



fair antworten

WISSENSWERTES ZU DEN
HÄUFIGSTEN FRAGEN IM
FAIREN HANDEL

FAIR(E)ANTWORTEN - AUF FOLGENDE FRAGEN

FAIRER HANDEL

Warum reden plötzlich alle über Fairen Handel?

Fairer Handel: Was ist das genau?

Worum geht es im Fairen Handel?

Was bietet der Faire Handel Besonderes?

PRODUZENTINNEN UND HANDELPARTNERINNEN

Wer sind die ProduzentInnen und HandelspartnerInnen?

Was ist mit benachteiligten ProduzentInnen in Europa?

FAIRER HANDEL IN ÖSTERREICH UND WELTWEIT

Fairer Handel in Österreich: Wer gehört dazu?

Fairer Handel international: Wer gehört dazu?

WELTLÄDEN UND ARGE WELTLÄDEN

Was ist das Besondere an Weltläden?

Wie funktionieren Weltläden?

Wer ist die ARGE Weltläden und was tut sie?

GÜTESIEGEL

Was garantiert das FAIRTRADE Gütesiegel?

Wofür stehen FAIRTRADE-Standards für Plantagen?

Es gibt so viele Gütesiegel:

Wie soll ich da den Überblick behalten?

FAIRTRADE-Gütesiegel und Fairer Handel:

Gibt es da einen Unterschied?

Wie sehen die Kontrollen zum FAIRTRADE-Gütesiegel aus?

Gibt es auch noch andere Kontrollen im Fairen Handel?

KINDERARBEIT

Gibt es Kinderarbeit im Fairen Handel?

DER FAIRE PREIS UND WERTSCHÖPFUNG

Was heisst hier Fairer Preis?

Wieviel vom Endverkaufspreis eines fair gehandelten Produktes bekommen die ProduzentInnen?

Warum kosten fair gehandelte Produkte oft unterschiedlich viel, je nachdem wo ich sie kaufe?

Sind fair gehandelte Produkte zu teuer?

Wo und wie finde ich Produkte des Fairen Handels?

Fair gehandelte Produkte im Weltladen und bei anderen: Ist das dasselbe?

Gibt es Zwischenhandel im Fairen Handel?

Sollten die Produkte nicht stärker im Ursprungsland verarbeitet und verpackt werden, um mehr Wertschöpfung im Land zu lassen?

QUALITÄT UND BIO

Wie ist es um die Produktqualität bestellt?

Ist fair gleich bio?

Wie klimafreundlich ist der Faire Handel?

DER FAIRE HANDEL UND DU

Was kann ich zur Stärkung des Fairen Handels beitragen?

Wer beantwortet mir meine restlichen Fragen?

Noch Fragen?

Index

4

4

6

6

7

8

8

8

9

9

10

11

11

12

12

13

13

14

15

18

19

19

20

20

21

21

22

23

23

24

25

26

26

27

27

28

29

29

29

31

32

33

FAIRER HANDEL

Warum reden plötzlich alle über Fairen Handel?

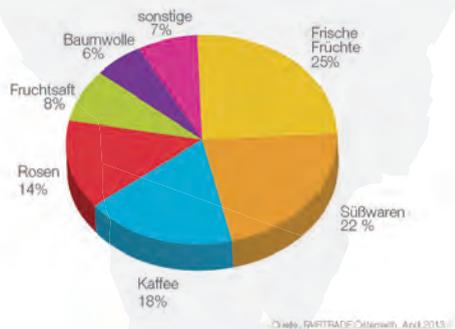
Was in den 1940er Jahren fast gleichzeitig im US-Bundesstaat Pennsylvania an der Ostküste und in Oxford/UK begann, der möglichst direkte Handel mit benachteiligten ProduzentInnen im Globalen Süden¹, ist seit kurzem mitten in der Gesellschaft angekommen.

Fairer Handel heute. Weltweit (Stand 2011-2012)²:

- 991 FAIRTRADE-zertifizierte ProduzentInnenorganisationen: 538 in Lateinamerika, 299 in Afrika, 154 in Asien.
- 1,24 Millionen Kleinbauernfamilien und Beschäftigte profitieren direkt von den unterschiedlichen FAIRTRADE-Produkten. Samt Angehörigen und Dorfgemeinschaften kommen Erlöse von 23,5 Mill. Dollar (18,1 Mill. Euro) rund 7,5 Millionen Menschen in 70 Ländern zugute.
- FAIRTRADE-Produkte werden in 120 Ländern verkauft.
- Geschätzter Umsatz im Einzelhandel mit FAIRTRADE-Produkten: 4,9 Mrd. Euro (2011, +10% im Vergleich zum Jahr 2010).

Das sind allein in Europa

- rund 250 spezialisierte Import- und Großhandelsunternehmen;
- über 3.200 spezialisierte Fachgeschäfte (Weltläden oder Fair Trade Shops, die jährlich im Mai gemeinsam den World Fair Trade Day / Weltladentag feiern);
- über 100.000 Supermärkte, in denen Produkte mit FAIRTRADE-Gütesiegel gekauft werden.



In **Österreich** gaben KonsumentInnen im Jahr 2012 insgesamt 107 Millionen Euro (+7% zum Vorjahr) für FAIRTRADE-Produkte aus. Rund 70% der mehr als 800 FAIRTRADE-Produkte in Österreich tragen auch ein Biosiegel. Dies ist vor allem auf die hohen Bioanteile bei frischen Südfrüchten, Schokolade, und Getreide zurückzuführen. Das FAIRTRADE-Gütesiegel hat in Österreich einen gestützten Bekanntheitsgrad von 85%.²

Die Ursachen für diesen Boom des Fairen Handels sind vielfältig:

- Die beschleunigte Globalisierung und der Klimawandel haben klar gemacht, wie eng unser Alltagsleben mit den Volkswirtschaften in anderen Weltteilen verflochten ist und wie wenig das Wohlergehen hier vom Wohlergehen anderer Menschen in anderen Kontinenten getrennt gesehen werden kann.
- Seit Beginn der 1990er Jahre haben die Pioniere des Fairen Handels das FAIRTRADE-Gütesiegel entwickelt und reifen lassen, ein Instrument, das es kommerziellen Unternehmen einfach macht, beim Fairen Handel einzusteigen.
- Neben der leichten Verfügbarkeit dieser Produkte in Supermärkten, gibt es zahlreiche Initiativen und Angebote zur Förderung des Fairen Handels: Sensibilisierungs- und Werbemaßnahmen wie der Welttag des Fairen Handels, die Fairen Handel-Wochen, die Clean Clothes Campaign, Schulen für Fairen Handel; eine wachsende Anzahl von FAIRTRADE-Partnerbetrieben (z.B. im Hotel- und Gastronomiegewerbe); der Umstieg von Großunternehmen und Institutionen auf FAIRTRADE-Getränke; Regierungsrichtlinien für die Beschaffung von fair gehandelten Produkten; Städte- und Gemeinden-Netzwerke für Fairen Handel (FAIRTRADE-Gemeinden), etc.
- Die Trend- und Marktforschung hat den/die neue/n KonsumentIn entdeckt, für den neben der ganz privaten Wellness auch Umweltfragen und Soziales einen hohen Stellenwert haben. Unter der Abkürzung LOHAS (für Lifestyle of Health and Sustainability, also einen an Gesundheits- und Nachhaltigkeitsaspekten orientiertem Lebensstil) wird dieser Trend als der(!) kommende Wachstumsmotor eines neuen, nachhaltigeren Konsums gesehen.

1. Unter „Globaler Süden“ wird die Ländergruppe der Entwicklungs- und Schwellenländer genannt. Es handelt sich um eine direkte Übersetzung von „Global South“, einem Begriff, der Ende der 1980er Jahre vermutlich zuerst von der Weltbank in der entwicklungspolitischen Debatte eingeführt wurde. (Quelle: Wikipedia)

2. Die Zahlenbeispiele stammen von der FAIRTRADE Siegelorganisation. Es gibt auch Produkte aus Fairem Handel, die nicht zertifiziert sind (siehe „Gütesiegel“). Quellen: FAIRTRADE International, Annual report 2011-12 „For producers, with producers“, (http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2011-12_AnnualReport_web_version_small_FairtradeInternational.pdf).

FAIRTRADE Österreich, Jahresbericht 2012/13, April 2013 (http://www.fairtrade.at/fileadmin/user_upload/PDFs/Download/FAIRTRADE_Jahresberichte/FT_JB1213_web.pdf).

Grafik: Kretzl Helmut, „Fair gehandelte Waren verkauft sich auch gut“, Salzburger Nachrichten, 24.04.2013, Seite 14 (http://www.fairtrade.at/fileadmin/user_upload/PDFs/Presse/SN_faireWare.pdf).

Fairer Handel: Was ist das genau?

Im Jahr 2001 verabschiedete das FINE Netzwerk (bestehend aus FLO, IFAT, NEWS! und EFTA, den damaligen vier größten internationalen Netzwerken des Fairen Handels), ein Dokument, in dem die Definition und die Prinzipien des Fairen Handels dargelegt wurden.

„Fairer Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Durch bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte für benachteiligte ProduzentInnen und ArbeiterInnen – insbesondere in den Ländern des Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung.

Fairhandelsorganisationen engagieren sich – gemeinsam mit VerbraucherInnen – für die Unterstützung der ProduzentInnen, die Bewusstseinsbildung sowie die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels.“

Quelle: WFTO und FLO, Eine Grundsatz-Charta für den Fairen Handel (http://www.fairtrade.de/cms/media/pdf/was_ist_fairer_handel/fairtrade_Grundsatz_Charta_des_fairen_Handels.pdf), Januar 2009.

Worum geht es im Fairen Handel?

Die zentrale Zielgruppe des Fairen Handels sind benachteiligte Kleinbäuerinnen und -bauern, HandwerksproduzentInnen sowie beschäftigte LohnarbeiterInnen auf Plantagen und in Fabriken im Globalen Süden.

Diesen Personen sollen durch Fairen Handel neue Perspektiven und (individuelle und kollektive) Entwicklungschancen eröffnet werden.

Dies soll auf zweierlei Wegen erreicht werden:

1. durch die Öffnung von neuen Marktzugängen, zu besseren Preisen, und
2. durch Änderungen im internationalen Handelssystem hin zu mehr Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit.

Inzwischen ist der Faire Handel von der EU als eine der „effektivsten, effizientesten und nachhaltigsten Formen der Entwicklungszusammenarbeit“ anerkannt worden.

Was bietet der Faire Handel Besonderes?

Der Faire Handel bietet seinen HandelspartnerInnen die folgenden Leistungen:

- **Marktzugang für marginalisierte ProduzentInnen:**

Zugang zu Mainstream- und Wertschöpfungsmärkten, kurze Handelsketten, Förderung von traditionellen Produktionsformen.

- **Nachhaltige und faire Handelsbeziehungen:**

Berücksichtigung aller – direkten und indirekten – Produktionskosten, einschließlich des Schutzes der natürlichen Ressourcen (u.a. Förderung von Bio-Anbau) und der Deckung des zukünftigen Investitionsbedarfs; Bestimmung der Preise und Zahlungsbedingungen (einschließlich der Vorauszahlung auf Wunsch) unter Berücksichtigung dieser Faktoren; Verpflichtung zur langfristigen Handelspartnerschaft; Zusammenarbeit auf Basis von Informationsaustausch und Planung, Sicherung angemessener Arbeitsbedingungen.

- **Aufbau von Fähigkeiten und Stärkung der Organisationen („Capacity Building und Empowerment“):**

Erwerben eines weitgehenden Verständnisses der Marktbedingungen und Trends; Entwicklung von Wissen, Fähigkeiten und Ressourcen.

- **Sensibilisierung der VerbraucherInnen und politische Arbeit im Interesse der ProduzentInnen („Advocacy“):**

Mit der Unterstützung der KonsumentInnen können Fairhandelsorganisationen als Fürsprecher und Vorkämpfer für umfassendere Reformen der internationalen Handelsregeln auftreten, um das übergeordnete Ziel eines gerechten und ausgeglichenen Welthandelssystems zu erreichen.

- **Geschäftsabschlüsse sind Teil eines impliziten „Sozialvertrags“:**

Seitens der KäuferInnen und Käufer (einschließlich der EndkundInnen) Bereitschaft zur Zahlung eines fairen Preises, Gewährung von Vorfinanzierung und Schulungsangebote; seitens der ProduzentInnen Verbesserung ihrer sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen.

Quelle: WFTO und FLO, Eine Grundsatz-Charta für den Fairen Handel (http://www.fairtrade.de/cms/media/pdf/was_ist_fairer_handel/fairtrade_Grundsatz_Charta_des_fairen_Handels.pdf), Januar 2009.

PRODUZENTINNEN UND HANDELSPARTNERINNEN

Wer sind die ProduzentInnen und HandelspartnerInnen?

Auf der ProduzentInnenseite können HandelspartnerInnen im Fairen Handel sein:

- Zusammenschlüsse von ProduzentInnen, z.B. lokale Genossenschaften oder Dachverbände von mehreren Genossenschaften,
- Unternehmen mit starker sozialer und ökologischer Ausrichtung,
- NGOs, die sich der Förderung von ProduzentInnen verschrieben haben,
- manchmal auch Exportmittler, wenn ein Handelspartner selbst z.B. keine eigene Exportlizenz hat.

Der Kontakt zu Organisationen des Fairen Handels kann auf vielfache Art zustande kommen, z.B. über bereits bestehende Kontakte zu anderen ProduzentInnengruppen, persönliche Kontakte (z.B. Besuche von ProduzentInnen in Europa, Teilnahme an nationalen und internationalen Netzwerken, Fachkonferenzen und Handelsmessen, durch Vermittlung von Hilfsorganisationen, u.a.), durch systematische Suche von Organisationen des Fairen Handels nach bestimmten Produkten oder PartnerInnen in einem bestimmten Land, usw.

Derzeit arbeitet der Faire Handel weltweit mit 991 ProduzentInnenorganisationen (538 in Lateinamerika, 299 in Afrika, 154 in Asien) zusammen. Es wird geschätzt, dass von dieser Kooperation rund 1,24 Millionen Kleinbauernfamilien und Beschäftigte profitieren. Samt Angehörigen und Dorfgemeinschaften kommen die Erlöse rund 7,5 Millionen Menschen in 70 Ländern zugute.¹

1. Quelle: FAIRTRADE International, Annual report 2011-12 „For producers, with producers“ (http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2011-12_AnnualReport_web_version_small_FairtradeInternational.pdf).

Was ist mit benachteiligten ProduzentInnen in Europa?

Das Verschwinden des „Eisernen Vorhangs“ und die Öffnung Europas nach Osten hin haben den Blick dafür geschärft, dass es auch mitten in Europa KleinproduzentInnen gibt, die unter ganz ähnlichen Benachteiligungen zu leiden haben, wie ihre KollegInnen im Süden.

Seit einiger Zeit wird darüber diskutiert, ob und wie der Faire Handel auf diese Frage antworten kann. Einige wenige Beispiele für eine mögliche Ausweitung der klassischen Entwicklungsländer auf Ost- und Südeuropa hin gibt es bereits.

So beziehen z.B. einige Organisationen Korbwaren aus Rumänien oder auch Kräutertees von Roma-Familien in Ungarn.

Das Schwergewicht der Aktivitäten wird im Fairen Handel aber zweifellos auch weiterhin in der Handelsbeziehung zwischen Globalem Norden und Globalem Süden liegen.

FAIRER HANDEL IN ÖSTERREICH UND WELTWEIT

Fairer Handel in Österreich: Wer gehört dazu?

Die erste Organisation des Fairen Handels in Österreich wurde 1975 gegründet.

Heute ist die in Weng/Köstendorf rund 20 km nördlich von Salzburg angesiedelte **EZA Fairer Handel GmbH**, die bei weitem größte Importorganisation des Fairen Handels in Österreich. Neben dem Import- und dem Großhandelsgeschäft betreibt das Unternehmen auch noch drei eigene Fachgeschäfte des Fairen Handels in Wien und Salzburg.

Zwei Jahre später entstand in Innsbruck der erste Weltladen Österreichs, dem bald weitere folgen sollten. Als die ersten Läden sich 1982 zur **ARGE Weltläden** zusammenschlossen, konnten ihre BetreiberInnen nicht ahnen, dass Österreich 30 Jahre später von einem dichten Netz von Fachgeschäften des Fairen Handels überzogen sein würde. Heute zählt die ARGE Weltläden über 90 Weltläden (gemischt geführt von bezahlten und ehrenamtlichen MitarbeiterInnen) und ein Weltcafé zu ihren Mitgliedern. (Stand: August 2013)

Ende der 1980er Jahre entstand in Niklasdorf/Steiermark die **EWH Pirsch GmbH** (bis September 2012 als **Eine-Welt-Handel AG** bekannt), die heute knapp zweitgrößter Lieferant der österreichischen Weltläden in Österreich ist. Das Unternehmen betreibt 3 eigene Läden. (Stand: August 2013)

Weiters zählen die deutschen Importorganisationen wie **dwp eG Fairhandels-genossenschaft** und **Contigo Fairtrade GmbH** sowie die **Zotter Schokoladen Manufaktur GmbH** zu wichtigen LieferantInnen der Weltläden – Fachgeschäfte für Fairen Handel. (<http://www.weltladen.at/de/lieferantinnen-.html>)

Auf Initiative von EZA Fairer Handel und der ARGE Weltläden entstand 1993, in Kooperation mit zahlreichen entwicklungspolitisch engagierten Organisationen, die Siegelorganisation **FAIRTRADE** (damals noch unter dem Namen TransFair), mit dem Ziel fair gehandelte Produkte über Supermärkte möglichst vielen Menschen zugänglich zu machen. Inzwischen konnte FAIRTRADE viele Unternehmen davon überzeugen, in den Fairen Handel einzusteigen und/oder solche Produkte in ihr Sortiment aufzunehmen.

Das **Forum Fairer Handel Österreich** war von 2011 bis 2013 ein nationales Netzwerk der wichtigsten Fairhandelsorganisationen und Akteure. Nach dessen Auflösung Ende 2013 werden die PartnerInnen in loser Form und anlassbezogen weiterhin kooperieren, um den Fairen Handel auszuweiten.

Darüber hinaus gibt es in Österreich einige weitere Organisationen, die sich mit Fairem Handel und den von ihm aufgeworfenen Fragen auf die eine oder andere Art und Weise beschäftigen, sei es durch Spezialisierung auf einen Themenbereich oder ein Produkt (z.B. die Clean Clothes Campaign für faire Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie, das Label STEP zum Thema Teppiche). Einige Organisationen widmen sich der Informations- und Bildungsarbeit zum Thema, wie z.B. die Südwind-Agentur oder BAOBAB.

Fairer Handel international: Wer gehört dazu?

Auf internationaler Ebene gibt es Kooperationen von folgenden Organisationen:

Fairtrade Labelling Organizations International e.V. (FLO e.V.): Gründung 1997. Mitglieder: 3 ProduzentInnen-Netzwerken in 26 Ländern in Afrika, Asien, Lateinamerika, 24 nationalen Fairtrade-Siegelinitiativen und FLO-CERT, die unabhängige Zertifizierungsstelle von Fairtrade International. Zu den Aufgaben von FLO gehört u.a. die laufende Entwicklung von Standards für neue Produktgruppen, die Beratung von ProduzentInnen, internationale Lobby-Arbeit und die Sicherstellung der Kommunikation der nationalen Siegelinitiativen untereinander. (<http://www.fairtrade.net/who-we-are.html>, <http://www.fairtrade.net/what-we-do.html>, Stand: August 2013)

- **FLO-CERT GmbH:** Gründung 2004. Aufgaben: Durchführung der externen Kontrollen (Einhaltung der FLO-Standards, Warenflusskontrolle der Rohstoffe, Kontrolle der Lizenznehmer). (<http://www.flo-cert.net/flo-cert/>)
- **WFTO (World Fair Trade Organization, früher IFAT – International Fair Trade Association):** Regionale Vertretungen: WFTO Europe, Cooperation for Fair Trade in Africa (COFTA), WFTO-Asia in Asien, WFTO-Latin America, WFTO-Pacific (Nordamerika und Pazifik). NEWS! das Netzwerk der europäischen Weltläden wurde in WFTO Europe integriert. Als internationaler Dachverband des Fairen Handels und weltweite Lobby- und Monitoringorganisation besteht die WFTO aus über 450 Fair-Handels-Akteuren (ProduzentInnen, Vermarktungsorganisationen, Importorganisationen, Weltladen-Verbände) aus über 75 Ländern. Kernaufgaben und Ziele der WFTO: Die partnerschaftliche Entwicklung, die Umsetzung sowie die Gewährleistung der Einhaltung von weltweit gültigen Fair-Handels-Standards, durch politischen Einfluss und die Vernetzung von Fairhandelsorganisationen mehr Gerechtigkeit im Welthandel zu Gunsten der benachteiligten ProduzentInnen. (<http://www.wfto.com/> „Who we are“, Stand: August 2013)

- **EFTA (European Fair Trade Association):** Gründung 1987. Mitglieder: ausschließlich europäische Fair Trade Importorganisationen – zurzeit 10 Organisationen aus 9 Ländern – Österreich, Belgien, Frankreich, Deutschland, Italien, Niederlande, Spanien, Schweiz und Vereinigtes Königreich. Aufgabenbereich: Unterstützung der Mitglieder bei der Zusammenarbeit mit rund 370 Partnerorganisationen im Globalen Süden, Förderung von Informationsaustausch, Kooperation und Organisationsentwicklung, Durchführung von Studien. (<http://www.european-fair-trade-association.org/efta/Doc/What.pdf>, Mai 2013)
- **FTAO (Fair Trade Advocacy Office)** wurde 2004 von den damaligen führenden Dachorganisationen – FLO, WFTO, EFTA und NEWS!, dem Network of European Worldshops – gegründet. Arbeitsschwerpunkt: die FTAO koordiniert die politische Lobbyarbeit von Fairtrade international (FLO), der EFTA und der WFTO auf EU-Ebene (u.a. Teilnahme an EU-Konsultationen und Stellungnahmen zur Verantwortung der EU-Politik, gezielte Aktionen und Informationsveranstaltungen).

WELTLÄDEN UND ARGE WELTLÄDEN

Was ist das Besondere an Weltläden?

Weltläden tragen zu einem gerechteren weltweiten Handelsaustausch bei und verhelfen damit benachteiligten ProduzentInnen weltweit zu besseren Entwicklungschancen.

Dies geschieht durch Warenverkauf, Informations- und Bildungsarbeit sowie politische Kampagnenarbeit.

Warenverkauf:

Weltläden verstehen sich als Brücke zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen. Den ProduzentInnen bieten die Weltläden die Möglichkeit, ihre Produkte ohne unnötigen Zwischenhandel an die KonsumentInnen zu bringen. Den KonsumentInnen bieten sie die Möglichkeit, in einem ansprechenden Ambiente aus einer breiten Vielfalt von Produkten des Fairen Handels auswählen zu können.

Informations- & Bildungsarbeit:

Fairer Handel und seine Anliegen verstehen sich nicht (immer) von selbst. Informations- und Bildungsarbeit sind daher eine Selbstverständlichkeit für jeden Weltladen.

KundInnen werden darüber informiert, woher ein bestimmtes Produkt stammt, unter welchen besonderen Bedingungen es hergestellt wurde und welchen Weg das Produkt auf seiner Reise nach Österreich genommen hat.

Auch die Zusammenarbeit mit Schulen gehört zum Fairen Handel seit Anfang an dazu, damit junge Heranwachsende sich mit den Zielen und der Praxis des Fairen Handels vertraut machen können.

Kampagnenarbeit:

Weltläden sind sich dessen bewusst, dass durch Verkauf und Bildungsarbeit allein ihren Zielen noch nicht ausreichend gedient ist. Deswegen arbeiten sie gemeinsam, auf internationaler Ebene, in politischen Kampagnen zusammen. Dabei geht es immer darum, die politischen EntscheidungsträgerInnen für die Belange des Fairen Handels zu interessieren und sie in ihren Entscheidungen zu Gunsten von mehr Fairness im internationalen Handelsaustausch und zur Unterstützung des Fairen Handels zu bewegen.

Alle drei Aspekte unter einen Hut zu bringen, ist es, was aus den Weltläden „Fachgeschäfte des Fairen Handels“ macht.

Wie funktionieren Weltläden?

Weltläden werden meistens von lokalen Vereinen geführt, die sich für gerechtere Beziehungen zwischen dem „reichen“ Norden und dem „armen“ Globalen Süden einsetzen.

Weltläden organisieren sich in Österreich im Rahmen der ARGE Weltläden. Damit verpflichten sie sich auch zur Einhaltung von Bedingungen, die für das gemeinsame Vorankommen aller österreichischen Weltläden wichtig sind, wie z.B. ein gemeinsames Erscheinungsbild, gewisse Öffnungszeiten, die Mitwirkung an österreichweiten gemeinsamen Aktionen, laufende Fortbildung der MitarbeiterInnen, usw.

Im Weltladen arbeiten in der Regel sowohl bezahlte als auch ehrenamtliche Personen im Team zusammen. Der Verkauf und die dazugehörigen Aufgaben in den Bereichen Bildung, Information und Kampagnen werden aufgeteilt. Im Schnitt arbeiten in einem Weltladen rund 5 bis 30 Ehrenamtliche mit.

Europaweit sind im Fairen Handel rund 100.000 Personen ehrenamtlich tätig und setzen sich so in ihrer freien Zeit für die Entwicklung gerechter Handelsbeziehungen ein.

Wer ist die ARGE Weltläden und was tut sie?

Die Arbeitsgemeinschaft Weltläden (ARGE Weltläden) ist die Dachorganisation von über 90 Weltläden und einem Weltcafé resp. deren Trägern/Vereinen. (Stand: August 2013)

Sie wurde 1982 von zwölf damals noch „Dritte-Welt-Läden“ genannten Weltladen-Vereinen gegründet. Ziel der ARGE Weltläden ist es, den Fairen Handel zu festigen und weiterzuentwickeln. Dies will sie durch die Stärkung und den Ausbau des Weltladennetzes sowie durch entwicklungspolitische Bewusstseinsbildung und Öffentlichkeitsarbeit erreichen. Ihre wichtigsten Aufgaben bestehen darin, die Kooperation zwischen den Weltläden zu fördern, Aus- und Fortbildungen für Weltladen-MitarbeiterInnen anzubieten, die Interessen der Weltläden vor allem gegenüber den Importorganisationen fair gehandelter Produkte zu vertreten und in der Öffentlichkeit entwicklungspolitische Zusammenhänge aufzuzeigen.¹

Mit drei von ihr organisierten und gut besuchten Weltladenkonferenzen pro Jahr ist die ARGE Weltläden eine der treibenden Kräfte im Fairen Handel in Österreich. Seit 2006 betreibt die Organisation die Fair Trade Academy (<http://weltladen.at/de/fair-trade-academy.html>). Die **Fair Trade Academy** versteht sich als Plattform für Fort- und Weiterbildung im Fairen Handel. Sie soll es haupt- und ehrenamtlichen MitarbeiterInnen im Fairen Handel sowie externen Interessierten ermöglichen, ihre Arbeit erfolgreicher zu betreiben. Kernstück ist der Lehrgang zum/zur Fair Trade BeraterIn.

1. Organisationsleitbild und -richtlinien der ARGE Weltläden, adaptierte Fassung vom 14. Jänner 2013, <http://weltladen.at/de/organisationsrichtlinien.html>

GÜTESIEGEL

Was garantiert das FAIRTRADE-Gütesiegel?

Das FAIRTRADE-Gütesiegel besagt den KundInnen zweierlei, nämlich dass das ausgezeichnete Produkt

1. von einer anerkannten, regelmäßig überprüften ProduzentInnenorganisation gekauft wurde, und
2. dass dieser Handel zu weltweit einheitlich vereinbarten „fairen Bedingungen“ abgewickelt worden ist.

Das Gütesiegel ist ein reines Produktsiegel und sagt nichts über das Produkt Hinausgehendes aus. Insbesondere trifft es keinerlei Aussagen über die anderen nicht ausgezeichneten Produkte oder über die sonstigen Handels- oder Sozialpraktiken eines Unternehmens.

Das Gütesiegel wird in Österreich von **FAIRTRADE Österreich** mit Sitz in Wien vergeben. Rund 30 Trägerorganisationen aus Entwicklungszusammenarbeit, Kirche, Sozialarbeit, Ökologie und Bildung sind Mitglied. FAIRTRADE selbst

handelt nicht mit Waren, sondern vergibt sein Siegel für fair gehandelte Produkte auf der Grundlage von Lizenzverträgen, deren Einhaltung regelmäßig geprüft wird.

FAIRTRADE Österreich ist im internationalen Dachverband der Siegelinitiativen **FLO – Fairtrade Labelling Organizations International**, mit Sitz in Bonn, eingebunden. Gegenwärtig hat FLO-Mitglieder in 24 Ländern¹. Zu den Aufgaben von FLO gehört u.a. die laufende Entwicklung von Standards für neue Produktgruppen, die Beratung von ProduzentInnen, internationale Lobby-Arbeit und die Sicherstellung der Kommunikation der nationalen Siegelinitiativen untereinander. FLO garantiert, dass Produkte mit dem FAIRTRADE-Label überall auf der Welt die festgelegten Fair-Handels-Kriterien und Standards erfüllen.

1. FAIRTRADE Labelling Organizations International,
<http://www.fairtrade.net/fairtrade-organizations.html> (Stand: August 2013).
Siehe auch Fragen über Kontrollen im Fairen Handel.

Wofür stehen FAIRTRADE-Standards für Plantagen?

FAIRTRADE arbeitet nicht nur mit KleinbäuerInnenorganisationen zusammen, sondern in einigen Produktbereichen auch mit Plantagen (u.a. Tee, frische Früchte oder Blumen¹. Manche Produkte werden fast ausschließlich (z.B. Tee, Blumen) oder in großen Teilen in Plantagen kultiviert (z.B. Bananen).

Aktuelle Situation:

- Es gibt ca. 168.000 ArbeiterInnen auf FAIRTRADE-zertifizierten Plantagen. Dies sind ca. 13,5% der FAIRTRADE-ProduzentInnen, gegenüber 86,5% KleinbäuerInnen und Kleinbauern.
- Ende 2011 hatten 80 ProduzentInnenorganisationen in 11 Ländern weltweit eine FAIRTRADE-Zertifizierung für Bananen, davon 43 KleinbäuerInnenorganisationen und 37 Plantagen.

Auch auf Plantagen gelten klar definierte soziale und ökologische Standards:

- soziale Grundrechte der lohnabhängigen PlantagenarbeiterInnen;
- Schutz der Umwelt;
- Zwangsarbeit und ausbeuterische Kinderarbeit – d.h. solche Arbeit von Kindern, die deren Entwicklung schadet, bei denen ihre seelische und körperliche Gesundheit beeinträchtigt wird oder die ihnen den Schulbesuch verwehrt oder erschwert – sind verboten;

- Maßnahmen zum Gesundheitsschutz und zur Sicherheit am Arbeitsplatz;
- Gewerkschaftsfreiheit;
- Mitspracherecht;
- Zulassung einer eigenständigen Vertretung der Beschäftigten;
- Selbständige Verwaltung der FAIRTRADE-Prämie durch ein Gremium aus gewählten VertreterInnen der ArbeiterInnen und Management (Joint Body): Stärkung der ArbeitnehmervertreterInnen durch Schulungen in den Bereichen Finanzen, Dokumentation und Verwaltung;
- Nutzung der FAIRTRADE-Prämie ausschließlich für Projekte, die vom Joint Body demokratisch ausgewählt wurden: Prinzipiell darf die FAIRTRADE-Prämie nicht zugunsten der PlantagenbesitzerInnen verwendet werden und soll dazu dienen, die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Beschäftigten zu verbessern.

1. FAIRTRADE Österreich, Fragen und Antworten zur Dokumentation „Der faire Handel auf dem Prüfstand“, Dokumentation von Donatien Lemaître, ausgestrahlt am 6. August 2013 auf ARTE, 07.08.2013, <http://www.fairtrade.at/nc/top/news/detailseite-news-startseite/article/fragen-und-antworten-zur-dokumentation-der-faire-handel-auf-dem-pruefstand/>

FAIRTRADE Österreich, FAIRTRADE-Standards für Tee, <http://www.fairtrade.at/produzenten/tee/fairtrade-standards/> (August 2013)

Es gibt so viele Gütesiegel: Wie soll ich da den Überblick behalten?

In den letzten Jahren boomen Umwelt- und Soziallabel, so dass es für die VerbraucherInnen immer schwieriger wird, sich einen Überblick zu verschaffen und eine wohlbegründete Einkaufsentscheidung zu treffen.

Wer sich im Detail über die Vielfalt der im Handel gängigen umwelt- und sozialverträglichkeitsbezogenen Gütesiegel einen Überblick verschaffen will, sei auf die spezialisierte Website www.label-online verwiesen, wo um die 400 verschiedene Label beschrieben und beurteilt werden. Bis Ende 2014 werden um die 600 Labels in der Online-Datenbank abrufbar sein. Auch die Zeitschrift **DER KONSUMENT** des Vereins für KonsumentInneninformation (VKI) bietet immer wieder diesbezügliche Informationen (www.konsument.at).



Für die Pioniere des Fairen Handels in Österreich garantiert das von ihnen mitbegründete **FAIRTRADE**-Gütesiegel, dass alle ihnen wichtigen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Belange eingehalten werden.
<http://www.fairtrade.at/>
<http://www.fairtrade.net/>



Verbreitete Labels in Österreich (Auswahl):

FAIRTRADE Certified Cotton: Zertifizierung für den Rohstoff „Baumwolle“.
<http://www.fairtrade.net/>



Global Organic Textile Standard (GOTS): bietet weltweit einheitliche Richtlinien für die Verarbeitung von Textilien aus biologisch erzeugten Naturfasern über die gesamte textile Kette mit strengsten ökologischen und sozialen Kriterien. www.global-standard.org



Naturland Fair: Höchste ökologische Standards, die strenger als die gesetzlichen Anforderungen der EG-Öko-Verordnung sind. Der Anteil der Rohstoffe aus fairen Handelsbeziehungen muss über 50% (Trockengewicht) im Produkt betragen. Der Fair Gedanke bezieht sich auf den Handel sowohl mit dem Globalen Süden als auch mit den Bäuerinnen und Bauern im Norden (u.a. Molkerei- und Getreideprodukte, Fisch, Wein).
 Richtlinien: http://www.naturland.de/fileadmin/MDB/documents/Richtlinien_deutsch/Naturland-Richtlinien_Fair-Richtlinien.pdf
www.naturland.de/



Rainforest Alliance Certified™: Siegel des Sustainable Agriculture Network (SAN), einem Zusammenschluss von Umweltschutzorganisationen. Farmen erhalten es, wenn sie ein umfassendes Set von Kriterien erfüllen. Die Kriterien decken die Bereiche Ökologie, Soziales, Ökonomie ab.
<http://www.rainforest-alliance.org/de>



UTZ Certified ist ein Programm und Gütesiegel für den nachhaltigen Anbau von Kaffee, Tee und Kakao. Mit dem UTZ-Programm können Bauern geeignetere Anbaumethoden erlernen, ihre Arbeitsbedingungen verbessern und besser für ihre Kinder und die Umwelt sorgen. Damit können die Bauern ihre Ernte, ihr Einkommen und ihre Perspektiven verbessern während sie die Umwelt und die natürlichen Ressourcen der Erde schonen. www.utzcertified.org



4C Association: Die 4C Association ist eine Multi-Stakeholder-Organisation, die Kaffeebauern und -Bäuerinnen, Kaffeehandel und -industrie sowie NGOs zusammenbringt, welche sich für mehr Nachhaltigkeit im Kaffeesektor einsetzen. Die 4C Association bietet einen Verhaltenskodex, der grundlegende Kriterien für eine nachhaltige Produktion und Weiterverarbeitung in den Bereichen Soziales, Ökologisches und Wirtschaftliches setzt. www.4c-coffeeassociation.org/

FAIRTRADE-Gütesiegel und Fairer Handel: Gibt es da einen Unterschied?

Mit FAIRTRADE wird in Österreich – genauso wie in vielen anderen Ländern – die Gütesiegelorganisation des Fairen Handels bezeichnet. Vereinfacht und abgekürzt wird der Begriff für das Siegel und für damit ausgelobte Produkte verwendet.

Fairer Handel (= Fair Trade) umfasst darüber hinausgehend auch noch solche Produkte, die zwar nicht mit Gütesiegeln versehen sind (einfach deswegen, weil es keine weltweit anerkannten Kriterien für den ganzen Kunsthandwerksbereich gibt) und die von auf Fairen Handel spezialisierten Organisationen angeboten werden, sowie diese Organisationen/Unternehmen selbst.

Viele dieser klassischen Fairhandelsorganisationen fühlen sich in ihrer gesamten Unternehmenspolitik Prinzipien verpflichtet, die der Sozial- und Umweltverträglichkeit auf ganzheitliche Art und Weise breiten Raum geben. Die 10 Prinzipien des Fairen Handels, die von jeder Fairhandelsorganisation einzuhalten sind, hat die World Fair Trade Organization – WFTO (früher: IFAT – International Fair Trade Association), der weltweit größte Zusammenschluss in diesem Bereich, wie folgt definiert:

- Chancen für wirtschaftlich benachteiligte ProduzentInnen schaffen,
- Transparenz und Verantwortlichkeit,
- Faire Handelspraktiken,
- Zahlung eines Fairen Preises,
- Verbot von ausbeuterischer Kinderarbeit und Zwangsarbeit,
- Verpflichtung zu Nicht-Diskriminierung, Geschlechtergerechtigkeit und Vereinigungsfreiheit,
- Gewährleistung guter Arbeitsbedingungen,
- Aneignung von Kompetenzen (Capacity Building),
- Förderung des Fairen Handels,
- Schutz der Umwelt.

WFTO-Mitgliedsorganisationen, wie z.B. die ARGE Weltläden, fühlen sich diesen Prinzipien verpflichtet und achten auf deren Einhaltung, bei sich selbst

sowie bei allen anderen HandelspartnerInnen, die WFTO-Mitglieder sind. Dies geschieht mittels eines noch im Aufbau befindlichen ausgeklügelten Monitoringsystems, welches kostengünstige Selbstevaluierungen mit wechselseitigen Kontrollen und Überprüfungen von unabhängigen Dritten kombiniert.

1. WFTO, „10 Fair Trade standards for member organizations of WFTO“, 24.10.2010, http://doku.cac.at/wfto_standards_of_fair_trade.pdf

Deutsche Übersetzung der 10 WFTO-Kriterien: „Grundsätze des Fairen Handels“, http://doku.cac.at/10_wfto_grundsaeetze.pdf

Wie sehen die Kontrollen zum FAIRTRADE-Gütesiegel aus?

Alle an der FAIRTRADE-Handelskette beteiligten Organisationen, Firmen, ProduzentInnenorganisationen, Export- und Importorganisationen unterliegen dem strengen Kontroll- und Zertifizierungssystem von FLO-CERT GmbH, mit Sitz in Bonn.

FLO-CERT arbeitet mit einem transparenten und weltweit vereinheitlichten System, welches den Anforderungen der ISO-Norm 65 folgt.

Der Zertifizierungsprozess beginnt am Beginn der Handelskette, also in den ProduzentInnenländern. Alle FAIRTRADE-besiegelten Produkte stammen ausschließlich von solchen ProduzentInnenorganisationen, die regelmäßig von FLO-CERT besucht und nach einheitlichen Verfahren inspiziert werden.

Näher zu den KonsumentInnen hin wird regelmäßig überprüft, ob die von den Importeuren mit den ProduzentInnen geschlossenen Verträge den FLO-Kriterien entsprechen, ob die Mengen und die Preise passen, usw.

So wird über die ganze Kette hinweg sichergestellt, dass alle besiegelten Produkte tatsächlich fair gehandelt wurden und die Mehreinnahmen auch tatsächlich den ProduzentInnenorganisationen zufließen.

Gibt es auch noch andere Kontrollen im Fairen Handel?

Für alle Aktivitäten, die sich nicht auf FAIRTRADE besiegelte Produkte beziehen (Lebensmittel, für die es keine FLO-Kriterien gibt, wie z.B. Gewürze, oder auch Handwerksprodukte) haben Fairhandelsorganisationen selbst dafür gesorgt, dass es inzwischen ein dichtes Geflecht an Kontrollen und Überprüfungen gibt.

Viele der betroffenen Organisationen von ProduzentInnen sind Mitglieder des weltweiten Netzwerkes WFTO – World Fair Trade Organization (früher: IFAT – International Fair Trade Association). Sie sind damit dem Monitoring- und Zertifizierungssystem der WFTO unterworfen, und zwar genau gleich wie ihre

ImportpartnerInnen, sofern diese auch WFTO-Mitglied sind. Letzteres trifft z.B. für die größte Importorganisation des Fairen Handels in Österreich, die EZA Fairer Handel, zu.

Zusätzlich behält die ARGE Weltläden sich das Recht vor, nur ausgewählten Importorganisationen zu erlauben, Produkte in die Fachgeschäfte des Fairen Handels, also die Weltläden zu liefern. (Siehe Frage „Wer ist die ARGE Weltläden und was tut sie?“)

Die so genannten „Anerkannten LieferantInnen“ werden im Auftrag der ARGE Weltläden regelmäßig von einem externen Gutachter überprüft und entsprechend der WFTO-Prinzipien beurteilt. Dabei wird größter Wert darauf gelegt, dass die Unternehmen sich in allen Facetten ihres Unternehmertums fair und partnerschaftlich verhalten und möglichst allen Aspekten der Definition des Fairen Handels (also z.B. auch Lobbyarbeit, Bildungsarbeit) entsprechen.

Derzeit sind 22 Unternehmen als Lieferanten für die österreichischen Weltläden anerkannt (siehe unter <http://weltladen.at/de/lieferantinnen-.html>, Stand: August 2013).

KINDERARBEIT

Gibt es Kinderarbeit im Fairen Handel?

Seit Beginn ist es dem Fairen Handel ein Anliegen gewesen, dafür zu sorgen, dass die Arbeitsbedingungen bei seinen PartnerInnen möglichst umwelt- und sozialverträglich sind. Dazu gehört selbstverständlich auch der Aspekt der Kinderarbeit, der zu den 10 Kernprinzipien des Fairen Handels gehört, denen sich alle Fairhandelsorganisationen verpflichtet fühlen.

Dabei kann es nicht darum gehen, die Mitarbeit von Kindern im eigenen Familienverbund zu verbieten. Dieses Mitwirken an dem was die Eltern tun, gehörte ja auch bei uns im agrarischen Bereich oder auch in kleinen familiennah geführten Unternehmungen, wie z.B. Privatzimmervermietern lange (z.T. ja auch heute noch) zum Alltag.

Was hingegen keinen Platz bei PartnerInnen des Fairen Handels hat, ist die so genannte ausbeuterische Kinderarbeit. Darunter versteht man solche Arbeit von Kindern, die ihrer Entwicklung schadet, bei denen ihre seelische und körperliche Gesundheit beeinträchtigt wird oder auch solche, die ihnen einen regelmäßigen Schulbesuch verwehrt oder erschwert. Zu den schwerwiegendsten Formen ausbeuterischer Kinderarbeit gehören Arbeiten, bei der die Kinder von ihren Familien entfernt werden, Kinderhandel sowie Arbeit unter sklavenähnlichen Bedingungen.

Manche Aktivitäten des Fairen Handels konnten in den letzten Jahren dazu beitragen, das allgemeine Wissen um die Problematik der Kinderarbeit zu

stärken. Beispiele hierfür sind u.a. das Aufgreifen der Kinderarbeit in der Schokoladenindustrie (europäische Kampagne für faire Schokolade 2013, <http://makechocolatefair.org/>), in der Produktion von Fußbällen oder auch die zweijährige Kampagne der europäischen Weltläden kids@work von 2006-2007.

DER FAIRE PREIS UND WERTSCHÖPFUNG

Was heisst hier Fairer Preis?

Im Fairen Handel zahlen zertifizierte Handelsorganisationen der ProduzentInnengruppe einen Preis, der sowohl die durchschnittlichen Produktionskosten deckt als auch zur Deckung der Lebenshaltungskosten ausreicht und daneben auch noch etwas übrig lässt für gemeinschaftliche, entwicklungsbezogene Aktivitäten der Genossenschaften und Betriebe.

Was allerdings im Detail unter einem „fairen Preis“ zu verstehen sein soll, das bereitet dem Fairen Handel seit Anbeginn Schwierigkeiten, und wird wohl auch immer Gegenstand intensiver Diskussionen bleiben. Dies ist nicht zuletzt auch Ausdruck der Tatsache, dass die Lebensrealitäten in vielen Ländern der Welt doch sehr unterschiedlich sind und nicht so einfach verglichen werden können. Was für die einen ProduzentInnen also schon ein „fairer“ Preis sein mag, kann in einem anderen Land womöglich noch nicht einmal ausreichen, um die Produktionskosten zu decken.

Im Rahmen der Entwicklung des FAIRTRADE-Gütesiegels (siehe „Was garantiert das FAIRTRADE-Gütesiegel?“) sind weltweit einheitliche Regelungen eingeführt worden, die auf die jahrzehntelangen Erfahrungen spezialisierter Fairhandelsorganisationen aufbauen.

Für jedes der besiegelten Produkte gibt es:

- Einen **garantierten Mindestpreis** (Fairtrade Minimum Price, unabhängig vom Weltmarktpreis): Liegt der jeweilige (Welt)marktpreis darüber, muss der höhere Marktpreis vom Handelsorganisation an die ProduzentInnengruppe bezahlt werden.
- Einen für Entwicklungsprojekte reservierten Zuschlag, der als **FAIRTRADE-Prämie** bezeichnet wird. Die ProduzentInnenorganisationen erhalten von den HändlerInnen eine FAIRTRADE-Prämie, die für gemeinnützige Projekte (für Soziales, Infrastruktur und Bildung) oder auch Investitionen in die Produktion verwendet werden kann.
- Darüber hinaus gibt es auch noch **Zuschläge für Bio-Qualität**.

Je nach Lage auf dem Weltmarkt, sprich an den Rohstoff-Warenbörsen, können die vom Fairen Handel bezahlten Preise im Vergleich für die Bäuerinnen und Bauern einen Riesenvorteil oder auch nur eine geringe Besserstellung darstellen. Im Gegensatz zu den anonymen Marktmechanismen strebt der Faire Handel aber immer eine existenzsichernde Absicherung nach unten an.

Für viele HandelspartnerInnen ist es nicht so sehr der Preis selbst, der im Vordergrund steht, als vielmehr andere wichtige Aspekte, die zu einer „fairen“ Handelsbeziehung gehören, wie die Verpflichtung der AbnehmerInnen Vorauszahlungen zu leisten, wenn dies seitens der ProduzentInnen gewünscht wird, längerfristige Verträge, usw.

Bei Handwerksprodukten sind die Preise des Fairen Handels für die HandelspartnerInnen manchmal nicht höher als die des kommerziellen Handels. Für Handwerksprodukte gibt es keine (relativ einheitlichen) Weltmarktpreise: Es gibt einfach eine zu große Vielfalt an unterschiedlichen Produkten mit verschiedenen Verwendungszwecken, die aus unterschiedlichen Rohstoffen und in unterschiedlicher Produktionsweise hergestellt werden. Ein „fairer“ Preis für einzelne Handwerksprodukte lässt sich dann oft nicht einmal mehr im zeitintensiven Dialog mit den HandelspartnerInnen ermitteln.

Aber auch hier sind es oft andere Aspekte, die für die ProduzentInnen genauso wichtig oder noch wichtiger sind, wie z.B. langfristige Zusammenarbeit oder auch Aktivitäten in Richtung gemeinsamer Produkt- und Qualitätsentwicklung.

Wieviel vom Endverkaufspreis eines fair gehandelten Produktes bekommen die ProduzentInnen?

Eine allgemeingültige Antwort auf diese Frage lässt sich nicht geben. Dazu sind die Elemente, die in die Gestaltung des Endverkaufspreises einfließen, einfach zu unterschiedlich.

Aufschluss über das Zusammenspiel unterschiedlicher Aspekte der Preiszusammensetzung (das Produkt selbst, die ProduzentInnengruppen, die ökonomische Realität des Landes, die Kostenstruktur der Importorganisationen (z.B. unterschiedlich hohe Zölle, usw.) sowie auch die Handelsspannen, die für Großhandel und Einzelhandel reserviert werden) bieten am besten so genannte **Musterkalkulationen**, die von einigen Fairhandelsorganisationen regelmäßig zu einzelnen Produkten publiziert werden. Sie deuten darauf hin, dass der den ProduzentInnen am einzelnen Produkt zukommende Prozentanteil des Nettoverkaufspreises (also abzüglich der dem Finanzministerium zufließenden Umsatzsteuer) zwischen rund 15% und 35-40% liegen kann.

Wie viele US\$ oder Euro für das einzelne Rohprodukt mit Gütesiegel zu zahlen sind, legen die Standards der Gütesiegelorganisationen im Detail fest. Diese sind für jedes einzelne Produkt unter <http://www.fairtrade.net> abrufbar.

Die Beantwortung der Eingangsfrage ist aber auch deshalb schwierig, weil der Faire Handel ja grundsätzlich seine Überweisungen nicht an die einzelnen ProduzentInnen tätigt, sondern an deren Organisationen (z.B. Genossenschaft oder Dorfgruppe) oder ihre Arbeitgeber.

Bei organisierten KleinproduzentInnen wird ein Teil des „Fairen Preises“ zur Deckung der Kosten oder für Investitionen der Organisation verwendet, ein weiterer Teil oft für Gemeinschaftsprojekte, wie Gesundheitsstationen oder Schulprojekte reserviert.

Im Fall von Unternehmen werden in der Regel mit der Unternehmensführung und den gewählten ArbeitervertreterInnen Vereinbarungen getroffen, die die Unternehmen verpflichten, den Mehrpreis für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen und zusätzliche soziale Leistungen zu verwenden.

Warum kosten fair gehandelte Produkte oft unterschiedlich viel, je nachdem wo ich sie kaufe?

Die Gütesiegelorganisationen geben nur Preise auf der Seite der ProduzentInnen vor. Was den ProduzentInnen für das einzelne Produkt zu bezahlen ist, ist durch die produktspezifischen FLO-Standards bis ins Detail geregelt.

Die Endverkaufspreise, zu denen das Produkt dann letztlich im Geschäft erworben werden kann, sind hingegen nicht geregelt, und auch von Gesetzes wegen nicht regelbar. Hier entscheidet jedes einzelne Unternehmen, aufgrund seiner eigenen Kostenstruktur oder etwaiger taktischer oder strategischer Überlegungen, in welcher Höhe es den Preis für das einzelne Produkt fixiert.

Sind fair gehandelte Produkte zu teuer?

Auf den ersten Blick mag es manchmal so scheinen, als wären Produkte des Fairen Handels für die KonsumentInnen teurer als konventionelle.

Oft hat dieser Eindruck seine Ursache leider in einem schiefen Vergleich, wenn z.B. Bio-Kaffee aus Fairem Handel mit einem Billigkaffee eines Discounters verglichen wird. Da kann und will der Faire Handel nicht mithalten! Bei Preisvergleichen zwischen konventionellen und fair gehandelten Produkten muss man daher darauf achten, Produkte derselben Qualitätskategorie zu vergleichen (z.B. Bio oder nicht Bio-Qualität, FAIRTRADE-Kaffee vs. konventionellen reinen Arabica-Sorten).

Nicht alle fair gehandelte Produkte kosten tatsächlich mehr als ihre konventionellen Gegenstücke. Wenn das aber der Fall ist, geht es doch oft nur um überschaubare Dimensionen. Bei den Bananen z.B. beträgt der Unterschied manchmal bis zu einem Euro pro Kilo, pro Einzelfrucht also rund 20 Euro-Cent mehr.

Dafür gibt es verschiedene Erklärungsmöglichkeiten:

- Fair gehandelte Produkte sind oft aufgrund der besonderen Produktionsmethoden von höherer Qualität.
- Größenordnung der Produktion: Kleine Losgrößen kommen ProduzentInnen und VerarbeiterInnen bei jedem Schritt (Verpackung, Transport etc.) teurer zu stehen, weil sie bei Preisverhandlungen nicht große Mengen anbieten können.
- Die Endverbraucherpreise werden von den Einzelhandelsfirmen festgesetzt. Weder FLO noch die nationalen FAIRTRADE-Initiativen üben Einfluss auf die Preisgestaltung im Einzelhandel aus. FLO setzt nur den Preis fest, der von der Handelsorganisation direkt an die ProduzentInnenorganisationen bezahlt werden muss.

Letztlich sind diese Beträge der Preis für die ethische Qualität, also das hohe Maß an Umwelt- und vor allem Sozialverträglichkeit, das in jedem Produkt des Fairen Handels mitgekauft wird. Für einen fairen Preis bekommen die KundInnen zumeist ein Spitzenprodukt, welches nicht nur ihnen Freude und Genuss bereitet, sondern auch denjenigen, die es hergestellt haben, und auch für die Umwelt positive Auswirkungen hat.

Wo und wie finde ich Produkte des Fairen Handels?

Anders als früher lassen sich Produkte des Fairen Handels in ganz Österreich heutzutage leicht finden.

Über 90 Weltläden, die Fachgeschäfte für Fairen Handel und Verkaufsstellen, bieten eine attraktive Vielfalt an fair gehandelten Waren: Lebensmittel (wie Kaffee, Tee, Kakao, Gewürze, usw.), bio-faire Mode, Körperpflege- und Home-style-Produkte, sowie ein breites Sortiment an (Kunst-)Handwerksprodukten (Schmuck & Accessoires, Taschen & Lederwaren).

So sind eine ganze Reihe von Lebensmittelprodukten (wie Aufstriche, diverse Fruchtsäfte, frische Früchte (wie Ananas, Kiwi, etc.), Getreide, Gewürze, Honig, Hülsenfrüchte, Kaffee, Kakao, Reis, Schokolade, Speiseöl, Süßwaren, Tee, Trockenfrüchte/Nüsse, Zucker) sowie einige wenige Non-Food-Produkte (Baumwollprodukte, Fußball und Rosen) in insgesamt rund 5.000 Geschäf-

ten österreichweit erhältlich. Hier unterscheidet das FAIRTRADE-Gütesiegel die fair gehandelten Produkte vom Rest des Sortiments.

Auch mehr als 1.500 Cafés, Bäckereien, Hotels, Restaurants und Kantinen sind landesweit inzwischen auf einzelne FAIRTRADE-Produkte umgestiegen.¹ In diesen Fällen lohnt ein zielgerichteter Blick in die Speisekarte oder ein genaues Hinschauen und/oder Nachfragen.

Kunsthwerkprodukte tragen kein FAIRTRADE-Gütesiegel, das für agrarische Produkte entwickelt worden ist und sich eigentlich nicht auf Handwerksprodukte anwenden lässt. Es ist nämlich schwierig bzw. unmöglich, einheitliche Standards für kunsthwerkliche Produkte zu erarbeiten, denn die Produkte bestehen häufig aus verschiedenen Materialien; die Bestandteile werden oft von unterschiedlichen ProduzentInnen bezogen; die Produktionsprozesse für die einzelnen Materialien sind sehr unterschiedlich. Trotzdem gibt es zahlreiche Kunsthwerkprodukte aus Fairem Handel. Man erkennt sie am Logo der WFTO bzw. an den Logos der Fairhandelsorganisationen.

Quelle: FAIRTRADE Österreich, Jahresbericht 2012/13, April 2013 (http://www.fairtrade.at/fileadmin/user_upload/PDFs/Download/FAIRTRADE_Jahresberichte/FT_JB1213_web.pdf).

Fair gehandelte Produkte im Weltladen und bei anderen: Ist das dasselbe?

Ja und nein.

Fair gehandelte Produkte in den großen Supermarktketten stammen von den gleichen, manchmal auch denselben ProduzentInnenorganisationen wie im Weltladen. Das Produkt wurde diesen auch zu den gleichen Bedingungen abgekauft. In beiden Fällen steht das FAIRTRADE-Gütesiegel als Garant dafür, dass hier ein Produkt aus kontrollierter Quelle zu fairen Bedingungen bezogen wurde.

Dennoch bleibt ein nicht unwichtiger Unterschied bestehen: Der Preis, den ich für ein Produkt bezahle, wird auf die gesamte Handelskette aufgeteilt, und davon müssen alle Glieder dieser Kette leben können. Bei einem Einkauf im klassischen Fairen Handel verbleibt der Nettopreis zu 100% im Fairen Handel und seinen Strukturen (wie dem Weltladen selbst oder anerkannten Fairhandels-Importorganisationen) und kann somit für die Stärkung dieser Strukturen oder auch für Informations- und Bildungsarbeit genutzt werden. Beim Einkauf in anderen Verkaufskanälen ist dies nicht der Fall.

Gibt es Zwischenhandel im Fairen Handel?

Der direkte Handelsaustausch zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen ist (noch?) nicht möglich.

Um die Distanz zwischen beiden zu überbrücken, braucht es die verschiedenen Glieder, die zur arbeitsteiligen Handelskette des Fairen Handels dazuzählen. In der Regel sind dies die eigene Organisation der ProduzentInnen, manchmal auch eine Exportorganisation, in Europa dann eine Import- und Großhandelsorganisation, und letztlich die EinzelhändlerInnen, bei denen die KonsumentInnen die Produkte erstehen. Manchmal verlängert sich der Weg durch weitere Zwischenstationen, was mit dem Anspruch des Fairen Handels, möglichst allen unnötigen Zwischenhandel auszuschalten, nicht immer 100%-ig zusammenpasst.

Gänzlich ausgeschlossen ist hingegen nicht-fairer oder auch ausbeuterischer Zwischenhandel, bei dem die eine Seite die Notlage der anderen ausnutzt, um den Preis zu drücken. Im Bereich Kaffee gehören dazu die so genannten „Coyotes“, die den Bäuerinnen und Bauern den Kaffee zu einem Preis unterhalb des Marktpreises abkaufen, wenn die Bäuerinnen/Bauern dringend auf Geld angewiesen sind. Häufig sind solche „Coyotes“ auch gleichzeitig Geldverleiher oder Fuhrunternehmer, von denen die Bäuerinnen und Bauern abhängig sind.

Siehe hierzu auch die Frage „Wer sind die HandelspartnerInnen?“

Sollten die Produkte nicht stärker im Ursprungsland verarbeitet und verpackt werden, um mehr Wertschöpfung im Land zu lassen?

Grundsätzlich ist dies natürlich wünschenswert, in der Praxis aber leider nicht ganz einfach und in vielen Fällen aus den unterschiedlichsten Gründen nicht umsetzbar.

Da gibt es z.B. Produkte, zu deren Fertigstellung sinnvollerweise europäische Zutaten verwendet werden, wie z.B. bei der aus Rohstoffen unterschiedlichster Provenienz in Europa erzeugter Schokolade (mit europäischer Milch), oder solche Produkte, die sinnvollerweise in unfertigem Zustand transportiert werden, wie z.B. der Orangensaft, der seinen Weg über die Meere in Form eines Konzentrats nimmt, das erst in Europa wieder mit Wasser verdünnt wird.

Manchmal werden auch unterschiedliche nationale Geschmacksvorlieben, wie z.B. bei Kaffeeröstungen, angeführt. Möglicherweise geht es da aber nicht so sehr um den Geschmack als um die bei lokaler Röstung im Kaffeeland wesentlich kompliziertere Warendisposition und die aufgrund vieler Unsicherheiten schwierigere Kalkulationsbasis. So musste schon vor vielen Jahren der in Kuba geröstete „Cubita“-Kaffee von der EZA Fairer Handel wieder aus dem

Sortiment genommen werden, weil der Einstandspreis des Kaffees einen kostendeckenden Verkauf nicht mehr zuließ.

Dennoch gibt es im Fairen Handel auch heute schon einige Produkte, die genauso wie sie aus dem Ursprungsland weggehen, hier bei uns in den Handel gelangen. Dazu gehören z.B. die getrockneten Früchte aus den Philippinen, die Tees aus Sri Lanka in ihren handgeflochtenen Verpackungen, u.v.m. Handwerksprodukte werden selbstredend zur Gänze in den Ursprungsländern gefertigt. Da verbleibt also die gesamte Wertschöpfung im Lande selbst.

QUALITÄT UND BIO

Wie ist es um die Produktqualität bestellt?

Die besondere Qualität der Produkte aus Fairem Handel steht heutzutage außer Frage.

Jahrelange Investitionen in die Produktentwicklung, laufendes Feedback an die ProduzentInnen und regelmäßige Qualitätskontrollen (sowohl intern als auch in externen Labors) sorgen dafür, dass fair gehandelte Produkte keinen Vergleich zu scheuen brauchen.

Gute und sehr gute Platzierungen bei breit angelegten Konsumententests, wie z.B. durch den VKI-Verein für Konsumenteninformation, die Stiftung Warentest in Deutschland oder Ökotest, bestätigen dies immer wieder. Auch viele TopkundInnen können nicht irren: Zu ihnen gehören inzwischen nicht nur viele VerantwortungsträgerInnen aus Politik, Wirtschaft und Kultur, sondern auch einige der bekanntesten Haubenköche Österreichs und zahllose anspruchsvolle Großkunden.

Viele der fair gehandelten Lebensmittel sind zudem in Bio-Qualität lieferbar, regelmäßig kontrolliert von den dafür zuständigen Bio-Organisationen.

Auch bei den Handwerksprodukten arbeiten die Importorganisationen gemeinsam mit den ProduzentInnenorganisationen an der ständigen Qualitätskontrolle und -entwicklung. Zunehmend besuchen ProduzentInnenorganisationen oder die unterstützende Vermarktungsorganisationen auch internationale Handwerksmessen, um sich mit den neuen Trends und den wechselnden Anforderungen des Marktes vertraut zu machen.

Nicht zuletzt weisen die Produkte aus Fairem Handel weit über den gängigen Qualitätsbegriff hinaus, der sich ja nur am Produkt selbst orientiert. Fair gehandelte Produkte weisen als Besonderheit zusätzlich auch noch eine hohe soziale Qualität auf und sind damit vielen anderen Produkten aus der globalisierten Weltwirtschaft weit voraus.

Ist fair gleich bio?

Heute tragen viele Produkte des Fairen Handels wie selbstverständlich das Bio-Gütesiegel des Verbands der österreichischen Biobäuerinnen und -Bauern BIO-AUSTRIA. So gehören Kaffee, Kakao, Tee oder auch Schokolade in kontrollierter Bio-Qualität längst zu den am häufigsten gekauften Produkten des Fairen Handels.

Seit Mitte der 1980er Jahre hat der Faire Handel großen Wert auf Bio-Qualität gelegt. In vielen Fällen haben spezialisierte Fairhandelsorganisationen den ProduzentInnen dabei geholfen, ihre Produktion auf biologischen Anbau umzustellen. In einigen Fällen haben sie auch daran mitgewirkt, nationale Bio-Zertifizierungsorganisationen aufzubauen, die es heute den Bio-BäuerInnen und -Bauern in den Ländern des Südens leichter machen, Zugang zu Know-How, Beratung und Kontrolle zu haben.

Die mexikanische Kooperative „Uciri“, deren Café Orgánico eines der Starprodukte des Fairen Handels ist, gehört weltweit zu den Pionieren des Bio-Anbaus. Ihr ist es in erheblichem Ausmaße zu verdanken, dass viele ProduzentInnenorganisationen inzwischen den Anbau von Kaffee in Bio-Qualität beherrschen und damit Kaffee-GenießerInnen weltweit die Möglichkeit haben, zu fair gehandeltem Bio-Kaffee zu greifen.

Die Wichtigkeit des Bio-Anbaus kommt auch darin zum Ausdruck, dass im Fairen Handel für Bio-Produkte auch eine Bio-Prämie an die ProduzentInnen gezahlt wird. Bei FAIRTRADE- und Bio-zertifiziertem Kaffee sind dies z.B. 30 US Cent pro englische Pfund Rohkaffee. (<http://www.fairtrade.net/coffee.html>)

Kaffee aus dem Weltladen – Fachgeschäft für Fairen Handel – bedeutet für Kaffeebäuerinnen und -Bauern (pro 100 Pfund = 45,4 kg):

- garantierter Mindestpreis von 140 US-Dollar
- plus Sozial-Prämie von 20 US-Dollar
- plus Bio-Prämie von 30 US-Dollar
- plus Qualitätszuschläge für besondere Sorten

Liegt der Weltmarktpreis über dem garantierten Mindestpreis, wird automatisch der höhere Weltmarktpreis als Basis herangezogen und die Sozial- und Bio-Prämie wird auf diesen aufgeschlagen. (vgl. ARGE Weltläden Presseaus-sendung zum Tag des Kaffees 22.08.2013, <http://www.weltladen.at/de/presse.html>)

Seit vielen Jahren gibt es eine wachsende intensive Kooperation zwischen der IFOAM (International Federation of Organic Agricultural Movements), dem weltweiten Verband der Bio-Bäuerinnen und -Bauern, und den internationalen Netzwerken des Fairen Handels.

Wie klimafreundlich ist der Faire Handel?

Jede Art von Handel bedeutet letztlich auch Transport von Waren und hat damit auch Auswirkungen auf das Weltklima. Dies ist umso stärker der Fall, wenn es sich dabei um globalen Handel zwischen Nord und Süd handelt.

Soll man angesichts des Klimawandels noch Produkte kaufen, die um die halbe Welt herum transportiert worden sind?

Der Transport der Waren im Fairen Handel erfolgt fast ausschließlich auf dem verhältnismäßig klimafreundlichen Seeweg. Nur in ganz wenigen Ausnahmefällen werden Produkte mit Luftfracht angeliefert. Dies trifft auf Frischobst (wie z.B. Ananas) und auf meist kleinvolumige und gleichzeitig hochpreisige Handwerksprodukte (wie z.B. Schmuck) zu. Alle anderen Produkte kommen mittels Schiffcontainer nach Europa, wo sie dann per Eisenbahn und/oder LKW weiterverteilt werden.

Neben der Transportthematik stellt sich der Klimawandel für einige ProduzentInnenpartnerInnen inzwischen leider auf einer viel existenzielleren Ebene. Einige von ihnen werden immer öfter Opfer von ungewohnt heftigen Überflutungen, bei anderen sieht es so aus, als ob der Anbau bestimmter Produkte bald nicht mehr möglich sein wird, z.B. Reis in Thailand.

Importorganisationen wie die EZA Fairer Handel und EWH Pirsch GmbH sind Betriebe im Klimabündnis (www.klimabuendnis.at). Auch Weltläden lassen sich mittlerweile zu Klimabündnis-Betrieben zertifizieren. Das Klimabündnis wurde 1990 gegründet und ist mittlerweile in 18 Ländern Europas aktiv. Die Ziele der Klimabündnis-Gemeinden, -Betriebe und -Bildungseinrichtungen sind die Verringerung klimaschädlicher Emissionen und der Schutz des Regenwaldes.

DER FAIRE HANDEL UND DU

Was kann ich zur Stärkung des Fairen Handels beitragen?

Der Faire Handel bietet viele verschiedene Formen des Mitmachens an. Je nach Lebensalter, zur Verfügung stehender Zeit, besonderem Interesse oder Zugang lassen sich unterschiedliche Formen des Engagements vorsehen. Hier einige Anregungen.

SchülerInnen / LehrerInnen

- Ein Besuch im nächstgelegenen Weltladen, um sich mit der Thematik des Fairen Handels vertraut zu machen, ist immer wieder interessant. Weltläden bieten sich als Lernort zu Welthandelsfragen gerne an.
- Einige Weltläden offerieren auch Praktika, andere sogar Lehrstellen. Nachfragen lohnt sich.
- In der Schulklasse abzuhaltende Workshops zu Globalisierungsfragen, Produkten des Fairen Handels, Nord-Süd-Themen, usw. können über den nächstgelegenen Weltladen bzw. der Südwind-Regionalstellen (www.suedwind-agentur.at) organisiert werden.
- Fair Trade Points, eine Art mobiler Weltladen, gibt es in über 50 Höheren Schulen Österreichs. Sie bieten ein spezifisches Sortiment von fair gehandelten Produkten an und erlauben den verantwortlichen SchülerInnen, sich gleichzeitig mit den Grundregeln des Fairen Handels vertraut zu machen.

UnternehmerInnen

Viele konventionelle Unternehmen haben sich in den letzten Jahren dazu entschlossen beim Fairen Handel mitzumachen.

Für das Eintauchen in den Fairen Handel gibt es eine große Bandbreite an Möglichkeiten, die vom Bezug eines Einzelprodukts bis hin zur Umstellung der gesamten Produktpalette reicht.

Engagierte BürgerInnen

Fairer Handel beschränkt sich nicht nur auf den Konsum von fair gehandelten Produkten. Wesentlich geht es auch darum, sich aktiv für eine Veränderung der globalen Zustände, sprich für fairere Lebensbedingungen weltweit einzusetzen. Interessierten Personen bietet dies die Möglichkeit, sich in international abgestimmte Kampagnen des Fairen Handels einzuklinken, z.B. im Rahmen des alljährlich im Mai weltweit gefeierten Festtags des Fairen Handels, dem Weltladentag (World Fair Trade Day).

Darüber hinaus sind Weltläden immer wieder auf der Suche nach Personen, die bereit sind, sich zu engagieren, sei es kurzfristig oder auch auf lange Sicht, sei es im Vorstand des Vereins, in der Ladenarbeit oder auch in der Informations- und Öffentlichkeitsarbeit. Kontaktdaten zum nächstgelegenen Weltladen: www.weltladen.at

Politische FunktionsträgerInnen

Die Idee der „FAIRTRADE Towns“ ist im Jahr 2000 in England entstanden. Seit 2007 gibt es die Initiative der FAIRTRADE-Gemeinden auch in Österreich: Jene Gemeinden, die sich zur Unterstützung des Fairen Handels verpflichten, den fairen Handel auf lokaler Ebene zu verankern und auf die Beschaffung fair gehandelter Produkte in der Gemeinde umstellen möchten, können der

Initiative „Faire Gemeinde“ beitreten. Um eine FAIRTRADE-Gemeinde oder ein FAIRTRADE-Bezirk zu werden, müssen fünf Ziele erreicht werden:

- Ziel 1: Die Gemeinde bekennt sich zu FAIRTRADE;
- Ziel 2: Engagement in der FAIRTRADE-Gruppe;
- Ziel 3: FAIRTRADE-Produkte leicht verfügbar machen;
- Ziel 4: Lobbying in der Gemeinde für FAIRTRADE-Produkte;
- Ziel 5: FAIRTRADE bewerben.

Weltweit gibt es bereits über 1.300 Fair Trade Towns in 24 Ländern. Auch in Österreich gibt es mittlerweile 109 FAIRTRADE-Gemeinden (Stand: August 2013). Weitere Informationen gibt es bei FAIRTRADE Österreich (www.fairtrade.at). In Österreich arbeiten einige Weltläden mit FAIRTRADE-Gemeinden zusammen. KritikerInnen wünschen sich weitreichendere Kriterien, um den Titel „FAIRTRADE-Gemeinde“ führen zu dürfen.

KonsumentInnen

Als KonsumentIn können wir täglich darüber entscheiden, welche Form des Handels wir unterstützen. Es gibt nicht immer, aber doch sehr oft eine faire Alternative. In den Weltläden, aber auch darüber hinaus. Auch aktives Fragen nach biologischen und fair gehandelten Produkten lohnt sich in jedem Geschäft.

StudentInnen

Zunehmend wird Fairer Handel auch Gegenstand von wachsendem wissenschaftlichem Interesse, wie die steigende Zahl von Diplomarbeiten und wissenschaftlichen Publikationen im In- und Ausland zum Thema zeigt.

Wer beantwortet mir meine restlichen Fragen?

Keine Broschüre kann alle Fragen beantworten, schon gar nicht, wenn es sich um einen Bereich handelt, der sich wie der Faire Handel derzeit in einer sehr dynamischen Situation befindet, die laufend neue Fragen aufwirft und neue Antworten erforderlich macht.

Noch Fragen?

In Österreich:

www.weltladen.at
ARGE Weltläden - Weltläden

www.fairtrade.at
FAIRTRADE Österreich

International:

www.eftafairtrade.org
EFTA – European Fair Trade Association

www.fairtrade.net
FLO – Fairtrade Labelling Organizations International

www.wfto.com
WFTO Global – World Fair Trade Organization

www.wfto-europe.org
WFTO Europe – World Fair Trade Organization Europe

www.fairtrade-advocacy.org
FTAO – Fair Trade Advocacy Office

Weitere Links: <http://www.weltladen.at/de/links.html>

Herausgeber:

ARGE Weltläden, Leopoldstraße 2, A-6020 Innsbruck
Tel. & Fax: 0043/(0)512/551150
E-mail: arge@weltlaeden.at
www.weltladen.at
Facebook: Weltläden Österreich

Redaktion: Arbeitsgruppe Bildung/ARGE Weltläden

Erscheinungsdatum: Februar 2014

Index

A

Afrika • 4, 8, 10
Anerkannten LieferantInnen • 9, 20
Arbeitsgemeinschaft Weltläden. *Siehe* ARGE Weltläden
ARGE Weltläden • 9, 12, 13, 18, 20, 28, 32
Asien • 4, 8, 10
Aufbau von Fähigkeiten • 7

B

BAOBAB • 10
Bildungsarbeit • 10, 11, 12, 20, 25
Bildungsarbeit mit Schulen • 30
Bio-Anbau • 7, 28
BIO-AUSTRIA • 28
Bio-Prämie • 28
Bio-Qualität • 21, 23, 28
Biosiegel • 4
BürgerInnen • 30

C

Clean Clothes Campaign • 5, 10
Contigo Fairtrade GmbH • 9
Coyote • 26

D

Dritte-Welt-Läden • 13
dwp eG Fairhandelsgenossenschaft • 9

E

EFTA (European Fair Trade Association) • 6, 11, 32
Eine-Welt-Handel AG. *Siehe* EWH Pirsch GmbH
Endverbraucherpreis • 24
EU • 6, 11
EU-Politik • 11
Europa • 4, 8, 26, 29
EWH Pirsch GmbH • 9, 12, 29
Exportorganisationen • 8, 19, 26
EZA Fairer Handel GmbH • 9, 20, 26, 29

F

Fairer Handel • 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 16, 18, 20, 22, 24, 25, 26, 29, 30, 31
Fairer Handel - 10 Kernprinzipien • 20
Fairer Handel in Österreich • 9
Fairer Handel international • 10
Fairer Preis • 21, 24, 28; Musterkalkulation • 22, 28
Fair gehandelte Produkte • 4, 9, 11, 13, 14, 18, 21, 22, 24, 25, 26, 28, 30, 31
Fairhandelsorganisationen • 6, 7, 9, 10, 18, 19, 20, 21, 22, 25, 28
Fair Trade. *Siehe* Fairer Handel
Fair Trade Academy • 13
FAIRTRADE Certified Cotton • 16
FAIRTRADE-Gemeinden • 5, 30, 31
FAIRTRADE-Gütesiegelorganisationen • 4, 5, 10, 11, 13, 14, 16, 18, 19, 21, 23, 24, 25, 31
FAIRTRADE Österreich • 2, 4, 5, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 24, 25, 30, 31, 32
Fair Trade Points • 30
FAIRTRADE-Prämie • 15, 21
FAIRTRADE-Zertifizierung • 14, 16, 19
FINE • 6
FLO-CERT GmbH • 10, 19
Forum Fairer Handel Österreich • 10
FTAO (Fair Trade Advocacy Office) • 11, 32

G

Geschlechtergerechtigkeit • 18
Gesundheit • 5, 14, 15, 20, 23
Gewerkschaftsfreiheit • 15
Globaler Süden • 4, 5, 6, 9, 11, 12
GOTS (Global Organic Textile Standard) • 16

H

Handelsbeziehungen • 7
Handelsketten • 7
Handwerk • 6, 18, 19, 22, 24, 25, 27, 29

I

IFAT (International Fair Trade Association) • 6, 10, 18, 19
IFOAM (International Federation of Organic Agricultural Movements) • 29
Importorganisation • 9, 13, 20, 25
Informationsarbeit • 10, 11, 25, 30

K

Kampagnenarbeit • 6, 11, 12, 20, 21, 30
Kinderarbeit • 14, 18, 20, 21
KleinproduzentInnen in Europa • 8
Klimabündnis • 29
Klimawandel • 5, 29
KonsumentInnen • 4, 5, 7, 11, 15, 19, 23, 26,
27, 31
Kriterien • 14, 18, 19, 31

L

Lateinamerika • 4, 8, 10
Lebens- und Arbeitsbedingungen • 7, 10, 15, 17,
18, 20, 23, 30
LehrerInnen • 30
Lobby-Arbeit • 10, 11, 14, 20, 31
LOHAS • 5
LohnarbeiterInnen • 6, 14, 15, 23, 24

M

Mindestpreis. *Siehe* Fairer Preis
Monitoring / Kontrolle • 10, 14, 19, 27, 28

N

Nachhaltigkeit • 5, 6, 7, 17
Naturland Fair • 16
NEWS • 6, 10, 11
NGOs • 8

P

Plantagen • 6, 14, 15
politische EntscheidungsträgerInnen • 12
Preise • 7, 18, 19, 22, 23, 24, 26
Produktqualität • 27
ProduzentInnen • 4, 6, 7, 8, 10, 11, 13, 14, 18,
19, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28

R

Rainforest Alliance • 17

S

Schulen • 5, 12, 30
SchülerInnen • 30
Soziallabel • 15
Sozial-Prämie • 28
Standards • 10, 14, 15, 17, 19, 23, 25
STEP (Label) • 10
StudentInnen • 31
Südwind-Agentur • 10, 30
Supermarktketten • 4, 5, 9, 25

T

TransFair. *Siehe* FAIRTRADE-Gütesiegelorgani-
sationen
Transport • 24, 26, 29

U

Umwelt • 14, 15, 17, 18, 20, 24
Umweltlabel • 15
UnternehmerInnen • 30

V

Vereinigungsfreiheit • 18
Vertretung der Beschäftigten • 15
Vorfinanzierung • 7, 22

W

Warenverkauf • 11
Weltcafé • 9, 12
Welthandel • 6, 7, 10, 30
Weltläden • 4, 9, 10, 11, 12, 13, 18, 20, 21, 24,
28, 29, 30, 31, 32
Weltladenkonferenzen • 13
Weltladen-MitarbeiterInnen • 9, 12, 13
Weltladentag • 4, 30
Wertschöpfung • 7, 26, 27
WFTO (World Fair Trade Organization) • 6, 10,
11, 18, 19, 20, 25, 32
World Fair Trade Day. *Siehe* Weltladentag

Z

Zahlungsbedingungen • 7, 22
Zotter Schokoladen Manufaktur GmbH • 9
Zwangsarbeit • 14, 18
Zwischenhandel • 11, 26

