

Einführung: Rio20+ in Salzburg?

Fairer Handel

>Was steht in der Agenda 21?

>Globale Trends

>Situation in Salzburg

>Zukunftsvorschläge



## "Fairer Handel"

Text: Mag. Anita Rötzer, Südwind Entwicklungspolitik Salzburg

### EINFÜHRUNG

**Was ist die „Rio“-Konferenz?** Im Juni 1992 fand die erste große Konferenz für Umwelt und Entwicklung der Vereinten Nationen in Rio de Janeiro statt. Von den teilnehmenden Staaten wurden dabei die sogenannte „Agenda 21“, also der Aufgabenkatalog der Menschheit für das 21. Jahrhundert, verabschiedet.<sup>1</sup> Umfangreich werden darin Herausforderungen, Ziele und Programme für die einzelnen Bereiche nachhaltiger Entwicklung beschrieben und Maßnahmen auf allen Handlungsebenen – von der Kommune über die Nationalstaaten bis hin zur Weltgemeinschaft – eingefordert. Eine besondere Bedeutung wird der Einbindung der BürgerInnen auf lokaler Ebene zugemessen. Im Rahmen der „Lokalen Agenda 21“ werden weltweit in Gemeinden und Städten BürgerInnenbeteiligungsprozesse durchgeführt.

1

**Was ist Rio+20?** 2002 gab es eine erste Nachfolgekonzferenz zu „Rio“ in Südafrika. Vom 20. bis 22. Juni 2012 treffen sich nun die Regierungen, aber auch die VertreterInnen der Zivilgesellschaft wieder in Rio. Der Hauptfokus liegt 2012 auf „Grüner Wirtschaft“ und der Überwindung von Armut sowie auf institutionellen Arrangements für nachhaltige Entwicklung<sup>2</sup>.

**Was ist Rio20+ Salzburg?** Eine Veranstaltungsreihe in Salzburg, durchgeführt vom Salzburger Netzwerk Bildung für Nachhaltige Entwicklung und Globales Lernen („sabine“), einem Zusammenschluss von Bildungseinrichtungen und –organisationen im Bundesland Salzburg, unterstützt vom Lebensministerium und dem Umweltressorts des Landes Salzburg. Medienpartner sind die Salzburger Nachrichten und der ORF Salzburg.

**Regionale Veranstaltungen.** Im Mai 2012 werden in den Bezirken des Landes Salzburg Themenabende zu den Bereichen „Ernährung“ (Lungau/Tamsweg), „Fairer Handel“ (Stadt Salzburg), „Energie“ (Tennengau/Kuchl), Klima(Flachgau/Seeham), „Mobilität“ (Pongau/Bischofshofen) und „Tourismus“ (Pinzgau/Bramberg) stattfinden.

**BürgerInnenbeteiligung.** Die regionalen Veranstaltungen haben das Ziel, mit ExpertInnen lokale Handlungspotenziale zum jeweiligen Schwerpunktthema zu diskutieren. „sabine“ Fragebögen an die Teilnehmer/innen ausgeben. Erhoben werden drei Fragen: Was werde ich selber in Zukunft machen (Selbstverpflichtung)? Was soll meine Gemeinde tun (Vorschläge an die Gemeindepolitik)? Was soll das Land tun (Vorschläge an die Landespolitik)?

**BürgerInnen-Enquete.** Am 19./20. Juni 2012, also zeitgleich zur Konferenz in Rio, wird „sabine“ in St. Virgil eine Tagung durchführen, in der die Schwerpunkte von Rio2012 – soziale Sicherung und institutionelle Verankerung von Nachhaltigkeit – auf Salzburger Ebene heruntergerochen werden. Und es werden bei dieser Tagung die Ergebnisse der BürgerInnenbefragung vorgestellt und diskutiert. Denn es ist Zeit zu handeln!

<sup>1</sup> Download der Agenda 21 in deutscher Fassung unter [www.bmu.de/files/pdfs/allgemein/application/pdf/agenda21.pdf](http://www.bmu.de/files/pdfs/allgemein/application/pdf/agenda21.pdf)

<sup>2</sup> Mehr siehe <http://www.rioplus20.at/>

---

## "Konsum verändert die Welt – fairändern wir den Konsum!"

22. Mai 2012, 18.00 – Gemeindesaal Evangelische Kirche Salzburg Süd, Dr. Altmannstr. 10  
 Inwiefern können Konsumenten und Konsumentinnen die Welt fairändern? Könnte durch den bewussten Konsum ein Beitrag zur weltweiten Gerechtigkeit bewirkt werden? FAIRTRADE, fair trade, fairer Handel, FAIRTRADE Gemeinden, Fair Fashion – was hinter diesen Begriffen steht – was der Faire Handel ist, was er will und erreicht, wem er nützt und wie er sich auf das Leben der ProduzentInnen auswirkt und was er für jede und jeden von uns bedeutet, wie wir damit umgehen, was die Jugend davon hält – darum wird bei dieser Veranstaltung im "Worldcafé" und am Podium diskutiert.

Impulsvortrag: Jean-Marie Krier (KommEnt)

Podium: Andrea Reitingner (EZA Fairer Handel GmbH), Jean-Marie Krier (KommEnt), Josef Ortner (Biopionier, ehemaliger Obmann von Bio-Austria)

Moderation: Elfi Geiblinger, ORF

---

## WAS STEHT IN DER AGENDA 21?

Das Thema Handel wird im Schlusssdokument intensiv behandelt. Handel als wesentlicher Teil einer nachhaltigen Entwicklung wird oft genannt: Förderung einer nachhaltigen Entwicklung durch den Handel. Der Begriff *Fairer Handel* ist nicht zu finden. Da der faire Handel ökologische, wirtschaftliche und soziale Aspekte verbindet, finden sich jedoch einige Formulierungen im Agenda Papier, die einen Bezug zum Fairen Handel herstellen. Im Folgenden ein paar Auszüge. Zum Thema Handel heißt es unter anderem im Kapitel 2 der Agenda 21<sup>3</sup>: „Internationale Zusammenarbeit zur Beschleunigung nachhaltiger Entwicklungen in den Entwicklungsländern und damit verbundene nationale Politik“ wörtlich:

„2.2 Sowohl die Wirtschaftspolitik einzelner Länder als auch die internationalen Wirtschaftsbeziehungen sind für eine nachhaltige Entwicklung enorm wichtig. Um die Entwicklung neu zu beleben und voranzutreiben, bedarf es dynamischer und kooperativer internationaler wirtschaftlicher Rahmenbedingungen und einer entschlossenen Wirtschaftspolitik auf nationaler Ebene. Ist eine dieser beiden Vorgaben nicht erfüllt, sind alle Bemühungen zwecklos. Günstige außenwirtschaftliche Rahmenbedingungen sind hierbei von entscheidender Bedeutung. Der Entwicklungsprozeß wird nicht die nötige Stoßkraft gewinnen, wenn es der Weltwirtschaft an Dynamik fehlt und wenn sie mit Unsicherheiten behaftet ist. Ebenso wenig wird er in Gang kommen, wenn die Entwicklungsländer von der Last ihrer Auslandsschulden erdrückt werden, keine ausreichenden Mittel für die Finanzierung einer solchen Entwicklung vorhanden sind, der Zugang zu den Märkten durch Handelsschranken erschwert wird und die Rohstoffpreise und die Austauschrelation zwischen im- und exportierten Gütern (Terms of Trade) der Entwicklungsländer weiterhin ungünstig sind. Die Bilanz der achtziger Jahre war für jeden dieser Posten weitgehend negativ und muß unbedingt ins Positive gekehrt werden. Somit kommt den erforderlichen wirtschaftspolitischen Konzepten und Maßnahmen zur Schaffung geeigneter internationaler Rahmenbedingungen, welche die nationalen Entwicklungsbemühungen zusätzlich unterstützen, entscheidende Bedeutung zu. Die internationale Zusammenarbeit in diesem Bereich muß in den Industrie- und den Entwicklungsländern als Ergänzung und Unterstützung - und nicht als Schwächung oder Abwertung – einer soliden nationalen Wirtschaftspolitik gesehen werden, wenn es tatsächlich gelingen soll, Fortschritte in Richtung nachhaltige Entwicklung zu erzielen.“ (S.5)

„2.3 Um die gesetzten Umwelt- und Entwicklungsziele auch tatsächlich verwirklichen zu können, soll die Weltwirtschaft ein günstiges internationales Klima schaffen, indem sie a) eine nachhaltige Entwicklung durch Liberalisierung des Handels fördert; b) dafür sorgt, daß sich Handel und Umwelt wechselseitig unterstützen; c) ausreichende finanzielle Mittel für Entwicklungsländer und zur Lösung der internationalen Schuldenprobleme zur Verfügung stellt; d) sich für eine Wirtschaftspolitik einsetzt, die sowohl der Umwelt als auch der Entwicklung zuträglich ist.“ (S. 5)

---

<sup>3</sup> Deutsche Fassung Download: [www.bmu.de/files/pdfs/allgemein/application/pdf/agenda21.pdf](http://www.bmu.de/files/pdfs/allgemein/application/pdf/agenda21.pdf)

Im Kapitel 3 „Armutsbekämpfung“ unter 3.2 werden Punkte, die auch im Fairen Handel zentral sind, zusammengefasst: „...Eine konkrete Strategie zur Armutsbekämpfung ist daher eine der Grundvoraussetzungen für eine gesicherte nachhaltige Entwicklung. Eine wirksame Strategie, mit deren Hilfe Armuts-, Entwicklungs- und Umweltprobleme zur gleichen Zeit angegangen werden können, soll sich zuerst schwerpunktmäßig mit den Ressourcen, der Produktion und den Menschen befassen und Bevölkerungsfragen, eine bessere Gesundheitsversorgung, Bildung und Erziehung, die Rechte der Frau, die Rolle der Jugend und die der indigenen Bevölkerung sowie die örtlichen Gemeinschaften und einen demokratischen Beteiligungsprozeß in Verbindung mit guter Regierungsführung mit einbeziehen.“ (S.14)

Im Dokument finden sich beispielsweise auch Ansätze in Richtung „Veränderung der Konsumgewohnheiten“, was im Fairen Handel ein wesentlicher Punkt ist: Kapitel 4 (4.5: S.18) oder auch bezüglich der Rolle der Frauen decken sich Punkte, die im Fairen Handel integriert sind (Kapitel 5 „Bevölkerungsdynamik und nachhaltige Entwicklung“ 5.48: S.27)

Für einen nachhaltigen Handel lassen sich folgende Ziele ableiten:

- Beitrag zu einem gerechten Ausgleich mit Entwicklungsländern<sup>4</sup>
- Das Beenden der Ausbeutung des Südens und Etablierung von Handelsstrukturen, die auf Fairness statt auf Profitmaximierung gründen.<sup>5</sup>
- Aufbau eines alternativen, fairen Handelssystems, das auf gegenseitigem Verständnis und Respekt zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen beruht.<sup>5</sup>
- Förderung einer ökologisch und sozial nachhaltigen Entwicklung.<sup>5</sup>

### Fairer Handel – GLOBALE TRENDS

## 3

**Definition** „Der Faire Handel – Fair Trade – ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Er leistet einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung, indem er bessere Handelsbedingungen bietet und die Rechte benachteiligter ProduzentInnen und ArbeiterInnen – speziell in den Ländern des Südens – sichert. Fair Trade Organisationen engagieren sich – gestärkt durch VerbraucherInnen – aktiv für die Unterstützung der ProduzentInnen, für Bewusstseinsbildung und Kampagnenarbeit, um die Regeln und Praktiken des konventionellen Handels zu verändern.“<sup>6</sup>

**Eckdaten des Fairen Handels.** 1969 wurde der erste Weltladen in den Niederlanden eröffnet. Damals hätte man sich nicht erträumen lassen, dass der Faire Handel in einigen Jahrzehnten so gut laufen würde. Mittlerweile gibt es zahlreiche Initiativen für den fairen Handel in 33 Konsumentenländern (2007)<sup>7</sup>, auch ost-europäische Länder sind dabei. Vor allem in den letzten 10 bis 20 Jahren hat sich der faire Handel kontinuierlich ausgebreitet (1995 waren erst 14 Länder aktiv). Weltweit bestehen über 500 spezialisierte Importorganisationen und rund 125.000 Verkaufsstellen. Der Schätzwert liegt bei rund eine Million Familien (rund fünf Millionen Menschen) in mehr als 50 Ländern, die vom Fairen Handel profitieren. Vereinzelt und in jüngster Zeit entwickelten sich auch Faire Handels-Kooperationen in Richtung osteuropäische Staaten (z.B. Rumänien), der Schwerpunkt liegt dennoch weiterhin auf der Kooperation zwischen dem *Norden* und *Süden*<sup>8</sup>.

<sup>4</sup> Positionspapier „Dezentrale Nachhaltigkeitsstrategien – Lokale Agenda 21“ der NachhaltigkeitskoordinatorInnen der österreichischen Bundesländer, Februar 2010.

<sup>5</sup> Nach: Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt: Eine Studie des Wuppertal Instituts für Klima, Umwelt, Energie/Brot für die Welt, Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland, Evangelischer Entwicklungsdienst (Hrsg.)/ Sachs, Wolfgang (Red.), 2008, S. 495-498

<sup>6</sup> Nach: <http://www.eza.cc>: Auf diese gemeinsame Definition vom Fairem Handel einigten sich im Dezember 2001 die VertreterInnen von FLO (Fairtrade Labelling Organizations International, [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)), IFAT (The International Fair Trade Association, [www.ifat.org](http://www.ifat.org)), NEWS! (Network of European Worldshops, [www.worldshops.org](http://www.worldshops.org)) und EFTA (European Fair Trade Association, [www.eftafairtrade.org](http://www.eftafairtrade.org))

<sup>7</sup> Jean-Marie Krier: Fair Trade 2007: new facts and figures from an ongoing success story, August 2008

<sup>8</sup> Sustainable Austria, Nummer 58 – März 2012 in SOL Nr. 147 - Frühjahr 2012 SOL

Der Verkauf von zertifizierten fair gehandelten Produkten (Max Havelaar, FAIRTRADE) steigt stetig, so hat er sich beispielsweise von 2004 auf 2007 verdreifacht, auf 2009 sogar vervierfacht. Größte Absatzländer sind die USA und Großbritannien mit je rund 30% am globalen Verkauf. Nicht nur Weltläden verkaufen fair gehandelte Produkte, immer mehr Supermärkte folgen. Die Zahl der Supermärkte, die fair gehandelte Produkte vertreiben, liegt bei rund 125.000 weltweit (75.000 davon in Europa, der Rest in anderen 5 Ländern). Die meisten sind in Deutschland, Italien und den Niederlanden zu finden. Die Zahl an mitmachenden kommerziellen Unternehmen wie Nestlé, Dole, Starbucks oder McDonald's steigt mit der wachsenden Zahl an Produkten, die zertifiziert werden. Knapp 2000 Lizenzen wurden vergeben. Rund € 21,- gab ein/e SchweizerIn für fair gehandelte Produkte im Jahr 2007 aus; in Deutschland waren es € 1,72 und in Österreich €6,36<sup>9</sup>. 2009 liegt der Pro-Kopf-Konsum von FAIRTRADE Produkten in Österreich bei €8,61<sup>10</sup>. 3,4 Milliarden Euro haben VerbraucherInnen 2009 weltweit für fair gehandelte Produkte ausgegeben<sup>11</sup>.

**10 Kriterien des Fairen Handels der World Fair Trade Organization<sup>12</sup>.** **Armutsbekämpfung:** Chancen werden für wirtschaftlich benachteiligte ProduzentInnen geschaffen. **Transparenz und Rechnungslegung:** Im Management und den Handelsbeziehungen wird großer Wert auf Transparenz gelegt. **Weiterbildung und Kompetenzgewinn:** Die Unabhängigkeit der PartnerInnen wird gestärkt; eine Kontinuität der Handelsbeziehung, Verbesserungen in der Vermarktung und Management sind wesentlich. **Den Fairen Handel bewerben:** Möglichkeiten zu gerechten Handelsbeziehungen werden aufgezeigt, Informationen über die Organisationen, Herstellung der Produkte und der ProduzentInnen werden weiter gegeben; auf höchstmögliche Produktqualität und Verpackung wird geschaut. **Zahlung eines fairen Preises:** Dadurch kann die Produktion sozial gerecht und umweltverträglich ablaufen, die Gleichbehandlung von Männern und Frauen im Sinne der gleichen Bezahlung für die gleiche Arbeit wird berücksichtigt. Die Bezahlung erfolgt pünktlich und es wird versucht nötige Vorfinanzierungen zu sichern. **Situation der Frauen verbessern (Gender Equity):** Die Arbeit von Frauen wird entsprechend gewürdigt. **Gute Arbeitsbedingungen:** Bezüglich Gesundheit und Sicherheit werden nationale und lokale Gesetze und die ILO (International Labour Organization) Konventionen eingehalten. Fairhandelsorganisationen kennen die Arbeitsbedingungen und Sicherheitsmaßnahmen ihrer ProduzentInnen. **Keine ausbeuterische Kinderarbeit:** Die UN-Konvention über Rechte des Kindes wird respektiert. Wenn Kinder in der Produktion beteiligt sind wird das bekannt gegeben. Ihr Wohlbefinden, ihre Sicherheit, Bildung und ihre Freizeit soll nicht beeinträchtigt werden. **Rücksicht auf die Umwelt:** Unterstützung von umweltschonenden Praktiken in der Produktion. **Rücksichtsvolle Handelsbeziehungen:** Solidarität, Vertrauen und gegenseitiger Respekt fördern das soziale und wirtschaftliche Wohlergehen der PartnerInnen.

**Fairer Handel als Strategie zu einer nachhaltigen Entwicklung.** Fairer Handel ist mehr als nur eine Verkaufsstrategie. Er fördert einen gewissen Lebensstandard der ProduzentInnen im Süden, leistet einen Beitrag zur Armutsreduzierung und ermöglicht auch den KonsumentInnen weltweite Handelsbeziehungen bewusst und konkret mitzugestalten. Er ist ein Geschäftskonzept für nachhaltige Entwicklung. Für jedes FAIRTRADE-zertifizierte Produkt wird ein garantierter Mindestpreis (unabhängig vom Weltmarktpreis), eine Prämie für Entwicklungsprojekte (z.B. Gesundheitsstationen oder Schulprojekte) und zusätzlich Zuschläge für Bio-Qualitäten bezahlt. Wenn der Weltmarktpreis über dem garantierten FAIRTRADE-Mindestpreis liegt, wird der höhere (Weltmarkt-)Preis plus Zuschläge gezahlt. Wesentlich

<sup>9</sup> Jean-Marie Krier: Fair Trade 2007: new facts and figures from an ongoing success story, August 2008

<sup>10</sup> FAIRTRADE Österreich, Jahresbericht 2009/10

<sup>11</sup> Claudia Mende: Fairtrade wird salonfähig In: Weltsichten 2011/11, S. 45-47

<sup>12</sup> Sustainable Austria, Nummer 58 – März 2012 In: SOL Nr. 147 - Frühjahr 2012 SOL

beim Aufbau einer fairen Handelsbeziehung sind langfristige Verträge, die Verpflichtung der AbnehmerInnen Vorauszahlungen zu tätigen (wenn erwünscht) und eine gemeinsame Produkt- und Qualitätsentwicklung. Eine entsprechende Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit auf lokaler und regionaler, internationaler Ebene ist grundlegend.

### Internationale Ebene – die größten Fair-Handels-Organisationen

**World Fair Trade Organization (WFTO).** Regionale Vertretungen: WFTO Europe, AFTF in Asien, COFTA in Afrika, WFTO-LA in Lateinamerika, FTAAANZ in Australien/Neuseeland, Nordamerika und Pazifik: Mitglieder verpflichten sich zu 100% dem Fairen Handel und seinen Kriterien. Das globale Netzwerk von ProduzentInnen, Importeuren und Großhändlern sowie Verbänden von Weltläden legt gemeinsame Kriterien auf globaler Ebene fest. Ein internes globales Standard-, Kontroll- und Zertifizierungssystem wird derzeit aufgebaut, damit Fair-Handelsorganisationen auf internationaler Ebene auf der Basis gleicher Kriterien zertifiziert sind. Die WFTO stärkt nationale wie regionale Netzwerke. Sie ist das einzige weltweite Netzwerk, dessen Mitglieder die komplette Handelskette vom Produzenten bis zum Konsumenten abbilden. Österreichische Mitglieder der WFTO sind: ARGE Weltläden, Eine-Welt-Handel AG und EZA Fairer Handel GmbH. Hauptsitz ist Culemborg, Niederlande.

**FAIRTRADE International, früher Fairtrade Labelling Organizations International (FLO).** Die internationale Organisation entwickelt die FAIRTRADE-Standards und unterstützt die ProduzentInnengruppen die FAIRTRADE-Zertifizierung zu erwerben. Die 25 Mitglieder bestehen aus 3 ProduzentInnen-Netzwerken (regionale Verbände in Afrika, Asien, Lateinamerika und Karibik, die KleinbäuerInnen, ArbeiterInnen und andere TeilhaberInnen repräsentieren), 19 Siegelinitiativen, 2 Marketingorganisationen, 1 außerordentliches Mitglied. Die Gütesiegelorganisationen promoten das Siegel, machen das Konzept bekannt, betreiben aber keinen Handel. Aus Österreich ist FAIRTRADE Austria Mitglied. Hauptsitz ist Bonn.

**European Fair Trade Association (EFTA).** Die EFTA ist ein Verband von 10 Fair-Handels-Importeuren in neun europäischen Ländern (Österreich, Belgien, Frankreich, Deutschland, Italien, Holland, Spanien, Schweiz, Großbritannien). Sie unterstützt ihre Mitglieder in der Organisation und gemeinsamer Kooperationen. Aus Österreich ist die EZA Fairer Handel GmbH dabei. Hauptsitz nahe Maastricht in den Niederlanden.

**Entwicklungen/Herausforderungen im Fairen Handel.** Seit dem Beginn der Entwicklungen von TransFair (später FAIRTRADE) 1989 in den Niederlanden und seiner Gründung 1992 entwickelte sich der Faire Handel aus seinem Nischendasein zu einem anerkannten Handelsprinzip. Inzwischen haben auch Konzerne fair zertifizierte Produkte im Sortiment und machen damit große Geschäfte, was den Umsatz des Fairen Handels in die Höhe schießen lässt. Süßwaren-Konzerne wie *Cadbury* und *Ben & Jerry's* (Eishersteller) verwenden Zutaten aus dem Fairen Handel. 2010 ließ Nestlé seinen Schokoriegel *Kit Kat* fair zertifizieren. Die amerikanische Kaffeehauskette Starbucks ist der zweitgrößte Abnehmer von FAIRTRADE-zertifiziertem Kaffee. Durch die großen Konzerne steigt die Konkurrenz für die Weltläden und kleinen Initiativen enorm. Ein Rückgang des Anteils der Weltläden am Umsatz fairer Produkte findet seit der Gründung von TransFair / FAIRTRADE statt. Um mit diesen Entwicklungen mithalten zu können, ist ein professionelles Marketing der Weltläden nötig. Teilweise gelingt das in Deutschland und Österreich, teilweise gelingt es noch gar nicht.<sup>13</sup>

**Weltladen oder Supermarkt?** Der große Unterschied, ob ein fair gehandeltes Produkt im Weltladen oder im Supermarkt gekauft wird, ist der Nettopreis, der beim klassischen Fairen Handel in den eigenen, gänzliche dem Fairen Handel verpflichteten Strukturen verbleibt. Er wird etwa für die Stärkung der Organisationen und auch für Bildungsarbeit oder politische

<sup>13</sup> Claudia Mende: Fairtrade wird salonfähig In: Weltsichten 2011/11, S. 45-47

Kampagnenarbeit verwendet. Der Preis wird auf die gesamte Handelskette aufgeteilt, wovon alle involvierten Menschen leben können. Im Weltladen sind überdies alle angebotenen Produkte fair gehandelt. In einem Discounter ist dies nicht der Fall. Das Angebot eines fair zertifizierten Produktes in einem Discounter dient oft dazu, das ethische Image des Unternehmens aufzubessern. Als Beispiel ist die Lebensmittelkette Lidl zu nennen, die 2006 fair gehandelte Produkte ins Sortiment aufnahm. Lidl ist jedoch gleichzeitig einer der aggressivsten Preisdrücker am europäischen Markt. Er bezieht u.a. Produkte aus Textilizulieferern in Bangladesh, dessen Bruttosozialprodukt so hoch ist wie der Jahresumsatz von Lidl. 2009 bot der amerikanische Konzern Dole faire-zertifizierte Bananen an, während gleichzeitig bekannt wurde, dass das Unternehmen kolumbianische Paramilitärs unterstützte und das Internationale Labor Rights Forum Dole unter der Liste der fünf übelsten Arbeitgeber führt. In dieser Entwicklung geht der ursprüngliche Wert an Fairness, aus dem der Faire Handel entstand, verloren. Fairtrade Labelling Organization International (FLO) änderte zudem die Bestimmungen für gemischte Produkte - nur mehr 20 Prozent der Zutaten müssen aus fairem Handel stammen, statt bisher 50 Prozent (Zutaten, die im fairen Handel erhältlich sind, müssen nach wie vor gesiegelt sein). Das geschieht, um möglichst viele ProduzentInnen ins FAIRTRADE-System aufzunehmen. Die Kritik an dieser Praxis steigt jedoch. Dennoch mehr Fairer Handel bedeutet v.a. höheres Einkommen für die ProduzentInnen, mehr Wissen um das Marktgeschehen, Unterstützung beim Umstieg auf Bioproduktion, Unterstützung beim Aufbau demokratisierender Strukturen, stärkere Eigenständigkeit und bessere Arbeits- und Lebensverhältnisse<sup>14</sup>.

## 6 ZUR SITUATION IN SALZBURG/ÖSTERREICH

**Entwicklung Österreich/Salzburg.** Die größte Importorganisation Österreichs, die **EZA Fairer Handel GmbH**, hat ihren Sitz in Salzburg, Köstendorf. Sie wurde 1975 als erste Organisation des Fairen Handels in Österreich gegründet. Sie vertreibt mehr als 4000 Produkte von rund 140 ProduzentInnengruppen in rund 30 Ländern<sup>15</sup> und betreibt drei Weltläden in Wien und Salzburg. Als Fachgeschäft, die die EZA Fairer Handel betreibt, ist der Fashion Shop anukoo zu nennen. Die zweitgrößte Importorganisation ist die **Eine-Welt-Handel AG** in der Steiermark (gegründet 1987), die vier eigene Läden betreibt.

Der erste Weltladen in Österreich wurde 1977 in Innsbruck eröffnet. 1982 schlossen sich die ersten Weltläden zur **ARGE Weltläden**, der Dachorganisation österreichischer Weltläden zusammen. Mittlerweile gehören 94 Weltläden und zwei Weltcafés zur ARGE Weltläden. Die EZA wie auch die ARGE Weltläden verbinden ihre Arbeit mit Bildungsarbeit und politischer Kampagnenarbeit, auch Reisen zu ProduzentInnen werden organisiert.

**WELTLÄDEN.** Alle Produkte, die Weltläden anbieten sind fair gehandelte Produkte. Das gilt auch für Produkte, die kein Gütesiegel aufweisen - auf verschiedenen Ebenen werden die Kriterien des Fairen Handels überprüft (durch WFTO, EFTA, Importorganisationen, ARGE Weltläden). Bildungsarbeit zum Fairen Handel und politische Arbeit zugunsten fairerer Regeln im Welthandel sind weitere Schwerpunkte ihrer Arbeit. Zur Fortbildung der Weltladen-MitarbeiterInnen wurde vor einigen Jahren die Fair Trade Academy gegründet. Fair Trade Points an Schulen, das sind mobile Verkaufsstellen und Informationsstellen für entwicklungspolitische Themen, die vor allem von SchülerInnen selbst betreut werden, sind ein Angebot für junge Menschen. Im Bundesland Salzburg gibt es zwei Fair Trade Points an Schulen.

<sup>14</sup> Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt: Eine Studie des Wuppertal Instituts für Klima, Umwelt, Energie/Brot für die Welt, Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland, Evangelischer Entwicklungsdienst (Hrsg.)/ Sachs, Wolfgang (Red.), 2008, S. 495-498

<sup>15</sup> <http://www.eza.cc>

**FAIRTRADE Österreich** wurde 1993 auf Initiative der EZA Fairer Handel und der ARGE Weltläden in Kooperation mit entwicklungspolitisch engagierten Organisationen gegründet. FAIRTRADE Österreich betreibt selbst keinen Handel mit Produkten, sondern vergibt das FAIRTRADE Gütesiegel. Ziel ist es, möglichst vielen Menschen in Österreich fair gehandelte Produkte zugänglich zu machen. FAIRTRADE-Österreich (früher TransFair) hat rund 30 Mitgliederorganisationen. In Österreich gibt es rund 5.000 Verkaufsstellen, an welchen fair gehandelte Produkte gekauft werden können. Ein striktes Kontrollsystem begleitet die Vergabe des FAIRTRADE-Gütesiegels. Externe Prüfungen werden durchgeführt und prüfen systematisch, ob die vereinbarten Kriterien eingehalten werden. Zudem sind Aktivitäten zur Bewusstseinsbildung/Bildungsarbeit wichtig, um die Probleme bei den ProduzentInnengruppen zu thematisieren und alternative Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen: FAIRTRADE-Gemeinden sind eine Maßnahme in diese Richtung. In Österreich gibt es 68 FAIRTRADE-Gemeinden (und drei Wiener Bezirke), weltweit sind es mehr als 1.000 in 22 verschiedenen Ländern<sup>16</sup>.

**Einige Gütesiegel: FAIRTRADE:** Rohstoffe von Produkten mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel wurden zu 100% von FAIRTRADE-zertifizierten ProduzentInnenorganisationen hergestellt und nach FAIRTRADE-Regeln (Mindestpreis, Zuschläge, u.a.). Für Endprodukte, die verschiedene Zutaten beinhalten, gelten „FAIRTRADE-Standards für Mischprodukte bei Lebensmitteln“. Alle fair gehandelten Rohstoffe von Mischprodukten, für die es FAIRTRADE-Standards gibt, müssen zu 100% von FAIRTRADE-zertifizierten Organisationen eingekauft werden und der Anteil der Rohstoffe muss mindestens 20% der Gesamtmasse betragen, um dem Mischprodukt das FAIRTRADE-Siegel zu vergeben. **FAIRTRADE certified cotton:** Die Baumwolle an sich wurde unter sozial fairen Bedingungen hergestellt. Für die nachgelagerte Kette bezieht sich FAIRTRADE certified cotton und das folgend beschriebene GOTS Siegel auf die Einhaltung sozialer Mindeststandards, die sich u.a. an den Kernarbeitsnormen der ILO (International Labour Organization) orientieren. Weiterverarbeitende Unternehmen müssen bei FAIRTRADE Certified Cotton den Nachweis erbringen, dass sie 'Anstrengungen unternehmen' (efforts to comply), diese Mindeststandards zu erfüllen. **GOTS – Global Organic Textile Standard:** Zertifiziert Textilprodukte, deren Rohstoffe biologisch gewonnen wurden, umwelt- und sozialverantwortlich angefertigt wurden und die transparent gekennzeichnet wurden. Diese Zertifizierung beinhaltet nicht die Ebene der BaumwollpflanzlerInnen. **STEP:** Faire Bedingungen für TeppicharbeiterInnen.

7

## ZUKUNFTSVORSCHLÄGE

### Wie können wir zu mehr fairem Handel beitragen?

- Wir können uns über die Situation der ProduzentInnen informieren und diese weitergeben und verbreiten, sodass möglichst viele Menschen darüber Bescheid wissen.
- Als KonsumentInnen können wir beim Einkauf in Geschäften nachfragen, ob biologische und fair gehandelte Produkte geführt werden (z.B. Modegeschäft, Lebensmittelgeschäft, Restaurant, etc.) und kund tun, dass es uns ein Anliegen ist.
- Alternative Handlungsmöglichkeiten können angenommen werden: Durch den Kauf von fair gehandelten und biologischen Lebensmitteln unterstützen wir die Situation von ProduzentInnen.
- Wir können politische Kampagnen und andere Aktionen Richtung mehr Fairness in Weltwirtschaft und Welthandel (Petitionen) unterstützen.
- Wir können Organisationen unterstützen, die sich für den Fairen Handel und eine nachhaltige Entwicklung einsetzen.

<sup>16</sup> Sustainable Austria, Nummer 58 – März 2012 In: SOL Nr. 147 - Frühjahr 2012 SOL

### Wie kann die Gemeinde zu mehr fairem Handel beitragen?

- Die Gemeinde kann eine Vorzeigerolle übernehmen und Aktivitäten zur Informationsarbeit zum Fairem Handel unterstützen.
- Sie kann eine FAIRTRADE-Gemeinde werden.
- Öffentliche Einrichtungen können auf fair gehandelte Produkte umstellen: Gemeindegam, Krankenhäuser, Schulen, Altersheime etc. sollten fair gehandelte und biologische Produkte aufnehmen.
- Die Gemeinde kann entwicklungspolitische Organisationen unterstützen.

### Wie kann die Landespolitik zu mehr fairem Handel beitragen?

- Wie auf der Gemeindeebene kann die Landespolitik Aktivitäten zur Informationsarbeit zum Fairem Handel fördern.
- Auch sie kann entwicklungspolitische Initiativen unterstützen.
- Die Landespolitik kann auf eine sozial faire und ökologische öffentliche Beschaffung umsteigen und damit als Vorbild wirken.
- Öffentliche Einrichtungen des Landes können auf fair gehandelte Produkte umstellen und zusätzliche Handlungsmöglichkeiten wahrnehmen.

### Wie kann die (inter)nationale Politik zu mehr fairem Handel beitragen?

- Die internationale Politik kann Exportsubventionen im Norden, durch die, die Produktion in ärmeren Ländern benachteiligt wird, die Preise gedrückt und lokale BäuerInnen und Betriebe in den Ruin getrieben werden, abschaffen.
- Die (inter)nationale Politik kann seine Möglichkeiten nutzen, Produktion, Markt und Wettbewerb so zu beeinflussen, dass die Ökologie und Fairness stärken.
- Die Handelspolitik kann mit Zielsetzungen der Umwelt- und Entwicklungspolitik abgestimmt werden, anstatt ihnen zu widersprechen.
- Der Staat könnte die Prinzipien des Fairen Handels auf ordnungspolitischer Ebene verankern, beispielsweise durch eine Minderung der Mehrwertsteuer für faire gehandelte Produkte.<sup>17</sup>

8

**Resümee:** Bewegungen wie Biologischer Landbau, Fairer Handel oder Sanfte Mobilität haben einiges zum Bewusstseinswandel und damit zur Verhaltensänderung beigetragen. Nachhaltigkeit ist in aller Munde und mit dem „ökologischen Konsum“ hat diese auch die Wirtschaft erreicht. So erfreulich es ist, dass Fragen eines nachhaltigeren Lebensstils breitere Bevölkerungskreise erfassen, die Warnungen vor einem Ablasshandel, einer Selbstberuhigung durch „ethisch korrekten Konsum“ sind berechtigt. Das spricht nicht gegen bewussten oder nachhaltigen Konsum. Doch die „Abstimmung an der Supermarktkasse“ kann die „Abstimmung in den Parlamenten“ nicht ersetzen. Beides muss Hand in Hand gehen! So geht es auch um gesetzlich verankerte faire Handelsbeziehungen und gleichzeitig auch um *Lebensstile* der Begrenzung statt nur um „Shopping for a better world“. <sup>18</sup>



**Zur Verfasserin:** Mag. Anita Rötzer ist Mitarbeiterin von Südwind Salzburg und dort für Projekte und Öffentlichkeitsarbeit zuständig.  
Mehr: [www.suedwindsalzburg.at](http://www.suedwindsalzburg.at), [anita.roetzer@suedwindsalzburg.at](mailto:anita.roetzer@suedwindsalzburg.at)

Erstellt für „sabine“ im Auftrag des Projektes Rio20+ Salzburg, das von der Umweltabteilung des Landes Salzburg und dem Lebensministerium gefördert wird.

<sup>17</sup> Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt: Eine Studie des Wuppertal Instituts für Klima, Umwelt, Energie/ Brot für die Welt, Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland, Evangelischer Entwicklungsdienst (Hrsg.)/ Sachs, Wolfgang (Red.), 2008, S. 498

<sup>18</sup> Vgl. Hans Holzinger: Zur Ambivalenz der KonsumentInnendemokratie. oder: Die leichtfertige Rede von der Weltrettung. In: ders.: Neuer Wohlstand. Leben und Wirtschaften auf einem begrenzten Planeten. Salzburg, JBZ-Verl. 2012.



IDEENFRAGEBOGEN

## "Fairer Handel"

Vom 20.-22. Juni 2012 findet in Rio de Janeiro eine große Konferenz für „Umwelt und Entwicklung“ statt, bei der über Wege zu einer nachhaltigen Welt diskutiert wird.

Ein zentrales Thema ist dabei die Frage, wie der Welthandel sozial und ökologisch verträglich, also nachhaltig, gestaltet werden kann.

Was können wir in Salzburg dazu beitragen? Der folgende Fragebogen erhebt Vorschläge, was wir als Einzelne tun können im Sinne einer Selbstverpflichtung, was die Gemeinden und was die Landespolitik tun kann. Die Ergebnisse werden bei einer „sabine“-Tagung am 20. Juni in St. Virgil Salzburg präsentiert und reflektiert.

Wir bitten Sie um jeweils maximal drei Antworten.

1. Was ich mir selber vornehme bzw. bereits umsetze [Selbstverpflichtung]

.....

.....

.....

9

2. Was unsere Gemeinde tun kann [Vorschläge für Selbstverpflichtung der Gemeinde]

.....

.....

.....

3. Was das Land Salzburg tun kann [Vorschläge für Selbstverpflichtung des Landes]

.....

.....

.....

Falls Sie über die Ergebnisse informiert werden wollen, ersuchen wir um Bekanntgabe von

Name: ..... E-Mail: .....

oder Adresse: .....

Besten Dank für Ihre Mitwirkung! Online: [www.jungk-bibliothek.at/IdeenfuereinnachhaltigesSalzburg.htm](http://www.jungk-bibliothek.at/IdeenfuereinnachhaltigesSalzburg.htm)