

**Traude Novy****FAIRTRADE - ein Beispiel für gerechte Handelsbeziehungen?**

FAIRTRADE ist eine weltweite Initiative, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, den Bauernfamilien in den Ländern Asiens, Afrikas und Lateinamerikas ein menschenwürdiges Auskommen zu verschaffen, indem sie für ihre Export-Produkte einen fairen Preis bekommen. Die Bauerngemeinschaften werden dadurch vom volatilen Weltmarktpreis ihrer Produkte wie Kaffee, Kakao oder Orangensaft ein Stück unabhängig. Gleichzeitig bekommen Menschen in Europa und den USA die Möglichkeit, Produkte zu kaufen, bei denen sie sicher sind, dass sie nicht durch Ausbeutung der Produzierenden erzeugt wurden. FAIRTRADE ist also eine Initiative, die die Mechanismen des Marktes teilweise außer Kraft setzt.



FAIRTRADE ist somit ein Eingriff in den Markt und setzt dadurch die Theorie des britischen Ökonomen Adam Smith von der unsichtbaren Hand des Marktes, die dafür sorgt, dass jeder Mensch seinen Vorteil sucht und dadurch der größtmögliche Vorteil für alle entstehen soll, außer Kraft. Gibt es diese unsichtbare Hand überhaupt? In gewisser Weise sicher, denn der Austausch von Waren und Dienstleistungen ist ein komplexes, schwer zu steuerndes System, noch dazu in

der derzeitigen globalen Dimension. Aber es ist noch immer eine Frage, wie viel Macht man dieser unsichtbaren Hand einräumt und von welchen Werthaltungen und Prioritäten sie gesteuert wird. Das Bild von Adam Smith wird oft zur Verschleierung von realen Machtverhältnissen verwendet. Für den Agrarmarkt ist jedenfalls unbestreitbar – er ist schon seit Jahrhunderten in den sehr sichtbaren Händen der Mächtigen.

Das beweist ein Blick in die Geschichte der ungerechten Handelsbeziehungen auf diesem Sektor. Europa hat Bauernaufstände, Kriege und Hungersnöte erlebt, bis durch die Initiative solidarischer Führungspersönlichkeiten und durch die umverteilende Wirkung demokratischer Strukturen die Versorgung der Bevölkerung erstes Ziel landwirtschaftlicher Produktion wurde. Erst seither ist es für die bäuerliche Bevölkerung möglich, eigenständig zu leben. In den USA ging diese Emanzipation der Bauern und Bäuerinnen zulasten der indigenen Bevölkerung. Alle anderen Teile der Welt haben diese Prozesse nicht durchlebt und großteils als Kolonien nur dazu gedient, für die Kolonialmächte zu produzieren – die Versorgung der eigenen Bevölkerung war dort nie oberstes Ziel der Landwirtschaft. Die Massenproduktion von Agrarrohstoffen für den Export – Zucker, Kaffee, Kakao, Baumwolle usw. veränderte die Lebensweise der einheimischen Völker und die Vegetation ganzer Landstriche. Der Einsatz von ZwangsarbeiterInnen und SklavInnen ermöglichte eine Produktion zu niedrigsten Kosten. Die Rohstoffe wurden produziert und in die Kolonialstaaten abtransportiert: vom Erlös blieb nichts im Süden.

Die heutige Weltwirtschaft basiert immer noch auf den damals geschaffenen Strukturen und Machtverhältnissen. Allerdings sind im Norden weitere mächtige Spieler dazugekommen. Die USA, Japan und mit wachsendem Einfluss - die multinationalen Konzerne.

Die ehemaligen Kolonien wurden zwar politisch in die Unabhängigkeit entlassen, sie waren aber darauf schlecht vorbereitet. Häufig ging das Eigentum der Kolonialherren an Günstlinge der ehemaligen Herrscher, die weiterhin vor allem zu ihrem eigenen Nutzen und zum Nutzen der vormaligen Kolonialmächte operierten. Die wirtschaftliche Abhängigkeit ist geblieben.

Landwirtschaftliche Flächen im Süden sind Flächen für den Export – zumeist in den Händen von Großgrundbesitzern. Kleinbauernfamilien führen Randexistenzen, die mit ihrer Produktionsweise nicht konkurrenzfähig sind – aber es sind gerade diese kleinbäuerlichen Strukturen, die nachhaltig und umweltverträglich produzieren und die für die Grundversorgung der Bevölkerung unersetzbar sind. Die Nahrungsmittelkrise 2008 hat deutlich gezeigt, was es heißt, wenn arme Länder vom Weltmarktpreis der Agrarprodukte abhängig sind und die Eigenversorgung nicht funktioniert.

Nur durch eine kleinbäuerliche Existenzmöglichkeit sind die Bergbauerngebiete Mexikos und der mittelamerikanischen Länder bewohnbar. Dieses Kulturland der indigenen Bevölkerung ist ein ökologisches Paradies, das nur durch mühsame Handarbeit Subsistenzwirtschaft und besonders qualitätvolle Landwirtschaft ermöglicht. Ohne menschenwürdiges Einkommen ist vor allem die junge und männliche Bevölkerung gezwungen, sich anderswo Arbeit zu suchen. Dadurch würden die Elendsgebiete der großen Metropolen noch weiter anwachsen und die ländlichen Gebiete entvölkert werden. Man stelle sich nur die Bergregionen Mitteleuropas ohne Tourismus und Bergbauernförderung vor.

Kaffee ist nach Erdöl das größte Rohstoff-Handelsprodukt, dessen Preise am Weltmarkt festgelegt werden. Ohne Eingriffe in das Marktgeschehen sind die Kleinbauernfamilien dabei der Gluthitze der Globalisierung ausgesetzt und den großen Konzernen ausgeliefert. Aber auch bei Bananen und Kakao ist der Handel die Domäne einer Handvoll multinationaler Konzerne. Die produzierenden Länder sind zumeist von den Deviseneinnahmen durch den Export dieser Rohstoffe abhängig und forcieren großflächige Plantagenwirtschaft, obwohl dadurch die Böden ausgelaugt werden und die Umwelt belastet wird.

Bereits in den 70er Jahren haben RückkehrerInnen von Entwicklungsprojekten erkannt, dass die ungerechten Handelsbeziehungen zwischen dem Norden und dem Süden den Bauernfamilien im Süden keine Entwicklungschance lassen. Sie haben in vielen europäischen Ländern gleichzeitig begonnen, kleine Importbetriebe vor allem für Kaffee und Kunsthandwerk aufzubauen. Die Geschichte der 3. Welt-Läden (später Weltläden) begann. Aus dieser zivilgesellschaftlichen Initiative einzelner Personen entwickelten sich sehr bald größere Importorganisationen, die aber vor allem deshalb existieren konnten, weil sich sehr viele ehrenamtliche MitarbeiterInnen fanden, denen der faire Handel ein Anliegen war. Verkauft wurden diese Produkte in kleinen Geschäften, die ebenfalls zumeist ehrenamtlich geführt wurden, auf Pfarrmärkten und bei alternativen Veranstaltungen. Die Idee des Fairen Handels war geboren.

Diese Idee des Fairen Handels baut auf das Konzept der gezielten und nachhaltigen Förderung kleinbäuerlicher Landwirtschaft in Lateinamerika, Afrika und Asien. Durch den garantierten FAIRTRADE-Mindestpreis, den die Produzierenden für Kaffee, Kakao, Bananen, Orangensaft, Tee usw. erhalten, ist ihre bäuerliche Existenz und damit ihre Ernährung gesichert.

Langfristige Abnahmegarantien geben Planungssicherheit und die Ausschaltung ausbeuterischen

Zwischenhandels sorgt dafür, dass der Gewinn aus dem Verkauf der Erzeugnisse nicht geschmälert wird. Mit gezielter Beratung helfen ExpertInnen aus dem Fairen Handel den Bauern und Bäuerinnen ihre Anbaumethoden zu verbessern, eigenes Saatgut zu entwickeln und die Produktion zu diversifizieren. So wird z.B. in den Mischwäldern der Kaffeeproduktion auch die Honigerzeugung forciert. Fairhandels-Genossenschaften schaffen sich über den Verkauf an den regionalen Markt zusätzliche Einkommensquellen und reduzieren ihre Abhängigkeit von nur einem Erzeugnis. Hinzu kommt der Anbau von Lebensmittel wie Bohnen, Mais und Kürbisse zur Selbstversorgung.

Der Faire Handel stärkt überdies die Organisation der Kleinbauernfamilien und fördert das gemeinschaftliche Handeln. Die zusätzlich gezahlte FAIRTRADE-Prämie wird für soziale Projekte verwendet, die diese selbst bestimmen. Dazu ist eine genossenschaftliche Struktur nötig, in die auch unbedingt Frauen eingebunden sein müssen. Mit dieser Prämie werden Kleinkreditgemeinschaften, Schulen, sanitäre Anlagen, Gesundheitsstationen und auch das Wegenetz in die zumeist sehr entlegenen Gebiete finanziert. Eine verbesserte Infrastruktur erhöht die Effektivität der landwirtschaftlichen Arbeit und sichert so zusätzlich die Möglichkeit für einen regionalen Handel.



Daraus ergibt sich von selbst, dass der Faire Handel auf eine nachhaltige Bewirtschaftung setzt, um die natürlichen Ressourcen zu schonen und die Fruchtbarkeit der Böden zu erhalten. Wie wichtig das ist, belegen ein paar Zahlen: Weltweit sind mittlerweile eine Milliarde Menschen in 110 Ländern vom Verlust an fruchtbarem Boden bedroht. 40% der Landfläche der Erde gehören bereits zu den sogenannten Trockengebieten. In 70% davon schreitet die Verwüstung weiter vorn. Und die weltweiten wirtschaftlichen Verluste durch Versteppung betragen Schätzungen zufolge jährlich 40 Milliarden US-Dollar. Wer den Hunger bekämpfen will, muss deshalb Wüstenbildung und Verlust von Ackerland Einhalt gebieten. Beim Fairen Handel steht nachhaltiges

Umweltmanagement im Vordergrund, deshalb hat der Faire Handel neben der sozialen auch eine große ökologische Bedeutung.

Die Nahrungsmittelkrise des Jahres 2008 wurde sowohl durch den Umstieg auf Agro-Treibstoffe, als auch wegen der daraus resultierenden Rohstoff-Spekulation hervorgerufen. Diese Krisensituation hat die NahrungsmittelexpertInnen schlagartig davon überzeugt, dass die Zukunft der Ernährungssicherheit in den armen Ländern bei einer Stärkung der kleinbäuerlichen Landwirtschaft liegt. Aber von der Überzeugung zur tatsächlichen Umsetzung ist ein weiter Weg – vor allem weil die Lobbyisten der großen Konzerne ihre beherrschende Macht nicht freiwillig abgeben werden. Der Faire Handel ist in diesem Zusammenhang auch ein deutliches ökonomisches Signal, das die ProduzentInnen- und KonsumentInnenmacht stärken kann.

Der Faire Handel hat sich weltweit zu der Organisation FAIRTRADE mit dem bekannten FAIRTRADE-Siegel zusammengeschlossen. Das Ziel dieser Initiative ist die Förderung des gerechten Handels mit den Ländern Asiens, Afrikas und Lateinamerikas. Dieses FAIRTRADE-Gütesiegel ist die unabhängige Garantie für

- Soziale Standards
- Wirtschaftliche Standards
- Umweltstandards

in der Zusammenarbeit mit Kleinbauernfamilien und PlantagenarbeiterInnen.



Kleinbauernfamilien wird eigenständige Existenzsicherung ermöglicht. Bei Produkten, die keine kleinbäuerliche Tradition haben, wie z.B. Bananen und Tee werden die ArbeiterInnen in kleineren,

naturnah produzierenden Plantagen unterstützt, indem ihnen Mindestlöhne garantiert werden und ihnen Arbeitsrechte, wie z.B. betriebliche Organisation, zugesichert werden.

FAIRTRADE achtet auch besonders darauf, dass es keine ausbeuterische Kinderarbeit gibt und die Kinder regelmäßig die Schulen besuchen. Die Mitglieder der Kleinbauernkooperativen und Arbeiterinnen und Arbeiter entscheiden in demokratisch zusammengesetzten Gremien über die Verwendung der Sozialprämie. Zumeist wird in Bildung, Infrastrukturmaßnahmen, Gesundheitsvorsorge und Wohnen investiert oder die Umstellung auf ökologischen Landbau finanziert. Für biologisch angebaute Produkte gibt es im FAIRTRADE-System zusätzliche Bio-Aufschläge.

Die internationalen Standards für den fairen Handel umfassen die drei Pfeiler der Nachhaltigkeit: Soziales, Handel und Umwelt.

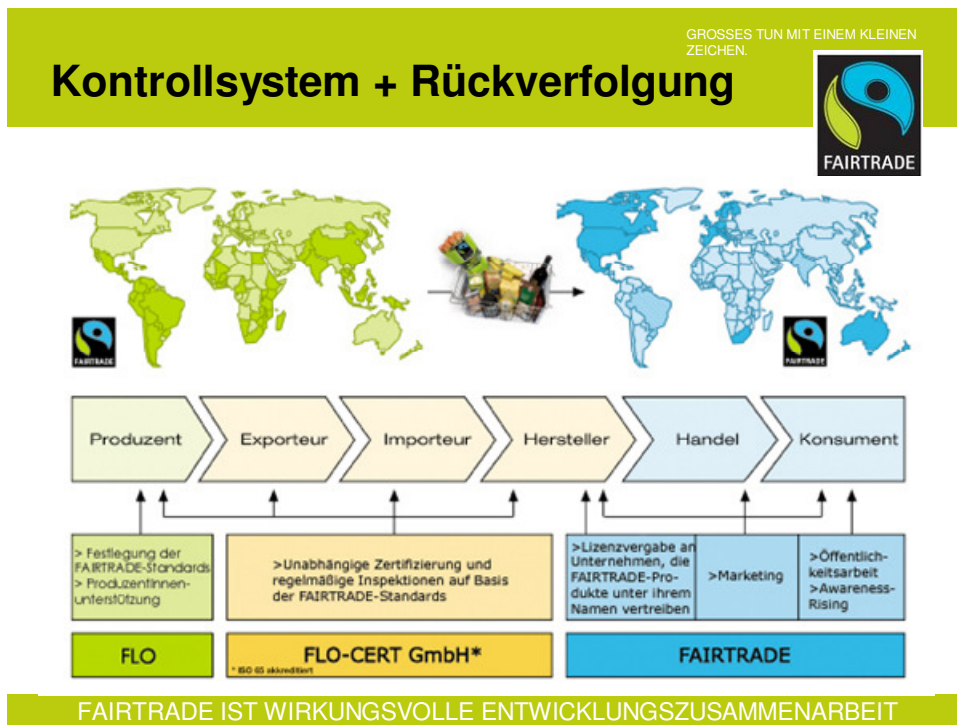
FAIRTRADE-Standards		
SOZIALES	HANDEL	UMWELT
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Arbeitsbedingungen (ILO)</li> <li>▶ Organisation</li> <li>▶ Transparenz</li> <li>▶ Gemeinschaftsprojekte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Garantierte Mindestpreise</li> <li>▶ FAIRTRADE-Prämie</li> <li>▶ Langfristige Handelsbeziehung</li> <li>▶ Vorfinanzierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Gentechnikfreiheit</li> <li>▶ Liste verbotener Substanzen</li> <li>▶ Umweltschonender Anbau</li> <li>▶ Förderung Bioanbau</li> </ul>

Frauen spielen sowohl als Produzentinnen, wie auch als Konsumentinnen im FAIRTRADE-System eine wichtige Rolle. In vielen Ländern sorgen sie allein für ihre Kinder und sind somit verantwortlich dafür, dass sie ihren Kindern eine lebenswerte Zukunft als Bäuerinnen und Bauern ermöglichen. In den Ländern des Nordens wiederum sind sie als Konsumentinnen die Säulen des Systems. Außerdem waren es vor allem Frauen, die ehrenamtlich in den Weltläden begonnen haben, fair gehandelte Waren zu verkaufen. Sie haben damit die Grundlage für die so erfolgreiche Verbreitung dieser Idee gelegt. Deshalb ist es besonders darauf zu achten, dass Frauen sowohl in den ProduzentInnengremien, als auch in den internationalen und nationalen Vorständen gleichberechtigt vertreten sind.

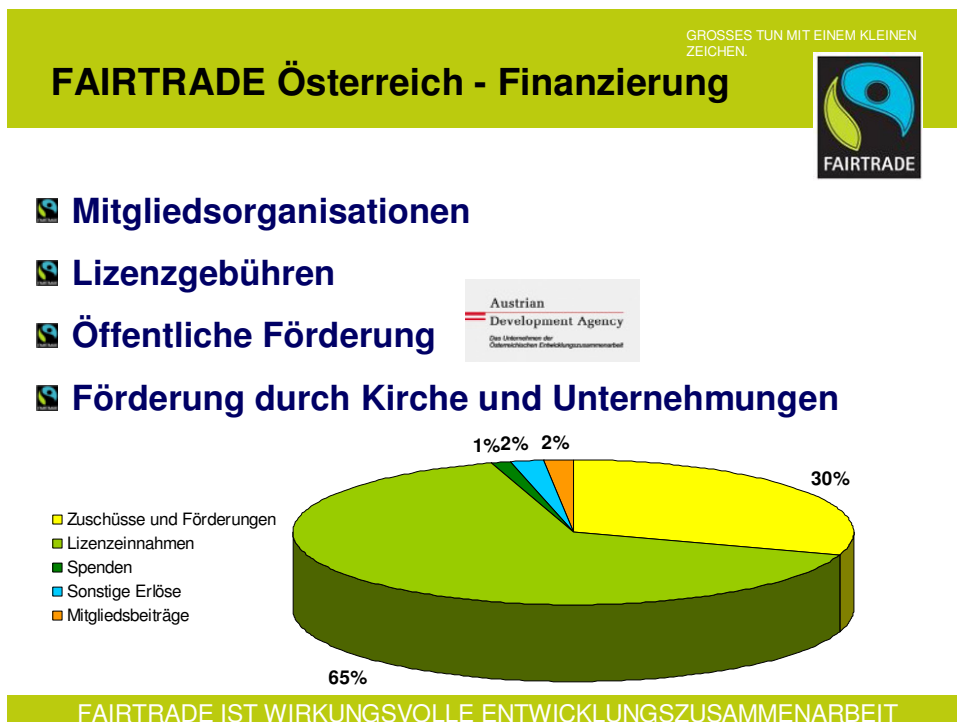
Die FAIRTRADE-Initiativen sind national organisiert und werden von der Zivilgesellschaft getragen. Der Verein FAIRTRADE Österreich hat 28 Trägerorganisationen:

- A 3 W – Aktion Dritte Welt
- ARGE Weltläden  
[www.weltlaeden.at](http://www.weltlaeden.at)
- Bio Austria  
[www.bio-austria.at](http://www.bio-austria.at)
- Bundes-Jugendvertretung  
[www.jugendvertretung.at](http://www.jugendvertretung.at)
- CARE Österreich  
[www.care.at](http://www.care.at)
- Caritas  
[www.caritas.at](http://www.caritas.at)
- CONA – Verein zur Förderung des gerechten Nord-Süd-Handels  
[www.cona.at](http://www.cona.at)
- Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar Österreichs  
[www.dka.at](http://www.dka.at)
- Evangelischer Arbeitskreis für Weltmission  
[www.evang-eza.at](http://www.evang-eza.at)
- Grüne Bildungswerkstatt  
[www.qbw.at](http://www.qbw.at)
- Gewerkschaft Metall Textil Nahrung  
[www.gmtn.at](http://www.gmtn.at)
- Horizont 3000  
[www.horizont3000.at](http://www.horizont3000.at)
- Institut für Engl. Wirtschaftskommunikation der Wirtschaftsuniversität Wien  
[www.wu-wien.ac.at](http://www.wu-wien.ac.at)
- Jugend Eine Welt  
[www.jugendeinewelt.at](http://www.jugendeinewelt.at)
- Kath. Frauenbewegung Österreichs  
[www.kfb.at](http://www.kfb.at)
- Kath. Familienverband der Erzdiözese Wien  
[www.familienverband.at](http://www.familienverband.at)
- Katholische Jugend Österreich  
[www.kath-jugend.at](http://www.kath-jugend.at)
- Katholische Männerbewegung Österreichs  
[www.kmb.or.at](http://www.kmb.or.at)
- Klimabündnis Österreich  
[www.klimabuendnis.at](http://www.klimabuendnis.at)
- LICHT FÜR DIE WELT - Christoffel Blindenmission  
[www.licht-fuer-die-welt.at](http://www.licht-fuer-die-welt.at)
- Oikocredit  
[www.oikocredit.at](http://www.oikocredit.at)
- OeBV – Via Campesina Austria  
[www.viacampesina.at](http://www.viacampesina.at)
- Österreichische Hochschülerschaft  
[www.oeh.ac.at](http://www.oeh.ac.at)
- Renner-Institut  
[www.renner-institut.at](http://www.renner-institut.at)
- Südwind-Entwicklungspolitik  
[www.suedwind-agentur.at](http://www.suedwind-agentur.at)
- Umweltberatung Österreichs  
[www.umweltberatung.at](http://www.umweltberatung.at)
- Volkshilfe  
[www.volkshilfe.at](http://www.volkshilfe.at)
- WWF - World Wide Fund for Nature  
[www.wwf.at](http://www.wwf.at)

Diese nationalen Initiativen sind international zusammengeschlossen in der Dachorganisation Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), die ebenfalls als gemeinnütziger Verein organisiert ist. Um die Zertifizierung der einzelnen Teilnehmenden am System, wie ProduzentInnen, Importierende, Lizenznehmende und Lebensmittelhandel, unabhängig vornehmen zu können, gibt es die FLO-CERT GmbH:

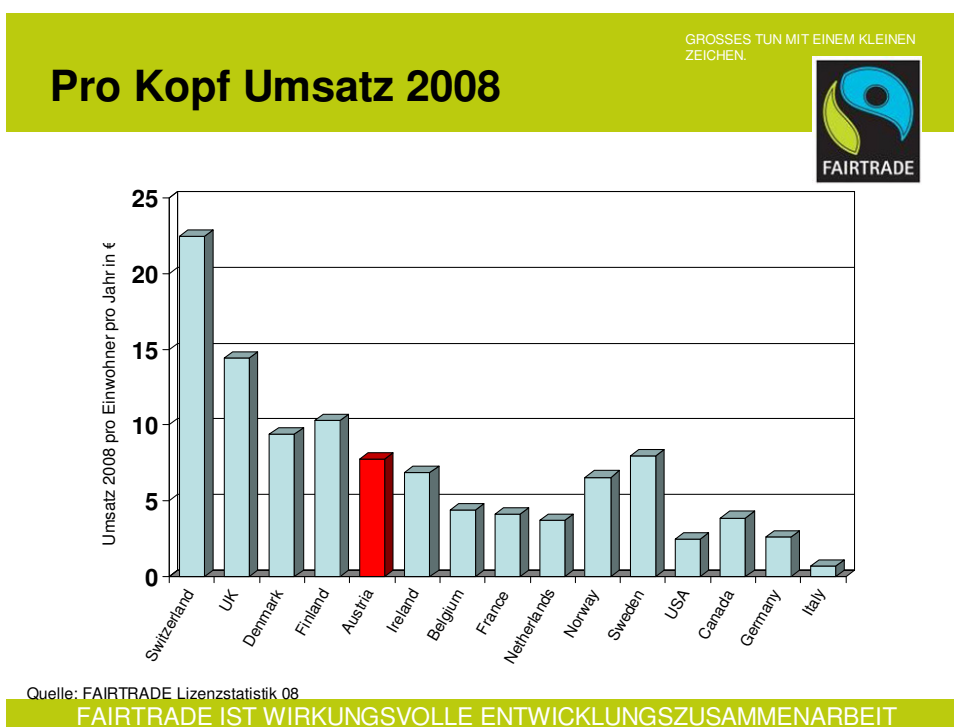
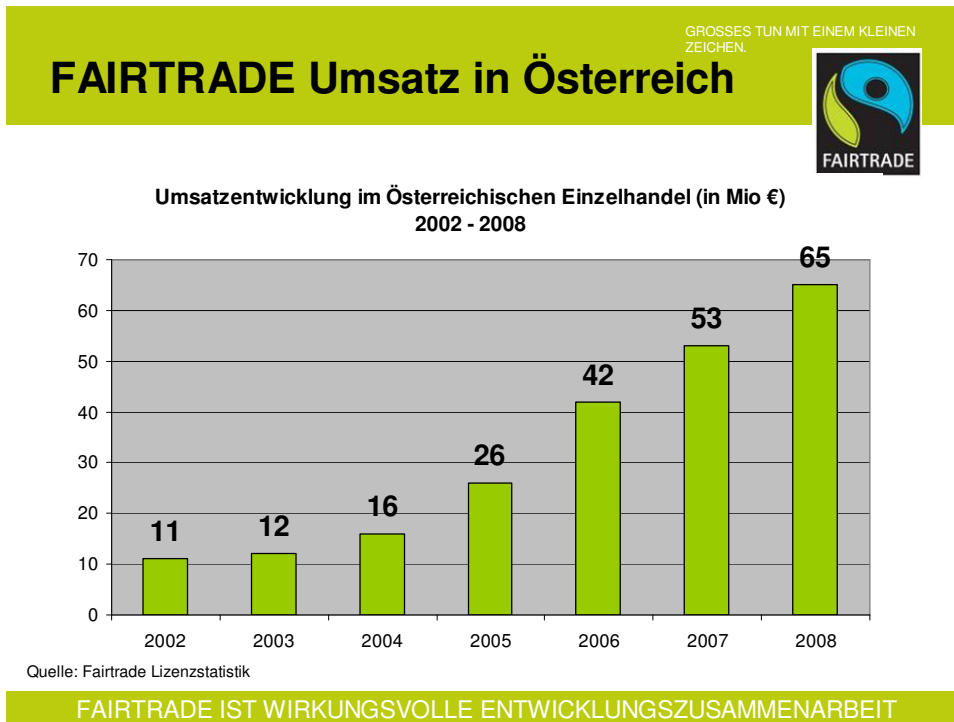


FAIRTRADE Österreich finanziert sich derzeit durch Beiträge von Mitgliedsorganisationen, Lizenzentnahmen, öffentliche Förderung und durch die Förderung durch Kirchen und Unternehmen.



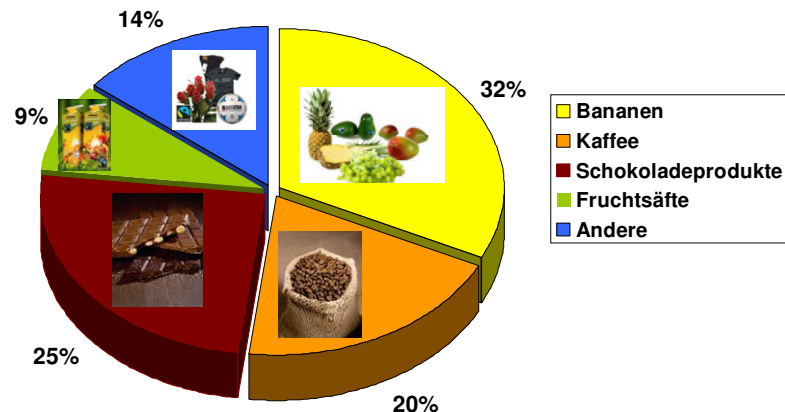


Der Umsatz von FAIRTRADE-Produkten ist in den letzten Jahren weltweit beträchtlich gestiegen. Auch die Wirtschaftskrise ab 2008 hat daran wenig geändert. Das deutet auf eine nachhaltige Veränderung im KonsumentInnen-Verhalten hin – verglichen mit der Schweiz ist der Umsatz in Österreich allerdings noch ausbaufähig.



## Umsatzverteilung 2008 – FAIRTRADE® Produkte

GROSSES TUN MIT EINEM KLEINEN



FAIRTRADE IST WIRKUNGSVOLLE ENTWICKLUNGSZUSAMMENARBEIT

Bemerkenswert ist das zunehmende Interesse im Bereich der Spitzen-Gastronomie. Das ist darauf zurückzuführen, dass die FAIRTRADE-Produkte durchwegs qualitativ sind. Besonders Bananen, Schokolade und Reis sind hier zu erwähnen. Aber natürlich ist der bereits am längsten aus fairer Produktion erhältliche Kaffee auch ein Wachstumsprodukt.

Ein zunehmend wichtiger Absatzweig ist die öffentliche Beschaffung. Da laut EU-Erkenntnis FAIRTRADE die wirkungsvollste Form der Entwicklungszusammenarbeit ist, scheint es nur natürlich, dass öffentliche Institutionen ihren Verbrauch auf FAIRTRADE-Produkte umstellen. Das gilt von der Gemeinde- bis zur Ministeriums-Ebene. Eine der zivilgesellschaftlich interessantesten Initiativen ist dabei das FAIRTRADE-Gemeindeprojekt: Gemeinden verpflichten sich freiwillig zum Engagement für den Fairen Handel, um den fairen Handel im Bewusstsein der Gemeinschaft zu verankern und zur FAIRTRADE-Gemeinde ernannt zu werden.

In letzter Zeit ist der Markt für fair gehandelte Blumen neben den Rosen im Supermarkt auch auf den Blumenfachhandel erfolgreich ausgeweitet worden. Dem großen Bedürfnis der KonsumentInnen nach fair gehandelter Baumwolle kann nun zunehmend nachgekommen werden. Sowohl im Bereich der Mode, wie auch im Gebrauchstextiliensektor gibt es zunehmend Angebote.

GROSSES TUN MIT EINEM KLEINEN ZEICHEN.

## FAIRTRADE® Produkte - Beispiele

**FAIRTRADE**

FAIRTRADE IST WIRKUNGSVOLLE ENTWICKLUNGSZUSAMMENARBEIT

Die Zahl der lizenznehmenden Firmen und der Handelsunternehmungen hat sich in den letzten Jahren kontinuierlich vergrößert. FAIRTRADE-Produkte sind in ganz Österreich nunmehr flächendeckend erhältlich.

GROSSES TUN MIT EINEM KLEINEN ZEICHEN.

## Lizenznehmer und Handel

(Beispiele)

### Lizenznehmer (Σ 60)

### Handel (Σ >5000 outlets)

FAIRTRADE IST WIRKUNGSVOLLE ENTWICKLUNGSZUSAMMENARBEIT

**METRO** **ckpfeiffer** **AGM**

Diese Erfolgsgeschichte des Fairen Handels hat viele Mütter und Väter. Allen voran sind es aber engagierte Bürgerinnen und Bürger, die beharrlich darauf bestanden haben, fair gehandelte Waren im Einzelhandel erwerben zu können. Dennoch war es ein hartes Stück Arbeit, von der Bewusstseinsbildung in der Gesellschaft bis zu professionellen Marketingaktivitäten, das dieses Wunder möglich machte. FAIRTRADE erbringt den Beweis, dass es vielen Menschen nicht nur um Konkurrenz und Gewinnmaximierung geht, sondern dass eine solidarische Kooperation über Länder- und Kontinentgrenzen möglich ist. Und vor allem, dass all dies mit mehr Lebensfreude und Genuss verbunden ist.

Traude Novy,  
Vorstand FAIRTRADE Österreich  
FAIRTRADE Österreich  
Neulinggasse 29/17  
A-1030 Wien  
Tel.: +43 1 533 09 56-29  
Mobil: +43 664 526 74 65  
Fax: +43 1 533 09 56-11