



Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe

Diplomarbeit

im Rahmen der Reife- und Diplomprüfung

Fair-Trade – Wie fair kaufen wir?

Analyse der Fair-Trade-Vermarktung und des Kaufverhaltens von Konsument/Konsumentinnen in den SPAR-Supermärkten in der Südoststeiermark

Alle Verfasser/innen:

Kaufmann Sarah

Neuwirth Alysha

Betreuer/in/Betreuerteam:

- Mag. Doris Erber
- Mag. Sandra Wallner
- Mag. Brigitte Wipfler, MA
- Fächerkombination: BVW + Deutsch

Datum der Abgabe 06.04.2016

Hinweis zur Verbreitung dieser Arbeit

Wir danken Sarah Kaufmann und Alysha Neuwirth dafür, dass sie zum Abschluss ihrer Ausbildung an der Höheren Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe ihre Diplomarbeit dem Thema „Fairer Handel“ gewidmet und nun auch die Zustimmung erteilt haben, dass diese Arbeit im Rahmen der Initiative „FairStyria“ des Landes Steiermark veröffentlicht werden kann.

Wir hoffen, dass durch die Veröffentlichung dieser Diplomarbeit das Bewusstsein über die Bedeutung des Fairen Handels im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit gestärkt werden kann!

ACHTUNG: Die Autorinnen haben der Veröffentlichung entsprechend der Creative Commons Lizenz ([CC BY-ND](#)) unter der Bedingung „Namensnennung - keine Veränderung“ zugestimmt und ausdrücklich gebeten, darauf hinzuweisen!

Das FairStyria-Team
27.07.2016



⇒ www.fairstyria.at

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre an Eides statt, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbständig und ohne fremde Hilfe verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und die den benutzten Quellen wörtlich und inhaltlich entnommenen Stellen als solche erkenntlich gemacht habe.

Verfasser/innen

Kaufmann Sarah

Neuwirth Alysha

Aug-Radisch, am 17. 02. 2016

Zusammenfassung/Abstract

Unserer Diplomarbeit beschäftigt sich mit der Fragestellung wie fair wir – die Kunden der Supermärkte der Südoststeiermark – kaufen. Wir haben uns vor Beginn unserer Diplomarbeit häufig die Frage gestellt, inwiefern der faire Handel den Plantagearbeitern/Plantagearbeiterinnen eine Hilfestellung ist?

Im Laufe unserer Arbeit durften wir Einblicke in die Fair-Trade-Kenntnisse der SPAR-Kunden der Südoststeiermark gewinnen, aber auch über ihre Einstellung gegenüber Fair-Trade kennen lernen. Anhand der Analyse unserer Fragebögen konnten wir feststellen, dass die meisten SPAR-Supermarktkunden aus finanziellen Gründen nicht zu Fair-Trade-Produkten greifen, viele sich aber aus solidari-schen Gründen für den Kauf von fair gehandelter Ware entscheiden. Auf diese Fair-Trade begeisterten Käufer wollen wir aufbauen, denn wir haben das Ziel, mit dieser Diplomarbeit mehr Wissen über den fairen Handel und sein Umfeld zu übermitteln. Ebenfalls behandeln wir in unserer Diplomarbeit den Grundgedanken von Fair-Trade, welche Voraussetzungen gegeben sein müssen, um dem Güte-siegel zu entsprechen und auch die Organisationen, die für Fair-Trade tätig sind. Wir stellen den fairen Handel auf europäischer, nationaler und regionaler Ebene vor und gehen dabei auf die Vermarktung von Fair-Trade-Produkten genauer ein.

Wir wollen auf das Leid tausender Menschen aufmerksam machen, die an dem Fair-Trade-System hängen, um sich am Leben erhalten zu können. Jeder sollte einen kleinen Beitrag leisten, damit man das Fair-Trade-System aufrecht erhalten und den Bauern eine Lebensperspektive bieten kann. Genau dieser Grundsatz soll sich durch diese Arbeit wie ein roter Faden ziehen, um zu verdeutlichen, dass auch Sie die Welt „fairändern“ können, durch kleine, aber sichere Schritte, durch gerechtes Handeln und sinnvolles Kaufen.

The topic of this Diploma thesis is Fair-Trade – how fair do we shop? The main focus of our thesis is on the analysis of client opinions, about Fair-Trade products, from the south-east part of Styria, based on questionnaires, which help to understand the buying behavior of SPAR-customers. In the theory part of our thesis we try to answer in which contexts Fair-Trade could be a help for the poor farmers in developing countries?

We collected information about the topic Fair-Trade for ourselves, and we also collected some opinions from the client-questionnaires, concerning the client behaviors. Our result was that many clients of SPAR do often not buy Fair-Trade products, because in comparison with other products, Fair-Trade-products are rather expensive. However, many of the people decide for Fair-Trade products, out of a feeling of solidarity. Our goal is to distribute the know-how about Fair-Trade, and make it more established. In addition the thesis deals with the certification of Fair-Trade products and the organizations, which work together with the Fair-Trade umbrella organization, and what is behind the idea of Fair-Trade. We outline the marketing of Fair-Trade products in Europe, Austria and Styria.

Thousands of suffering people need our help, because they are dependent from the Fair-Trade-System to survive. Anybody should make a little contribution, so that the Fair-Trade-System is able to offer poor people a better future perspective. The practical part of this thesis should draw attention to the importance of little steps towards fairness, in order to change the system of unfair trade. Necessary aspects to improve the bad situation in developing countries are acting fairly and buying reasonably.

For us it was an important step to send a message to people who do not know anything about the bad situation of farmers' lives in developing countries and how difficult it is to survive for them. Overall Fair-Trade has the opportunity to change people's thought, and improve the lives of thousands of farmers.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| 1. Einleitung | 1 |
| 2. Theoretischer Teil | 2 |
| 2.1. Begriffserläuterung..... | 2 |
| 2.2. Definition des fairen Handels | 2 |
| 2.3. Konzept des fairen Handels | 3 |
| 2.4. Geschichte von der Fair-Trade-Bewegung | 9 |
| 3. Allgemeines | 13 |
| 3.1. Fair-Trade-Gütesiegel | 13 |
| 3.2. Standards um dem Gütesiegel zu entsprechen | 13 |
| 3.3. Wie finanziert sich Fair-Trade? | 17 |
| 4. Vermarktung und Anbieter von Fair-Trade-Produkten | 19 |
| 4.1. Werbung und Marketing | 19 |
| 4.2. Anlaufstellen für Fair-Trade-Produkte | 21 |
| 4.3. Alternativer Handel..... | 30 |
| 4.4. Wie viel Geld kommt tatsächlich bei den Produzenten/Produzentinnen aus den Entwicklungsländern an? | 31 |
| 4.5. Fair-Trade, weitaus mehr als nur ein Handel mit Gütern – Fair Trade-Frauen kämpfen für ihr Recht | 34 |
| 4.6. Fair-Trade – Der Weg zur Schule anstatt schon mit jungen Jahren den Start in die Berufswelt zu wagen?..... | 37 |
| 5. Fair-Trade im Verhältnis Europa – Österreich – Steiermark | 39 |
| 5.1. Das Welthandelssystem und die Europäischen Union | 39 |
| 5.2. Die Entwicklungszusammenarbeit der Europäischen Union..... | 41 |
| 5.3. Entwicklung der internationalen Handelsstruktur | 43 |
| 5.4. Welchen Platz nimmt der faire Handel innerhalb des Welthandelssystems ein? | 45 |
| 5.5. Entwicklung des fairen Handels in Österreich | 47 |
| 5.6. Staatliche Unterstützung des Fairen Handels in Österreich | 51 |
| 5.7. Breite öffentliche & wirtschaftliche Unterstützung in Österreich..... | 52 |
| 5.8. Der Faire Handel in der Steiermark | 54 |
| 6. Zusammenfassung/Ausblick | 57 |
| 7. Literatur- und Quellenverzeichnis | 58 |
| 8. Abbildungsverzeichnis | 62 |
| 9. Anhang inkl. Projekthandbuch | 1 |
| Projektauftrag | 2 |

| | |
|--|-----------|
| Kommunikationsformen und Spielregeln | 4 |
| Spielregeln..... | 4 |
| Projektumweltanalyse..... | 5 |
| Projektorganisation | 5 |
| Projektstrukturplan..... | 6 |
| Meilensteinplan..... | 7 |
| Ressourcen- und Kostenplan | 7 |
| Arbeitspaketspezifikationen | 8 |
| Arbeitspaketspezifikationen | 8 |
| Arbeitspaketspezifikationen | 9 |
| Arbeitspaketspezifikationen | 9 |
| Arbeitspaketspezifikationen | 10 |
| Arbeitspaketspezifikationen | 11 |
| Aufgabenverteilung..... | 12 |
| 10. ZEITERFASSUNG | 14 |
| Fortschrittsbericht/Zwischenbericht | 22 |
| Praxisanteil | 24 |

Vorwort

Die Themenfindung stellte sich anfangs als schwieriger heraus als gedacht. Uns war es ein großes Anliegen eine Diplomarbeit zu einem Thema zu verfassen, welches unserer Ansicht nach eine hohe Wertigkeit in der Gesellschaft darstellt, die endgültige Idee Fair-Trade zu unserem Diplomarbeitsthema zu machen, kam uns durch Sarahs Mutter, da diese Abteilungsleiterin in einem SPAR-Supermarkt ist, und wir somit einen leichteren Zugang zu diesem Thema hatten und es uns die Zusammenarbeit mit der Supermarktkette enorm erleichterte. Vorteilhaft war zu dem die schnelle Findung unseres Kooperationspartners. Dank diesem Thema und dem angeeigneten Wissen haben wir in unserem täglichen Leben begonnen umzudenken und können uns besser in die Situation ärmerer Plantagenarbeiter/Plantagenarbeiterinnen des Südens hinein fühlen, aus diesem Grund haben wir es uns zu unserem persönlichen Ziel gemacht, Menschen aus Entwicklungsländern, soweit es uns möglich ist, zu unterstützen und ihre Arbeit durch den Kauf von Fair-Trade-Produkten wertzuschätzen.

Danksagung

Wir wollen uns bei einigen Menschen, die uns in den letzten Monaten begleitet und unterstützt haben, recht herzlich bedanken. In erster Linie bedanken wir uns natürlich bei unseren Betreuungslehrerinnen, Mag. Doris Erber und Mag. Sandra Wallner, aber auch bei unserer ehemaligen Betreuungslehrerin Mag. Brigitte Wipfler, MA, die uns aufgrund ihrer Schwangerschaft schon frühzeitig verlassen musste, wir bedanken uns, weil sie uns bis zum Schluss mit Rat und Tat zur Seite gestanden haben. Mag. Brigitte Wipfler, MA war bis zum Abgabetermin der Diplomarbeit unsere Ansprechperson und stand uns für unsere Fragen weiterhin zur Verfügung, wir wünschen ihr und ihrer Familie alles Gute auf ihrem weiteren Lebensweg. Ebenfalls möchten wir uns bei unseren Eltern bedanken, die zu dieser Zeit sehr viel Verständnis uns gegenüber zeigen mussten, und uns immer wieder aufs Neue ermutigten weiter zu machen. Weiters wollen wir uns bei unserem sehr flexiblen Kooperationspartner, der SPAR-Filiale Gnas, bedanken, für die gute Zusammenarbeit und für den damit verbundenen Aufwand. Zu guter Letzt wollen wir uns noch bei Frau Birgit Calix (zuständig für Partnerorganisationen und Monitoring, EZA), die uns einen guten Einblick in die Arbeit der EZA verschaffte, bei Susanne Luef (Marketingmitarbeiterin, Zotter) für die umfangreiche Mitwirkung und bei Johannes Steinbach (Referent für Information und Öffentlichkeitsarbeit im Referat Europa und Außenbeziehungen), der immer für uns erreichbar war und uns eine Stellungnahme des Landes Steiermark einholte, bedanken.

1. Einleitung

Wir haben uns in den letzten Monaten intensiv mit dem Thema Fair-Trade, mit den damit verbundenen Anforderungen und mit den Zielen des fairen Handels auseinandergesetzt. Für uns war es von großer Bedeutung eine Befragung mit den Kunden/Kundinnen der SPAR-Supermärkte der Südoststeiermark durchzuführen, um deren Interesse und deren Zugang auf fair gehandelte Ware zu analysieren. Und genau aus diesem Grund möchten wir anhand eines Fragebogens, die Meinungen der Kunden/Kundinnen widerspiegeln. Aber nicht nur die Meinung der Kunden/Kundinnen war uns ein Anliegen, wir wollten unsere Diplomarbeit auch auf fachmännisches Wissen stützen, und daher haben wir auch Experten/Expertinnen zur Befragung herangezogen. Unsere Motivation für diese Arbeit schöpfen wir aus dem Gedanken ein gutes Zeichen zu setzen und vor allem auf die nach wie vor verbesserungswürdige Situation der Entwicklungsländer im Süden hinzuweisen. Wir wollen vor Augen halten, dass wir alle einen kleinen Beitrag leisten können, um Großes in der zukünftigen Weiterentwicklung von Fair-Trade zu bewegen.

2. Theoretischer Teil

2.1. Begriffserläuterung

Fair-Trade bedeutet, „Handel mit Produkten der Dritten Welt zu Bedingungen, die auch aus Sicht der Produzenten als fair und angemessen anzusehen sind".¹

2.2. Definition des fairen Handels

Die Mitglieder der heutigen „World Fair Trade Organisation“ (WFTO), entschieden sich im Jahr 2002 für eine Definition des Fairen Handels:

Fair Trade is a trading partnership, based on dialogue, transparency and respect, that seeks greater equity in international trade. It contributes to sustainable development by offering better trading conditions to, and securing the rights of, marginalized producers and workers – especially in the South.²

Was übersetzt so viel wie:

Der Faire 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 zur nachhaltigen Entwicklung

bedeutet.³

Mit dieser Ausführung einer Definition soll das Konzept, das hinter Fair-Trade steckt, vertreten werden. Kleinbauern/Kleinbäuerinnen sollen damit eine gerechte Entlohnung für ihre Arbeit erhalten. Unfair wäre, wenn wir im Handel die Ware mit Schleuderpreisen erhalten, während die internationalen Handelsketten am meis-

¹ vgl. Biographisches Institut GmbH: Duden. Online unter http://www.duden.de/rechtschreibung/Fair_Trade (zugegriffen am 3. Jänner 2016, 14.57 Uhr).

² World Fair Trade Organization: Definition of Fair Trade. Online unter <http://www.wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade> (zugegriffen am 14. September 2015, 11.40 Uhr).

³ Olschewski, Felix: Was ist fairer Handel? Was ist Fair-Trade?. Online unter www.urgeschmack.de/was-ist-fair-trade/ (zugegriffen am 03. Oktober 2015, 13.58 Uhr).

ten Profit daraus schlagen, und die tatsächlich Arbeitenden nicht einmal einen Bruchteil dieses Geldes sehen.⁴

2.3. Konzept des fairen Handels

Ziel ist es, den primären Kleinbauern/Kleinbäuerinnen eine Verbesserung ihrer Lebens- und Arbeitsbedingungen zu ermöglichen, indem man sie bei der Herstellung und auch in der Vermarktung ihrer Ware unterstützt. Die Bauern/Bäuerinnen sind jedoch von sogenannten Zwischenhändlern abhängig, die die Ware vieler Kleinbauern/Kleinbäuerinnen kaufen und in großen Mengen weiter verkaufen, weil den Bauern/Bäuerinnen meist die notwendigen Mittel für den Transport nicht vorhanden sind und es bei ihnen an Geld fehlt, mit dem sie sich zur erforderlichen Infrastruktur Zutritt verschaffen könnten. Genau aus diesem Grund haben die Arbeiter/Arbeiterinnen auch kaum brauchbare Kontakte, an die sie ihre Produkte weiterverkaufen könnten, die Zwischenhändler sind somit für die Produzenten/Produzentinnen auch die einzige Informationsquelle für Marktentwicklung, Marktpreis und Qualitätsanforderung. Fair-Trade will durch den Zusammenschluss von mehreren Kleinbauern/Kleinbäuerinnen, zu sogenannten „Kooperativen“, den Export ohne Zwischenhändler ermöglichen, das bedeutet, dass die Ware auf direktem Weg in das Industrieland geliefert wird. Hinter dem fairen Handel stehen bedeutende Prinzipien, die konsequent von den Organisationen angesteuert werden und somit zielführend sind, jedoch unterscheiden sich diese Prinzipien und auch die Bedingungen je nach Organisation. Diese Prinzipien werden im Folgenden kurz vorgestellt und anschließend näher erläutert.

Das Fair-Trade-Konzept setzt sich aus dem sogenannten „Modell der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit“ zusammen, nämlich aus

Ökologie (Erhalt von Natur bzw. Ökosystemen für nachfolgende Generationen), Ökonomie (verantwortungsvoller Umgang mit wirtschaftlichen Ressourcen mit dem Ziel

⁴ vgl. Olschewski, Felix: Was ist fairer Handel? Was ist Fair-Trade?. Online unter www.urgeschmack.de/was-ist-fair-trade/ (zugegriffen am 03. Oktober 2015, 13.58 Uhr).

der Wohlstandsvermehrung) und Soziales (Entwicklung einer Gesellschaft, in der alle Mitglieder gleichermaßen partizipieren) (...).⁵

In dem Konzept sind mehrere Punkte verankert, wie zum Beispiel die Festlegung eines Mindestpreises für die Erzeugnisse, die finanzielle Unterstützung von Projekten für die Erzeuger/Erzeugerinnen, eine vertrauenswürdige und verlässliche Handelsbeziehung zwischen den Importeuren im Norden und den Produzenten/Produzentinnen im Süden, die Einhaltung der sozialen Arbeitsbedingungen innerhalb der Produzentenkooperativen und die ordnungsgemäße Einhaltung der Umweltstandards für die Verbesserung der Umweltsituation in den Entwicklungsländern.

Jetzt kommen wir zu der Aufteilung der einzelnen Prinzipien, wir beginnen mit den **sozialen Standards** und den **ökonomischen Standards**:

Der faire Handel bietet hauptsächlich landwirtschaftliche Produkte an (Primärprodukte), die durch eine geringe Preiselastizität⁶ gekennzeichnet sind. Eine geringe Preiselastizität ist bei Fair-Trade-Produkten gegeben, da man wenige bis keine Ausweichmöglichkeiten auf andere Waren hat, wenn man Produkte zu den Bedingungen von Fair-Trade kaufen möchte, das bedeutet, bei einer Preisänderung würde sich die Nachfrage kaum ändern. Die Produktionskosten sind aber meist höher als der Betrag des Endprodukts, und deshalb setzt Fair-Trade einen **Mindestpreis** an, den die Importorganisationen in den Industrieländern im besten Fall mit den Produzenten/Produzentinnen aus den Entwicklungsländern gemeinsam festlegen. Dazu erhalten die Kleinbauern/Kleinbäuerinnen eine **Fair-Trade-Prämie**, die dafür da ist, die Produktionskosten zu decken und das Einkommen der Bauern/Bäuerinnen zu sichern. Der Einsatz der Fair-Trade-Prämie muss gemeinschaftlich innerhalb der einzelnen Kleinbauerkooperativen beschlossen werden und soll einen gemeinsamen Nutzen für die Mitglieder der Kooperative dar

⁵ von Hauff, Michael/Claus, Katja: Fairtrade. Das Konzept und die Bedeutung des fairen Handels. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. München: UTB Verlag, 2013, S. 93.

⁶ vgl. Bundeszentrale für politische Bildung: Nachschlagen. Preiselastizität=ist ein Maß für die Reaktion der Nachfrage auf Preisveränderungen. Online unter <http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/20312/preiselastizitaet> Stand 2013 (zugegriffen am 29. März 2016, 16.49 Uhr).

stellen, deshalb ist es erfolgsversprechend, wenn realistische Projekte ausgesucht werden, wie zum Beispiel der Bau einer Schule, die gleichzeitig die Lebensbedingungen der Produzenten/Produzentinnen verbessert. In diesem Zusammenhang wurden die „Fairen-Löhne“ fixiert, die sich an den Lebenshaltungskosten der Produzenten/Produzentinnen orientieren. Festgelegt wurde dies von der „Kooperation FINE (der (...) Zusammenschluss der fachnahen Dachverbände Fair Trade Labelling Organisation (FLO), International Federation of Alternative Trade (IFAT), Network of European Worldshops (NEWS!) und European Fair Trade Association (EFTA))“.⁷ Planziel ist es, dass die Produzenten/Produzentinnen sich direkt am Gewinn der exportierten Ware bereichern. „Der höhere Preis, der von den Handelsgesellschaften für die Produkte gezahlt wird, soll für die Produzenten/Produzentinnen ein Anreiz sein, ökologische und soziale Standards bei der Produktion einzuhalten“.⁸ Einen Teil ihrer Bezahlung bekommen die Kleinfarmer/Kleinfarmerinnen schon im Voraus als kleine Finanzspritze, um sich den Einkauf von Rohmaterialien bzw. Saatgut leisten zu können, das soll dazu dienen, dass die Bauern/Bäuerinnen sich nicht mehr verschulden müssen.

Handelsbeziehungen spielen eine sehr große und vor allem wichtige Rolle, denn dadurch sind die Produzenten/Produzentinnen im Stande, die Herstellung, den Vertrieb und ihre Wirtschaftlichkeit zu planen. Der Zwischenhandel soll dadurch gestoppt werden und somit auch die damit verbundene Abhängigkeit. Der Zwischenhandel kommt vor allem wegen dem Manko an Verkehrsinfrastruktur zustande und auch weil viele Bauern/Bäuerinnen nicht in der Lage sind, ihre Ware in so großen Mengen herzustellen und somit bietet sich kaum eine Möglichkeit, an Importeure zu verkaufen. Durch den Zwischenhändler/die Zwischenhändlerin werden für den Importeur „[d]er Transport und die Aufbereitung der Güter kostengünstiger“⁹, und „[d]a es oft nur eine begrenzte Anzahl von Zwischenhändlern gibt“¹⁰, sind diese im Stande die Preise maßgeblich zu beeinflussen. Dieses Problem

⁷ von Hauff, Michael/Claus, Katja: Fairtrade. Das Konzept und die Bedeutung des fairen Handels. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. München: UTB Verlag, 2013, S. 94.

⁸ Ebd., S. 95. (zugegriffen am 31. März 2016, 21.21 Uhr).

⁹ Ebd., S. 96. (zugegriffen am 31. März 2016, 21.28 Uhr).

¹⁰ Ebd., S. 97. (zugegriffen am 31. März 2016, 21.32 Uhr).

kann gelöst werden, indem sich Kleinbauern/Kleinbäuerinnen in **Kooperativen** zusammenschließen, denn so sind sie auch in der Lage, eine weitaus größere Menge zu produzieren, höhere Gewinne zu erzielen und die Waren auf direktem Weg an die Importorganisationen weiterzuleiten.

Auch den schlechten Arbeitsbedingungen will das Konzept des fairen Handels entgegenwirken, indem man die allgemeinen **international festgelegten Menschenrechte** des UNO-Menschenrechts-Abkommens als Grundlage für die Arbeits- und Lebensgestaltung fixiert. Die Kernarbeitsnormen der ILO-Standards sind ein wichtiger Bestandteil davon, wie das Recht auf Versammlungsfreiheit, das Recht zur kollektiven Verhandlungsführung, das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit und das Verbot der Diskriminierung. Auch die Rechte der Frauen will man mit der Gleichstellung von Mann und Frau in den Entwicklungsländern durch Weiterbildungs- bzw. Fortbildungsprogramme stärken. Auch gewisse Sozialleistungen sollen jedem/jeder Arbeiter/Arbeiterin zuteilwerden, und aus diesem Grund werden derzeit bestehende Standards, „innerhalb der Fair-Trade Labelling Organization, [i]n Zusammenarbeit mit Gewerkschaften, Nichtregierungsorganisationen, Experten aus der Industrie und den Produzentenorganisationen [neu durchdacht] und erweitert“.¹¹ Und deshalb wurde das Fair-Trade Advisory Committee on Worker Rights and Empowerment (WRAC) im Jänner 2011, um bestimmte Themengebiete zu bearbeiten, gegründet. Für diese Themenbereiche werden fortlaufend Erweiterungen bzw. Verbesserungen gesucht:

Unter „Versammlungsfreiheit und Stärkung der Plantagearbeiter/Plantagearbeiterinnen“, versteht man, dass die Arbeiter/Arbeiterinnen über ihre Arbeitsbedingungen verhandeln dürfen. Durchgesetzt wird dieses Recht durch die Schulung von Verhandlungsfähigkeit der Produzenten/Produzentinnen und auch durch die Aufklärung über ihre Rechte. Wichtige Grundsteine für dieses Geschehen sind Vertrauen, Respekt und Dialog. Ebenfalls wird über die Festlegung eines Lohns, welcher die Lebenshaltungskosten deckt, debattiert. Der Mindestlohn

¹¹ von Hauff, Michael/Claus, Katja: Fairtrade. Das Konzept und die Bedeutung des fairen Handels. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. München: UTB Verlag, 2013, S. 100.

wird von den bereits bestehenden Fair-Trade Standards festgelegt, Ziel ist es, einen Lohn für eine klar festgelegte Zeitspanne zu fixieren. Außerdem wird begutachtet, ob die Höhe des Lohnes genügend ist, um die Lebenshaltungskosten abzudecken. Unter anderem wird auch über die Verwendung der Fair-Trade-Prämie debattiert. Momentan gilt die Regelung, dass man die Prämie nur für gemeinschaftliche Projekte verwenden darf, nun wird aber über die Auflockerung dieser Regel diskutiert, damit jedes Mitglied für sich selber entscheiden kann, wofür es seinen Teil der Prämie einsetzen möchte. Wenn diese Regellockerung durchgeführt werden würde, würde das für die Plantagearbeiter/Plantagearbeiterinnen des Südens bedeuten, dass sie sich gewisse Grundbedürfnisse selber erfüllen können und dass alleine sie die Entscheidung über die Verwendung der Fair-Trade-Prämie treffen können.¹²

Abgesehen von den sozialen Standards gibt es auch noch die **ökologischen Standards**, die verlangt werden. Mit dem Hersteller/der Herstellerin werden verbindliche ökologische Standards ausgemacht, die auch oft eine komplette Umstellung der Produktions- und Anbaumethoden für den/die Bauer/Bäuerin bedeuten können.

Maßnahmen in diesem Zusammenhang sind die Reduzierung des Einsatzes von Chemikalien (zum Beispiel Pestizide) und die Verwendung gentechnisch veränderter Organismen im konventionellen Anbau, ein umfassendes Abfallmanagement, die Erhaltung der Bodenfruchtbarkeit, der Schutz der Wasserressourcen, die Bewahrung der Biodiversität und die Einhaltung von Sicherheitsvorkehrungen und Arbeitsschutzmaßnahmen.¹³

Fair-Trade-Produkte sind nicht immer aus biologischem Anbau, jedoch wird der **biologische Anbau** durch eine zusätzliche Prämie **gefördert**.¹⁴ Die sozialen und ökologischen Standards sind Bestimmungen für den gesamten Produktionsweg. Zu diesen Standards kommen noch produktspezifische Stan-

¹² vgl. FAIRTRADE International: For Producers, with Producers; Annual Report 2011-2012. o. O., o. V., 2012, S. 7.

¹³ von Hauff, Michael/Claus, Katja: Fairtrade. Das Konzept und die Bedeutung des fairen Handels. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. München: UTB Verlag, 2013, S. 102.

¹⁴ vgl. FAIRTRADE Deutschland: Fairtrade Standards. Online unter <http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/fairtrade-standards-inhalte> Stand 2013 (zugegriffen am 27. Dezember 2015, 17.06 Uhr).

dards hinzu, die die Zusammensetzung des Preises, die Qualität der Produkte und die zum Einsatz kommenden Produktionsverfahren angeben. Im Falle einer Handelsbeziehung mit einem Importeur aus einem Industrieland müssen nicht alle Standards eingehalten werden, jedoch muss man sich den Grundsätzen gegenüber des Fairen Handels verpflichten und somit an der Umsetzung der Standards arbeiten. Durch die Überarbeitung der Standards im Jahr 2011 seitens der FLO wurde der New Standards Framework (NSF) entwickelt und dies ist ebenfalls im Jahr 2011 in Kraft getreten. Das Ziel war die Verständlichkeit zu fördern bzw. die Vereinfachung der Standards, vor allem damit die Bauern/Bäuerinnen ihren „development path“, ihren „Entwicklungsweg“, selber bestimmen konnten. Standardkataloge für Kleinbauernorganisationen, Produzenten/Produzentinnen im Vertragsanbau und lohnabhängige Beschäftigte wurden angefertigt. Wie vorher schon erwähnt, gibt es produktspezifische Standards, die vom New Standards Framework (NSF) in Kern- und Entwicklungsanforderungen aufgebrochen werden. Die Kernanforderungen bezeichnen Anforderungen, welche unbedingt von den Mitgliedern eingehalten werden müssen, beispielsweise sollen Standards kosteneffizient und erreichbar sein, damit der Zertifizierungs-Aufwand geringer wird¹⁵, während Entwicklungsanforderungen nicht vollständig berücksichtigt werden müssen, sondern lediglich ein Teil davon. Das New Standards Framework ist dafür zuständig, die allgemeinen aktuellen produktspezifischen Standards in drei Säulen umzugestalten, nämlich in Produktion, Handel und Business & Development. Die Produzenten/Produzentinnen sind selbst in der Lage sich zu entscheiden, in welchen Bereichen sie sich weiterentwickeln wollen und dabei ist ihnen ein Entwicklungsplan behilflich. Die FLO bestimmt die Standards nach den vorgegebenen Richtlinien der International Social and Environmental Accreditation and Labelling Alliance (ISEAL).¹⁶ Die Hersteller/Herstellerinnen erlernen mit Hilfe von Trainingsprogrammen, Informationsmaterialien und Weiterbildungsmaßnahmen Näheres über das

¹⁵ vgl. FAIRTRADE International: What are the key objectives of the NSF?. Online unter http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/Guide_to_NSF_Consultation.pdf (zugegriffen am 20. Februar 2016, 16.53 Uhr).

¹⁶ vgl. von Hauff, Michael/Claus, Katja: Fairtrade. Das Konzept und die Bedeutung des fairen Handels. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. München: UTB Verlag, 2013, S. 103.

NSF.¹⁷ Dieser Lernprozess ist wichtig, um die Produzenten/Produzentinnen für die Themen Nachhaltigkeit und fairer Handel zu feinfühlicher zu machen.¹⁸ Jede Fair-Trade-Handels-Organisation kann weitere Prinzipien als Basis fixieren. Auch zu bedenken ist es, dass nicht alleine nur wertorientierte Akteure (ATO's) im fairen Handel aktiv sind, sondern auch marktorientierte (Supermärkte). Wertorientierte Akteure sind auf ein Wertsystem ausgerichtet und orientieren sich nach diesen Werten, wie zum Beispiel Werten der Gesellschaft oder der Wirtschaft, während marktorientierte Akteure sich nach der Marktlage richten und nach dem Verhalten der Kunden, Ziel des marktorientierten Akteurs ist eine Gewinnmaximierung. Auch die marktorientierten Akteure müssen sich an fixe Standards halten, jedoch kann beiden Sparten, den wertorientierten sowie auch den marktorientierten Akteuren, wirtschaftliches Denken als Handelsbasis unterstellt werden. Es ist aber festzustellen, dass für den wertorientierten Handelnden, der Plantagebauer/die Plantagebauerin im Entwicklungsland und dessen/deren Unterstützung an erster Stelle steht. Hingegen ist der marktorientierte Handelnde eher auf die Nachfrage der Konsumenten/Konsumentinnen und somit auf das Einbringen von Gewinn bedacht. Die klar ersichtlichen Motive sind hiermit das Durchbrechen von neuen Marktsegmenten (=Marktteil bzw. Marktabschnitt) und eine klare Imageaufwertung.¹⁹

2.4. Geschichte von der Fair-Trade-Bewegung

Es gibt verschiedenste Geschichten zu den Ursprüngen von Fair-Trade, doch laut der Darstellung von Marlike Kocken aus dem Jahr 2004, sollen es in erster Linie die Amerikaner gewesen sein, die den Grundstein für Fair-Trade gelegt haben, indem sie Handarbeiten von Puerto Rico im Jahre 1946 einkauften. Der allererste Fair-Trade-Shop eröffnete somit 1958 in den USA. Zehn Jahre darauf entwickelte sich auch in Europa der alternative Handelsgedanke, Vorreiter war hier Oxfam in Großbritannien, wo Handwerke von chinesischen Flüchtlingen verkauft wurden. In

¹⁷ vgl. FAIRTRADE Deutschland: Fairtrade Standards. Online unter <http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/fairtrade-standards-inhalte> Stand 2013 (zugegriffen am 27. Dezember 2015, 17.48 Uhr).

¹⁸ vgl. Piepel, K.; Möller, A.; Spiegel, K.-H.: Einleitung; in: Misereor, Brot für die Welt, Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.), 2000, S. 13-15.

¹⁹ vgl. von Hauff, Michael/Claus, Katja: Fairtrade. Das Konzept und die Bedeutung des fairen Handels. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. München: UTB Verlag, 2013, S. 105.

den 1960er Jahren entstanden dann die ersten Fair-Trade Organisations. Fast zeitgleich entwickelte sich in Holland der erste Dritte-Welt-Laden, angefangen hat es, indem die Dritte-Welt-Gruppe auf den Straßen Zucker verkaufte unter dem Motto: „Durch den Kauf von Zucker wird den Menschen in den ärmeren Ländern ein besseres Leben ermöglicht“.²⁰ Dies entwickelte sich dann so weiter bis 1969 schlussendlich der erste Dritte-Welt-Laden eröffnen konnte. Genau diese Entwicklung hat eine große Rolle für die Fair-Trade-Bewegung gespielt, denn Dritte-Welt-Läden waren nicht nur im Verkauf tätig, sondern auch in der Bewusstseinsbildung und der Kampagnenarbeit, Kampagnenarbeit bedeutet in diesem Zusammenhang eine gemeinschaftliche Aktion. Von 1960 bis 1970 haben es sich viele sozial engagierte Menschen, aber auch Nichtregierungsorganisationen zur Aufgabe gemacht, den benachteiligten Produzenten/Produzentinnen das notwendige Wissen weiterzugeben. Nichtregierungsorganisationen (Non Governmental Organisation - NGO), sind Organisationen, welche in Europa meist von kirchlichen Gruppen gegründet wurden, sie waren nicht am Gewinn beteiligt, sondern privat und unabhängig von anderen Organisationen, ihr Ziel war es, einem gesellschaftspolitischen bzw. einem sozialen Zweck zu dienen. Diese NGOs gibt es ebenfalls im Umweltschutz, aber auch in der Obdachlosenhilfe und vielen weiteren Bereichen.²¹ So konnten sich auch im Süden Organisationen für Fair-Trade ein Standbein schaffen und sich mit den bereits bestehenden Organisationen im Norden verbinden, um gemeinsam für eine größere Gerechtigkeit im internationalen Handel zu kämpfen. Doch die Bauern/Bäuerinnen des Südens wollten keinesfalls Almosen damit erbetteln, sondern sie setzten sich das Ziel, faire Handelsbeziehungen zwischen dem Süden und dem Norden herzustellen, unter dem Motto „Trade not Aid“ (=Handel statt Almosen).²² Ab den späten 60er-Jahren konnte man ein deutliches Wachstum des fairen Handels, ursprünglich alternativen Handels, feststellen. Hauptsächliches Augenmerk war zu dieser Zeit die Vermarktung von Handwerksprodukten und auch hier waren die NGOs eine sehr große Unterstützung, indem sie bei den Gründungen neuer Produzenten-

²⁰ Kocken, Marlike: 50 Jahre Fairer Handel. Online unter http://doku.cac.at/geschichte_Fair-Trade_byifat.pdf Stand Jänner 2004 (zugegriffen am 16. Februar 2016, 15.01 Uhr).

²¹ vgl. ngo jobs: Was ist eine NGO?. NGO (Non Governmental Organisation). Online unter <http://www.ngojobs.at/was-ist-eine-ngo/> (zugegriffen am 24. Februar 2016, 18.48 Uhr).

²² vgl. dict.cc GmbH: Dict.cc. Online unter <http://www.dict.cc/> (zugegriffen am 24. Februar 2016, 18.33 Uhr).

Gruppen/Produzentinnen-Gruppen behilflich waren, aber nicht nur das, sie unterstützen ebenso den Export in den Norden und die gesamte Produktion. Der Fair-Trade-Markt erweiterte sich und somit stieg auch der Umsatz der Fair-Trade Organisationen, damit war es im Jahr 1973 möglich, Kaffee von Guatemala zu importieren und keine 30 Jahre später kamen hunderttausend andere Kaffeebauern/Kaffeebäuerinnen in den Genuss der gewinnbringenden Kaffeevermarktung. Nach dem großen Erfolg der Kaffeevermarktung wurde das Lebensmittelsortiment dauernd erweitert, es stehen Fair-Trade auch die Türen zu Supermärkten und Bioläden offen. Damit man die Produkte aber auch erkannte, entwickelte ein Priester, der mit Kaffee Kleinbauern/Kaffee Kleinbäuerinnen arbeitete, zusammen mit einem Mitarbeiter einer NGO-Organisation die Idee eines Gütesiegels, welches nur unter der Einhaltung der Fair-Trade-Kriterien vergeben werden konnte. Für die Kontrollen der Fair-Trade-Standards und die Vergabe des Gütesiegels ist seit der Gründung im Jahr 1997 der Dachverband FLO zuständig. Seit den Anfängen der Fair-Trade-Bewegung machen es sich die Weltläden zur Aufgabe, die Konsumenten/Konsumentinnen mithilfe von Kampagnen und Informationen hinsichtlich der Lebensumstände der verarmten Hersteller/Herstellerinnen zu sensibilisieren, um eine weltweite Handelsgerechtigkeit herbeiführen zu können. Um weltweit etwas bewirken zu können, muss man sich ein gutes Netzwerk aufbauen, ausschlaggebend dafür war die erstmalig stattgefundenene Weltladenkonferenz im Jahre 1984. Die weltweite Vernetzung aller europäischen Weltläden wurde aber erst 1994 gegründet - NEWS! (Network of European Worldshops). Dieses Netzwerk ist dafür zuständig, weltweit Kampagnen zu koordinieren und ebenfalls ist NEWS! für die Professionalisierung und Bewusstseinsbildung zuständig, was durch gegenseitigen Austausch von Erfahrungen und Informationen betrieben wird. Rund 3000 Weltläden in 15 EU-Ländern sind in der NEWS! vertreten. Die European Fair Trade Association (EFTA) wurde im Jahre 1987 gegründet, um ihre Mitglieder in den Bereichen Kooperation und Koordination zu unterstützen. Heute zählt sie zu den größten Organisationen von Fair-Trade, sie ist der Zusammenschluss von elf Fair-Handels-Importeuren in den neun Ländern von Europa, nämlich der Schweiz, Italien, Österreich, Belgien, Frankreich, Deutschland, Holland, Spanien und Großbritannien. Ihr Hauptsitz befindet sich in Holland.²³ Auch die International Association

²³ vgl. ARGE Weltläden: Fairer Handel. Die größten Organisationen in der Fair-Handelsbewegung.

of Alternative Trade (IFAT=WFTO), wurde beinahe zeitgleich gegründet, später wurde diese Organisation in WFTO umbenannt. 1998 fand das erste Treffen der FINE Fair Trading GmbH (FFT) statt, um ein Forum der Kooperation zu erschaffen, indem man sich austauschen kann und Aufgaben bearbeitet, wie zum Beispiel eine genaue Definition von Fair-Trade festzulegen. Diese lautet wie folgt:

Der Faire Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht. Er leistet einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung, indem er bessere Handelsbedingungen bietet und die Rechte benachteiligter ProduzentInnen und ArbeiterInnen – speziell in den Ländern des Südens – sichert. Fair-Handels-Organisationen engagieren sich (gestärkt durch VerbraucherInnen) aktiv für die Unterstützung der PartnerInnen, für Bewusstseinsbildung und Kampagnenarbeit, um die Regeln und Praktiken des konventionellen Handels zu verändern.²⁴

Der Name **FINE** hat sich aus den Verbänden **FLO**, **IFAT**, **NEWS!** und **EFTA** zusammengesetzt. Heute besteht die FFT gleich wie damals, aus den vier größten Dachverbänden der FLO, der WFTO (= früher IFAT), der NEWS! und der EFTA.²⁵

EFTA European Fair Trade Association. Online unter <http://www.weltlaeden.at/de/die-gruen-fair-handels-organisationen.html> (zugegriffen am 20. März 2016, 00.22 Uhr).

²⁴ ARGE Weltläden: Fairer Handel. Die größten Organisationen in der Fair-Handelsbewegung. Online unter <http://www.weltlaeden.at/de/die-gruen-fair-handels-organisationen.html> (zugegriffen am 2. Jänner 2016, 13.53 Uhr).

²⁵ vgl. Kocken, Marlike: 50 Jahre Fairer Handel. Online unter http://doku.cac.at/geschichte_Fair-Trade_byifat.pdf Stand Jänner 2004 (zugegriffen am 01. März 2016, 17.42 Uhr).

3. Allgemeines

3.1. Fair-Trade-Gütesiegel

Das Fair-Trade-Siegel ist eines der bekanntesten Nachhaltigkeitslabel in Österreich, jedes Produkt, das mit diesem Gütesiegel versehen ist, verspricht zu hundert Prozent fair angebaute und fair gehandelte Produkte bzw. Rohstoffe.²⁶ Damit aber ein Produkt mit dem Gütesiegel ausgezeichnet werden kann, müssen gewisse Vorschriften eingehalten werden, die von der Fair-Trade Labelling Organization (FLO), auch als Fair-Trade International bekannt, entwickelt und „Fair-Trade-Standards“ genannt werden. Diese Standards werden wiederum von der unabhängigen Zertifizierungsorganisation, der FLO-CERT GmbH, kontrolliert. Die FLO-CERT GmbH überprüft anhand von Inspektionen, ob die fair gehandelte Ware, auch wirklich unter den internationalen Standards gehandelt, und ebenso produziert wird. Jedes beteiligte Glied von Fair-Trade steht unter der Aufsicht und unter der strengen Kontrolle der FLO-CERT GmbH - die Produzenten/Produzentinnen sowie die Fair-Trade-Organisationen und genauso die Importeure und Exporteure der Fair-Trade Ware.

3.2. Standards um dem Gütesiegel zu entsprechen

In diesem Absatz werden wir genauer auf die Standards eingehen, welche unbedingt notwendig für die Zertifizierung durch das Gütesiegel sind. Diese Standards umfassen folgende Bereiche in den Modulen der Entwicklung, Soziales, Ökonomisches und Ökologisches:

Bei den meisten Waren von Fair-Trade handelt es sich um landwirtschaftliche Produkte, sogenannte Primärprodukte. Primärprodukte weisen eine sehr geringe Preiselastizität auf und aufgrund dessen wird solch eine Ware meist unter dem Produktionspreis angeboten. Damit das aber nicht passiert, setzt Fair-Trade hier mit dem Mindestpreis an, um **faire Preise** zu sichern. Der Mindestpreis wird „ (...)“

²⁶ vgl. FAIRTRADE Österreich: Fairtrade-Siegel. Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-siegel/> (zugegriffen am 14. September 2015, 12.48 Uhr).

von den Importorganisationen in den Industrieländern und den Produzenten/Produzentinnen in den Entwicklungsländern gemeinsam festgelegt [werden (d. Verf.)] (...)"²⁷ Entwicklungsländer sind wirtschaftlich wenig entwickelte Länder und Industrieländer wären genau das Gegenteil.²⁸ Der Mindestpreis soll die Lebenshaltungskosten abdecken, und den Kleinbauern/Kleinbäuerinnen auch in Zeiten von niedrigen Weltmarktpreisen eine gewisse Sicherheit geben, indem der/die Fair-Trade-Händler/Fair-Trade-Händlerin diesen Mindestpreis als Existenzsicherung gegenüber dem/den Produzenten/Produzentinnen bezahlt.²⁹ Für Bio-Produkte wird eine zusätzliche Preissteigerung ausgezahlt.

Die Hersteller/Herstellerinnen erhalten zusätzlich zum festgelegten Mindestpreis, noch eine ebenfalls festgelegte **Fair-Trade-Prämie**, diese Prämie soll für gemeinschaftliche Interessen eingesetzt werden. Für welchen Zweck sie konkret eingesetzt wird, darüber wird in der Kooperative demokratisch abgestimmt. Eine Kooperative ist der Zusammenschluss von mehreren Kleinbauern/Kleinbäuerinnen und bringt den Vorteil, dass die Plantagearbeiter/Plantagearbeiterinnen sich untereinander austauschen und sich unterstützen können, um auch im Falle eines Ernteausfalls nicht ohne Einkommen auskommen zu müssen. Ziel ist es, dass alle Produzenten/Produzentinnen der Kooperative einen Nutzen von der Fair-Trade-Prämie haben, wie zum Beispiel durch den Kauf einer Maschine oder durch soziale Projekte, etwa den Bau einer Schule, den Bau von Straßen oder auch den Bau von Krankenhäusern. Diese Fair-Trade-Prämie beträgt global bei Produkten ohne festgelegten Mindestpreis 15 % des Handelspreises. Für Sekundärprodukte, das sind Produkte, die aus mindestens einem Weiterverarbeitungsschritt eines Primärproduktes oder eines anderen Sekundärproduktes hervorgegangen sind³⁰,

²⁷ von Hauff, Michael/Claus, Katja: Fairtrade. Das Konzept und die Bedeutung des fairen Handels. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. München: UTB Verlag, 2013, S. 94.

²⁸ vgl. Biographisches Institut GmbH: Duden. Online unter <http://www.duden.de/rechtschreibung/Entwicklungsland> (zugegriffen am 3. Jänner 2016, 14.43 Uhr).

²⁹ vgl. GEPA - The Fair Trade Company: Mehr Gerechtigkeit im weltweiten Handel. Der Fairtrade-Mindestpreis. Online unter <http://www.fairtrade.de/index.php/sID/72cee2f88b3032f2bd65b2ba4b04e0c4/lan/de> (zugegriffen am 3. Jänner 2016, 19.46 Uhr).

³⁰ vgl. Global Footprint Network: Aus der Forschung. Definition Sekundärprodukt. Online unter <http://www.footprintnetwork.org/de/index.php/GFN/page/glossary/#secondaryproduct> Stand 2015 (zugegriffen am 08. März 2016, 14.36 Uhr).

sind 15 % des ausgehandelten Preises zusätzlich zu diesem zu bezahlen.³¹

Der **Aufbau eines Fair-Trade-Entwicklungsplans** zählt zu den wichtigsten Standards, darin wird über die Verwendung der Fair-Trade-Prämie berichtet. In diesem Plan wird genau Bericht erstattet, in welches Projekt die Kooperative sich entschieden hat zu investieren, und ebenfalls wird genau beschrieben, wie sie zu diesem Ziel gekommen ist, also wird auch auf die konkrete Umsetzung eingegangen.

Ein weiterer Punkt wären die **umweltschonende Anbautechniken bzw. der Umstieg auf den biologischen Anbau**, wobei vorgeschriebene Fair-Trade-Umweltstandards gelten. „ (...) [d]ie Umweltaforderungen [enthalten (d. Verf.)] die Wahrung der Biodiversität, Abfallwirtschaft, Verbot von gentechnisch modifiziertem Saatgut, sowie CO₂-Maßnahmen".³² Biodiversität bedeutet die Vielfältigkeit des Lebens. Man will mit diesen Kernkriterien die Gesundheit und die Sicherheit der Plantagenarbeiter/Plantagearbeiterinnen schützen, aber auch die Umwelt weniger belasten.

Zur **Stärkung der Kleinbauernfamilien**, sollen sich mehrere Kleinbauern/Kleinbäuerinnen zu Kleinbauerkooperativen zusammenschließen, Kleinbauerkooperativen sind Zusammenschlüsse von mehreren einzelnen Kleinbauern/Kleinbäuerinnen. Damit möchte Fair-Trade eine Hilfestellung für den/die einzelnen/einzelne Arbeiter/Arbeiterin geben, um den Plantagearbeitern/Plantagearbeiterinnen bessere Chancen zu ermöglichen, ihre Ware am Weltmarkt anpreisen und verkaufen zu können, aber auch um die Gemeinschaft zu stärken, den Austausch zwischen den Kleinbauern/Kleinbäuerinnen zu fördern und somit Erfahrungen weiterzugeben und vor allem um Teamfähigkeit zu vermitteln, indem jeder/jede jedem/jeder behilflich ist. Transparenz, also die Verständlichkeit und Deutlichkeit, ist ebenso eine wichtige Voraussetzung wie das Verbot

³¹ vgl. FAIRTRADE International: Minimum Price and Premium Information. Online unter <http://www.fairtrade.net/price-and-premium-info.html> (zugegriffen am 19. September 2015, 12.58 Uhr).

³² FAIRTRADE Österreich: FAIRTRADE-Standards. Inhalte der Standards. Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/inhalte-der-standards/> (zugegriffen am 20. März 2016, 00.44 Uhr).

der Diskriminierung.

Die Fair-Trade-Standards sorgen für angenehmere und **bessere Arbeitsbedingungen für die Produzenten/Produzentinnen** des Südens, und vor allem „ (...) für soziale Rechte und Sicherheit am Arbeitsplatz der Beschäftigten“.³³

Menschenunwürdige Arbeitsverhältnisse sowie **Zwangsarbeit oder ausbeuterische Kinderarbeit werden streng verboten**. Versammlungsfreiheit, Gesundheitsvorsorge und die nach gesetzlichen Forderungen bestimmten Arbeitsbedingungen, müssen gesichert sein. Genau aus diesem Grund ist bei den Fair-Trade-Standards die Einhaltung der internationalen Arbeitsnormen (ILO) vorgeschrieben.³⁴ Im folgenden Bild werden die wichtigsten Standards noch einmal bildlich veranschaulicht und in die einzelnen Säulen aufgeteilt.

³³ vgl. FAIRTRADE Österreich: FAIRTRADE-Standards. Inhalte der Standards. Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/inhalte-der-standards/> (zugegriffen am 20. März 2016, 00.50 Uhr).

³⁴ vgl. Ebd. (zugegriffen am 20. März 2016, 01.14 Uhr).

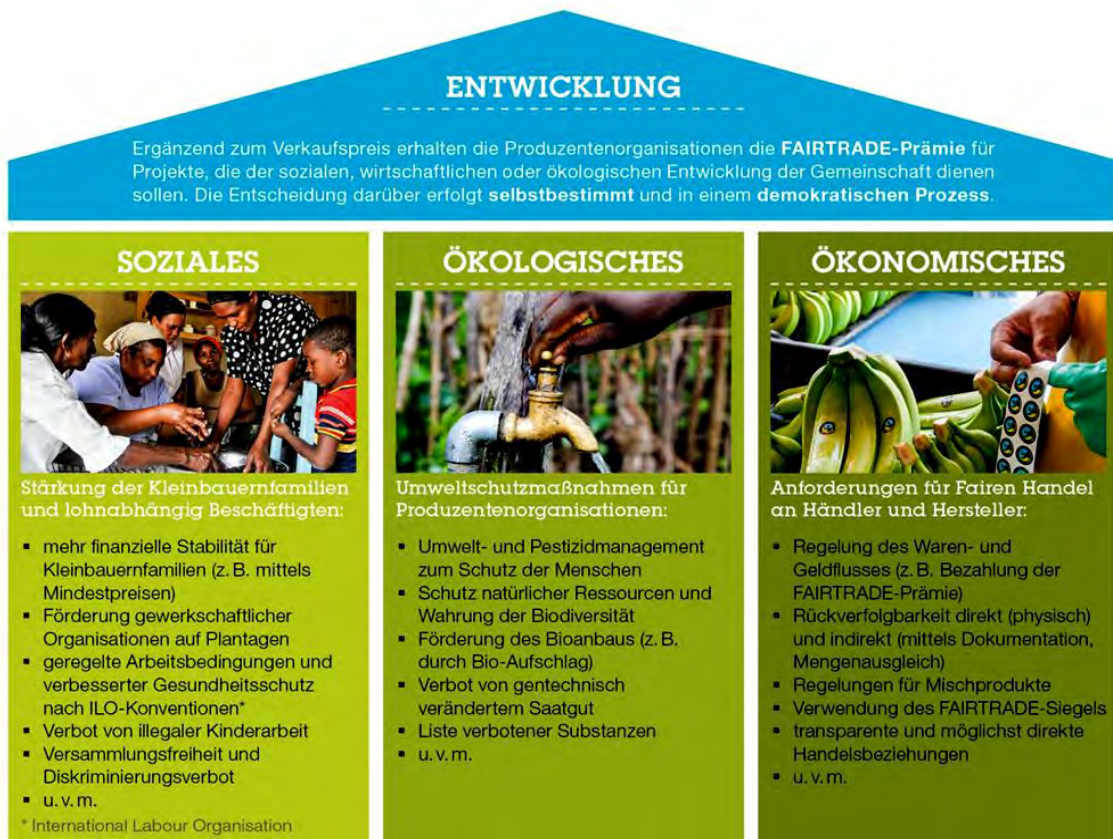


Abb. 1: Die Module der Entwicklung.³⁵

3.3. Wie finanziert sich Fair-Trade?

Fair-Trade finanziert sich durch Sponsoring, Förderungen und Lizenzeinnahmen von Händlern/Händlerinnen. Der größte Teil wird aber durch Lizenzeinnahmen eingebracht, die der Verein aufgrund der Nutzung des Fair-Trade-Siegels erhält. Fair-Trade wird von 24 Vereins-Mitgliedsorganisationen unterstützt und erhält von Mitgliedern, Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen sowie Unternehmen Zuschüsse. Um immer mehr Unterstützer/Unterstützerinnen zu finden, wird sehr viel Informationsarbeit über den fairen Handel geleistet.³⁶

³⁵ Abb. 1: FAIRTRADE Österreich: Die Module der Entwicklung. Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/> (zugegriffen am 08. März 2016, 15.09 Uhr).

³⁶ vgl. FAIRTRADE Österreich: FAIRTRADE Österreich. Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-oesterreich/> (zugegriffen am 3. Jänner 2016, 15.10 Uhr).

Mitgliedsorganisationen bzw. Sponsoren wären zum Beispiel: ARGE Weltläden, A 3 W - Aktion Dritte Welt, Caritas oder BIO Austria.³⁷

Lizenzpartner in Österreich sind unter anderem: SPAR Österreichische Warenhandels AG, Hofer KG - Natur Aktiv, Lidl GmbH, Zotter Schokoladen Manufaktur GmbH oder dm Drogeriemarkt GmbH.³⁸

³⁷ vgl. FAIRTRADE Österreich: Mitgliedsorganisationen - Sponsoren. Mitgliedsorganisationen und Unterstützer. Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-oesterreich/mitgliedsorganisationen-sponsoren/> (zugegriffen am 19. September 2015, 14.30 Uhr).

³⁸ vgl. FAIRTRADE Österreich: Partner-Firmen. FAIRTRADE-Lizenzpartner in Österreich. Online unter <http://www.fairtrade.at/unternehmen/partner-firmen/> (zugegriffen am 19. September 2015, 14.36 Uhr).

4. Vermarktung und Anbieter von Fair-Trade-Produkten

4.1. Werbung und Marketing

Die Vermarktung von Fair-Trade-Produkten erlebt immer mehr einen Aufschwung, denn immer mehr Konsumenten/Konsumentinnen erfahren über die schlechten Arbeitsbedingungen und Unfallkatastrophen in den jeweiligen Herstellerländern der Produkte. Wie dieses Diagramm veranschaulicht, erkennen immer mehr Menschen die Wichtigkeit von Solidarität, und sind bereit, einen höheren Preis für diese Produkte zu bezahlen.³⁹



Abb. 2: Fragestellung des Zukunftsinstituts: „Kennen oder kaufen Sie nachhaltigkeitsorientierte und sozialverträgliche Produkte bzw. Produkte aus fairem Handel?“⁴⁰

³⁹ vgl. GeVestor Financial Publishing Group: Fairtrade: Marketing-Maschinerie oder sinnvolle Alternative?. Ist „fair“ das neue „bio“? – die Branche boomt. Online unter: <http://www.gevestor.de/details/der-fairtrade-markt-und-seine-derzeitige-entwicklung-nur-eine-marketing-maschinerie-oder-sinnvolle-alternative-753825.html> (zugegriffen am 29. Februar 2016, um 20.01 Uhr).

⁴⁰ Abb. 2 Ebd. (zugegriffen am 29. Februar 2016, 20.01 Uhr).

Der Marktanteil an Fair-Trade-Produkten ist in den letzten zwanzig Jahren ständig gestiegen, jedoch müssen wir weiterhin Werbung betreiben, um am Ball zu bleiben. Auf die bisherigen und zukünftigen Werbungen wird nun näher eingegangen.

Engagierten Aktivitäten wie der der Stiftung „Max Havelaar“ brachten fair gehandelte Ware in die europäischen Supermärkten wie Niederlande, Belgien, Luxemburg, Schweiz, Frankreich und nach Österreich.⁴¹

Die Stiftung „Max Havelaar“ hat ihren Sitz in der Schweiz und ist dort auch unter dem Max-Havelaar-Gütesiegel bekannt. Diese Max Havelaar-Stiftung ist für die Vergabe des Fair-Trade-Gütesiegels zuständig, wenn die Voraussetzungen für die Vergabe des Gütesiegels gegeben sind. Somit werden Arbeiter/Arbeiterinnen gerecht entlohnt, und bessere Lebensbedingungen für die Kleinbauern/Kleinbäuerinnen geschaffen.⁴²

In Österreich wurden 2015 Werbekampagnen gestartet, um den Konsum von Fair-Trade-Produkten zu steigern, und den fairen Handel mehr zu publizieren. Eine Fair-Trade TV-Kampagne mit über 30 Spots wurde von 27.4. bis 10.05.2015 im ORF 1 und 2 zur Hauptabendzeit ausgestrahlt.

In Wiener Kinos wurde vom 20.3.-19.4. beispielhaft die Entscheidung fair gehandelte Ware zu kaufen mit All-I-Need erzählt. All-I-Need ist ein Grüntee, der auf natürlicher Basis, demnach ohne Zuckersätze hergestellt wird. Vorteilhaft ist die lang anhaltende Wirkung, da das Tein (Koffein des Tees) besser vom Körper aufgenommen wird als das Koffein in herkömmlichen Getränken.

Österreichweit wurden Plakatkampagnen, an insgesamt 4.500 Plakatstellen gemacht.

⁴¹ vgl. Pilz, Brigitte: Fairer Handel. >>Letztlich entscheiden die Konsumenten, ob es einen gerechten Handel mit der Dritten Welt gibt.<<. 1. Auflage: Süd-Nord Lamuv, 1996. S. 14.

⁴² vgl. Max Havelaar-Stiftung: Die Max Havelaar-Stiftung stellt sich vor. Online unter <http://www.maxhavelaar.ch/de/fairtrade/ueber-max-havelaar/> (zugegriffen am 22. März 2016, um 14.15 Uhr).

Und Ende Mai 2016 sollen während der Wartezeiten an U-Bahnen und Straßenbahnen, Konsumenten/Konsumentinnen, über Fair-Trade anhand von „INFO SCREENS“, und Digital Screens informiert werden.⁴³

Auch im Jahr 2016 sollen Aktivitäten wie Print-Publikationen, ca. 100 Events, Presseaktivitäten, sowie Messen im deutschen Raum, online, über social media und weiteres zu einem bewussten Einkauf animieren.⁴⁴

Nachhaltiges Handeln soll in den Werbungen für Fair-Trade bezweckt werden. Diese Art von Werbung sieht so aus, dass man zum Beispiel Printprodukte parallel auf Recyclingpapier anbietet oder das Thema Fair-Trade einfließen lässt.

Durch Nachhaltigkeitsstandards und Nachhaltigkeitslabels können Werber eine Botschaft von Solidarität direkt an die Konsumenten senden. Nachhaltigkeit stellt ein Handelsprinzip dar. Von Nachhaltigkeit ist dann die Rede, wenn ein Produkt aus biologischem Anbau hervorgeht oder Ressourcen genutzt werden. Somit wird durch ein eingnähtes Fair-Trade-Zeichen an Stofftaschen für Konsumenten ersichtlich, dass diese Tasche biologisch und aus Baumwolle hergestellt wurde. Davon profitiert das werbende Unternehmen, welches durch den nachhaltigen Hintergrund das Unternehmen in dem entsprechenden Licht erscheinen lässt.⁴⁵

4.2. Anlaufstellen für Fair-Trade-Produkte

Es gibt einige Organisationen, die gegenwärtig aktiv mit Fair-Trade-Produkten handeln, zum Beispiel Bioläden und Biosupermärkte. Diese Läden bzw. Supermärkte handeln nicht ausschließlich mit Fair-Trade-Produkten, doch das Angebot ist deutlich größer als in klassischen Supermärkten. In Naturkostläden und Reformhäusern findet man immer wieder Fair-Trade-Produkte, aber auch in nachhaltigen Shops und vor allem in Online-Fair-Shops. Auf die zwei letzten Anlaufstellen

⁴³ vgl. FAIRTRADE Österreich: Handel. FAIR-TRADE-Werbekampagnen 2015. Online unter <http://www.fair-trade.at/unternehmen/handel/> (zugegriffen am 28. Dezember 2015, 14.07 Uhr).

⁴⁴ vgl. Ebd. (zugegriffen am 28. Dezember 2015, 14.11 Uhr).

⁴⁵ vgl. Aachener Stiftung Kathy Beys: Nachhaltigkeit in der Werbung. Nachhaltige Handlungsmöglichkeiten. Online unter https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/nachhaltigkeit_in_der_werbung_1981.htm (zugegriffen am 30. Dezember 2015, 19.10 Uhr).

möchten wir ein wenig näher eingehen, es handelt sich um die Weltläden und um die Supermärkte.

Es lassen sich 89 Weltläden und ein Weltladen-Café österreichweit zählen und sie alle gelten als die Fachgeschäfte für den fairen Handel. Jeder Weltladen ist selbstständig und somit liegt die komplette Verantwortung bei jedem Weltladen selbst, sei es nun finanziell oder geschäftlich. Geleitet werden diese Läden von Privatpersonen oder auch von Vereinen, die Arbeitsgemeinschaft Weltläden (ARGE Weltläden) ist dabei eine wesentliche Unterstützung.⁴⁶ Die Arbeitsgemeinschaft Weltläden ist der Dachverband der österreichweiten Weltläden, sie ist für die Interessenvertretung der Mitglieder gegenüber den Importeuren, für die Aus- und Fortbildung der Mitarbeiter/Mitarbeiterinnen und für das Aufzeigen der öffentlichen handelspolitischen Zusammenhänge zuständig, außerdem sorgt sie dafür, dass die Zusammenarbeit der Weltläden verbessert wird. 1982 erfolgte die Gründung und ihr heutiger Sitz ist in Innsbruck. Durch die Anforderungsveränderungen ist sie zusätzlich außerdem noch Servicestelle für ihre Mitarbeiter/Mitarbeiterinnen und Vertragspartner, für die Weltläden/Weltcafés und die Lieferanten/Lieferantinnen.⁴⁷ Die EZA setzt häufig interessierte ehrenamtlich-engagierte Menschen in den Weltläden ein, wobei im Verkauf mindestens ein/eine Angestellter/Angestellte arbeiten sollte.⁴⁸ Die EZA ist ein Wirtschaftsunternehmen und hilft unter anderem Menschen im fairen Handel Fuß zu fassen und es ist ihr ein Anliegen, über ungleiche Machtverhältnisse im derzeitigen Wirtschaftssystem aufzuklären.⁴⁹ 1975 ist die Idee der EZA mit der Überzeugung, dass der Handel dazu beitragen kann, die Lebens- und Arbeitsbedingungen benachteiligter Menschen zu

⁴⁶ vgl. ARGE Weltläden: Weltläden. Die farbenfrohe Weltladen-Welt ist 90 x in Österreich zuhause. Online unter <http://www.weltladen.at/de/weltlaeden.html> (zugegriffen am 5. Jänner 2016, 15.36 Uhr).

⁴⁷ vgl. ARGE Weltläden: ARGE Weltläden. Die Arbeitsgemeinschaft (ARGE) Weltläden. Die Arbeitsgemeinschaft Weltläden oder kurz ARGE Weltläden ist die Dachorganisation- und Servicestelle von 90 Weltläden und einem Weltcafé in Österreich und deren TrägerInnen/Vereinen. Online unter <http://www.weltlaeden.at/de/arge-weltlaeden.html> (zugegriffen am 5. Jänner 2016, 16.22 Uhr).

⁴⁸ vgl. ARGE Weltläden: Weltläden & Weltcafé. Neugründung. Neugründung - Neueröffnung. Was ist ein Weltladen?. Online unter <http://www.weltladen.at/de/neu.html> (zugegriffen am 5. Jänner 2016, 15.45 Uhr).

⁴⁹ vgl. FAIRTRADE Österreich: EZA fairer Handel. In: Einblicke - Das Magazin rund um Fairtrade. Verein FAIRTRADE Österreich, Stand April 2015, S. 12.

verändern, ins Leben gerufen worden und hat mit den Weltläden bewiesen, dass auch ein Geschäft mit ausschließlich fairen Produkten Bestand haben kann.⁵⁰ Das erste Geschäft in Österreich wurde im Jahr 1977 in Innsbruck eröffnet. Damals waren die heutigen Weltläden als "Dritte-Welt-Läden" bekannt. Seit beinahe 40 Jahren verpflichten sich die Weltläden gegenüber den zehn Kriterien des fairen Handels, festgelegt von der World Fair Trade Organization, auf welche im Anschluss noch genauer eingegangen wird. Die Weltläden halten sich unter anderem aus dem marktorientierten Verhalten komplett heraus, ihnen ist es wichtig, dass sie langfristige Handelsbeziehungen pflegen, dass das Preis-Leistungsverhältnis stimmt und vor allem, dass faire Zahlungen getätigt werden. Ebenfalls arbeiten die Weltladenmitarbeiter/Weltladenmitarbeiterinnen ohne private Gewinnausschüttung, was bedeutet, dass sie privat keinen Gewinnanteil bekommen und somit ein wesentlicher Teil des Gewinns direkt zu den Partner/Partnerinnen in den Entwicklungsländern gelangen kann.⁵¹ Eine weitere Besonderheit, die erwähnenswert ist, dass nicht alle Produkte, die in einem Weltladen verkauft werden, ein Fair-Trade-Siegel auf der Verpackung haben, denn wie vorher schon erwähnt, pflegen die Weltläden unter anderem auch eigene Handelsbeziehungen zu Produzenten/Produzentinnen und somit sehen die Produkte von außen vielleicht etwas verändert aus, sind aber keineswegs weniger fair gehandelt. Der Hauptgrund, wieso viele Organisationen bzw. Handelspartner/Handelspartnerinnen der EZA noch kein eigenes Gütesiegel verwenden, ist, dass sie es sich noch nicht leisten können oder den damit verbundenen Mehraufwand noch nicht bewältigen können.⁵² Auf vielen Verpackungen, die in den Weltläden verkauft werden, findet man das Weltladen-Logo, welches durch einen jährlichen Mitgliedsbeitrag an den Dachverband der österreichischen Weltläden (ARGE Weltläden) finanziert wird.⁵³ Die Weltläden sind eine faire Alternative zum konventionellen Handel, meint der Vorstands-

⁵⁰ vgl. EZA Fairer Handel GmbH: Verkaufsstellen. Weltläden der EZA. Die Weltläden der EZA Fairer Handel sein ein langjähriger und stabiler Bestandteil der Weltladenbewegung. Online unter <http://www.eza.cc/weltlaeden-der-eza> (zugegriffen am 20. März, 02.35 Uhr).

⁵¹ vgl. ARGE Weltläden: PartnerInnen. Die PartnerInnen der Weltläden. Arbeit für Zukunftsperspektiven. Online unter <http://www.weltladen.at/de/partnerinnen--produkte.html> (zugegriffen am 5. Jänner 2016, 15.28 Uhr).

⁵² vgl. ARGE Weltläden: Weltläden & Weltcafé. Weltläden: Bewegen und Fairändern. Nicht alle Produkte tragen ein Gütesiegel. Online unter <http://www.weltladen.at/de/weltlaeden-weltcafe.html> (zugegriffen am 5. Jänner 2016, 12.36 Uhr).

⁵³ vgl. ARGE Weltläden: Weltläden & Weltcafé. Neugründung. Neugründung - Neueröffnung. Was ist ein Weltladen?. Online unter <http://www.weltladen.at/de/neu.html> (zugegriffen am 5. Jänner 2016, 15.52 Uhr).

Vorsitzende der Arbeitsgemeinschaft Weltläden Ernst Gasser (ARWE Weltläden). Es gibt drei Standbeine, die für einen Weltladen von Bedeutung sind, zum einen ist das die Bildungsarbeit, die Kampagnenarbeit, aber auch der Warenverkauf. Die Einhaltung von Transparenz und der Corporate Identity sind verpflichtend. Einkäufe dürfen nur bei anerkannten Lieferanten durchgeführt werden, derzeit gibt es fünfzehn anerkannte Lieferanten in Österreich, Frankreich und Deutschland.⁵⁴ In jedem Weltladen findet man eine breite Palette an fair gehandelter Ware, die von Lebensmitteln über Textilien, Kunsthandwerk bis hin zur Naturkosmetik reicht, aber nicht nur das, sondern man trifft laut Ernst Gasser (Vorstands-Vorsitzender der ARGE Weltläden) auch ein Team an, welches zum nachhaltigen Denken Anstoß gibt, und ihr Wissen gerne teilen möchte, um mehr Verständnis und eine „zukunftsfähige[re] Welt“⁵⁵ zu schaffen.⁵⁶ Genau wegen dieses Grundgedankens wurde auch die Fair Trade Academy gegründet, um den Weltladenmitarbeitern/Weltladenmitarbeiterinnen und auch extern interessierten Menschen die Chance zu geben, sich eine tiefgründige Aus- bzw. Weiterbildung im fairen Handel, theoretisch wie auch praktisch, aneignen zu können. Dieses Wissen reicht von den einfachen Grundsätzen von Fair-Trade bis hin zur Öffentlichkeitsarbeit.⁵⁷ Die ursprüngliche Idee für den fairen Handel kommt aus Holland, aus dem Jahr 1965, mit dem Handeln einer kleinen Gruppe von Aktivisten/Aktivistinnen, die auf den Straßen, anstatt um Almosen zu betteln, Rohrzucker aus Kuba in Säckchen füllten und diese verkauften. Diese Idee hat sich heute zu einer der größten sozialen Bewegungen und zu einem eigenen Geschäftszweig gemauert. Konsumenten/Konsumentinnen können Produkte genießen, bei denen sie die Sicherheit haben, dass es sich nicht um Kinder-oder Zwangsarbeit handelt. Aber nicht nur für die Konsumenten/Konsumentinnen hat sich etwas verändert, sondern vor allem für die armen Bauern/Bäuerinnen aus dem Süden. Rund eine Million Menschen

⁵⁴ vgl. ARGE Weltläden: Weltläden & Weltcafé. Neugründung. Neugründung - Neueröffnung. Was ist ein Weltladen?. Online unter <http://www.weltladen.at/de/neu.html> (zugegriffen am 5. Jänner 2016, 16.07 Uhr).

⁵⁵ ARGE Weltläden: WELTLADEN - DAS IST DER FAIRE HANDEL. Weltläden betreiben Bildungs- und Kampagnenarbeit. Online unter <http://www.weltladen.at/> (zugegriffen am 30. Dezember, 14.27 Uhr).

⁵⁶ vgl. ARGE Weltläden: Presse & Impressum. 20 Jahre Marke Weltladen. Online unter <http://www.weltladen.at/de/presse1.html#x54c7549868697587857141> (zugegriffen am 30. Dezember 2015, 14.45 Uhr).

⁵⁷ vgl. ARGE Weltläden: Weltläden & Weltcafé. Weltläden: Bewegen und Fairändern. Fair Trade Academy. Online unter <http://www.weltladen.at/de/weltlaeden-weltcafe.html> (zugegriffen am 5. Jänner 2016, 14.16 Uhr).

aus den Entwicklungsländern haben eine Arbeit, bei der sie einen fairen Lohn erhalten und ebenfalls davon leben können. Auch die Vermarktung in Österreich ist nicht mehr die, die sie einmal sein musste, und darüber können wir froh sein, ansonsten würden die Weltläden noch immer mit ihren Infoständen und kleinen Entwicklungsgemeinschaften um Aufmerksamkeit und Kunden/Kundinnen kämpfen müssen. Ziel für die Weltläden bzw. die EZA ist es, den konventionellen Handel grundlegend zu verändern.⁵⁸ Mittlerweile gibt es in vielen Schulen auch schon sogenannte Fair Trade Points, die von den Weltläden organisiert werden, es handelt sich dabei um kleine mobile Verkaufsstellen, wo Fair-Trade-Produkte, wie zum Beispiel Schokoladen, verkauft werden. Man kann sich dort aber genauso Informationen über den fairen Handel sowie auch über entwicklungspolitische Themen holen. Geleitet wird diese Art von Verein von einem/einer Lehrer/Lehrerin, der/die sich dazu verpflichtet, die Aufsicht über die Schüler/Schülerinnen, die dort arbeiten zu übernehmen, unter anderem gibt es auch eine verpflichtende Arbeitsteilung, wie zum Beispiel Kassier/Kassiererin, Protokollführer/Protokollführerin, u. s. w.. Als Dank für das Engagement der Schüler/Schülerinnen bekommen diese jährlich eine Urkunde ausgestellt und werden zu einem fairen Frühstück vom Weltladengeschäftsführer eingeladen.⁵⁹

Fair-Trade ist erst in den Startlöchern seiner Entwicklung, das sieht auch Birgit Calix (Arbeiterin in Kooperation mit den Partnerorganisationen im Süden) so:

Ich denke, dass der Faire Handel auch in Zukunft ein wichtiger und richtiger Ansatz für mehr Gerechtigkeit im Welthandel sein wird. Ich denke auch, dass das Bewusstsein seitens der KonsumentInnen immer weiter steigern wird, die Nachfrage steigen wird. (...) Kurzum: Der Faire Handel hat Potential, bietet nach wie vor eine Alternative zum vorherrschenden profitorientierten Wirtschaftsdenken und kann Modell und Vorbild für eine gerechtere Wirtschaftsweise und Welthandel sein.⁶⁰

⁵⁸ vgl. ARGE Weltläden: Weltläden & Weltcafé. Weltläden: Bewegen und Fairändern. Online unter <http://www.weltladen.at/de/weltlaeden-weltcafe.html> (zugegriffen am 5. Jänner 2016, 12.31 Uhr).

⁵⁹ vgl. ARGE Weltläden: Weltläden & Weltcafé. Weltläden: Bewegen und Fairändern. Fairer Handel in Schulen. Online unter <http://www.weltladen.at/de/weltlaeden-weltcafe.html> (zugegriffen am 5. Jänner 2016, 14.56 Uhr).

⁶⁰ Calix, Birgit: arbeitet mit Partnerorganisationen im Süden/ Partner Attending. EZA Fairer Handel GmbH. Welche Zukunftsperspektive hat für Sie Fair-Trade?. (zugegriffen am 11. Jänner 2016, 16.27 Uhr).

In Supermärkten gibt es im Unterschied zu den Weltläden eine beschränktere Auswahl an Fair-Trade-Produkten, das Sortiment reicht aber dennoch von Fair-Bio-Bananen über Fair-Trade-Rosen, Fair-Trade-Kaffee, Fair-Trade-Eis, Fair-Trade-Schokolade und noch vielen weiteren. SPAR kooperiert seit dem Jahr 1999 mit Fair-Trade und ist somit einer der ersten Partner österreichweit. Anfangs waren es mickrige 40 Produkte, die sich im Regal einen Platz verschafft haben - heute sind es inzwischen rund 300 Fair-Trade-Produkte, und die Auswahl an fairer Ware soll weiterhin steigen. SPAR verfügt auch über eine fair gehandelte Eigenmarke, welche die größten Verkaufszahlen des Fair-Trade-Sortiments bringt, nämlich NATUR*pur. Unter dieser Marke werden bereits 40 Eigenmarkenprodukte geführt, darunter sind zum Beispiel der NATUR*pur Bio-Kaffee und auch die NATUR*pur Bio-Bananen. 2012 hat SPAR es erstmalig erreicht, dass der bekannte Chocolatier und Fair-Trade-Anhänger, Josef Zotter, seine fair gehandelte Bio-Schokolade für eine Eigenmarke zur Verfügung gestellt hat.

Sparprodukte mit dem Fair-Trade-Gütesiegel stammen im Normalfall zu über 75% aus dem Fair-Trade-Produktionsland.⁶¹ Es gibt auch Mischprodukte, die von Spar angeboten werden und diese Mischprodukte möchten wir anschließend genauer erläutern, anhand des Beispiels der Vollmilch-Schokolade. Alle verfügbaren Fair-Trade-Rohstoffe müssen genutzt werden und diese müssen wiederum zu 100% Fair-Trade zertifiziert sein. Das Gewicht der unverarbeiteten Inhaltsstoffe muss mindestens zu 20% zertifiziert sein. Sollte der Fair-Trade Anteil im Endprodukt mehr als 50% ausmachen, dann darf das hinzugefügte Wasser bzw. die hinzugefügte Milch unberücksichtigt bleiben.⁶² Hier noch eine Abbildung, die die Erklärung etwas verständlicher machen sollte:

⁶¹ vgl. SPAR Österreichische Warenhandels AG: SPAR - Nachhaltiges Sortiment. Spar ist Vorreiter bei fairem Handel. Online unter https://www.spar.at/de_AT/index/nachhaltigkeit/nachhaltige_produkte/fairtrade.html (zugegriffen am 08. März 2016, 10.30 Uhr).

⁶² vgl. Fairtrade Österreich: FAIRTRADE-Standards für Mischprodukte bei Lebensmitteln. Mischprodukte mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel. Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/regeln-fuer-mischprodukte/> (zugegriffen am 08. März 2016, 10.57 Uhr).



Abb. 3: Beispiel anhand der Vollmilchschokolade.⁶³

Im Folgenden werden nun zehn Mindestkriterien, mit denen sich die Weltläden sowie auch die SPAR-Supermärkte seit Jahren verpflichten, näher beschrieben. Aber zuerst noch kurz zu der Organisation, die diese Kriterien geschaffen hat, der WFTO. Die World Fair Trade Organization (WFTO) ist ein einzigartiges Netz, welches alle Organisationen weltweit, die mit fairem Handel zu tun haben, einschließt, von dem/der Hersteller/Herstellerin im Süden bis hin zum/zur Verkäufer/Verkäuferin beim Supermarkt um die Ecke, alle diese Menschen zählen zu den Mitgliedern der WFTO.⁶⁴ Voraussetzung ist, dass sich alle Organisationen dazu verantworten müssen, zu hundert Prozent fair zu handeln und sich den damit verbundenen zehn Kriterien zu unterwerfen, dann sind sie Mitglied in diesem riesig gesponnenen Netzwerk. Mehr als 450 Organisationen haben sich in der WFTO vereint und alle haben das Ziel der Armutsbekämpfung und der Förderung einer nachhaltigen Wirtschaftsentwicklung. Die zehn Kriterien der World Fair Trade Organization beinhalten folgende Punkte, die teilweise zuvor schon angesprochen wurden:

⁶³ Abb. 3: FAIRTRADE Österreich: Vollmilchschokolade-Beispiel. Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/regeln-fuer-mischprodukte/> (zugegriffen am 08. März 2016, 13.56 Uhr).

⁶⁴ vgl. ARGE Weltläden: Fairer Handel. WFTO-Standards. Die 10 WFTO-Standards. Online unter http://www.weltlaeden.at/de/ber-uns.html#1295445253_smatt_ID4d36ed05c1c9c636239078 Stand Oktober 2013 (zugegriffen am 20. März 2016, 01.20 Uhr).

- 1) Die Schöpfung von **Chancen**, stellt ein wichtiges Kriterium dar, damit ist gemeint, dass die an den Rand gedrängten Arbeiter/Arbeiterinnen des Südens ein gesichertes Einkommen erhalten können, dass man konsequent gegen Armut vorgeht und eine nachhaltige Entwicklung fördert.
- 2) Die Miteinbeziehung der Produzenten/Produzentinnen in wirtschaftliche Entscheidungsprozesse seitens der WFTO, und ebenso der respektvolle faire Umgang mit den Geschäftspartnern/Geschäftspartnerinnen sind notwendig, es wird **Verantwortlichkeit und Transparenz** gefordert.
- 3) Der faire Handel hält sich, wie schon erwähnt, aus dem marktorientierten Verhalten und ebenso aus dem Wettbewerb-Gedanken komplett heraus, deshalb geht es bei Fair-Trade auch keineswegs um Gewinnmaximierung, sondern um solidarische und vertrauenswürdige **Geschäftsbeziehungen**.
- 4) Die Pünktlichkeit der Lieferung, das fristgerechte Bezahlen und die vereinbarte Qualität der Ware schaffen diese Vertrauensbasis. Bezahlungen im Vorhinein werden getätigt, um den/die Hersteller/Herstellerin der Ware vor Verschuldungen zu bewahren. Die beiden Handelspartner/Handelspartnerinnen fixieren gemeinsam einen **fairen Preis**, der als sozialverträglich bewertet werden muss. Damit sie in der Lage sind, einen gerechtfertigten Preis selbstständig festzulegen, werden sie von den Fair-Trade-Organisationen geschult.
- 5) Ein weiteres wichtiges Kriterium ist natürlich das absolute **Verbot der Kinder- und Zwangsarbeit**, sowie ein
- 6) **Diskriminierungsverbot**. Es ist nicht erlaubt, jemanden wegen seines/ihrer Glaubens, seiner/ihrer Rasse, seiner/ihrer Herkunft, seines/ihrer Geschlechts, seiner/ihrer politischen Meinung, seiner/ihrer sexuellen Orientierung oder gar aufgrund seiner/ihrer Behinderung zu verurteilen oder zu benachteiligen. Auch Frauen haben das Recht auf eine Führungsposition und sind den Männern gleichgestellt.
- 7) Die Gesundheit und Sicherheit des/der Arbeiters/Arbeiterin müssen im **Arbeitsumfeld** gegeben sein, die Konventionen und die gesetzlichen Forderungen der internationalen Arbeitsorganisation (ILO), sind genauso wichtig zu nehmen.
- 8) Ebenfalls ist es wichtig, den/die Plantagearbeiter/Plantagearbeiterin in Selbstvertrauen zu schulen, es wird in **Personalschulungen** an seinen/ihren Talenten gearbeitet, um ihn/sie zu fördern und ihn/sie unabhängiger zu machen.
- 9) Ein anderes wichtiges Kriterium ist das „Know-How“, welches für die **Öffent-**

lichkeitsarbeit eine wichtige Rolle spielt, vor allem um den/die Konsumenten/Konsumentinnen ausführlich zu informieren.

10) Der letzte wichtige Punkt ist der **Umweltschutz**, die Belastung der Umwelt soll so gering wie möglich gehalten werden, deshalb werden jetzt vermehrt Produkte aus der ökologischen Landwirtschaft in den Handel dazu geholt. Es werden die Nutzung von erneuerbaren Energie und ebenfalls die nachhaltige Bewirtschaftung der Ressourcen gefördert. Die Vermeidung von Abfall und ein geringer Einsatz von Pestiziden sollen auch zum Schutz der Umwelt beitragen.

Diese Standards werden regelmäßig von der World Fair Trade Organization kontrolliert. Jedes Mitglied der WFTO muss sich einem Fragebogen unterziehen und aufgrund dieses Fragebogens sollte hervorgehen, dass alle zehn Standards erfüllt werden, ist dies nicht der Fall, werden Verbesserungsmöglichkeiten im Feedback seitens der WFTO gestellt.⁶⁵ Ziel der WFTO ist es, den Bekanntheitsgrad von Fair-Trade zu erhöhen, vor allem aber den der Weltläden. Die Kooperation zwischen der WFTO und den Weltläden startete im Jahr 1996 mit dem ersten europäischen Weltladentag, heute hat sich aus dem Weltladentag der Global World Fair-Trade Day entwickelt.⁶⁶ Bevor es die WFTO gegeben hat, gab es das Network of European Worldshops (NEWS!), dieses Netzwerk hatte die gleiche Aufgabe wie die WFTO, nur waren diese Schwerpunkte für zwei bis drei Jahre gültig.⁶⁷

⁶⁵ vgl. ARGE Weltläden: Fairer Handel. WFTO-Standards. Die 10 WFTO-Standards. Online unter http://www.weltlaeden.at/de/ber-uns.html#1295445253_smatt_ID4d36ed05c1c9c636239078 Stand Oktober 2013 (zugegriffen am 6. Jänner 2016, 18.56 Uhr).

⁶⁶ vgl. ARGE Weltläden: ARGE Weltläden. Die Ziele von WFTO Europe in Bezug auf Weltläden sind. Online unter <http://www.weltlaeden.at/de/wir-sind-mitglied-bei.html> (zugegriffen am 2. Jänner 2016, 13.58 Uhr).

⁶⁷ vgl. Ebd. (zugegriffen am 6. Jänner 2016, 17.43 Uhr).

4.3. Alternativer Handel

Die zuvor genannte EZA ist älter als Fair-Trade und wurde schon 1975 gegründet. Der faire Handel wurde früher als alternativer Handel bezeichnet, und entwickelte sich hingegen erst in den 80er Jahren. Die Produkte erhält man nun nicht mehr ausschließlich über Weltläden. Es entstanden andere Möglichkeiten wie zum Beispiel Bioläden, Supermärkte und kleine Einzelhandelsgeschäften, die den Kauf von fair gehandelter Ware ermöglichen.⁶⁸

Bis heute sind der alternative und der faire Handel voneinander zu unterscheiden, obwohl sie sich mit der gleichen Grundidee beschäftigen. Denn sowohl der faire als auch der alternative Handel sorgen für ein gerechtes Einkommen durch die direkte Zusammenarbeit mit den Produzenten/Produzentinnen. Allerdings unterscheidet sich der alternative Handel, indem er auf eigene Vermarktungskanäle wie Weltläden setzt. Der Verkauf soll durch den alternativen Handel mit Informationen über die Welthandelsstruktur, wie der Herkunft und den Lebensbedingungen der Produzenten/Produzentinnen verknüpft werden. Ohne den alternativen Handel hätte der Markt nicht auf die ethischen Argumente, wie unter anderem das Verbot von Kinderarbeit und die gerechte Entlohnung der Kleinbauern/Kleinbäuerinnen von TransFair reagiert. Umgekehrt profitieren wiederum Weltläden von der Öffentlichkeit des fairen Handels.⁶⁹

⁶⁸ vgl. o. V.: Der Faire Handel steht für mehr Gerechtigkeit im Handel mit der Dritten Welt. Entwicklung des fairen Handels. Online unter http://www.iz.shuttle.de/iz/avs/aktuelles/wettbewerb/fair_allgemein.html (zugegriffen am 09. März 2016, 10.22 Uhr).

⁶⁹ vgl. Pilz, Brigitte: Fairer Handel. >>Letztlich entscheiden die Konsumenten, ob es einen gerechten Handel mit der Dritten Welt gibt.<<. 1. Auflage: Süd-Nord Lamuv, 1996. S. 14.

4.4. Wie viel Geld kommt tatsächlich bei den Produzenten/Produzentinnen aus den Entwicklungsländern an?

Wenn sich Kleinbauern/Kleinbäuerinnen-Kooperativen entscheiden, nach den Fair-Trade Bestimmungen zu produzieren, erhalten diese abhängig von der Ware und ebenfalls abhängig von dem aktuellen Weltmarktpreis ca. 15% bis 65% mehr als bei Nicht-Fair-Trade-Produkten. Der Endverkaufspreis wird jedoch von den Handelspartnern/Handelspartnerinnen bestimmt und ist aufgrund dessen nicht beeinflussbar. Der Anteil des Gewinns, der den Herstellern/Herstellerinnen zu Gute kommt, hängt natürlich auch stark von der Wertschöpfungskette (= Verarbeitung, Handel und Vermarktung) ab und ist deshalb auch wieder von Produkt zu Produkt unterschiedlich. Die Verarbeitung, der Handel und auch die Vermarktung finden auch bei Fair-Trade-Produkten zum größten Teil im Norden statt, doch mit Hilfe von Fair-Trade, haben die Plantagearbeiter/Plantagearbeiterinnen mehr Kontrolle über die Wertschöpfungskette und können damit einen faireren Lohn erlangen.⁷⁰

Nun soll anhand von zwei Beispielen gezeigt werden, wie sich ein Fair-Trade-Preis zusammensetzt:

⁷⁰ vgl. Max Havelaar-Stiftung: Fairtrade. Wie viel Geld erhalten die Produzenten in den Herkunftsländern?. Online unter <http://www.maxhavelaar.ch/de/fairtrade/ueber-fairtrade/haeufig-gestellte-fragen/wie-viel-geld-erhalten-die-produzenten-in-den-herk/> (zugegriffen am 08. März 2016, 12.38 Uhr).

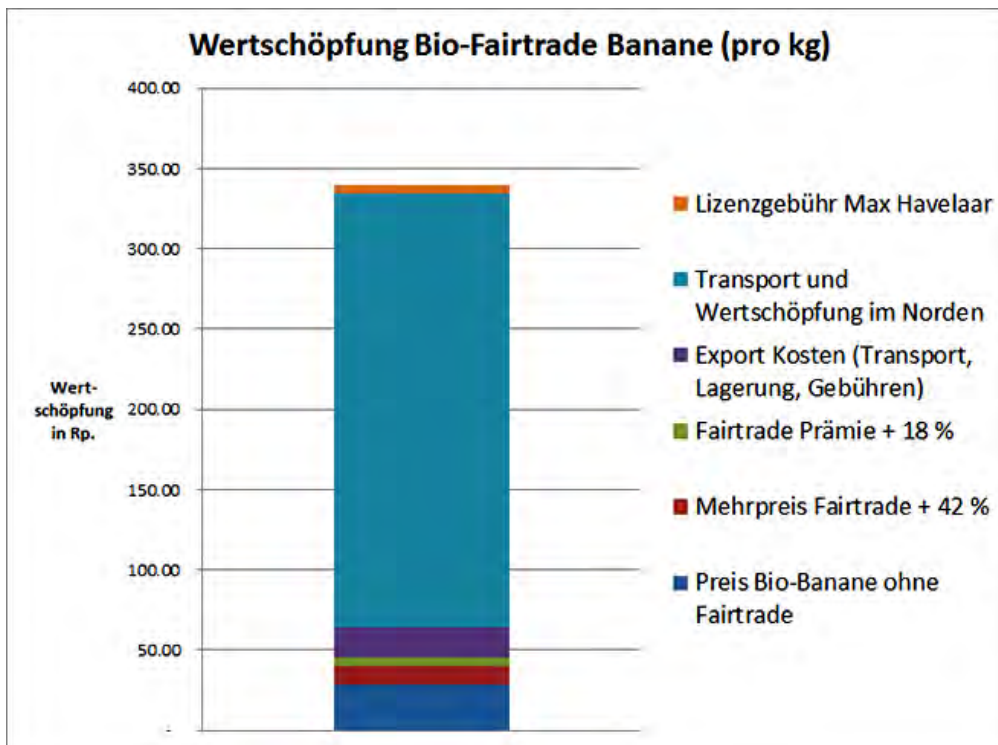


Abb. 4: Wertschöpfung von Bio-Fairtrade Bananen (1 kg).⁷¹

Anhand dieser grafischen Darstellung aus dem Jahr 2014 kann man erkennen, wie viel die Kleinbauern/Kleinbäuerinnen des Südens ungefähr an fair gehandelten Bio-Bananen (1 kg) verdienen. Im Vergleich zu herkömmlichen Bananen, verdienen die Plantagearbeiter/Plantagearbeiterinnen an fair gehandelten Bio-Bananen um 60% mehr. Pro Kilogramm erhalten die Produzenten/Produzentinnen 46 Rappen (=0,42 €), anstelle von 29 Rappen (=0,27 €).

⁷¹ Abb. 4: FAIRTRADE Max Havelaar: Max Havelaar-Stiftung (Schweiz). Online unter <http://www.maxhavelaar.ch/de/fairtrade/ueber-fairtrade/haeufig-gestellte-fragen/wie-viel-geld-erhalten-die-produzenten-in-den-herk/> (zugegriffen am 08. März 2016, 14.01 Uhr).

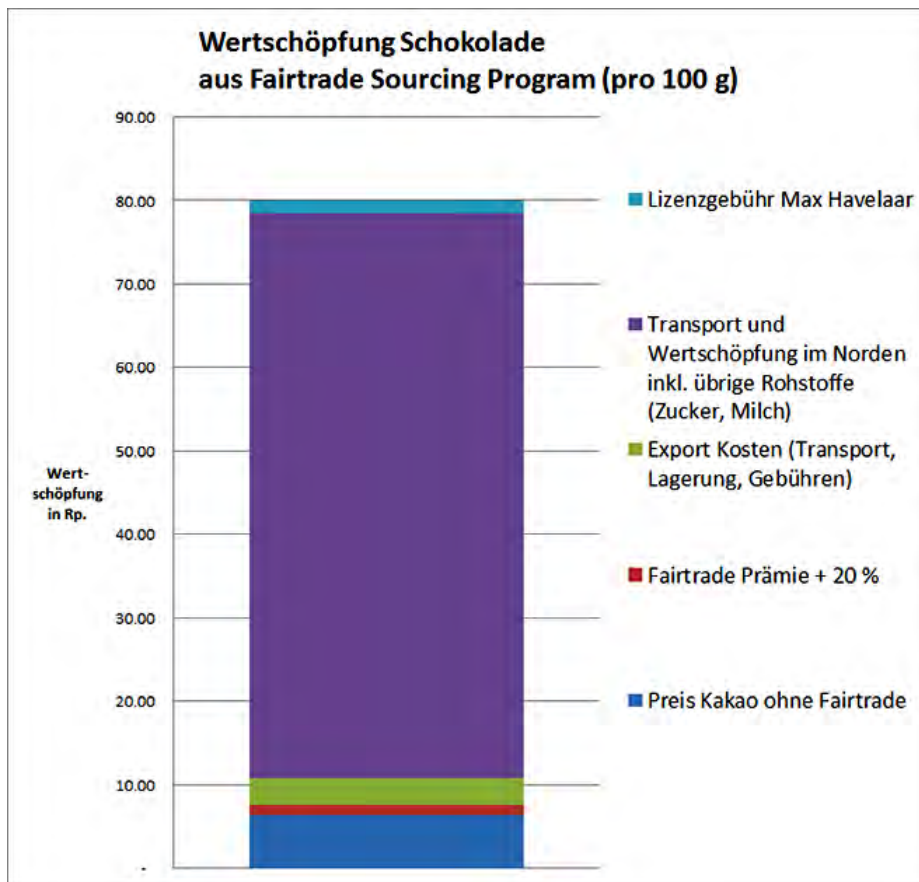


Abb. 5: Wertschöpfung einer Schokolade.⁷²

Diesem Diagramm, ebenfalls Stand 2014, ist zu entnehmen, dass Hersteller/Herstellerinnen der Entwicklungsländer an einer fair gehandelten Schokolade (100 g) rund 20% mehr verdienen, als sie bei einer herkömmlichen verdienen können. Sie erhalten pro Kilogramm 76 Rappen (=0,69 €), anstelle von 63 Rappen (=0,58 €).

⁷² Abb. 5: FAIRTRADE Max Havelaar: Max Havelaar-Stiftung (Schweiz). Online unter <http://www.maxhavelaar.ch/de/fairtrade/ueber-fairtrade/haeufig-gestellte-fragen/wie-viel-geld-erhalten-die-produzenten-in-den-herk/> (zugegriffen am 08. März 2016, 14.03 Uhr).

4.5. Fair-Trade, weitaus mehr als nur ein Handel mit Gütern – Fair Trade-Frauen kämpfen für ihr Recht

Wenn sogar in Österreich die Rede von Benachteiligung zwischen Mann und Frau ist, dann kann man sich ausmalen, unter welchen empörenden Diskriminierungen Frauen in Entwicklungsländern zu leiden haben. Mit der Armut kämpfen sie tagtäglich, 70% der Frauen, welche mit einem Mindesteinkommen von einem US-Dollar pro Tag auskommen müssen.⁷³ Im globalen Wirtschaftssystem haben sie kaum Zukunftsperspektiven und enden als schlecht bezahlte Bäuerinnen, Mitarbeiterinnen in der Textilherstellung und als Arbeitsmigrantinnen.⁷⁴

Fair-Trade macht sich zur Aufgabe, diese Armut zu lindern, und Frauen in Bildungszugängen und Gesundheitsversorgung sowie auch in der Wirtschaft zu stärken. Der Zugang zur Arbeitswelt soll auf den Kontinenten Afrika, Asien und Lateinamerika, durch zusätzliche Verdienstmöglichkeiten verwirklicht werden. Das Familieneinkommen und das Ansehen der Frauen sollen gesteigert werden, und unbezahlte Arbeit soll zu bezahlter Arbeit umfunktioniert werden.⁷⁵ Einige festgesetzte Fair-Trade-Standards wie zum Beispiel das Diskriminierungsverbot, Mutter-schutz, gleiche Rechte in Kooperativen, das Erwirtschaften eines eigenen Einkommens und das Erhalten von Krediten, um die Möglichkeit zu erlangen sich selbstständig zu machen, sollen die Gleichstellung zwischen Mann und Frau begünstigen. In Österreich wird ebenfalls ein bedeutender Beitrag im Fairen Handel von Frauen geleistet. Unter diesen tausenden Frauen, die sich für Solidarität einsetzen, befindet sich auch kfbö-Vorsitzende Barbara Haas, die ihre Arbeit so

⁷³ vgl. FAIRTRADE Österreich: FAIRTRADE und Frauenrechte. Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-themen/frauenrechte/> (zugegriffen am 04. Jänner 2016, um 19.16 Uhr).

⁷⁴ vgl. Aktion Familienfesttag der Katholischen Frauenbewegung Österreichs: Den Beitrag von Frauen neu bewerten. Petra Dannecker betont, wie wichtig es ist, dass Frauen ihre Anliegen selbst formulieren und sich politisch Gehör verschaffen. In: Magazin zur Aktion Familienfesttag, Katholische Frauenbewegung, o. V., 2015, S. 2.

⁷⁵ vgl. FAIRTRADE Österreich.: FAIRTRADE und Frauenrechte. Frauen und FAIRTRADE. Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-themen/frauenrechte> (zugegriffen am 04. Jänner 2016, um 19.42 Uhr).

begründet: „Engagement ist nicht nur Pflicht, (...) es macht auch Freude“.⁷⁶ Viele dieser Frauen unterstützen Handelspartner in Drittländern durch ihren Einsatz in Weltläden und Initiativen. So ist uns am FairStyria-Tag eine Trägerorganisation des Vereins Fair-Trade, nämlich der Frauenverband Katholische Frauenbewegung Österreich (KFB), aufgefallen. Wir erhielten interessante Einblicke in ihre Arbeit, die wir natürlich auch in unserer Diplomarbeit einfließen lassen wollten.⁷⁷ Die Aktion Familienfesttag ist eine der Aktionen, welche die katholische Frauenbewegung ermöglicht. Mit einer Fastensuppe, die von Schülern/Schülerinnen zubereitet wird, sollen Spenden eingebracht werden, die armen Frauen zugutekommen. Die KFB kämpft für Gleichberechtigung zwischen den Geschlechtern, und dies unterstützt auch jedes Jahr die HLW Feldbach, indem sie an der Aktion Fastensuppe teilnimmt.⁷⁸ Mit der Katholischen Frauenbewegung und EZA kooperiert Kaffee ADELANTE, die ebenfalls am FairStyria-Tag vertreten waren.⁷⁹ Die Kleinbäuerinnen aus den Produzentenländern Honduras und Uganda arbeiten zusammen, um Kaffee allein durch die Mitarbeit von weiblichen Personen herzustellen.⁸⁰ Die EZA unterstützt die Initiative, indem der Kaffee auf dem österreichischen Markt angeboten wird.⁸¹ APROLMA nennt sich die Gemeinschaft in Honduras, die aus 69 Frauen besteht. Sie ging 2013 hervor und befindet sich in der Provinz La Paz. Größtenteils besitzen Frauen in der Organisation langjährige Erfahrung in der Kaffeeproduktion. Die Organisation beteiligt sich in Bereichen

⁷⁶ Aktion Familienfesttag der Katholischen Frauenbewegung Österreichs: Aus dem Helfen Kraft schöpfen. kfbö-Vorsitzende Barbara Haas ist überzeugt: Engagement ist nicht nur Pflicht, es macht auch Freude. In: Magazin zur Aktion Familienfesttag. o. V., 2015, S. 3.

⁷⁷ vgl. FAIRTRADE Österreich.: FAIR-TRADE-Standards-gleiche Rechte für Männer und Frauen. Online unter <http://www.Fair-Trade.at/ueber-Fair-Trade/Fair-Trade-themen/frauenrechte/> (zugegriffen am 05. Jänner 2016, um 10.38 Uhr).

⁷⁸ vgl. Katholische Frauenbewegung Diözese Eisenstadt - Katholische Kirche im Burgenland: „Gemeinsam für eine Zukunft mit gerechter Verteilung“. Online unter <http://kfb.martinus.at/> (zugegriffen am 09. März 2016, 11.02 Uhr).

⁷⁹ vgl. Reitinger, Andrea/Weilguni, Monika u.a.: Kaffee ADELANTE – Kaffee aus Frauenhand. Kooperation mit Katholischer Frauenbewegung. Online unter https://www.dioezese-linz.at/dl/InttJKJLLnNoJqx4KJK/Hintergrund_Kaffee_Adelante_OOe.pdf (zugegriffen am 06. Jänner 2016, 11.07 Uhr).

⁸⁰ vgl. Ebd. (zugegriffen am 06. Jänner 2016, 13.17 Uhr).

⁸¹ vgl. Ebd. (zugegriffen am 06. Jänner 2016, 14.43 Uhr).

der Vermarktung, und möchte das Ansehen der Frauen steigern. Frauen sollen die Möglichkeit besitzen, an Fortbildungen teilzunehmen, um sich als anerkannte Arbeitskraft im Bereich der Kaffeeproduktion zu engagieren. In der Vermarktung werden 25% für den heimischen Markt verwendet, der Großteil von rund 70% wird an auswertige Länder geliefert, und der Rest bleibt an Eigenbedarf.⁸²

In Uganda sind rund 1.770 Frauen, von 9.700 Kleinbauern/Kleinbäuerinnen an der Verarbeitung und dem Export der Ware beteiligt. Die zertifizierte Ware stammt aus biologischem Anbau und entspricht guter Qualität. Das Einkommen durch den Kaffeeverkauf wird zusätzlich mit der Fair-Trade-Prämie direkt an Frauen ausbezahlt. Das Gender Action Learning System begleitet Frauen und Männer, um eine gerechte Verteilung zwischen den Geschlechtern innerhalb der Familie zu schaffen.⁸³ Das Gender Action Learning System ist ein Lernprogramm, dieses finanziert sich ohne Mithilfe von Organisationen und Vereinen und konzentriert sich auf die Bereiche Zugänge zu Land, Wasser, Ausbildung und Märkte.⁸⁴

⁸² vgl. Reitinger, Andrea/Weilguni, Monika u.a.: Kaffee ADELANTE – Kaffee aus Frauenhand. Kooperation mit Katholischer Frauenbewegung. Online unter https://www.dioezese-linz.at/dl/InttJKJLLnNoJqx4KJK/Hintergrund_Kaffee_Adelante_OOe.pdf (zugegriffen am 06. Jänner 2016, 14.30 Uhr).

⁸³ vgl. Ebd. (zugegriffen am 06. Jänner 2016, 14.34 Uhr).

⁸⁴ vgl. Mayoux, Linda: What is GALS AT Scale?. Online unter <http://www.galsatscale.net/> (zugegriffen am 22. März 2016, 15.48 Uhr).

4.6. Fair-Trade – Der Weg zur Schule anstatt schon mit jungen Jahren den Start in die Berufswelt zu wagen?

Weltweit sind rund 215 Millionen Kinder in der Arbeitswelt tätig. Eines von sieben Kindern wird bereits in jungen Jahren mit der Arbeit konfrontiert. Viele Kinder üben einen Beruf aus, der ihre Gesundheit schädigt. Vor allem in Afrika südlich der Sahara, werden sie in gefährlichen Berufssparten wie beispielsweise als Minenarbeiter und im Umgang mit Chemikalien und gefährlichen Maschinen eingesetzt.

Viele Kinder sehen es als ihre Pflicht arbeiten zu müssen, um die eigene Familie mit ihrem Einkommen zu unterstützen. Fair-Trade erkennt die Notlage, widerspricht jedoch ausbeuterischer Kinderarbeit. Kinder sollen die Möglichkeit haben, trotz ihrer Arbeit, täglich am Schulunterricht teilzunehmen und ihre Gesundheit zu bewahren.⁸⁵

Schulbildung ist die Voraussetzung, um sich eine sichere Perspektive in der Arbeitswelt zu verschaffen. Mehr Möglichkeiten an hochwertiger Bildung sollen weltweit geschaffen werden, sodass jeder die Möglichkeit zur Schulbildung besitzt.⁸⁶ Es ist fatal, wenn man bedenkt, dass weltweit rund 148 Millionen Heranwachsende keinen Zugang zu Bildung haben. Österreichische Schüler/Schülerinnen sind in der glücklichen Lage, die Schule gratis besuchen zu können. In Ländern Lateinamerikas und in großen Teilen Afrikas und Asiens hingegen müssen Kosten, wie Schulgebühren und Lernmaterial, selbst finanziert werden. Dadurch, dass die meisten Familien sehr arm sind, sind diese Kosten untragbar, dabei wäre Bildung ein wichtiger Faktor, um die Armut zu bekämpfen. Hochwertige Bildung ist kaum zu erreichen, weil ein Lehrermangel vorliegt, wobei diese selbst nur die Grundschule besucht haben. Außerdem findet der Unterricht an heruntergekommenen Gebäuden statt, die oft viel zu weit von ihrer Wohnstätte entfernt liegen und schwer zu erreichen sind.

⁸⁵ vgl. FAIRTRADE Österreich: FAIRTRADE und Kinderarbeit. Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-themen/kinderarbeit/> (zugegriffen am 07. Jänner 2016, 20.11 Uhr).

⁸⁶ vgl. FAIRTRADE Österreich: FAIRTRADE und Bildung. Bildung ist ein Menschenrecht. Online unter http://www.fairtrade.at/fileadmin/user_upload/PDFs/FAIRTRADE-Themen/2015_07_FAIRTRADE_und_Bildung.pdf (zugegriffen am 05. Jänner 2016, 17.21 Uhr).

Wie schon zuvor erwähnt, mangelt es den Familien oft an finanziellen Mitteln, dadurch verzichten viele Kinder auch auf Schulbildung und arbeiten bereits in jungen Jahren, um das Haushaltsbudget aufzubessern.⁸⁷ Durch faire Preise und eine gerechte Entlohnung haben Familien die finanzielle Möglichkeit, ihre Kinder in die Schule zu schicken. Fair-Trade bietet nicht nur die Möglichkeit die Schule zu besuchen, sondern setzt sich auch effektiv für die Rechte der Kinder ein.⁸⁸ Kinder sollen vor Missbrauch und Ausbeutung geschützt werden. FLO-Cert ist für die Kontrolle und Entwicklung von Standards zum Schutz der Kinder verantwortlich. Ein Verstoß wird mithilfe von FLO-Cert an Personen weitergeleitet, die im Bereich für Kinderschutzrichtlinien tätig sind. Lösungen sollen mithilfe des fairen Handels erzielt werden, ohne eine Bestrafung zu vollziehen. Fair-Trade arbeitet mit internationalen Entwicklungsorganisationen zusammen, um den Kinderschutz vor Ort zu vertiefen.⁸⁹

Die Fair-Trade-Prämie wird auch für den Bau von Schulen und den Kauf von Hefen und anderen Lernmitteln eingesetzt.⁹⁰ Auch Weiterbildungen für Erwachsene sollen mit der Fair-Trade-Prämie abgedeckt werden.⁹¹ Bildung soll die Basis für Entwicklung und eine gerechte Welt schaffen.⁹²

⁸⁷ vgl. FAIRTRADE Österreich: FAIR-TRADE und Bildung. Bildung ist ein Menschenrecht. Online unter http://www.fairtrade.at/fileadmin/user_upload/PDFs/FAIRTRADE-Themen/2015_07_FAIRTRADE_und_Bildung.pdf (zugegriffen am 05. Jänner 2016, 17.21 Uhr).

⁸⁸ vgl. Ebd. (zugegriffen am 05. Jänner 2016, 17.37 Uhr).

⁸⁹ vgl. FAIRTRADE Österreich: FAIR-TRADE und Kinderarbeit. FAIR-TRADE verpflichtet sich zum Schutz der Kinder. Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-themen/kinderarbeit/> (zugegriffen am 07. Jänner 2016, 20.47 Uhr).

⁹⁰ vgl. FAIRTRADE Österreich: FAIR-TRADE und Bildung. FAIR-TRADE ermöglicht Kindern den Schulbesuch. Online unter http://www.fairtrade.at/fileadmin/user_upload/PDFs/FAIRTRADE-Themen/2015_07_FAIRTRADE_und_Bildung.pdf (zugegriffen am 05. Jänner 2016, 17.40 Uhr).

⁹¹ vgl. Ebd. (zugegriffen am 05. Jänner 2016, 17.42 Uhr).

⁹² vgl. Ebd. (zugegriffen am 05. Jänner 2016, 17.44 Uhr).

5. Fair-Trade im Verhältnis Europa – Österreich – Steiermark

5.1. Das Welthandelssystem und die Europäischen Union

Wir setzten uns intensiv mit dem internationalen Handel auseinander. Dabei behandelten wir vor allem die Entwicklungsarbeit. Wir fragten uns, inwiefern Entwicklungsländer in den internationalen Handel mit einbezogen werden und wie gut die Chancen zur Teilnahme am internationalen Handel stehen. Die Welthandelsorganisation „World Trade Organisation“ (WTO) hat das Ziel vor Augen, eine Liberalisierung des internationalen Handels herbeizuführen. Dies soll mithilfe von Zollsenkung erfolgen, und für mehr Wettbewerbsfähigkeit, vor allem für die ärmeren Schichten unter uns, sorgen.⁹³

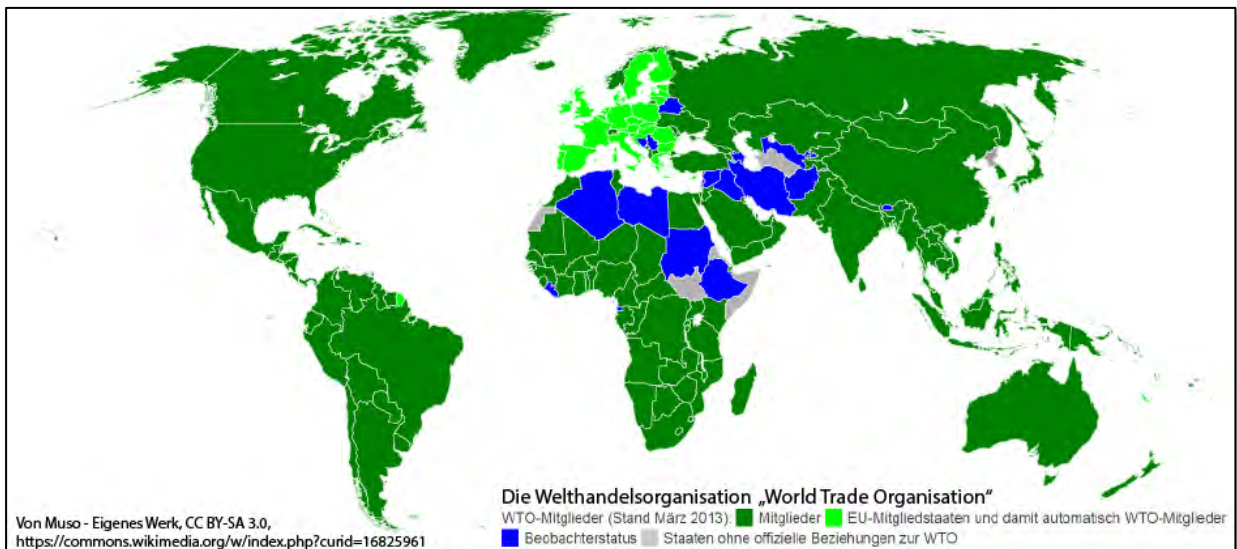


Abb. 6: WTO-Länder.⁹⁴

⁹³ vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie: Welthandelsorganisation. Ziele und Aufgaben. Online unter <http://www.bmwi.de/DE/Themen/Aussenwirtschaft/Handelspolitik/wto.html> (zugegriffen am 16. Februar 2016, 18.04 Uhr).

⁹⁴ Abb. 4: Muso: World Trade Organisation:.. Online unter <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=16825961> (zugegriffen am 19. Februar 2016, um 20.15 Uhr).

Johannes Steinbach vom Europareferat der Steiermärkischen Landesregierung erläuterte den Zusammenhang zwischen der WTO und der Europäischen Union, die der WTO seit 1995 angehört. Der Zusammenhang besteht darin, dass die Regeln der WTO verbindlich für alle 28 Staaten der EU sind. Die WTO hat zurzeit 162 Mitglieder, unter anderem seit 1995 die USA, Japan, Brasilien, Indien, und die Europäischen Union; seit 2001 China, seit 2012 Russland. Als 162. Mitgliedstaat ist Kasachstan im November 2015 beigetreten.

Bis heute noch ist die Welt von der Ungleichheit zwischen den armen und reichen Bevölkerungsschichten geprägt. Wenn man einen Blick auf die Zahlen wirft, ist das Ungleichgewicht zwischen Arm und Reich klar vorhanden. In etwa ein Sechstel der Weltbevölkerung aus reichen Ländern sonnt sich im Wohlstand, während sich im Gegensatz dazu der Rest in krasser Armut wiederfindet.⁹⁵ Weltweit fallen etwa 1,4 Milliarden Menschen heute noch unter die Armutsgrenze von 1,25 USD pro Tag.⁹⁶ Die Armutsgrenze von 1,25 USD 2005 PPP (purchasing power parity), ist ein Wert, der als internationale Norm gilt. Dieser Wert spiegelt die Kaufkraft von \$1,25 in den USA im Jahr 2005 wieder, dies bedeutet, dass diese 1,4 Milliarden Menschen pro Tag weniger ausgeben können, als man im Jahr 2005 für 1,25 Dollar in den USA kaufen konnte.⁹⁷

Andere Länder haben den Sprung aus der Armut – beispielsweise aufgrund der Millennium-Entwicklungsziele angestrebt – geschafft. Millenniums-Entwicklungsziele sind unter anderem die Bekämpfung von Armut, die Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männern, die Senkung der Kindersterblichkeit und der Aufbau einer weltweiten Entwicklungspartnerschaft. Für diejenigen Län-

⁹⁵ vgl. Stiglitz, Joseph E. /Charlton, Andrew u. a.: Fair Trade. Agenda für einen gerechten Welthandel. 1.Auflage. Hamburg: Murmann Verlag, 2006, S. 7.

⁹⁶ vgl. Europäische Kommission: Internationale Zusammenarbeit und Entwicklung. Armutsbekämpfung in einer Welt im Wandel. Broschüre der Europäischen Kommission, Luxemburg, o. V., 2014, S. 5.

⁹⁷ vgl. o. V.: Global Basic Income Foundation. Armut. Online unter <http://www.globalincome.org/Deutsch/Fakten.html> (zugegriffen am 21. Februar 2016, 10.47 Uhr).

der, die noch immer mit der Armut und deren Folgen zu kämpfen haben, will die EU einen positiven Beitrag leisten.⁹⁸

5.2. Die Entwicklungszusammenarbeit der Europäischen Union

Die EU (europäische Union) setzt sich gemeinsam mit ihren 28 Mitgliedsstaaten für die internationale Zusammenarbeit und Entwicklung ein. Sie finanziert zum Großteil öffentliche Entwicklungshilfe und stellt als „Globaler Akteur“ Summen in der Höhe von 14,86 Mrd. Euro (2013) für „Außenhilfe“ sowie auch einen Beitrag von 56,5 Mrd. € für die Entwicklungszusammenarbeit bereit, was rund 52 Prozent der weltweit gewährten öffentlichen Entwicklungshilfe ausmacht. Dies sind enorme Summen, wobei die Maßnahmen über mehrere Jahre laufen, um eine nachhaltige Entwicklung zu fördern.⁹⁹

Das sogenannte Cotonou-Abkommen zur Förderung von Armutsbekämpfung wurde im Jahr 2000 geschlossen. Dieses sogenannte Cotonou-Abkommen soll durch die Partnerschaft mit AKP-Staaten (Afrika, Karibik, Pazifik) für mehr wirtschaftliche Integration und die Beseitigung von extremer Armut sorgen. Weitere Millennium-Entwicklungsziele, welche die EU anstrebt, sind die Grundschulausbildung für alle zu verbessern, die Gleichstellung der Geschlechterrollen herbeizuschaffen und die Kindersterblichkeit zu senken. Nicht nur die Gesundheit der Kinder sondern auch die der Mütter soll verbessert werden. Damit soll die Rate der Malaria-, HIV- und AIDS-infizierten Menschen gesenkt und bekämpft werden. Ein weiteres Anliegen der EU ist die Förderung von Menschenrechten und das Erhalten von Mitspracherecht.

Umgesetzt werden die Pläne der EU durch die finanzielle Hilfe für Organisationen und deren Projekte. Eine Unterstützung des Staatshaushalts soll für Entwicklungsstrategien der Partnerländer sorgen, die sich jedoch erst beweisen müssen, indem sie Engagement in den Bereichen Menschenrechte und Demokratie erwei-

⁹⁸ vgl. Europäische Kommission: Internationale Zusammenarbeit und Entwicklung. Armutsbekämpfung in einer Welt im Wandel. Broschüre der Europäischen Kommission, Luxemburg, o. V. 2014, S. 4-5.

⁹⁹ vgl. Europäische Union: Europäisches Jahr für Entwicklung. EU-Entwicklungshilfe. Online unter <https://europa.eu/eyd2015/de/content/eu-development-aid> (zugegriffen am 20. Februar 2016, 19.30 Uhr).

sen. Ein Großteil der bereitgestellten Gelder fließt in die Bereiche Energie, Landwirtschaft und Bildung. Die EU hat mit diesen zuvor genannten Investitionen einen Fortschritt erreicht, wie sich laut eines veröffentlichten Bericht der Vereinten Nationen 2012 herausstellte. Nicht nur die extreme Armut wurde durch den Ausbau des Handels halbiert, sondern auch der Zugang zu Trinkwasser wurde erheblich verbessert.¹⁰⁰

Das folgende Diagramm stellt in der europäischen Währung und in Prozentangaben die Höhe der Auszahlungen für das Jahr 2012 dar. Weiteres kann man aufgrund der Farben und den dazugehörigen Sektoren feststellen, in welchen Bereichen die EU finanzielle Mittel zur Verfügung stellt, wie beispielsweise in Infrastrukturen, Haushaltsunterstützungen, und humanitären Hilfen. Der Großteil der finanziellen Mittel, im Wert von 3.521 Mio. Euro wird für die soziale Infrastruktur, also in Bildung, Wasser und Gesundheit investiert.

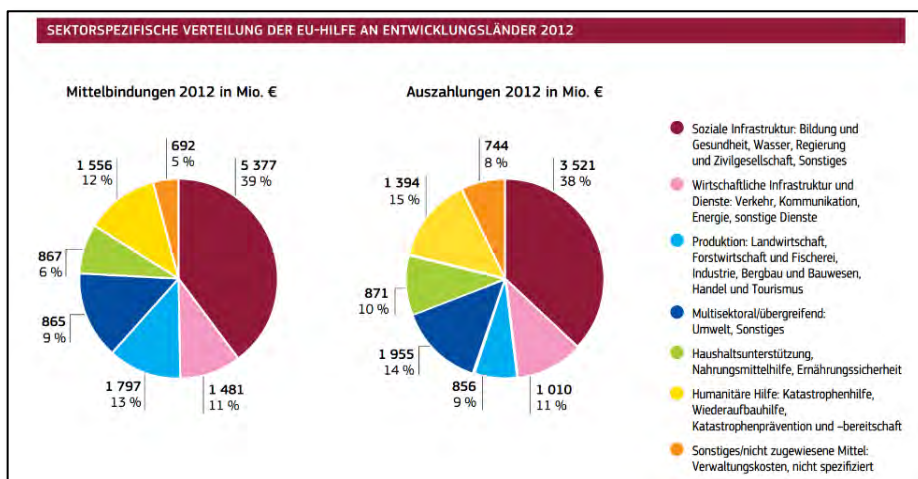


Abb. 7: Sektorenspezifische Verteilung der EU-Hilfe an Entwicklungsländer 2012.¹⁰¹

Im Gespräch mit Johannes Steinbach erfuhren wir, welche Zukunftsperspektiven Fair-Trade hat und welche Rolle dabei die EU einnimmt:

Es wäre ein wünschenswerter Idealzustand, dass fairer Handel zur Selbstverständlichkeit würde und alle Produkte – auch jene aus der jeweils eigenen Region – „fair gehandelt“ würden. Durch die Globalisierung können viele Produkte aus verschiedensten Ländern rund um den Erdball gehandelt werden, ohne Rücksicht auf unter-

¹⁰⁰ vgl. Europäische Kommission: Internationale Zusammenarbeit und Entwicklung. Armutsbekämpfung in einer Welt im Wandel. Broschüre der Europäischen Kommission, Luxemburg, o. V., 2014, S. 3-4/S. 6-9.

¹⁰¹ Abb. 5: vgl. Ebd., S. 14.

schiedliche Lohnniveaus und Sozialstandards. Aus meiner persönlichen Sicht ist die Europäische Union ein Vorbild: Sie hat gemeinsame Vorschriften und Standards für alle Mitgliedsstaaten und versucht darüber hinaus, einen Ausgleich zu den Weltmarktpreisen durch die „Gemeinsame Agrarpolitik“ zu schaffen: So können EU-Bauern Direktzahlungen aus Steuermitteln erhalten, damit sie ihre Betriebe weiter bewirtschaften. Bei den Erzeugern in Entwicklungsländern wird etwas ähnliches wohl lange nicht verwirklicht werden. Und so lange wird es an verantwortungsbewussten Kundinnen und Kunden liegen, sich für fair gehandelte Produkte einzusetzen!¹⁰²

5.3. Entwicklung der internationalen Handelsstruktur

Gegen Ende des 19. Jahrhunderts wurden erstmals Absichten einer Intensivierung des internationalen Handels vorgewiesen, indem man liberale Bedingungen herstellen wollte. Damit sollten Handelsbeschränkungen, wie beispielsweise die Zölle, abgebaut werden und eine Verflechtung des Marktes stattfinden. Diese Entwicklung wurde jedoch abrupt im Jahre 1929 durch die Weltwirtschaftskrise eingeschränkt und führte zu einer Abnahme des internationalen Marktes. Vor allem Zölle, die zum Schutz der Binnenmärkte vor ausländischen Produzenten dienten, und wichtige Einnahmen für den Staat bildeten - führten zu einem Rückgang des Welt Handels. Zoll bedeutet gemäß einer allgemeinen Definition so viel wie, dass für einen Warentransport über die Grenzen ein Geldbetrag zu bezahlen ist. Während des zweiten Weltkrieges kam es in der berühmten Verhandlung in Bretton Woods zum Ergebnis, dass der Internationale Währungsfond (IWF) und die Weltbank (WB) als Institutionen zur Stabilisierung der internationalen Währungs- und Finanzpolitik dienen sollten.

Durch die Gründung einer Welthandelsorganisation im Jahr 1946 sollten die bestehenden Finanzinstitutionen ergänzt werden. Jedoch scheiterte es an der Umsetzung, da besonders die USA einen zu starken Einfluss auf die geplanten Welthandelsorganisationen befürchtete. Im Jahr 1947 sollte die Gründung von GATT „General Agreement on Tariffs and Trade“ durch die Zollsenkungen die Lösung zur Förderung internationaler Handelsorganisationen werden. Dieses Vorhaben scheiterte jedoch ebenfalls im Jahre 1948 auf der Havanna-Konferenz. Durch die Abschaffung von Handelsbarrieren sollte eine Senkung des Zollniveaus erreicht

¹⁰² Steinbach, Johannes: Referent für Information und Öffentlichkeitsarbeit im Referat Europa und Außenbeziehungen. Steiermark. 19. Februar 2016.

werden. Immer wieder wurden Versuche gestartet, um das Zollniveau zu senken, und ein kleiner Erfolg in der Zollsenkung wurde durch die Uruguay-Runde erzielt, sodass der Wert von 43,9 % auf 3,9% sank. Bis heute gibt es jedoch noch hohe Zölle, die den Erfolg mindern.

Als wichtigstes Ergebnis galt jedoch die Gründung der **World Trade Organization (WTO)** in der Uruguay-Runde nach siebenjähriger Verhandlungszeit am 15.04.1994.¹⁰³ Am 1. Jänner 1995 trat die WTO in Kraft. Ihr Sitz befindet sich im Schweizer Kanton Genf sie überwacht die Einhaltung und Durchsetzung der Grundprinzipien ihrer gehandelten Rohstoffe, Produkte und Dienstleistungen, zwischen den derzeit 153 verschiedenen Ländern. Die Organisation fördert die Zusammenarbeit aller Mitgliedsstaaten, sodass der weltweite Handel über die Landesgrenzen ohne Hindernisse möglich ist.¹⁰⁴

Die WTO ist dafür zuständig, dass die Handelsregeln überwacht werden, sie beseitigt Handelskonflikte und unterstützt Entwicklungsländer bei der Umsetzung der WTO-Regeln. Dabei leistet die WTO auch einen beachtlichen Beitrag in der Zusammenarbeit mit anderen internationalen Organisationen.¹⁰⁵

Diese Aufgaben der WTO werden in vier Bereiche eingeteilt: GATT wie schon zuvor erwähnt, GATS, TRIP's und DSB. Bei GATS (General Agreement on Trade in Services) wird eine Abmachung über den Handel mit Dienstleistungen wie beispielsweise Strom, Tourismus und Medien vollzogen. TRIP's (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) sorgt dafür, dass einheitliche Regeln, wie das Recht am geistigen Eigentum vorherrschen. Damit sollen beispielsweise Markenzeichen sowie Dienstleistungsmarken geschützt werden. Das Dispute Settlement Board (DSB) ist für die Streitschlichtung der WTO zuständig, und ist somit Anlaufstelle für Beschwerden, falls ein Verstoß gegen die Handelsregeln vorliegt.¹⁰⁶

¹⁰³ vgl. von Hauff, Michael/ Craus, Katja u. a.: Fair Trade. Ein Konzept nachhaltigen Handels. Band 1. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. München: UTB Verlag, 2013, S. 26-29.

¹⁰⁴ vgl. Republik Österreich – Parlamentsdirektion.: Was ist WTO?. Online unter <https://www.demokratiewebstatt.at/thema/thema-wirtschaft-und-arbeit/wie-funktioniert-wirtschaft-in-der-welt/was-ist-die-wto/> (zugegriffen am 05. September 2015, 16.34 Uhr).

¹⁰⁵ vgl. n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH.: Welthandelsorganisation. Die Aufgaben der WTO. Online unter <http://www.n-tv.de/archiv/Die-Aufgaben-der-WTO-article134724.html> (zugegriffen am 09. März 2016, 8.09 Uhr).

¹⁰⁶ vgl. von Hauff, Michael/Craus, Katja u.a.: Fair Trade. Ein Konzept nachhaltigen Handels. Band 1. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. München: UTB Verlag, 2013, S. 30-31.

5.4. Welchen Platz nimmt der faire Handel innerhalb des Welt-handelssystems ein?

Länder der Dritten Welt entwickelten sich unterschiedlich aufgrund der Globalisierung.¹⁰⁷ Das heißt so viel wie, dass bestimmte Produkte heutzutage hauptsächlich in China und anderen Billiglohnländern hergestellt werden – und kaum noch in den westlichen Industrieländern.¹⁰⁸ Dadurch kam es auch zu einer ungleichmäßigen Verteilung von Arm und Reich. Einige asiatische Länder, wie Hongkong, Südkorea, Singapur, Taiwan und China dominierten und konnten ihre wirtschaftliche Entwicklung durch Exporte und Faktoren wie Bildung verbessern. Auf einigen Kontinenten, wie beispielsweise Afrika hat die Armut jedoch zugenommen, da der Export nur auf wenige Güter spezialisiert ist. Weltweit nehmen jedoch die Verkaufszahlen fair gehandelter Ware zu. Im Vergleich zum Vorjahr 2010 wurde 2011 weltweit ein Umsatz von 4,9 Milliarden Euro erzielt, was einen Zuwachs von 12% oder 0,6 Milliarden Euro bedeutet. Wenn man die Umsatzzahlen pro Kopf der einzelnen Länder vergleicht, so ist Irland mit einem Pro-Kopf-Umsatz von 34,68€ Rangführer 2011. Die Schweiz liegt an zweiter Stelle mit 33,04€, gefolgt von England mit einer Höhe von 23,71€. Unser Nachbarland Deutschland findet sich hingegen nur auf dem 14. Platz mit einem Umsatz von 4,90€ wieder.

Es gibt insgesamt 991 Fair-Trade-Produzentenorganisationen, die sich auf 66 Länder, auf die Regionen Lateinamerika, Afrika und Asien verteilen. Weltweit sind 1,2 Millionen Produzenten/Produzentinnen am Fairen Handel beteiligt. Der Großteil mit 76 % findet sich unter den Kleinbauern/Kleinbäuerinnen wieder. Wenn man die Familienangehörigen miteinberechnet, sind das in Summe 6 Mio. Menschen, die von dem Fair-Trade-System leben.¹⁰⁹

Das Fair-Trade-System beschreibt den Weg vom Hersteller zum Konsumenten bis hin zur Geldübergabe an die Plantagearbeiter/Plantagearbeiterinnen. FLO-Cert ist

¹⁰⁷ vgl. Ebd., S. 126.

¹⁰⁸ vgl. Lugert Sebastian.: Definition von Globalisierung – was ist Globalisierung?. Online unter <http://www.globalisierung-infos.de/definition.html> (zugegriffen am 01. Dezember 2015, 17.02 Uhr).

¹⁰⁹ vgl. von Hauff, Michael/Craus, Katja u.a.: Fair Trade. Ein Konzept nachhaltigen Handels. Band 1. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. München: UTB Verlag, 2013, S. 126-131.

im Fair-Trade-System für die Entwicklung und Kontrolle der Fair-Trade-Standards zuständig. Langfristige Handelsbeziehungen sollen aufgebaut werden, um den Produzenten/Produzentinnen ein gerechtes Einkommen zu verschaffen. Den Kleinbauern/Kleinbäuerinnen wird eine verbesserte Lebenssituation ermöglicht und außerdem wird ein wertvoller Beitrag zur Erhaltung von natürlichen Ressourcen geleistet. Konsumenten/Konsumentinnen profitieren durch den fairen Handel, indem sie qualitativ hochwertige Produkte angeboten bekommen, die ihnen das Fair-Trade-Gütesiegel garantiert.¹¹⁰ In der nachfolgenden Darstellung wird die Aufgabenteilung im Fair-Trade-System gut demonstriert. Der Weg von Fair-Trade-Produkten aus Lateinamerika, Afrika und Asien bis hin zur Ware, die wir im Handel erwerben, wird in diesem Bild ausführlich dargestellt.

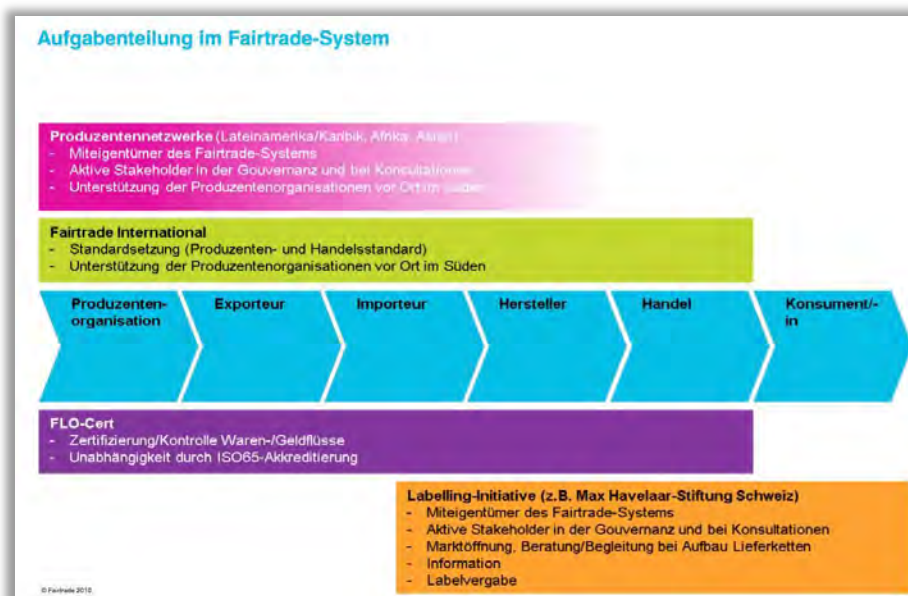


Abb. 8: Aufgabenteilung im Fair-Trade-System.¹¹¹

Fair-Trade strebt nach mehr Fairness im internationalen Handel, und leistet einen Beitrag um eine nachhaltige Welt zu schaffen, in der Produzenten/Produzentinnen und Arbeiter/Arbeiterinnen vor allem in südlichen Regionen wie Indien, Teilen

¹¹⁰ vgl. "die umweltberatung" Wien.: FAIRTRADE-Produkte aus fairem Handel. Was bringt das FAIRTRADE System?. Online unter <http://www.umweltberatung.at/fairtrade-produkte-aus-fairem-handel> (zugegriffen am 08. März 2016, 19.39 Uhr).

¹¹¹ Abb. 6: FAIRTRADE Max Havelaar: Aufgabenteilung im Fairtrade-System. Online unter [http://menuandmore.ch/?redirect=getfile.php&cmd\[getfile\]\[uid\]=1458](http://menuandmore.ch/?redirect=getfile.php&cmd[getfile][uid]=1458) (zugegriffen am 28. März 2016, 16.15 Uhr).

Asiens, Vietnam, Kambodscha und Bangladesch gesichert werden.¹¹² Die Anzahl der Produzenten/Produzentinnen, und des Absatzvolumens nimmt ständig zu, was den positiven Einfluss des fairen Handels zu Folge hat. Die Vermarktung von Fair-Trade-Produkten über den konventionellen Handel spricht breite Menschenmassen an, wobei jedoch nur eine begrenzte Auswahl des Sortiments zur Verfügung steht. Trotz beständiger Steigerung der Absatzmengen liegt der Marktanteil bei nur 1-2% an fair gehandelten Produkten.

Dadurch, dass der Markt an vielen Produkten bereits gesättigt ist, die sowohl im herkömmlichen als auch im fairen Handel angeboten werden, fällt es den teureren, „fairen“ Anbieter oft schwer, mit den herkömmlichen Produkten bezüglich des Preises zu konkurrieren.¹¹³

Im fairen Handel richtet sich der Preis nicht alleine nach Nachfrage und Angebot, den Produzenten werden garantierte Mindestpreise bezahlt, damit Kleinbauern auch stets ihr gerechtes Einkommen erhalten. Deshalb ist der Preis durchwegs höher als bei herkömmlichen Produkten. Somit fällt Fair-Trade eher in die Kategorie „Luxusgüter“.

„Spar“-Kunden bemängelten in unseren Fragebögen oft die hohen Preise, da sie für den täglichen Einkauf schwer zu leisten sind. Dies ist natürlich nachvollziehbar, jedoch soll der solidarische Hintergrund relevant sein. Entscheidend ist doch, dass Kleinbauern eine gerechte Bezahlung für ihre Arbeit erhalten, und genau deshalb sind diese Produkte auch teurer als herkömmliche.

5.5. Entwicklung des fairen Handels in Österreich

Wenn man die Anfänge betrachtet, wo man fair gehandelte Ware nur im Weltladen oder auf dem Kirchenbasar kaufen konnte, hat der Faire Handel schon eine gewaltige Entwicklung in den vergangenen Jahrzehnten hingelegt. Nach den Anfängen des internationalen Handels von 1946-1992, kam es 1993 mithilfe der 11 Trä-

¹¹² vgl. FAIRTRADE Max Havelaar: Fair-Trade - Fairer Handel. Der Norden genießt, was der Süden produziert. 2016. Online unter <http://www.nachhaltigkeit.steiermark.at/cms/ziel/30075005/DE/> (zugegriffen am 01. Jänner 2016, 17.58 Uhr).

¹¹³ vgl. von Hauff, Michael/Craus, Katja u.a.: Fair Trade. Ein Konzept nachhaltigen Handels. Band 1. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. München: UTB Verlag, 2013, S. 132.

gerorganisationen zur Gründung von TransFair Österreich.¹¹⁴ TransFair Österreich ist ein gemeinnütziger Verein zur Förderung des fairen Handels. Es wird nicht mit Fair-Trade-Produkten gehandelt, sondern ein Siegel verliehen, wenn das Produkt die dafür notwendigen Kriterien zur Zertifizierung von fair gehandelter Ware erfüllt.¹¹⁵

Unter anderem waren die EZA Dritte Welt GmbH, ARGE Weltläden und CONA an der Gründung des gemeinnützigen Vereins, um den fairen Handel im Zusammenspiel mit den Ländern des Südens zu vereinen, beteiligt.¹¹⁶

Mit dem Verkauf von Kaffee als erstes Produkt mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel begann sich die Produktpalette in den folgenden Jahren zu entwickeln. Heute kann man Fair-Trade-Produkte fast in jedem Lebensmittelgeschäft erwerben. War die Produktwahl anfangs auf Kaffee und Bananen beschränkt, wird heute eine vielseitige Produktpalette an fair gehandelter Ware angeboten. Die erste Million von verkauften Transfair-Kaffeepackungen wurde 1994 gefeiert. Auch aus den Ergebnissen des Jahres 2014 zeigt sich, dass sich das Engagement für den Einsatz am fairen Handel lohnt. Über 100 Lizenzpartnerfirmen bieten in Österreich mehr als 950 zertifizierte Produkte an, die landesweit in über 5000 Geschäften, Weltläden, Bioläden und Drogeriemärkten sowie in mehr als 1.800 Cafés, Bäckereien, Hotels und weiteren Gastronomiebetrieben erhältlich sind.¹¹⁷ Nicht nur der steigende Konsum von FAIR-TRADE Produkten, sondern auch die Beteiligung an Zivilgesellschaften und Kampagnen bestätigen die Tatsache, dass Österreich im internationalen Vergleich ein dynamischer Fairhandels-Markt ist.¹¹⁸

¹¹⁴ vgl. FAIRTRADE Österreich.: Chronik. Etappen der Erfolgsgeschichte. Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-oesterreich/chronik/> (zugegriffen am 01. Jänner 2016, 19.09 Uhr).

¹¹⁵ vgl. TransFair e.V. : TansFair. Online unter <https://www.lebensmittellexikon.de/t0000210.php> (zugegriffen am 09. März 2016, 8.54 Uhr).

¹¹⁶ vgl. Das Land Steiermark: Fair Trade – Akteure. Online unter <http://www.nachhaltigkeit.steiermark.at/cms/beitrag/10932176/30075111> (zugegriffen am 01. Jänner 2016, 19.11 Uhr).

¹¹⁷ vgl. FAIRTRADE Österreich.: Chronik. Etappen der Erfolgsgeschichte. Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-oesterreich/chronik/> (zugegriffen am 29. Oktober 2015, 11.51 Uhr).

¹¹⁸ vgl. FAIRTRADE Österreich.: Inside. Broschüre der Fair-Trade Österreich, o. V., Wien, 2014, S. 11.

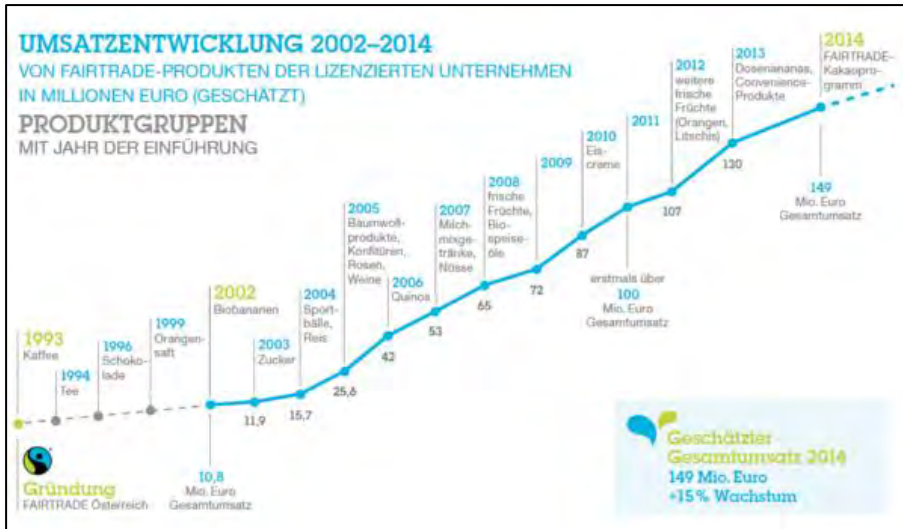


Abb. 9: Umsatzentwicklung nach Produktgruppen.¹¹⁹

Wie man hier an der Abbildung gut erkennen kann, hat der Fair-Trade-Markt im Jahr 2014 ein Umsatzwachstum von +15% erlebt. Im Vergleich zum Jahre 2002, in dem der Umsatz 10,8 Millionen betrug, sind wir im Jahr 2014 bereits bei einem Umsatz von 149 Millionen Euro. Erstaunlich ist, dass man innerhalb von 13 Jahren ein Umsatzplus von 138,2 Millionen Euro im Verkauf von Fair-Trade-Produkten erzielt hat.

Im ersten Halbjahr 2015 meldete Fair-Trade einen „zweistelligen Umsatzzuwachs“. Direkteinnahmen in der Höhe von 16,6 Mio. US-Dollar gingen an Fair-Trade-Produzenten/Produzentinnen in Asien, Afrika und Lateinamerika. Mehr als 1,5 Mio. Kleinbauernfamilien in den Produzentenländern schlagen mittlerweile Profit aus dieser positiven Entwicklung. Die Armut soll durch den Geldanteil, der in der Fair-Trade-Prämie inbegriffen ist, gelindert werden und für eine nachhaltige Entwicklung vor Ort soll sorgen. Bei Waren ohne festgelegten Mindestpreis beträgt

¹¹⁹ Abb. 7: FAIRTRADE Österreich: Umsatz von FAIR-TRADE-Produkten. Jahresergebnis 2014. Online unter <http://www.Fair-Trade.at/produkte/absatzzahlen/> (zugegriffen am 29. Oktober 2015, um 12.15 Uhr).

die Fair-Trade-Prämie 15 % des Handelspreises. Es soll weder an medizinischer Versorgung noch an sozialen Einrichtungen und Bildungszugängen mangeln.¹²⁰

An der Spitze der Fair-Trade-Produkte im ersten Halbjahr 2015 standen vor allem Heißgetränke mit ca. 1.302 Tonnen und einem Plus von 20 % im Vergleich zum Vorjahr. Danach gewannen Süßwaren wie Schokolade, und vor allem Produkte wie Kakao und Kaffee an Beliebtheit. Andere Produktgruppen, unter anderem Früchte, Fruchtsäfte und alkoholfreie Getränke, Grundnahrungsmittel sowie Convenience-Produkte (=Fertigprodukte wie z.B. Fertigsaucen und Nudelsuppen) konnten das Vorjahresergebnis ebenfalls steigern.¹²¹ Drei neue Lizenzpartner traten bei, sodass zum Jahresende 2015 insgesamt 117 Fair-Trade-Lizenzpartner in Österreich ein Sortiment von mehr als 1.150 zertifizierten Produkten anboten. Zu diesen drei neugewonnen Lizenzpartnern zählen Lechner & Franc und Life Earth, Josef Manner & Comp. AG, die Fair-Trade zertifizierte Casali-Schokobananen anbieten, und der DM Drogeriemarkt.¹²²

Die seit 2012 bestehenden Firmen Life Earth Reisen GmbH und Firma Lechner & Franc OG arbeiten gemeinsam am hochwertigen Gewürzsortiment. Einige dieser Gewürze sind angefangen von der Produktion und Verpackung, bis hin zur Lieferung 100% aus FAIR-TRADE hergestellt. Kleine Bauernkooperativen sollen durch faire Arbeitsbedingungen und gerechte Entlohnung unterstützt werden. Die Produzenten von Fair-Trade- Gewürzen versprechen hochwertige Bioqualität und das Lebensmittelhygienevorschriften eingehalten werden.¹²³ Mittlerweile arbeiten 1.200 Bauern/Bäuerinnen an dem Projekt „Fair gehandelte Gewürze aus Sri Lanka“, das ebenfalls vom Verein Life Earth ins Leben gerufen wurde.¹²⁴

¹²⁰ vgl. FAIRTRADE Österreich: Zweistelliges Umsatzwachstum bei FAIR-TRADE-Produkten in Österreich im ersten Halbjahr 2015. Der geschätzte Handelsumsatz der Lizenzpartnerfirmen mit FAIR-TRADE-Produkten in Österreich konnte um 30% auf 90 Mio. € gesteigert werden. Online unter <http://www.fairtrade.at/nc/presse/pressemitteilung/article/zweistelliges-umsatzwachstum-bei-fairtrade-produkten-in-oesterreich-im-ersten-halbjahr-2015/> (zugegriffen am 30. Dezember 2015, 17.30 Uhr).

¹²¹ vgl. Ebd. (zugegriffen am 30. Dezember 2015, 18.00 Uhr).

¹²² vgl. Ebd. (zugegriffen am 30. Dezember 2015, 18.27 Uhr).

¹²³ vgl. FAIRTRADE Österreich: ARGE Lechner & Franc OG Life Earth Reisen GmbH. Broschüre der Firmen ARGE Lechner & Franc OG & Life Earth Reisen GmbH, o.O., o. V., o. J..

¹²⁴ vgl. Das Land Steiermark: Projekte der Entwicklungszusammenarbeit. Begleitheft zu den interaktiven Führungen, o. V., Steiermark, 2015, S. 21.

5.6. Staatliche Unterstützung des Fairen Handels in Österreich

Bereits im Jahr 2000 beschäftigte sich die Republik Österreich mit dem Fairen Handel. Auf politischer Ebene wurde ein Entschließungsantrag angenommen und im Dezember des Jahres 2000 fand auch eine „Aktion fairer Handel“ im Parlament statt.¹²⁵

Die Rechtsordnung in Österreich enthält Vorgaben wie soziale Kriterien, die zum Beispiel besagen, dass keine Kinderarbeit erlaubt ist. Diese Vorgaben bildet die Grundlage für die Vergabe des Fair-Trade-Gütesiegels an zertifizierte Produkte. Die ADA (Austrian Development Agency) informiert im Rahmen der Bewusstseinsbildung für Entwicklungszusammenarbeit über den fairen Handel. Durch den Erwerb von Fair-Trade zertifizierten Produkten soll gewährleistet werden, dass Plantagearbeiter/ Plantagearbeiterinnen im Süden einen gerechten Lohn für ihre Arbeit vor Ort erhalten. Die Konsumenten/Konsumentinnen leisten durch den Kauf nicht nur einen Beitrag um die Armut zu lindern, sondern sind auch am Umweltschutz beteiligt und tragen zur Stärkung der wirtschaftlich nachhaltigen Struktur bei.

Seit 1996 unterstützt die OZEA (Österreichische Entwicklungszusammenarbeit) die Organisation Fair-Trade. Die OEZA unterstützt die Arbeitsgemeinschaft Weltläden und die Dachorganisation der Fachgeschäfte des Fairen Handels in Österreich.¹²⁶

Darüber hinaus wird die politische Bildungsarbeit – beispielsweise mit den Kampagnen „FAIR-TRADE-Gemeinden“ und „FAIR-TRADE Schools“ in Österreich unterstützt.¹²⁷

¹²⁵ vgl. Republik Österreich.: AKTION „FAIRER HANDEL“ IM PARLAMENT. Aussteller präsentieren Produkte und Aktivitäten. Online unter https://www.parlament.gv.at/PAKT/PR/JAHR_2000/PK0726/index.shtml (zugegriffen am 20. Februar 2016, 19.08 Uhr).

¹²⁶ vgl. ADA: Gemeinsam mehr zusammenbringen. Online unter: www.entwicklung.at/projektbeispiele/fair_trade_im_trend (zugegriffen am 19. Februar 2016, 12.20 Uhr).

¹²⁷ vgl. FAIRTRADE Österreich.: Fair-Trade Österreich. Wie kann man bei uns mitarbeiten. Online unter <http://www.ngojobs.at/jobs/company/714/> (zugegriffen am 30. Dezember 2015, 16.40 Uhr).

Derzeit gibt es in Österreich mehr als 145 Fair-Trade-Gemeinden. Zwölf von insgesamt 21 Fair-Trade-Schulen in ganz Österreich wurden im Jahr 2015 durch die Fair-Trade-Schools-Kampagne ausgezeichnet.¹²⁸

5.7. Breite öffentliche & wirtschaftliche Unterstützung in Österreich

Österreich unterstützt den fairen Handel in vielen wirtschaftlichen sowie auch öffentlichen Bereichen, um den fairen Handel stärker in die Bevölkerung zu integrieren. Damit soll mehr Nachfrage an fair gehandelten Produkten erzielt werden. Denn je öfter wir die Produkte in der Gastronomie und in Betrieben wahrnehmen umso eher weckt dies unser Interesse.

Öffentliche Einrichtungen: Jährlich werden österreichweit ca. 35 Mrd. Euro im öffentlichen Bereich für Güter und Dienstleistungen ausgegeben. Wenn soziale und ökologische Kriterien beim Einkauf berücksichtigt werden, könnte dies als ein Vorbild für Unternehmen und Konsumenten/Konsumentinnen dienen und zur Besserung der Umwelt, der Arbeitsbedingungen und zur Armutsminderung beitragen. Soziale Kriterien sind beispielsweise die Einhaltung von Menschenrechten, dass die Gesundheit durch die Arbeit nicht gefährdet wird, wie etwa in der Mienenarbeit. Unter ökologischen Kriterien versteht man zum Beispiel Recycling-Produkte (=wiederverwertbare Produkte) oder auch Stofftaschen statt Plastiksackerl.¹²⁹

Viele **Betriebe** in Österreich nehmen zunehmend die Möglichkeit wahr, am Anbieten von Fair-Trade-Produkten am Arbeitsplatz anzubieten. Betriebe wie Hofer KG, MAKAvA delighted GmbH oder der Raiffeisenverband Steiermark engagieren sich für ein nachhaltiges Wirtschaften und zeigen Verantwortung gegenüber der Gesellschaft sowie der Umwelt. Erfolgsberichte zeigen überaus positive Rückmel-

¹²⁸ vgl. FAIRTRADE Österreich: Zweistelliges Umsatzwachstum bei FAIR-TRADE-Produkten in Österreich im ersten Halbjahr 2015. FAIR-TRADE-Kampagnen – Gemeinden, Schulen, @WORK, Online unter <http://www.fairtrade.at/nc/presse/pressemitteilung/article/zweistelliges-umsatzwachstum-bei-fairtrade-produkten-in-oesterreich-im-ersten-halbjahr-2015/> (zugegriffen am 30. Dezember 2015, 18.39 Uhr).

¹²⁹ vgl. FAIRTRADE Österreich Öffentliche Einrichtungen. SO:FAIR – soziale und nachhaltige öffentliche Beschaffung. Online unter <http://www.fairtrade.at/unternehmen/oeffentliche-einrichtungen/> (zugegriffen am 28. Dezember 2015, 11.00 Uhr).

dungen im Einsatz für Fair-Trade gegenüber Mitarbeiter/Mitarbeiterinnen sowie Kunden/Kundinnen.¹³⁰

Auch im **Gastronomie-Bereich** findet man Verwendung für fair gehandelte Produkte, die vorwiegend aus biologischer Landwirtschaft stammen. Gastronome der Schick-Hotels, des Restaurants Steirereck, des Hotels Imperial, des Hotels Goldner, sowie der Bäckerei Ströck, haben ihre Kunden bereits vom kulinarischen Genuss von fair gehandelter Ware überzeugt.¹³¹

Unter den **Lizenzpartnern** in Österreich findet man beispielweise die Lidl GmbH, REWE – JA! Natürlich Naturprodukte GmbH, SPAR Österreichische Warenhandels AG sowie die schon zuvor genannte Hofer KG - Natur Aktiv, die mit ihrer unterstützenden Leistung zum Erfolg des fairen Handels beitragen.¹³² 2015 konnte eine Steigerung im Handelsumsatz der Lizenzpartnerfirmen um 30% auf 90 Mio. € durch den Verkauf von fair gehandelten Produkten in Österreich erzielt werden.¹³³

Jedermann kann sich am Fairen Handel beteiligen, indem man die Möglichkeit nutzt, sich an Schulungen für ehrenamtliche Mitarbeit anzumelden. Dafür muss man nur einen Fragebogen im Internet ausfüllen und an die entsprechende Adresse senden, wie beispielsweise an FAIRTRADE-Pool in Wien. Bei dieser Schulung wird bestens auf diverse Einsätze für Fair-Trade vorbereitet, indem informative Aspekte des Fairen Handels sowie die Struktur und die Organisation von Fair-Trade erklärt werden.¹³⁴ Als ehrenamtliche Mitarbeiter wirkt man bei Aktivitäten,

¹³⁰ vgl. FAIRTRADE Österreich.: Im Betrieb. Erfolgsberichte von Unternehmen. Online unter <http://www.fairtrade.at/unternehmen/im-betrieb/erfolgsberichte/> (zugegriffen am 28. Dezember 2015, 11.20 Uhr).

¹³¹ vgl. FAIRTRADE Österreich: Gastronomie. Willkommen beim FAIR-TRADE-Gastronomieservice!. Online unter <http://www.fairtrade.at/unternehmen/gastronomie/> (zugegriffen am 28. Dezember 2015, 12.00 Uhr).

¹³² vgl. FAIRTRADE Österreich.: FAIR-TRADE-Lizenzpartner in Österreich. Frische Früchte – Bananen, Ananas, Avocados, Kokosnüsse, Orangen, Litschis) Online unter <http://www.Fair-Trade.at/unternehmen/partner-firmen/> (zugegriffen am 28. Dezember 2015, 12.34 Uhr).

¹³³ vgl. FAIRTRADE Österreich: Zweistelliges Umsatzwachstum bei FAIR-TRADE-Produkten in Österreich im ersten Halbjahr 2015. Der geschätzte Handelsumsatz der Lizenzpartnerfirmen mit FAIR-TRADE-Produkten in Österreich konnte um 30% auf 90 Mio. € gesteigert werden. Online unter <http://www.fairtrade.at/nc/presse/pressemitteilung/article/zweistelliges-umsatzwachstum-bei-fairtrade-produkten-in-oesterreich-im-ersten-halb-jahr-2015/> (zugegriffen am 30. Dezember 2015, 18.00 Uhr).

¹³⁴ vgl. FAIRTRADE Österreich.: Fairtrade Österreich. Wie kann bei uns mitarbeiten?, Online unter <http://www.ngojobs.at/jobs/company/714/> (zugegriffen am 30. Dezember 2015, 16.41 Uhr).

wie der Ausführung von Verkostungen, der Betreuung von Infoständen, dem Halten von Vorträgen und dem Organisieren von Veranstaltungen mit.¹³⁵ Gruppenleiter, Lehrer und Erzieher können das Thema „Fair-Trade“ auch in vielen Bereichen in der Schule, Jugendgruppen und Kindergärten einsetzen.¹³⁶ Natürlich kann auch jeder durch den täglichen Einkauf einen Beitrag für den fairen Handel leisten, ein nachhaltiges Zeichen der Solidarität setzen und die Bauern/Bäuerinnen in Entwicklungsländern unterstützen.¹³⁷

5.8. Der Faire Handel in der Steiermark

Im Bundesland Steiermark hat sich der Landtag im Jahr 2002 mit dem Thema „Fairer Handel“ auseinandergesetzt und die Landesregierung am 11.6.2002 aufgefordert, sich am Prinzip des fairen Handels zu orientieren. Somit sollten mengenmäßig mindestens

25 % des öffentlichen Beschaffungswesens an erworbenen Produkten aus dem fairen Handel bezogen werden.

2009 wurde schließlich ein Bericht über die initiierten Maßnahmen von der Landesregierung vorgelegt. Heißgetränke und Kaffeeautomaten wurden im Jahr 2005 mit Fair-Trade Produkten ausgestattet. Produkte wie Kaffee, Kakao und Schokoladegetränke werden mittlerweile auch in Schulen angeboten, mitunter setzt sich auch das Bundesschulzentrum Feldbach für den fairen Handel, in Form von Heißgetränkeautomaten ein. Pro Monat werden in der Steiermark in etwa 7.500 Produkte aus Heißgetränkeautomaten konsumiert, wovon rund 45 % aus fairem Handel stammen.¹³⁸

¹³⁵ vgl. Das Land Steiermark: FAIR-TRADE Wie kann der Einzelne in das Welthandelsgeschehen eingreifen, um etwas zu bewegen und Entwicklungspolitik im Kleinen zu betreiben?. FAIR-TRADE POOL- Ehrenamtliche Mitarbeit. Online unter: <http://www.nachhaltigkeit.steiermark.at/cms/beitrag/10931669/30342039> (zugegriffen am 01. Jänner 2016, um 18.33 Uhr).

¹³⁶ vgl. Ebd. (zugegriffen am 01. Jänner 2016 um 18.19 Uhr).

¹³⁷ vgl. Ebd. (zugegriffen am 01. Jänner 2016 um 18.55 Uhr).

¹³⁸ vgl. Landtag Steiermark.: Vorlage der Steiermärkischen Landesregierung. Begründung. Online unter: www.landtag.steiermark.at/cms/dokumente/ltpdf.11149343/na/11149343.pdf (zugegriffen am 19. Februar 2016, 13.00 Uhr).

Darüber hinaus bilden Informationen über den Fairen Handel seit dem Jahr 2005 einen Schwerpunkt des jährlichen „FairStyria-Tags“ (früher „Fair-Trade-Tag“), der im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit des Landes Steiermark einen Überblick über die Initiativen und Projekte steirischer Organisationen gibt.

Seit 2007 unterstützt das Land Steiermark steirische Gemeinden, die die Auszeichnung „FAIR-TRADE-Gemeinde“ erhalten wollen. Die erforderliche Zertifizierung durch FAIR-TRADE Österreich wird vom Welthaus Diözese Graz Seckau und von Südwind Steiermark betreut.

Seit dem Jahr 2008 werden steirische Gemeinden nach Erfüllung der erforderlichen Zielsetzungen zu Fair-Trade-Gemeinden ausgezeichnet, Fair-Trade Österreich ist dabei als Bewertungsstelle festgelegt.

Diese Initiative hat den Zweck, dass das Bewusstsein für den fairen Handel auch in Städten und Gemeinden gestärkt wird. Damit sollen Fair-Trade-Produkte innerhalb der Gemeinde, im Gastronomiebereich sowie auch in Geschäften vor Ort Verwendung finden, und aktiv an Bewusstseinsbildung gearbeitet werden.¹³⁹

In der Steiermark gibt es derzeit insgesamt 25 Fair-Trade-Gemeinden, einschließlich der Stadt Graz, die in Österreich als erste und bislang einzige Fair-Trade-Landeshauptstadt ausgezeichnet wurde. Insgesamt hat das Land Steiermark für die Fair-Trade-Gemeinde-Initiative seit 2002 Fördermittel in der Höhe von rund 250.000 Euro aus dem Budget für Entwicklungszusammenarbeit eingesetzt.

Außerdem wurden bereits seit 1991 steirische Weltläden beim Aufbau und bei der Durchführung von Maßnahmen der Bewusstseinsbildung für Entwicklungszusammenarbeit gefördert.

Im Jahr 2007 wurde vom Land Steiermark die Initiative „FairStyria“ zur Umsetzung des Global Marshall-Plans für eine ökosoziale Marktwirtschaft ins Leben gerufen. Sie hat das Ziel, mehr Gerechtigkeit und faire Entwicklungschancen für alle Menschen dieser Erde zu schaffen.

¹³⁹ vgl. Das Land Steiermark: Fair-Trade-Gemeinden in der Steiermark - Online unter www.fairstyria.at/fairtrade-gemeinden/ (zugegriffen am 18. Februar 2016, 11.00 Uhr).

FairStyria ist nun für die Förderung im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit und Maßnahmen zur Stärkung der globalen Verantwortung zuständig. Dazu zählen auch Informationsveranstaltungen, wie der oben genannte jährliche FairStyria-Tag sowie die „Fairen Wochen Steiermark“, wobei Fair-Trade-Gemeinden als wichtige Partner beteiligt sind und entwicklungspolitische Veranstaltungen in allen steirischen Regionen jeweils im Mai und Juni organisieren.¹⁴⁰

Das Europäische Jahr für Entwicklung 2015 wurde zum Zieljahr der Millenniums-entwicklungsziele festgelegt, und vom Land Steiermark mithilfe der österreichischen Republik das Jugendbeteiligungsprojekt „FairYoungStyria“ durchgeführt: Steirische Jugendliche konnten darin ihre Ideen zu einer positiven Veränderung der Welt im Sinne der von den Vereinten Nationen im September 2015 beschlossenen „17 Zielen für nachhaltige Entwicklung“ in Workshops konkretisieren. Als Ergebnis wurden mehr als ein Dutzend realisierbare Vorschläge aus der ganzen Steiermark vorgelegt, von denen ein Viertel die Fairness im Handel, aber auch die Bewusstseinsbildung bei Konsumentinnen und Konsumenten betrifft.¹⁴¹

¹⁴⁰ vgl. Das Land Steiermark: EZA-Projekte. Entwicklungspolitische Bildungsarbeit und Globales Lernen. Online unter www.fairstyria.at/projekte. (zugegriffen am 09. März 2016, 7.44 Uhr).

¹⁴¹ vgl. Das Land Steiermark: FairYoungStyria. "FairYoungStyria - Unsere globalen Ziele 2015+". Online unter www.fairstyria.at/fairyoungstyriaglobal2015 (zugegriffen am 18. Februar 2016, 10.00 Uhr).

6. Zusammenfassung/Ausblick

Anhand unserer Fragebögen konnten wir analysieren, dass viele Kunden der SPAR-Supermärkte öfter zu herkömmlichen Produkten, als zu Fair-Trade-Produkten greifen. Die SPAR-Kunden rechtfertigten ihr Kaufverhalten mit den zu hohen Preisen von Fair-Trade-Produkten. Obwohl der Preis ein umstrittenes Thema sein soll, greifen trotz alledem viele Kunden aus solidarischen Gründen zu Fair-Trade-Produkten. Einige Kunden gaben klar zu verstehen, dass sie die hochwertige Qualität, die Fair-Trade-Produkte mit sich bringen, sehr wohl zu schätzen wissen. Die Zertifizierung gibt den Kunden zusätzliche Sicherheit im Einkauf, und das Gefühl ein gutes Zeichen gesetzt zu haben. Es hat einen bleibenden Eindruck hinterlassen, dass Fair-Trade mittlerweile einen erwähnenswerten Bekanntheitsgrad erlangt hat. Die Kunden, sowie auch wir blicken erwartungsvoll in die zukünftige Entwicklung von Fair-Trade-Produkten.

Durch eventuell vermehrtes Publizieren von Werbung würden breitere Menschenmassen angesprochen werden und neue Kunden dazugewonnen werden. Ebenfalls würde durch das Ausbauen des Sortiments, die Kundenzufriedenheit weiter steigen.

Viele Menschen sollten ihr Kaufverhalten überdenken, indem sie die Qualität der Quantität vorziehen.

7. Literatur- und Quellenverzeichnis

Aachener Stiftung Kathy Beys: Nachhaltigkeit in der Werbung. Nachhaltige Handlungsmöglichkeiten. Online unter https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/nachhaltigkeit_in_der_werbung_1981.htm (zugegriffen am 30. Dezember 2015, 19.10 Uhr).

ADA: Gemeinsam mehr zusammenbringen. Online unter: www.entwicklung.at/projektbeispiele/fair_trade_im_trend (zugegriffen am 19. Februar 2016, 12.20 Uhr).

Aktion Familienfesttag der Katholischen Frauenbewegung Österreichs: Aus dem Helfen Kraft schöpfen. kfbö-Vorsitzende Barbara Haas ist überzeugt: Engagement ist nicht nur Pflicht, es macht auch Freude. In: Magazin zur Aktion Familienfesttag. o. V., 2015.

ARGE Weltläden: Die größten Organisationen in der Fair-Handelsbewegung. EFTA European Fair Trade Association. Online unter <http://www.weltlaeden.at/de/die-grten-fair-handels-organisationen.html> (zugegriffen am 20. März 2016, 00.22 Uhr).

Biographisches Institut GmbH: Duden. Online unter http://www.duden.de/rechtschreibung/Fair_Trade (zugegriffen am 3. Jänner 2016, 14.57 Uhr).

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie: Welthandelsorganisation. Ziele und Aufgaben. Online unter <http://www.bmwi.de/DE/Themen/Aussenwirtschaft/Handelspolitik/wto.html> (zugegriffen am 16. Februar 2016, 18.04 Uhr).

Das Land Steiermark: Fair Trade – Akteure. Online unter <http://www.nachhaltigkeit.steiermark.at/cms/beitrag/10932176/30075111> (zugegriffen am 01. Jänner 2016, 19.11 Uhr).

dict.cc GmbH: Dict.cc. Online unter <http://www.dict.cc/> (zugegriffen am 24. Februar 2016, 18.33 Uhr).

“die umweltberatung“ Wien: FAIRTRADE-Produkte aus fairem Handel. Was bringt das FAIRTRADE System?. Online unter <http://www.umweltberatung.at/fairtrade-produkte-aus-fairem-handel> (zugegriffen am 08. März 2016, 19.39 Uhr).

Das Land Steiermark: Projekte der Entwicklungszusammenarbeit. Begleitheft zu den interaktiven Führungen, Steiermark, o. V., 2015.

Europäische Kommission: Internationale Zusammenarbeit und Entwicklung. Armutsbekämpfung in einer Welt im Wandel. Broschüre der Europäischen Kommission, Luxemburg, o. V., 2014.

Europäische Union: Europäisches Jahr für Entwicklung. EU-Entwicklungshilfe. Online unter <https://europa.eu/eyd2015/de/content/eu-development-aid> (zugegriffen am 20. Februar 2016, 19.30 Uhr).

EZA Fairer Handel GmbH: Weltläden der EZA. Die Weltläden der EZA Fairer Handel sein ein langjähriger und stabiler Bestandteil der Weltladenbewegung. Online unter <http://www.eza.cc/weltlaeden-der-eza> (zugegriffen am 20. März 2016, 02.35 Uhr).

FAIRTRADE Deutschland: Fairtrade Standards. Online unter <http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/fairtrade-standards-inhalte> Stand 2013 (zugegriffen am 27. Dezember 2015, 17.06 Uhr).

FAIRTRADE International: For Producers, with Producers; Annual Report 2011-2012. o. O., o. V., 2012.

FAIRTRADE International: What are the key objectives of the NSF? Online unter http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/Guide_to_NSF_Consultation.pdf (zugegriffen am 20. Februar 2016, 16.53 Uhr).

FAIRTRADE Österreich: Fairtrade-Siegel. Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-siegel/> (zugegriffen am 14. September 2015, 12.48 Uhr).

GEPA - The Fair Trade Company: Mehr Gerechtigkeit im weltweiten Handel. Der Fairtrade-Mindestpreis. Online unter <http://www.fairtrade.de/index.php/sID/72cee2f88b3032f2bd65b2ba4b04e0c4/lan/de> (zugegriffen am 3. Jänner 2016, 19.46 Uhr).

GeVestor Financial Publishing Group: Fairtrade: Marketing-Maschinerie oder sinnvolle Alternative?. Ist „fair“ das neue „bio“? – die Branche boomt. Online unter: <http://www.gevestor.de/details/der-fairtrade-markt-und-seine-derzeitige-entwicklung-nur-eine-marketing-maschinerie-oder-sinnvolle-alternative-753825.html> (zugegriffen am 29. Februar 2016, um 20.01 Uhr).

Global Footprint Network: Aus der Forschung. Definition Sekundärprodukt. Online unter <http://www.footprintnetwork.org/de/index.php/GFN/page/glossary/#secondaryproduct> Stand 2015 (zugegriffen am 08. März 2016, 14.36 Uhr).

Katholische Frauenbewegung Diözese Eisenstadt - Katholische Kirche im Burgenland: „Gemeinsam für eine Zukunft mit gerechter Verteilung“. Online unter <http://kfb.martinus.at/> (zugegriffen am 09. März 2016, 11.02 Uhr).

Kocken, Marlike: 50 Jahre Fairer Handel. Online unter http://doku.cac.at/geschichte_Fair-Trade_byifat.pdf (zugegriffen am 16. Februar 2016, 15.01 Uhr).

Landtag Steiermark.: Vorlage der Steiermärkischen Landesregierung. Begründung. Online unter www.landtag.steiermark.at/cms/dokumente/ltpdf.11149343/na/11149343.pdf (zugegriffen am 19. Februar 2016, 13.00 Uhr).

Lechner, Gerhard/Gindl, Gerhard u.a.: ARGE Lechner & Franc OG Life Earth Reisen GmbH. Broschüre der Firmen ARGE Lechner & Franc OG & Life Earth Reisen GmbH, o.O., o. V., o.J..

Lugert Sebastian.: Definition von Globalisierung – was ist Globalisierung?. Online unter <http://www.globalisierung-infos.de/definition.html> (zugegriffen am 01. Dezember 2015, 17.02 Uhr).

Max Havelaar-Stiftung: Die Max Havelaar-Stiftung stellt sich vor. Online unter <http://www.maxhavelaar.ch/de/fairtrade/ueber-max-havelaar/> (zugegriffen am 22. März 2016, 14.15 Uhr).

Mayoux, Linda: What is GALS AT Scale?. Online unter <http://www.galsatscale.net/> (zugegriffen am 22. März 2016, 15.48 Uhr).

ngo jobs: Was ist eine NGO?. NGO (Non Governmental Organisation). Online unter <http://www.ngojobs.at/was-ist-eine-ngo/> (zugegriffen am 24. Februar 2016, 18.48 Uhr).

n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH.: Welthandelsorganisation. Die Aufgaben der WTO. Online unter <http://www.n-tv.de/archiv/Die-Aufgaben-der-WTO-article134724.html> (zugegriffen am 09. März 2016, 8.09 Uhr).

Olschewski, Felix: Was ist fairer Handel? Was ist Fair-Trade?. Online unter www.urgeschmack.de/was-ist-fair-trade/ (zugegriffen am 03. Oktober 2015, 13.58 Uhr).

o. V.: Der Faire Handel steht für mehr Gerechtigkeit im Handel mit der Dritten Welt. Entwicklung des fairen Handels. Online unter http://www.iz.shuttle.de/iz/avs/aktuelles/wettbewerb/fair_allgemein.html (zugegriffen am 09. März 2016, 10.22 Uhr).

o. V.: Global Basic Income Foundation. Armut. Online unter <http://www.globalincome.org/Deutsch/Fakten.html> (zugegriffen am 21. Februar 2016, 10.47 Uhr).

Piepel, K.; Möller, A.; Spiegel, K.-H.: Einleitung; in: Misereor, Brot für die Welt, Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.), 2000.

Pilz, Brigitte: Fairer Handel. >>Letztlich entscheiden die Konsumenten, ob es einen gerechten Handel mit der Dritten Welt gibt.<<. 1. Auflage: Süd-Nord Lamuv, 1996.

Reitinger, Andrea/Weilguni, Monika u.a.: Kaffee ADELANTE – Kaffee aus Frauenhand. Kooperation mit Katholischer Frauenbewegung. Online unter https://www.dioezese-linz.at/dl/InttJKJLLnNoJqx4KJK/Hintergrund_Kaffee_Adelante_OOe.pdf (zugegriffen am 06. Jänner 2016, 11.07 Uhr).

Republik Österreich – Parlamentsdirektion: Was ist WTO?. Online unter <https://www.demokratiewebstatt.at/thema/thema-wirtschaft-und-arbeit/wie-funktioniert-wirtschaft-in-der-welt/was-ist-die-wto/> (zugegriffen am 05. September 2015, 16.34 Uhr).

SPAR Österreichische Warenhandels AG: SPAR - Nachhaltiges Sortiment. Spar ist Vorreiter bei fairem Handel. Online unter https://www.spar.at/de_AT/index/nachhaltigkeit/nachhaltige_produkte/fairtrade.html (zugegriffen am 08. März 2016, 10.30 Uhr).

Steinbach, Johannes: Referent für Information und Öffentlichkeitsarbeit im Referat Europa und Außenbeziehungen. Steiermark. 19. Februar 2016.

Stiglitz, Joseph E. /Charlton, Andrew u.a.: Fair Trade. Agenda für einen gerechten Welthandel. 1.Auflage. Hamburg: Murmann Verlag, 2006.

TransFair e.V.: TansFair. Online unter <https://www.lebensmittellexikon.de/t0000210.php> (zugegriffen am 09. März 2016, 8.54 Uhr).

von Hauff, Michael/Claus, Katja: Fairtrade. Das Konzept und die Bedeutung des fairen Handels. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. München: UTB Verlag, 2013.

World Fair Trade Organization: Definition of Fair Trade. Online unter <http://www.wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade> (zugegriffen am 14. September 2015, 11.40 Uhr).

8. Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1: FAIRTRADE Österreich: Die Module der Entwicklung. Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/>. (zugegriffen am 08. März 2016, 15.09 Uhr).
- Abb. 2: Fragestellung des Zukunftsinstituts: "Kennen oder kaufen Sie nachhaltigkeitsorientierte und sozialverträgliche Produkte bzw. Produkte aus fairem Handel. Online unter <http://www.gevestor.de/details/der-fairtrade-markt-und-seine-derzeitige-entwicklung-nur-eine-marketing-maschinerie-oder-sinnvolle-alternative-753825.html> (zugegriffen am 29. Februar 2016, um 20.10 Uhr).
- Abb. 3: FAIRTRADE Österreich: Beispiel anhand der Vollmilchschokolade. . Online unter <http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/regeln-fuer-mischprodukte/> (zugegriffen am 08. März 2016, 13.56 Uhr).
- Abb. 4: FAIRTRADE Max Havelaar: Wertschöpfung von Bio-Fairtrade Bananen (1 kg). Online unter <http://www.maxhavelaar.ch/de/fairtrade/ueber-fairtrade/haeufig-gestellte-fragen/wie-viel-geld-erhalten-die-produzenten-in-den-herk/> (zugegriffen am 08. März 2016, 14.01 Uhr).
- Abb. 5: FAIRTRADE Max Havelaar: Wertschöpfung einer Schokolade. Online unter <http://www.maxhavelaar.ch/de/fairtrade/ueber-fairtrade/haeufig-gestellte-fragen/wie-viel-geld-erhalten-die-produzenten-in-den-herk/> (zugegriffen am 08. März 2016, 14.03 Uhr).
- Abb. 6: Murso: World Trade Organisation. Online unter <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=16825961> (zugegriffen am 19. Februar 2016, 20:15 Uhr).
- Abb. 7: Internationale Zusammenarbeit und Entwicklung. Armutsbekämpfung in einer Welt im Wandel: Sektorenspezifische Verteilung der EU-Hilfen an Entwicklungsländer 2012. Broschüre der Europäischen Kommission, Luxemburg, o. V., 2014, S.14.
- Abb. 8: FAIRTRADE Max Havelaar: Aufgabenteilung im Fairtrade-System. Online unter [http://menuandmore.ch/?redirect=getfile.php&cmd\[getfile\]\[uid\]=1458](http://menuandmore.ch/?redirect=getfile.php&cmd[getfile][uid]=1458) (zugegriffen am 08. März 2016, 20.22 Uhr).
- Abb. 9: FAIRTRADE Österreich: Umsatz von FAIR-TRADE-Produkten. Jahresergebnis 2014. Online unter <http://www.fairtrade.at/produkte/absatzzahlen/> (zugegriffen am 29. Oktober 2015, 12.15 Uhr).
- Abb. 10: Gegenüberstellung von Konsumenten/Konsumentinnen.

- Abb. 11: Gegenüberstellung der Altersgruppen, welche Fair-Trade-Produkte kaufen.
- Abb. 12: Gegenüberstellung von männlichen/weiblichen Sparkunden/Sparkundinnen, die nicht Fair-Trade-Produkte kaufen.
- Abb. 13: Gegenüberstellung der Altersgruppen, welche keine Fair-Trade Produkte kaufen.

9. Anhang inkl. Projekthandbuch

Name der Organisation: Fair-Trade

Projekthandbuch

Fair-Trade – Wie fair kaufen wir?

Analyse der Fair-Trade-Vermarktung und des Kaufverhaltens von Konsument/Konsumentinnen in den SPAR-Supermärkten in der Südoststeiermark

Aug-Radisch, Version 3
25. März 2016

Projektleitung: Sarah Kaufmann

Projektauftrag

| | | |
|---|-----------------------------------|---|
| Projektname: | | |
| Hauptereignis: Erstellung eines Fragebogens, Befragung von Experten, Erstellung einer Statistik zum Fragebogen, Interview mit der Geschäftsleitung von Spar | | Starttermin: 18. September 2015 |
| | | Endtermin: 06. April 2016 |
| Vorprojektphase: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gruppenfindung ▪ Themenfindung ▪ Betreuungslehrer anfragen ▪ Genehmigung durch den Landesschulrat | | |
| Ziele: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Korrektes Verfassen einer Diplomarbeit ▪ Den Bekanntheitsgrad von Fair-Trade zu fördern | | |
| Projektphasen/Hauptaufgaben: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erstellung von Fragebögen für SPAR-Kunden der Südoststeiermark ▪ Literaturbeschaffung ▪ Beginn des Verfassens einer Diplomarbeit ▪ Projekthandbuch fertigstellen ▪ Kontaktaufnahme mit Personen im Fachgebiet Fair-Trade | | |
| Kosten/Ressourcen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zugkosten ▪ Papierkosten ▪ Kosten für das Binden der Diplomarbeit ▪ Druckkosten | | |
| Projektauftraggeber: HLW-Feldbach | Projektleitung: Sarah Kaufmann | Projektbetreuung: Frau Mag. Doris Erber Frau Mag. Brigitte Wipfler, MA Frau Mag. Sandra Wallner |
| Projektteammitglied: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Alysha Neuwirth | | |
| Projektauftraggeber HLW-Feldbach | Projektleiter Sarah Kaufmann | |

| | |
|---|--|
| 07. April 2016, <i>Sarah Kaufmann</i> | 07. April 2016, <i>Alysha Neuwirth</i> |
| <i>Version: 3.0</i> <i>Änderungsdatum:</i> | |

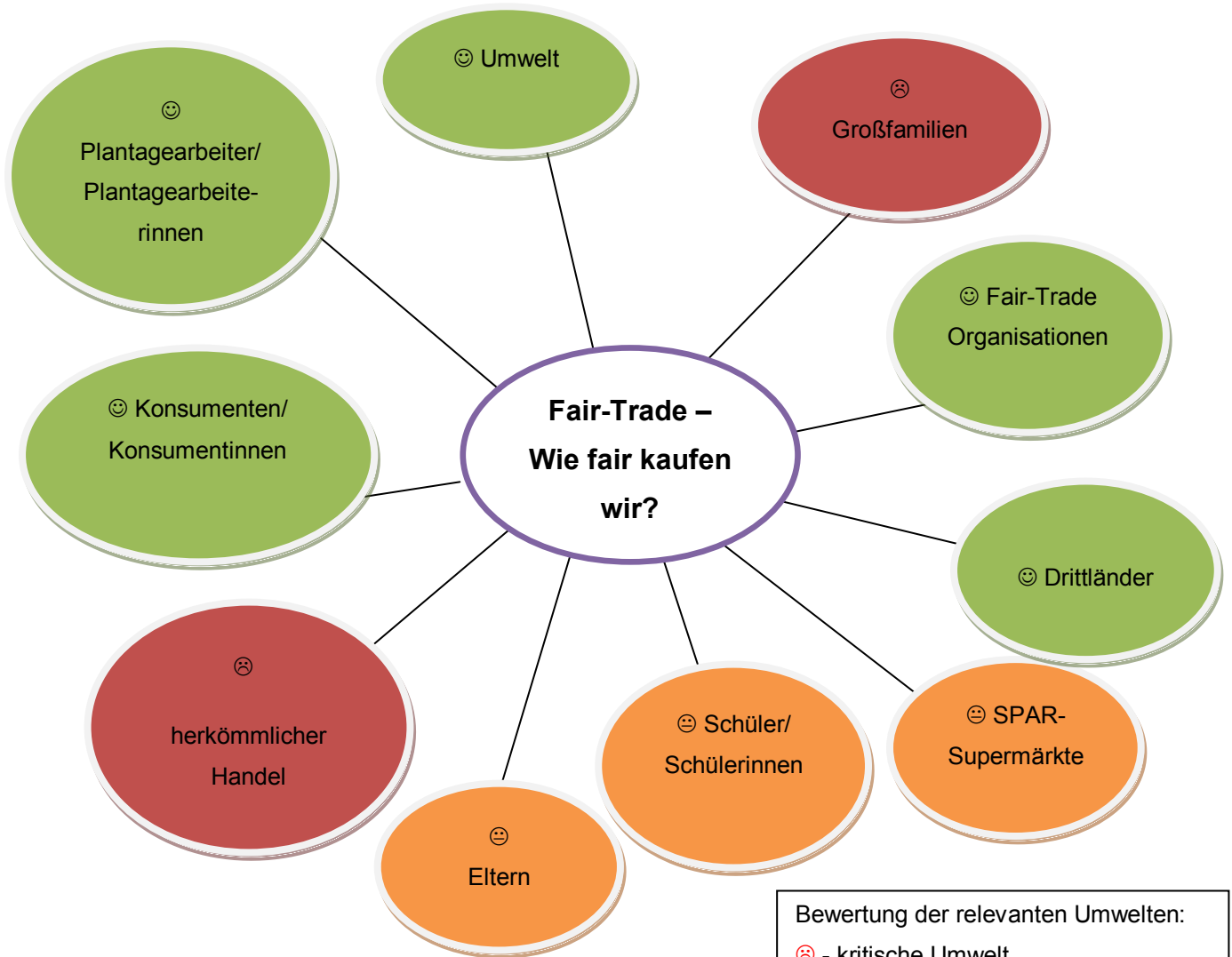
Kommunikationsformen und Spielregeln

| Bezeichnung | Inhalte | Teilnehmer | Häufigkeit/Dauer |
|-------------|--------------------|-----------------------------------|--------------------|
| E-Mail | Fragebögen | Alysha Neuwirth Sarah Kaufmann | Einmalig |
| E-Mail | Inhaltsverzeichnis | Alysha Neuwirth Sarah Kaufmann | Öfter |
| E-Mail | Protokolle | Alysha Neuwirth Sarah Kaufmann | Nach jedem Treffen |
| Telefon | Themenbezogen | Alysha Neuwirth Sarah Kaufmann | Häufig |
| Telefon | diverse Fragen | Alysha Neuwirth Sarah Kaufmann | Mehrmals |

Spielregeln

| Spielregel | Beschreibung |
|-----------------------------------|--|
| Handyverbot | <ul style="list-style-type: none"> Wir schalten Handys während der Besprechungen aus. |
| Pünktlichkeit | <ul style="list-style-type: none"> Wir erscheinen pünktlich zu den Treffen. |
| Rauchverbot | <ul style="list-style-type: none"> Keine Raucherpausen während der Treffen. |
| höfliches Miteinander | <ul style="list-style-type: none"> Keine Beschimpfungen, andere Meinungen tolerieren, und im Einverständnis beider entscheiden. |
| Ablenkungen vermeiden | <ul style="list-style-type: none"> Wir lassen uns nicht von Unnötigem ablenken, um ein effektives Lernen zu fördern. |
| Kein unnötiges Surfen im Internet | <ul style="list-style-type: none"> Facebook, Twitter und Co. dürfen nicht während der Arbeitszeit genutzt werden. |

Projektumweltanalyse



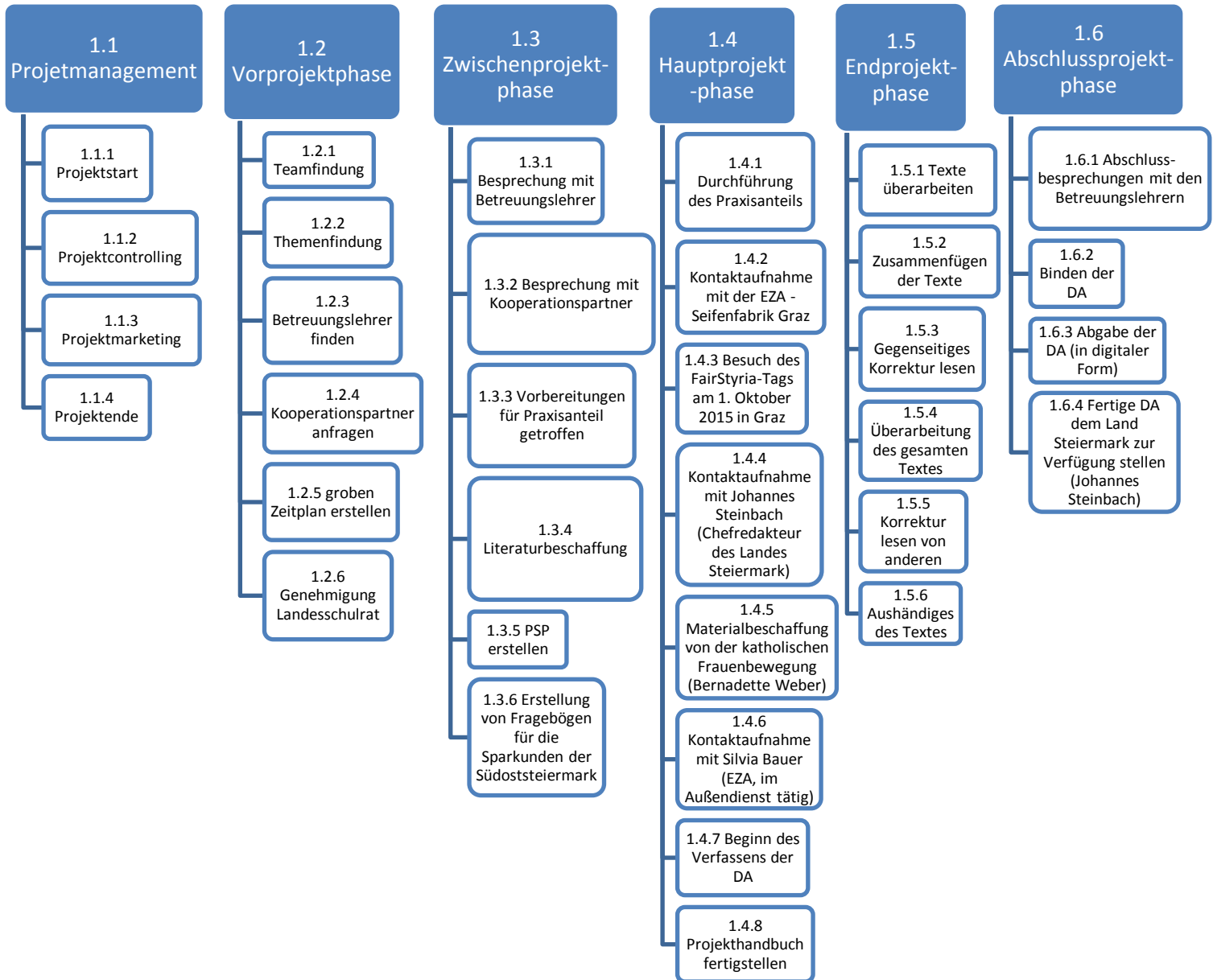
Bewertung der relevanten Umwelten:
 ☹ - kritische Umwelt
 ☺ - neutrale Umwelt
 ☺ - fördernde Umwelt

Projektorganisation

| | | |
|-------------------------|--|---------------------------|
| Projektauftraggeber: | Name/Funktion/Abteilung/E-Mail | <u>Ev. Erreichbarkeit</u> |
| Projektleitung: | Sarah Kaufmann / 0664/1607242 / sarah-kaufmann@gmx.at | |
| Projektteammitglieder: | Alysha Neuwirth/ 0660/4707434 / alysha.neuwirth@gmx.net | |
| Projektcoach/-betreuer: | Mag. Brigitte Wipfler, MA BrigitteWipfler@gmx.at Mag. Sandra Wallner Sandra.wallner3003@gmail.com | <u>Ev. Erreichbarkeit</u> |

| | | |
|--|---|--|
| | Mag. Doris Erber doris.erber@gmx.net | |
|--|---|--|

Projektstrukturplan



Meilensteinplan

| Nummer | PSP-Code | Meilenstein | Basis-Plan | Adaptierter Plan | Ist-Termine |
|---|----------|-------------------------------|------------|------------------|-------------|
| M1 | | Projektstart | 18.12.2014 | | 04.01.2015 |
| M2 | | Themenfindung abgeschlossen | 07.01.2015 | 11.01.2015 | 12.02.2015 |
| M3 | | Genehmigung vom Landeschulrat | 30.04.2015 | | |
| M4 | | Umfrage anhand von Fragebögen | 22.08.2015 | | 22.08.2015 |
| M5 | | Verfassen der Diplomarbeit | 01.09.2015 | | 08.03.2016 |
| M6 | | Abgabe der Diplomarbeit | 08.04.2016 | | 08.04.2016 |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| Version: 2.0 Änderungsdatum: 07. März 2016 | | | | | |

Ressourcen- und Kostenplan

| PSP-Code | Phase/AP | Kosten | Plan-kosten | Adaptierte Plankosten | Ist-Kosten | Kosten-abweichung |
|----------------|-----------------------|--------------------|---------------|-----------------------|--------------|-------------------|
| 1.4 | Hauptprojektphase | Druckkosten | 8,-- | | 5,-- | 3,-- |
| | | Zugkosten | 40,-- | | 36,-- | 4,-- |
| | | | | | | |
| | | Teilsumme | 48,-- | | 41,-- | 7,-- |
| 1.5 | Endprojektphase | Druckkosten | 8,-- | | 16,-- | 8,-- |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | Teilsumme | 8,-- | | 16,-- | 8,-- |
| 1.6 | Abschlussprojektphase | Druckkosten | 31,-- | | | |
| | | Binden der DA | 20,-- | | 20,-- | 0,-- |
| | | | | | | |
| | | Teilsumme | 51,-- | 20,-- | 0,-- | |
| Projekt-kosten | | Gesamtsumme | 107,-- | 20,-- | 57,-- | 15,-- |

Version: 1.0

Änderungsdatum: 25. März 2016

Arbeitspaketspezifikationen

| Projektmanagement (1.1) | Sarah Kaufmann Alysha Neuwirth |
|--|---|
| Inhalte (was soll getan werden?) | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Start der Diplomarbeit ▪ Projektcontrolling ▪ Projektmarketing ▪ Projektende | |
| Nicht-Inhalte (was soll nicht getan werden?) | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verfassen der Diplomarbeit ▪ Zitate richtig verfassen ▪ Durchführung des Praxisanteils | |
| Ergebnisse (was liegt nach Fertigstellung des AP vor?) | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ fixer Abgabetermin der Diplomarbeit ▪ Einführung ins richtige Zitieren | |
| Version: 1.0 | |
| Änderungsdatum: 25. März 2016 | |

Arbeitspaketspezifikationen

| Vorprojektphase (1.2) | Sarah Kaufmann Alysha Neuwirth |
|--|---|
| Inhalte (was soll getan werden?) | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teamfindung ▪ Themenfindung ▪ Aussuchen der Betreuungslehrer ▪ Kooperationspartner anfragen ▪ Genehmigung Landesschulrat | |
| Nicht-Inhalte (was soll nicht getan werden?) | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verfassen der Diplomarbeit ▪ fixer Zeitplan | |

| |
|---|
| <p>Ergebnisse (was liegt nach Fertigstellung des AP vor?)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zuteilung der Betreuungslehrer ▪ Findung des Kooperationspartners ▪ Genehmigung des Landesschulrats |
| <p><i>Version: 1.0</i></p> <p><i>Änderungsdatum:25. März 2016</i></p> |

Arbeitspaketspezifikationen

| | |
|---|---|
| Zwischenprojektphase(1.3) | Sarah Kaufmann Alysha Neuwirth |
| <p>Inhalte (was soll getan werden?)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Besprechung mit Betreuungslehrerin ▪ Besprechung Kooperationspartner ▪ Vorbereitungen für Praxisanteil ▪ Literaturbeschaffung ▪ PSP erstellen | |
| <p>Nicht-Inhalte (was soll nicht getan werden?)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vollendung der Diplomarbeit ▪ Interviews führen ▪ Fertigstellung des Praxisanteils | |
| <p>Ergebnisse (was liegt nach Fertigstellung des AP vor?)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorläufiger PSP ▪ Vorbereitungen für den Praxisanteil | |
| <p><i>Version: 1.0</i></p> <p><i>Änderungsdatum:25. März 2016</i></p> | |

Arbeitspaketspezifikationen

| | |
|-------------------------------|---|
| Hauptprojektphase(1.4) | Sarah Kaufmann Alysha Neuwirth |
|-------------------------------|---|

| | |
|--|------------|
| Inhalte (was soll getan werden?) | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erstellung Fragebögen ▪ Kontaktaufnahme mit Experten ▪ Besuch Fair-Trade-Veranstaltungen ▪ Materialbeschaffung ▪ Beginn des Verfassens der DA ▪ vorläufiges Projekthandbuch erstellen | |
| Nicht-Inhalte (was soll nicht getan werden?) | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Abgabe der Diplomarbeit ▪ Analyse der Fragebögen | |
| Ergebnisse (was liegt nach Fertigstellung des AP vor?) | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Expertenmeinungen ▪ Fragebögen für die SPAR-Kunden der Südoststeiermark erstellt ▪ Beginn des Verfassens | |
| <i>Version:</i> | <i>1.0</i> |
| <i>Änderungsdatum: 25. März 2016</i> | |

Arbeitspaketspezifikationen

| | |
|---|---|
| Endprojektphase (1.5) | Sarah Kaufmann Alysha Neuwirth |
| Inhalte (was soll getan werden?) | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Texte überarbeiten ▪ zusammenfügen der Texte ▪ Korrekturlesen ▪ aushändigen des Textes an die Betreuungslehrer | |
| Nicht-Inhalte (was soll nicht getan werden?) | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Präsentation der Diplomarbeit ▪ Binden der Diplomarbeit | |
| Ergebnisse (was liegt nach Fertigstellung des AP vor?) | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ zusammengefügter Text ▪ Rohversion der Diplomarbeit | |
| <i>Version: 1.0</i> | |

Änderungsdatum: 25. März 2016

Arbeitspaketspezifikationen

| Abschlussprojektphase (1.6) | Sarah Kaufmann Alysha Neuwirth |
|--|---|
| <p>Inhalte (was soll getan werden?)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Abschlussbesprechungen ▪ Binden der DA ▪ Abgabe der DA | |
| <p>Nicht-Inhalte (was soll nicht getan werden?)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Präsentation der Diplomarbeit | |
| <p>Ergebnisse (was liegt nach Fertigstellung des AP vor?)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ eine vollendete, fehlerfreie, gebundene Diplomarbeit | |
| <p><i>Version: 1.0</i></p> <p>Änderungsdatum: 25. März 2016</p> | |

Aufgabenverteilung

| PSP-Code | Arbeitspakete | Projektrollen | | Relevante Umwelten | | Projektbetreuer: | Projektbetreuer: | Relevante Umwelt: |
|------------|--|---------------|-----|--------------------|---|------------------|------------------|-------------------|
| | | PAG: | PL: | PTM: | | | | |
| 1.1 | Phase 1: Projektmanagement | | | | | | | |
| 1.1.1 | AP 1: Projekt starten | E | D | D | M | M | I | |
| 1.1.2 | AP 2: Projekt kontrollen | | D | D | I | I | | |
| 1.1.3 | AP 3: Projekt koordinieren | | D | D | I | I | | |
| 1.1.4 | AP 4: Projekt vermarkten | | D | D | E | E | I | |
| 1.1.5 | AP 5: Projekt abschließen | I | D | D | E | E | I | |
| 1.2 | Phase 2: Vorprojektphase | | | | | | | |
| 1.2.1 | AP 1: Teamfindung | | D | D | | | | |
| 1.2.2 | AP 2: Themenfindung | E | D | D | | | | |
| 1.2.3 | AP 3: Betreuungslehrer anfragen | | D | D | E | E | I | |
| 1.2.4 | AP 4: Genehmigung Landesschulrat | E | I | I | I | I | | |
| 1.3 | Phase 3: Zwischenprojektphase | | | | | | | |
| 1.3.1 | AP 1: Vorbereitung für Praxisanteil | | D | D | I | I | | |
| 1.3.2 | AP 2: Literaturbeschaffung | | D | D | | | | |
| 1.3.3 | AP 3: PSP erstellen | | D | D | I | I | | |
| 1.4 | Phase 4: Hauptprojektphase | | | | | | | |
| 1.4.1 | AP 1: Erstellung Fragebogen | | D | D | E | E | | |
| 1.4.2 | AP 2: Besuch des FairStyria-Tag | | D | D | I | I | I | |
| 1.4.3 | AP 3: Beginn des Verfassens der Diplomarbeit | | D | D | | | | |
| 1.4.4 | AP 4: Projekthandbuch fertigstellen | | D | D | E | E | | |
| 1.5 | Phase 5: Endprojektphase | | | | | | | |
| 1.5.1 | AP 1: Texte überarbeiten | | D | D | M | M | | |
| 1.5.2 | AP 2: Zusammenfügen der Texte | | D | D | | | | |
| 1.5.3 | AP 3: Gegenseitiges Korrekturlesen | | D | D | | | | |
| 1.5.4 | AP 4: Aushändigen des Textes an die Betreuungslehrer | | D | D | | | | |
| 1.6 | Phase 6: Abschlussprojektphase | | | | | | | |
| 1.6.1 | Korrekturlesen von anderen | | I | I | D | D | D | |
| 1.6.2 | Abschlussbesprechungen | | M | M | D | D | | |
| 1.6.3 | Binden der Diplomarbeit | | D | D | I | I | | |
| 1.6.4 | Abgabe der Diplomarbeit | | D | D | I | I | E | |

Legende:

- D Durchführungsverantwortung
- M Mitarbeit
- I wird informiert
- E wird entscheiden

10. ZEITERFASSUNG

ZEITERFASSUNG

von Sarah Kaufmann

| Datum | Dauer | Tätigkeit |
|------------|--|---|
| 01.09.2015 | 10:30 – 11:44 Uhr 15:00 – 16:35 Uhr | Entwicklung der internationalen Handelsstruktur |
| 04.09.2015 | 9:00 – 9:42 Uhr | Fair-Trade Welthandelssystem |
| 05.09.2015 | 15:45 – 16:52 Uhr | Entwicklung der internationalen Handelsstruktur |
| 14.09.2015 | 11:20 – 11:40 Uhr | Konzept des fairen Handels |
| 17.09.2015 | 13:40 – 13:56 Uhr | Heraufladen der Fotos für das Präsentationsvideo |
| 28.09.2015 | 17:03 – 18:45 Uhr | Alternativer Handel Überarbeitung der Satzstellung von den bis jetzt erarbeiteten Themenbereichen |
| 29.09.2015 | 11:00 – 12:30 Uhr | Entwicklung in Österreich |
| 06.11.2015 | 10:20 – 11:08 Uhr | Heraufladen der Fotos vom Fair-Trade-Tag Recherchearbeiten für den Ausbau der internationalen Handelsstruktur |
| 26.11.2015 | 20:38 – 21:08 Uhr | Verbesserung des Fragebogens, Zusendung der E-Mail an Johannes Steinbach (Experte) |

| | | |
|------------|--|--|
| 01.12.2015 | 19:16 – 19:31 Uhr | Beantwortung der E-Mail von Johannes Steinbach |
| 01.12.2015 | 17:00 – 18:00 Uhr | Problematik, die durch den fairen Handel ausgeglichen werden soll |
| 03.12.2015 | 18:00 – 18:34 Uhr | Wo steht Fair-Trade innerhalb des Welthandelssystems |
| 28.12.2015 | 11:00 – 14:00 Uhr | Fair-Trade-Unternehmen in Österreich/ Werbung und Marketing |
| 30.12.2015 | 15:15 – 19:19 Uhr | Fair-Trade-Unternehmen in Österreich/Werbung und Marketing/ Entwicklung in Österreich |
| 01.01.2016 | 16:45 – 20:24 Uhr | Ausbau der Themen: Entwicklung der internationalen Handelsstruktur/ Entwicklung in Österreich/ Wo steht der faire Handel innerhalb des Welthandelssystems/Fair-Trade in Österreich |
| 03.01.2016 | 10:00 – 12:12 Uhr | Ausbau Entwicklung der internationalen Handelsstruktur |
| 03.01.2016 | 16:56 – 18:50 Uhr | Veränderung der Themen: Wo steht der faire Handel innerhalb des Welthandelssystems/ Verbesserung der Zitate bis S.5 |
| 04.01.2016 | 9:30 – 10:30 Uhr | Umschreibung von Entwicklung in Österreich und Kontrolle und Verbesserung bis Zitat 19 |
| 04.01.2016 | 11:56 – 12:26 Uhr 12:36 – 13:09 Uhr | Fertigstellen aller Zitate |

| | | |
|------------|----------------------|--|
| | 13:09 – 17:26 Uhr | |
| | 18:41 – 20:11 Uhr | |
| 05.01.2016 | 09:55 – 13:39 Uhr | Ausbau Gewürzsoriment und Beginn mit dem Thema Frauenrechte |
| 05.01.2016 | 15:43 – 17:44 Uhr | Fair-Trade Schulbildung |
| 06.01.2016 | 10:19 – 14:45 Uhr | E-Mail an Experten gesendet Weltladen, Zotter, EZA, Bernadette Weber Projekthandbuch Eintrag Zeitplan Kaffeeinitiative von Frauenhand |
| 07.01.2016 | 19:04 – 21:18 Uhr | Verbesserung der von Word verschobenen Zitate von der Schulbildung Kinderarbeit ausgebaut |
| 15.02.2016 | 12:20 – 12:45 Uhr | Umschreibung WTO im Welthandelssystem, andere Einleitung Fair-Trade Österreich, wer ist Fair-Trade Österreich (öffentlich und wirtschaftliche Bereiche) |
| 16.02.2016 | 18:00 – 18:40 Uhr | Näher auf die Steiermark eingehen Wo wird Fair-Trade in der Steiermark betrieben, Graz (Fair-Trade-Tag) |

| | | |
|------------|----------------------|---|
| 18.02.2016 | 9:00 – 12:41 Uhr | Informationssuche über die Steiermark, Inhalte über die Steiermark ausgearbeitet, Schreiben an Winkler Katrin für unserer Präsentationsvideo, Fragen vorbereiten für die Chefin/Buchhalterin Spar Gnas, E-Mail um ein neues Treffen zu vereinbaren, Ausbau des Fair-Trade-Welthandelssystem umschreiben. |
| 19.02.2016 | 9:45 – 14:00 Uhr | Anruf Johannes Steinbach, erklärte mir den Zusammenhang von WTO und Europa. Außerdem informierte ich mich über die Subventionen. Überarbeitung Welthandelssystem, habe falsche Informationen herausgesucht. Abbildung WTO-Länder hinzugefügt, Steiermark erweitern, Abbildungen überarbeitet mit Schattierungen und ein automatisches Inhaltsverzeichnis eingefügt. |
| 21.02.2016 | 10:16 – 11:15 Uhr | Steiermark umgeschrieben und zusätzlich Informationen über die Steiermark im Zusammenhang mit Fair-Trade herausgesucht. |
| 29.02.2016 | 18:02 – 20:15 Uhr | Einfügen eines Abbildungsverzeichnis, Steiermark umgeändert, Fair-Trade zu Fair-Trade ausgebessert, Überarbeiten und Durchlesen der DA, Marketingdiagramm hinzugefügt. |
| 06.03.2016 | 20:15 – 21:07 Uhr | Verbesserung von ungenauen Textpassagen in der Diplomarbeit |
| 08.03.2016 | 18:41 – 20:30 Uhr | Textpassagen bis Kommentar 19 ausgebessert. |
| 09.03.2016 | 7.00 – 13.00 Uhr | Zitate überarbeitet, unklare Textpassagen überarbeitet Texte zusammensetzen |

| | | |
|------------|----------------------|---|
| 09.03.2016 | 16:00 – 19:00 Uhr | Formatierungen überarbeitet |
| 22.03.2016 | 13:00 – 16:00 Uhr | Diplomarbeit ausgebessert, Zitate richtig gestellt |
| 24.03.2016 | 10:00 – 15:00 Uhr | DA fertig verbessert, Zitate umgeändert |
| 25.03.2016 | 10:00 – 11:00 Uhr | Zitate verändert |
| 28.03.2016 | 14:00 – 17:00 Uhr | Zitate verändert, formatiert |
| 30.03.2016 | 19:00 – 20:00 Uhr | Zitate überarbeitet, Zeiterfassung |
| 31.03.2016 | 18:00 – 19:56 Uhr | Zeiterfassung umgeändert, Kopfzeilen gemacht, Protokolle geschrieben |
| 01.04.2016 | 18:00 – 22:03 Uhr | Zitate korrigiert, Text ausgebessert, Seitenzahlen neu eingestellt, Kopfzeilen gemacht |
| 02.04.2016 | 7:00 – 16:00 Uhr | Formatierungen der Überschriften überarbeitet, alles kontrolliert, Zitate vereinheitlicht |

ZEITERFASSUNG

von Alysha Neuwirth

| Datum | Dauer | Tätigkeit |
|------------|------------|-----------------------|
| 14.09.2015 | 3 h 50 min | Gütesiegel, Standards |

| | | |
|------------|------------|--|
| 19.09.2015 | 3 h 30 min | Standards, Finanzierung, Global Organic |
| 30.11.2015 | 3 h 20 min | Konzept des fairen Handels |
| 27.12.2015 | 2 h 40 min | Konzept des fairen Handels, Anlaufstellen für Fair-Trade-Produkte |
| 30.12.2015 | 4 h 30 min | Anlaufstellen für Fair-Trade-Produkte (Weltladen), Organisationen von Fair-Trade |
| 02.01.2016 | 5 h 30 min | Begriffserläuterung, Finanzierung (überarbeitet), Organisationen von Fair-Trade (ergänzt), Konzept des fairen Handels (ergänzt) und Bild hinzugefügt, Standards (überarbeitet) |
| 04.01.2016 | 3 h 10 min | Gewisse Begriffserklärungen hinzugefügt, Ergänzungen bei mehreren Themenbereichen |
| 05.01.2016 | 3 h 50 min | WFTO-Standards ausgearbeitet und anschließend ergänzt |
| 06.01.2016 | 2 h 50 min | Gewisse Themenbereiche ausformuliert |
| 12.01.2016 | 3 h 10 min | Format etwas geändert, Text gegendert, Informationen gesammelt |
| 16.02.2016 | 2 h 40 min | Anfang über geschichtlichen Hintergrund von Fair-Trade |
| 20.02.2016 | 5 h 30 min | Weitere Ausarbeitung der Geschichte von Fair-Trade, Textschrift und Textgröße angepasst, Überschriften richtig formatiert, grobe Fehlerausbesserung |
| 24.02.2016 | 3 h | Weitere Ausarbeitung der Fair-Trade Geschichte, gewisse Stellen ausformuliert und grammatikalisch verbessert, ein paar Ergänzungen |
| 01.03.2016 | 1 h 45 min | Fair-Trade-Schreibweise geändert Fair-Trade -> Fair-Trade, Ausarbeitung der Geschichte fertiggestellt |
| 02.03.2016 | 6 h 30min | Praxisanteil, Text nach Fehlern durchsucht |
| 07.03 2016 | 2 h 30 min | z. B. in "zum Beispiel" geändert, Geschichte von Fair-Trade fertiggestellt |
| 08.03.2016 | 9 h 50 min | Überschriften geändert, manche Überschriften gelöscht und die Inhalte zusammengefügt, Verbesserun- |

| | | |
|------------|-----------|--|
| | | gen im Text vorgenommen, Schriftart in der Fußzeile vereinheitlicht, zwei weitere Themen ergänzt, ausformuliert und fertiggestellt |
| 09.03.2016 | 3h 20 min | Diplomarbeit zusammengefügt, Texte und Bilder einheitlich formatiert |
| 19.03.2016 | 4h 50 min | Abbildungen beschriftet, Zitate oberflächlich kontrolliert, Absätze gesetzt und überprüft |
| 20.03.2016 | 7h 40 min | Ausdrucksfehler verbessert, fehlende Beistriche gesetzt, Überschriften teilweise gekürzt, Formulierungen verbessert |
| 29.03.2016 | 6h 50 min | Zitate kontrolliert und teilweise ergänzt, Verbesserungen im Text vorgenommen, Abbildungsverzeichnis ergänzt, Abbildungsbeschriftungen etwas abgeändert, Literaturverzeichnis gemacht, Praxisanteil ausformuliert, teilweise Formatierungsänderungen |

ZEITERFASSUNG

von Alysha Neuwirth/Sarah Kaufmann

| Datum | Dauer | Tätigkeit |
|------------|--------|--|
| 22.04.2015 | 20 min | Themenpräzession, Ausformulierung des DA-Titels, Besprechung der Methoden (Fragebogen, Fach-Interview) |
| 17.04.2015 | 20 min | Besprechung des Konzepts |
| 08.06.2015 | 10 min | Besprechung über den Fair-Trade-Tag am 24.06, Auseinandersetzung mit den Regeln bei dem Interview |
| 22.06.2015 | 15 min | Besprechung über den Fair-Trade-Tag, Überlegungen zu den Fragestellungen |
| 30.06.2015 | 15 min | Fair-Trade-Tag wurde verschoben, Ausformulierung des DA-Untertitels, Besprechung der Ferienarbeit |
| 05.08.2015 | 15 min | Unterlagenbeschaffung |

| | | |
|------------|------------|--|
| 15.08.2015 | 4 h 30 min | Entwurf der Titelseite, Anfänge des Projekthandbuchs, Themenübersicht |
| 20.08.2015 | 2 h 30 min | Erstellung des Fragebogens, Planung der Umsetzung unseres Praxisanteils |
| 22.08.2015 | 10 min | Besprechung mit der Geschäftsleitung bezüglich der Umsetzung unseres Praxisanteils |
| 08.09.2015 | 6 h | Umsetzung unseres Praxisanteils (Fragebogen) an die Kunden der Lebensmittelkette Spar in Gnas, Saaz und Studenzen |
| 18.09.2015 | 50 min | Überarbeitung des Inhaltsverzeichnis, Vorbesprechung der Sparmesse in Graz |
| 30.09.2015 | 6 h | Kontaktaufnahme mit Fair-Trade engagierten Menschen, Beschaffung von Informationsmaterial |
| 24.09.2015 | 3 h 48 min | Sparmesse in Graz, Kontaktaufnahme mit EZA, Beschaffung Informationsmaterial, Verkostung von Fair-Trade-Produkten der EZA |
| 24.09.2015 | 25 min | Besprechung Formular (Einteilung der Inhalte) |
| 12.11.2015 | 20 min | Ab sofort jede neue Version des theoretischen Teil neu speichern, PSP schicken bis spätestens nächste Woche |
| 07.01.2016 | 8 h 35 min | Erstellung PSP, Fertigstellung Entwurf Projekthandbuch Version 1, Telefongespräch mit Johannes Steinbach (Chefredakteur des Landes Steiermark) |
| 12.01.2016 | 24 min | Besprechung der richtigen Zitierweise/Quellenangabe, Aufbereitung unserer derzeitigen Diplomarbeit, Veränderung von Ungenauheiten in unserer Diplomarbeit, kennen lernen unserer neuen Betreuungslehrerin Frau Wallner |
| 16.02.2016 | 53 min | Besprechung über die weitere Vorgehensweise, Aufteilung der E-Mails unserer Experten, neuen Termin für Ausarbeitung von Einleitung und weiteren Teilen unserer Diplomarbeit |
| 17.02.2016 | 6 h 28 min | Ausarbeitung Einleitung, Vorwort, Danksagung, und Vorwort, Einigung auf die gleiche Art zu gendern |

| | | |
|------------|------------|--|
| 26.02.2016 | 30 min | Besprechung über unser Video für unsere Präsentation, Ein Termin wurde festgelegt am 8. März um die 1. Version der DA in ausgedruckter Form abzugeben, Fragen über die Auswertung unserer Fragebögen wurden besprochen |
| 01.03.2016 | 3 h | Auswertung unserer Fragebögen |
| 07.03.2016 | 3 h 46 min | Inhaltsverzeichnis, Projekthandbuch Version 2, Abstract/Zusammenfassung in deutscher Sprache |
| 24.03.2016 | 3 h 23min | Abstract, Zusammenfassung/Ausblick |
| 25.03.2016 | 3 h 36 min | Abstract verbessert, Projekthandbuch verändert |
| 29.03.2016 | 4 h | Tabellen und Abbildung der Diagramme überarbeitet |
| 30.03.2016 | 20 min | Letzte Feinheiten besprochen, einheitliche Zitierweise |
| 31.03.2016 | 1 h | Korrekturen von Frau Wipfler besprochen, umformatiert |

Fortschrittsbericht/Zwischenbericht

Aufgabenverteilung unter den Teammitgliedern im Rahmen der Diplomarbeit als Grundlage für die Zwischenbesprechungen

| WER | WAS | BIS WANN | ERLEDIGT | NOCH OFFEN | ANMERKUNGEN |
|--------------|--|------------------|----------|------------|-------------|
| Alysha | Ausarbeitung der E-Mail der EZA | 2. März 2016 | Ja | - | - |
| Sarah | Ausarbeitung E-Mail Johannes Steinbach | 2. März 2016 | Ja | - | - |
| Alysha/Sarah | Einleitung, Danksagung, Vorwort | 26. Februar 2016 | Ja | - | - |
| Alysha/Sarah | PSP | 12. Jänner 2016 | Ja | - | - |
| Alysha/Sarah | Abstract/Zusammenfassung | 24. März 2016 | Ja | - | - |

| | | | | | |
|--------------|----------------------|-------------------|----|---|---|
| Alysha/Sarah | Literaturverzeichnis | 29. April 2016 | Ja | - | - |
|--------------|----------------------|-------------------|----|---|---|

11. Praxisanteil

In unserem Praxisanteil befragten wir 50 SPAR-Kunden der Südoststeiermark über ihre Meinung zu Fair-Trade und ihr entsprechendes Kaufverhalten. Ebenso wollten wir, dass die befragten Personen ihr Kaufverhalten begründen.

Wie viele der SPAR-Kunden der Südoststeiermark kaufen Fair-Trade-Produkte?

6.1 JA, ich kaufe Fair-Trade-Produkte, weil...

(insgesamt 50 Befragte)

| Frau | Mann | Alter | Beruf | Anzahl |
|------|------|---------|--------------|--------|
| X | | 36-45 | Angestellte | 5 |
| | X | 26-35 | Angestellter | 3 |
| X | | Über 45 | Hausfrau | 3 |
| | X | 36-45 | Angestellter | 3 |
| | X | 14-19 | Arbeiter | 1 |
| X | | 14-19 | Lehrling | 3 |
| X | | 26-35 | Hausfrau | 1 |
| X | | 26-35 | Arbeiter | 1 |
| | X | 36-45 | Arbeiter | 2 |
| | X | 20-25 | Angestellter | 1 |
| X | | Über 45 | Angestellte | 2 |

| | | | | |
|---|---|---------|--------------|---|
| | X | Über 45 | Angestellter | 1 |
| | X | 26-35 | Arbeiter | 1 |
| x | | 14-19 | Schüler | 1 |
| x | | Über 45 | Pensionistin | 3 |
| x | | Über 45 | Arbeiterin | 1 |
| x | | 26-35 | Angestellte | 1 |
| | X | 14-19 | Lehrling | 1 |

In dieser Tabelle kann man anhand von soziodemografischen Daten erkennen, welche Menschengruppen Fair-Trade-Produkten gegenüber herkömmliche Produkten vorziehen.

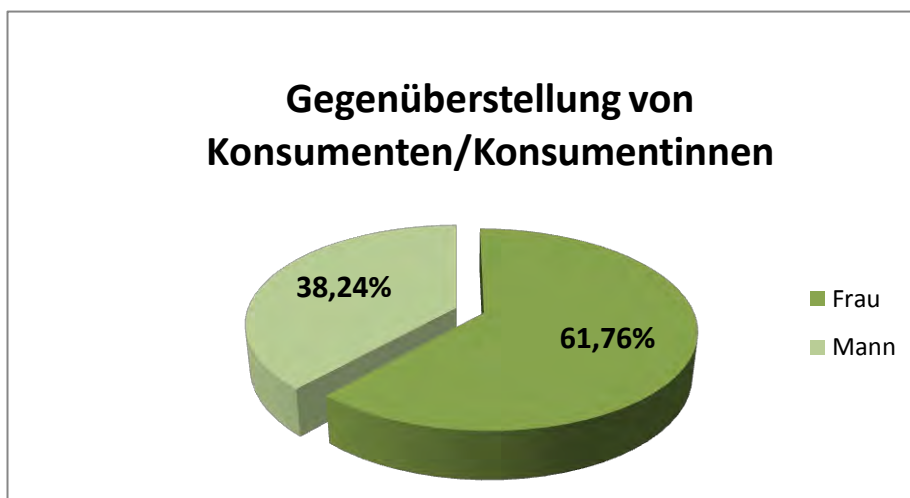


Abb.10: Prozentuale Gegenüberstellung von Konsumenten/Konsumentinnen welche Fair-Trade-Produkte regelmäßig kaufen.



Abb.11: Dieses rote Tortendiagramm veranschaulicht die prozentuale Darstellung der Altersgruppen, welche Fair-Trade-Produkte bevorzugen.

6.2 Nein, ich kaufe keine Fair-Trade-Produkte, aus Gründen wie...

| Frau | Mann | Alter | Beruf | Anzahl |
|------|------|---------|--------------|--------|
| | X | Über 45 | Arbeiter | 3 |
| X | | 36-45 | Angestellte | 1 |
| | X | 20-25 | Arbeiter | 1 |
| x | | 26-35 | Arbeiter | 2 |
| | X | 26-35 | Angestellter | 1 |
| x | | Über 45 | Arbeiter | 1 |
| x | | 20-25 | Arbeiter | 1 |
| | X | 14-19 | Arbeiter | 1 |

| | | | | |
|--|---|-------|--------------|---|
| | X | 14-19 | Arbeitslos | 1 |
| | X | 20-25 | Angestellter | 1 |

Im Gegensatz zur oben dargestellten Tabelle werden hier die soziodemografischen Daten von den SPAR-Kunden der Südoststeiermark, die KEINE Fair-Trade-Produkte konsumieren gezeigt.



Abb. 12: Das Schaubild gibt Auskunft über die geschlechtliche Verteilung der Nicht-Fair-Trade-Käufer.



Abb. 13: Aus dem orangenen Kreisdiagramm lassen sich die prozentualen Werte, der Nicht-Fair-Trade-Konsumenten, in Altersgruppen eingeteilt, entnehmen.

6.3 Gründe für Fair-Trade-Produkte

JA

| Gründe | Anzahl |
|--|--------|
| Gesunde Nahrung = Info für unsere Zellen | 1 |
| Fairness | 9 |
| Aufgrund der angebotenen Produkte (Kaffee, Schokolade,...) | 1 |
| Umweltschonend | 2 |
| Nachhaltige Produktion | 2 |
| Unterstützung der Bauern | 6 |
| Gefühl Gutes zu tun | 1 |
| Faire Bezahlung | 1 |
| Wirtschaftlichkeit | 1 |
| Aus Solidarität (weil es sich gehört) | 1 |
| Unterstützung der Dritte-Weltläden | 1 |

Die Kunden der SPAR-Supermärkte erklärten ihr Kaufverhalten aus den in der Tabelle dargelegten Gründen.

6.4 Gründe gegen Fair-Trade-Produkte, laut der SPAR-Kunden der Südoststeiermark

NEIN

| Gründe | Anzahl |
|----------------------|--------|
| zu teuer | 5 |
| Bevorzugt regionales | 1 |
| Zu wenig Auswahl | 1 |
| Erst einmal probiert | 1 |

Diese Gründe wurden von Nicht-Fair-Trade-Kunden genannt.

| | Wünschen Sie sich mehr Auswahl? | Fair-Trade in der Werbung? | Sollte man Werbung für Fair-Trade intensiver betreiben? | Fair-Trade-Produkte sichtbar positioniert? |
|-------------|---------------------------------|----------------------------|---|--|
| JA | 25 | 35 | 30 | 20 |
| NEIN | 20 | 14 | 18 | 28 |

Aus dieser Tabelle lässt sich entnehmen, dass die Mehrheit der befragten SPAR-Kunden sich ein größeres Sortiment und mehr Werbung für Fair-Trade wünschen. Ebenso sollte man die Produkte in den SPAR-Supermärkten der Südoststeiermark sichtbarer positionieren und mehr Werbung mithilfe von Medien publiziert werden.