen producenten financiële en technische steun en advies op product- en bedrijfsgebied krijgen.

Eerlijke prijzen voor producenten betekenen niet per definitie hogere prijzen voor de consument. Voor ongeveer de helft van de eerlijk verhandelde producten ligt de prijs hoger, bij de andere helft lager. Veel producten, bijvoorbeeld bananen, zijn erg onderhevig aan concurrentie. Dit heeft te maken met de afwezigheid van tussenhandelaren in de distributieketen en de inzet van vrijwilligers. Max Havelaar weet daarentegen al een paar jaar met de koffie een marktaandeel van 3% te behouden. Fair Trade verkoopt een groot deel van haar producten in speciale wereldwinkels, die overal in Nederland gevestigd zijn. Het marktaandeel van de wereldwinkels is de laatste jaren ook ongeveer gelijk gebleven.

## **De consument**

Waar ga je naartoe als je 'eerlijke' spijkerbroek wilt kopen? Voor de consument is het vaak onduidelijk hoe een product gemaakt is. Informatie over de handel en wandel van bedrijven is al helemaal lastig te vinden. Er zijn keurmerken in het leven geroepen om te garanderen dat een product veilig en verantwoord geproduceerd is. Een keurmerk heeft pas effect wanneer de consument het kent en het vertrouwt. Een bekend voorbeeld binnen Fair Trade is het Max Havelaar keurmerk, dat voor koffie gebruikt wordt. Toch heeft al jarenlang maar één van de 33 verkochte pakken koffie het Max Havelaar keurmerk. Fair Trade

vraagt zich natuurlijk af waarom er niet meer mensen hun producten kopen. Kennen of vertrouwen consumenten het keurmerk niet? Zijn ze niet geïnteresseerd in eerlijke handel? Willen ze er niet meer voor te betalen?