

Struktur und Zuständigkeiten im internationalen Fairtrade-System



FAIRTRADE

Inhalt

1. Das internationale Fairtrade-System und seine Aufgaben.....	3
2. Die verschiedenen Akteure im Fairtrade-System	4
2.2. Fairtrade International.....	4
2.2.1. Struktur von Fairtrade International.....	4
2.2.2. Tätigkeitsbereiche von Fairtrade International	5
3. FLO-CERT.....	8
3.1. Struktur von FLOCERT	8
3.2. Tätigkeitsbereiche von FLOCERT.....	9
4. Nationale Fairtrade Organisation am Beispiel von TRANSFAIR e.V.....	9
4.1. Struktur von TransFair.....	9
4.2. Tätigkeitsbereiche von TransFair	10
5. Die Produzenten-Netzwerke CLAC, Fairtrade Africa und NAPP	10
5.1 Aufgaben der Produzenten-Netzwerke	11
5.2 Coordenadora de Latino America y de Caribe (CLAC)	11
5.3. Fairtrade Africa (FTA)	12
6. Das Fair Trade Advocacy Office in Brüssel (FTAO)	13

1. Das internationale Fairtrade-System und seine Aufgaben

1997 schlossen sich 14 nationale Siegelinitiativen (National Fairtrade Organisations, NFOs), zusammen - darunter auch TRANSFAIR e.V. aus Deutschland -, um die Aktivitäten in den jeweiligen Land, die auf Produzentenorganisationen ausgerichtet waren, zu koordinieren und zusammen zu führen. Aus diesem Zusammenschluss entstand die Fairtrade Labelling Organisations International (FLO), heute **Fairtrade International (FI)**, eine internationale Organisation mit Sitz in Bonn, deren Rechtsform der eingetragene Verein (e.V.) ist. Die Mitglieder von Fairtrade International sind mittlerweile 22 Nationale Fairtrade Organisationen, 9 Fairtrade Marketing Organisationen (Vermarktung, aber noch keine Fairtradelizenierung), und drei Produzentennetzwerke: Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Comercio Justo (CLAC), Fairtrade Africa (FTA) und das Network of Asian and Pacific Producers (NAPP). Letztere repräsentieren die Fairtrade-Produzentenorganisationen in Lateinamerika, Afrika und Asien.

Fairtrade International hat folgende Ziele: den Handel fairer zu machen, Selbstbestimmung für kleinbäuerliche Produzenten und Arbeiter zu erreichen, und nachhaltige Lebensverhältnisse zu ermöglichen.

Um dies zu erreichen erarbeitet Fairtrade Standards, die faire Handelsbeziehungen gewährleisten, und unterstützt die Produzenten in technischer und finanzieller Hinsicht. Außerdem unterstützt Fairtrade sie bei der Erschließung von Märkten. Um größere Unabhängigkeit und Transparenz der Fairtrade-Zertifizierung zu gewährleisten, wurden im Jahr 2004 die Aufgabenbereiche Standarderstellung von Kontrolle und Zertifizierung getrennt. Heute werden die Fairtrade-Standards durch den unabhängigen Zertifizierer Flocert kontrolliert.

Die Aufgabenverteilung im Fairtrade-System sieht folgendermaßen aus:



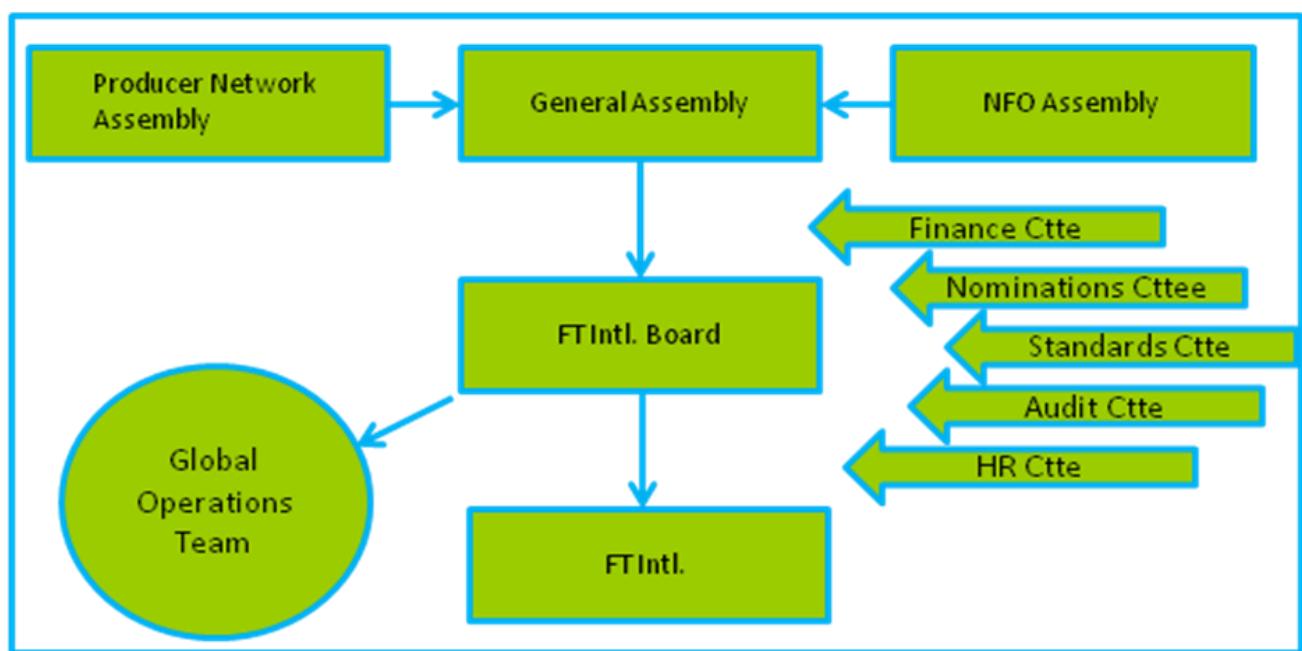
2. Die verschiedenen Akteure im Fairtrade-System

2.2. Fairtrade International

Fairtrade International ist die Dachorganisation des Fairtrade-Systems. In der Geschäftsstelle in Bonn arbeiten ca. 70 MitarbeiterInnen. Sie sind vor allem in der Methoden- und Standardentwicklung, in der Außenkommunikation, im Bereich Monitoring & Evaluierung, und in der systemweiten Abstimmung und Koordination tätig.

2.2.1. Struktur von Fairtrade International

Mitglieder sind über die Generalversammlung und über ihre eigenen Hauptversammlungen (z.B. NFO Assembly und Producer Network Assembly) an den Entscheidungsprozessen von Fairtrade International beteiligt. In der Generalversammlung treffen die Delegierten der 22 NFOs sowie der drei Produzenten-Netzwerke CLAC, Fairtrade Africa und NAPP Entscheidungen gemäß der jeweiligen Tagesordnung, und wählen den Vorstand von Fairtrade International. Dabei halten beide Seiten 50 Prozent der Stimmrechte. Fairtrade ist damit nicht nur im fairen Handel das einzige Standard- und Zertifizierungssystem, das eine vollständige Produzentenmitbestimmung umsetzt.



Der Vorstand von Fairtrade International (**Board**) gibt die strategische Richtung der Organisation vor. Es besteht aus 9-13 Vorständen. Diese müssen zu gleicher Zahl aus Repräsentanten der Nationalen Fairtrade-Organisationen und der Produzentennetzwerke bestehen und von mindestens drei externen, unabhängigen Experten ergänzt werden. Der Vorstand ist für Finanz- und Risikomanagement verantwortlich und bestimmt die Mitglieder für die Experten-Komitees, die die Aufsichtsführung u.a. über die Schlüsselbereiche Standards, Finanzen, und Nominierungen sowie die Abteilung für Monitoring, Evaluation und Planning (MEP) haben.

Um die operative Umsetzung, der vom Board getroffenen strategischen Entscheidungen zu gewährleisten, hat das Board das **Global Operations Team (GOT)** ins Leben gerufen. Es besteht aus jeweils einem Vertreter aus Produzentennetzwerken und NFOs und dem Geschäftsführer (CEO) von Fairtrade International. Diese Gruppe konferiert in regelmäßigen Abständen und lässt sich über Fortschritte der verschiedenen



internationalen Projekte sowie über Entwicklungen in den einzelnen Organisationen informieren. Wenn erforderlich greift das GOT steuernd ein, um eine systemweite Kohärenz von Zielen und Aktivitäten zu erreichen. Qua Satzungen existieren insgesamt fünf so genannte „Committees“:

Das **Standards Committee** stimmt über die Inhalte und die Implementierung der Fairtrade-Standards ab. Diese werden von der Standards-Abteilung (**Standards Unit**) entwickelt und gelten verbindlich für alle an der Fairtrade-Handelskette beteiligten Kleinbauern-, Vertragsanbau- und Lohnarbeits-Organisationen sowie kommerzielle Unternehmen/Händler. Im Standards Committee sind alle Interessengruppen vertreten: Produzentenvertreter, Vertreter der Händler, Vertreter der alternativen Handelsorganisationen, und der Nationalen Fairtrade-Organisationen. Das Standards Committee trifft sich fünfmal im Jahr.

Das **Nominations Committee** überwacht die Entwicklung und die Leistungsfähigkeit von Fairtrade International.

Das **Finance Committee** überwacht die Finanzsituation von Fairtrade International und entwickelt Strategien, um eine adäquate Finanzierung von Fairtrade International zu gewährleisten.

Das **Audit Committee** berät das Board hinsichtlich der Ernennung externer Auditoren und begleitet die jährliche Wirtschaftsprüfung, die von externen Auditoren durchgeführt wird. Es unterstützt das Board in der Erfüllung seiner Kassenprüferpflichten.

Das **Human Resources Committee** fördert die zu Zusammenarbeit der einzelnen Organisationen in Bezug auf Fragen des Personalmanagements. Es entwickelt Ideen und Vorschläge wie Ressourcen und Fähigkeiten im Einklang mit der strategischen Ausrichtung der Organisation am besten genutzt werden können.

Die **Monitoring, Evaluation and Planning Unit (MEP)** ist demgegenüber nicht als regelmäßig tagendes Komitee, sondern als permanente Arbeitsgruppe aufgestellt und hat mit der Datenerhebung und -analyse eine Schlüsselfunktion nicht für Fairtrade International, sondern für das gesamte Fairtrade-System.

2.2.2. Tätigkeitsbereiche von Fairtrade International

Die wichtigste Aufgabe von Fairtrade International ist zweifellos die Entwicklung und Verabschiedung der Fairtrade-Standards. Diese sind nicht nur die Grundlage für das Fairtrade-System, sondern auch die Referenzstandards für andere Ansätze im fairen Handel.

Die Fairtrade-Standards setzen überprüfbar Kriterien für die **soziale, ökologische und wirtschaftliche Entwicklung**. Sie werden **separat definiert für Kleinproduzenten-Organisationen (meistens Kooperativen), Vertragsanbau sowie lohnabhängige ArbeiterInnen** auf Plantagen und in Fabriken. Jeder dieser Standards ist **abgestimmt** auf Produkte, Arbeits- und Lebensbedingungen, die wirtschaftlichen Möglichkeiten und die gegebenen Umweltfaktoren dieser unterschiedlichen Produzentengruppen. Weiterhin gibt es einen **Standard für Händler (Trader Standard)**, der Kriterien für die Einhaltung der **Fairtrade-Bedingungen entlang der Handelskette** vom Produzenten bis zum Hersteller des Endproduktes festlegt.

In den Standards wird unterschieden zwischen **Kernanforderungen** („core requirements“), die Produzenten und Händler schon bei der Erstzertifizierung erfüllen müssen, und **Entwicklungsanforderungen** („development requirements“), die nach 1, 3 und 6 Jahren vollständig erfüllt werden müssen, unterschieden.

Bei den Kernanforderungen handelt es sich um elementare Prinzipien des Fairtrade-Systems (z.B. Verbot ausbeuterischer Kinderarbeit). Ihre Einhaltung wird anhand von Ja/Nein Fragen überprüft. Die meisten dieser Anforderungen müssen zum Zeitpunkt der Zertifizierung schon erfüllt sein, einige nach Ablauf des ersten Jahres und manche nach dem dritten Jahr.

Die Entwicklungsanforderungen werden ab dem ersten Jahr nach der Erstzertifizierung geprüft, der Rest nach dem dritten und sechsten. Sie dienen z.B. der Unterstützung der Produzenten bei der Stärkung ihrer wirtschaftlichen Grundlagen (wie etwa Investitionen in verbesserte Produktionsmethoden), oder benötigen langfristige Zeiträume zur Umsetzung (z.B. Erosionsschutzmaßnahmen). Im Gegensatz zu den



FAIRTRADE

DEUTSCHLAND

Kernanforderungen wird ihre Einhaltung nicht durch Ja/Nein-Fragen geprüft; jede Entwicklungsanforderung wird einzeln nach einem Punktesystem bewertet (1=keine Maßnahmen durchgeführt; 5= vorbildhafte Gestaltung der Maßnahme), wobei ein Durchschnittswert von 3 über alle Kriterien erreicht werden muss. Die Produzenten haben damit die Möglichkeit, ihre eigenen Prioritäten zu setzen. Fairtrade setzt damit einen selbstbestimmten Entwicklungsansatz um.

Grundlage der Standards sind folgende Prinzipien, die für alle Fairtrade-Produzenten und -Händler gleichermaßen gelten:

- **möglichst direkter Handel:** das Produkt soll durch die Importeure im Norden so direkt wie möglich und im besten Falle ohne Einschaltung von Zwischenhändlern erworben werden.
- **fairer Preis:** Für die meisten Fairtrade-Rohstoffe gibt es einen festgelegten Mindestpreis, der die durchschnittlichen Kosten einer nachhaltigen Produktion abbildet (COSP – costs of sustainable production). Liegt der Marktpreis höher als der Fairtrade-Mindestpreis, ist der Marktpreis zu bezahlen. Ein zusätzlicher Aufschlag wird für Produkte aus Bio-Anbau gezahlt. „Mindestpreis“ bedeutet keine Deckelung nach oben!
- **langfristige Handelsbeziehungen:** Der Importeur erklärt sich zu langfristigen Handelsbeziehungen mit der Produzentenorganisation bereit, und stellt darüber hinaus relevante Marktinformation zur Verfügung. Damit wird den Produzenten bessere Planungssicherheit gewährleistet.
- **Bereitstellung von Vorfinanzierungsmöglichkeiten:** Produzentenorganisationen haben einen Anspruch auf Vorfinanzierung bzw. einen Zahlungsvorschuss von bis zu 60 Prozent des Einkaufspreises der Produkte.
- **demokratische und transparente Organisationsstrukturen:** Nur Organisationen, die demokratisch organisiert sind und die größtmögliche Transparenz aufweisen, können sich Fairtrade-zertifizieren lassen.
- **Keine ausbeuterische Kinderarbeit:** Ausbeuterische Kinderarbeit oder Zwangsläufen ist unter Fairtrade-Bedingungen prinzipiell verboten.
- **Gesundheits- Ressourcen- und Umweltschutz:** im Fairtrade-System ist der Einsatz vieler offiziell zugelassener Chemikalien/Pestizide aufgrund ihrer besonderen Gesundheits- oder Umweltschädlichkeit grundsätzlich verboten. Die Standards enthalten außerdem die Verpflichtung zur Anwendung umweltverträglicher Anbaumethoden. Weiterhin fördert Fairtrade proaktiv die Umstellung auf Bio-Anbau durch Zahlung eines Bio-Zuschlags. Dies führt dazu, dass bereits mehr als die Hälfte der Fairtrade-zertifizierten Produzentenorganisationen auch Bio-zertifiziert sind, und das aktuell ca. 72 Prozent der Fairtrade-zertifizierten Produkte auf dem deutschen Markt auch ein Bio-Siegel trägt.
- **Entwicklung der lokalen Strukturen durch Fairtrade-Prämie:** Zusätzlich zu den Mindestpreisen bekommen die Produzentenorganisationen eine Fairtrade-Prämie für Gemeinschaftsprojekte in ihrem Lebens- und Arbeitsumfeld. Die Prämie wird z.B. für Krankenhäuser und Apotheken, für Erwachsenenbildung, Schulen und Kindergärten, für Straßen- und Brückenbau, Umweltschutzmaßnahmen oder für andere Projekte verwendet, die die Lebens-, Arbeits- und Umweltbedingungen der Produzenten verbessern. Über die Verwendung entscheiden allein die Produzenten in demokratischer Abstimmung: In den Kleinbauernkooperativen fällt im **Rahmen der Mitgliederversammlung die Entscheidung, und auf Plantagen wird dafür ein "Fairtrade-Prämien-Komitee"**, bestehend aus Vertretern des Managements und der Arbeiter, gewählt.

Einen vollständigen Überblick über alle Standards finden Sie hier:
<http://www.fairtrade.net/standards.html>



Die wichtigsten Fairtrade-Standards liegen auch in deutscher Übersetzung vor: <http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/was-macht-fairtrade/fairtrade-standards/inhalte/>

Weitere Aufgaben von Fairtrade International sind:

Die **Brand and Communications**-Abteilung ist für Öffentlichkeitsarbeit zuständig und entwickelt weltweite Kommunikationsstrategien zu Fairtrade .

Die **Global Resources** Unit ist die Finanz- und Administrationsabteilung von Fairtrade International. Sie beherbergt außerdem die Personalabteilung und verwaltet u.a. den Zertifizierungsfond, aus dem bei Bedarf ein Teil der Zertifizierungskosten für Kleinproduzentenorganisationen gedeckt werden kann.

Können die Zertifizierungskosten von einer Kleinproduzentenkooperative nicht selbst getragen werden, kann die Zertifizierung bis zu 75 Prozent aus den Mitteln des **Zertifizierungsfonds** von Fairtrade International finanziert werden. Gehen zu viele Anträge auf Kostenzuschuss ein, werden bevorzugt Produzenten von neuen oder biologisch angebauten Produkten sowie Produzenten in den ärmsten Ländern gefördert. Eine Produzentenkooperative kann Hilfe aus dem Zertifizierungsfonds maximal zwei Mal in Anspruch nehmen.

Ein eigenständiger Bereich ist die **Programmes** Abteilung. In dieser Abteilung wird die programmatische Arbeit von Fairtrade international hinsichtlich Gender, Klimawandel, Arbeitsrechte und Gewerkschaften, Kinderarbeit, Umweltschutz und natürliche Ressourcen entwickelt und koordiniert.

Das **Global Product Management** Team unterstützt international tätige Geschäftspartner, die unterschiedliche Produkte auf verschiedenen nationalen Märkten anbieten. Weiterhin verarbeitet es Informationen über einzelne Fairtrade-Produkte und stellt sie allen Teilnehmern des Fairtrade-Netzwerkes zur Verfügung.

Die **Standards and Pricing** Unit koordiniert Projekte zur Verbesserung bzw. Vereinheitlichung der Standards des Fairen Handels und erarbeitet Standards für neue Produkte. Dabei unterliegt Fairtrade International den Richtlinien und Anforderungen des ISEAL Code of Good Practice. ISEAL (International Social and Environmental Accreditation and Labelling Alliance) ist der internationale Dachverband von Umwelt- und Sozialzertifizierungsorganisationen. Zu der Erarbeitung der Standards gehören auch die Festlegung von Minimum-Preisen und die Überarbeitung von bereits existierenden Preisen. Mindestens alle drei Jahre werden Standards auf Aktualität überprüft und gegebenenfalls neu erarbeitet. Die produktspezifischen Standards werden nach Bedarf überarbeitet.

Die **Monitoring, Evaluation and Planning Unit (MEP)** ist für die kontinuierliche Datenerhebung und – analyse (Monitoring) im Fairtrade-System sowie für die Publikation des jährlichen Monitoringberichtes verantwortlich. Letzterer enthält alle wesentlichen Daten und Kennzahlen zu Fairtrade. Außerdem werden hier – in Zusammenarbeit mit der festen systemweiten Arbeitsgruppe zu MEP, der MEP Working Group – Baseline- und Wirkungsstudien zu Fairtrade konzipiert, welche dann an unabhängige externe Forschungsinstitutionen vergeben werden.

Jeder dieser Bereiche ist einem der fünf Fairtrade-Direktoren unterstellt.

3. FLOCERT

FLOCERT überprüft, ob die Produkte mit dem Fairtrade-Siegel nach den internationalen Fairtrade-Standards von Fairtrade International produziert und gehandelt werden. FLOCERT ist für die Durchführung der Zertifizierung bei allen Vertragspartnern zuständig. Alle an der Fairtrade-Handelskette beteiligten Produzenten und Händler unterliegen dem strengen Kontrollsysteem von FLOCERT, das nach der internationalen Qualitätsnorm für Zertifizierungsunternehmen **ISO 17065 bei der deutschen Akkreditierungsstelle DAkkS akkreditiert** ist. Damit wird größtmögliche Transparenz gewährleistet.

FLOCERT ist seit 2015 auch von der Social Enterprise Mark CIC als "soziales Unternehmen" ("social enterprise") zertifiziert und dort akkreditiert. Diese Zertifizierung bestätigt offiziell, dass das unternehmerische Handeln von FLOCERT mit dem Ziel erfolgt, Einkommen und Profite für positive soziale und ökologische Wirkungen zu verwenden.

Die jährlichen **Zertifizierungskosten für Produzenten** richten sich nach Art und Größe der jeweiligen Produzentenorganisation oder des Unternehmens, der Anzahl der Beschäftigten und Anzahl der zu zertifizierenden Produkte. Zusätzlich wird eine Bewerbungsgebühr erhoben. Die durchschnittlichen Zertifizierungskosten pro Mitglied einer gegebenen Produzentenorganisation lagen in 2014 bei 2,59 Euro; insgesamt lagen die Zertifizierungskosten in 2014 bei ca. 3,8 Prozent aller in 2014 gezahlten Fairtrade-Prämiengelder.

3.1. Struktur von FLOCERT

Das **Supervisory** (Aufsichtsrat) berät und überwacht FLOCERT bei den wichtigsten Entscheidungen. Es besteht aus Vertretern des Finanzwesens, unabhängigen Experten sowie Repräsentanten von Konsumentenorganisationen und bestätigt den Managing Director.

Beschwerden über Zertifizierungsentscheidungen behandelt das **Appeals Committee**, Beschwerden von Dritten gegenüber Fairtrade zertifizierten Kunden können über **Allegations** ebenfalls an die entsprechenden Gremien bei Flocert eingereicht werden. Das **Qualitätsmanagement** ist verantwortlich für die Verbesserung von Prozessen und Leistungen bei FLOCERT, wie die Harmonisierung von Arbeitsabläufen. Beschwerden zu den Vorgehensweisen von Flocert werden über den Complaint Mechanismus behandelt.

Der Geschäftsführung unterstellt sind die folgenden vier Abteilungen:

1. Das **Operations Department** ist in vier geografische Regionen (Asia & Pacific, Europe & North America, Africa und Latin America) unterteilt. Neben dem Standort Bonn gibt es Büros in Costa Rica, Südafrika, und Indien. Die Abteilung hat u.a. folgende Aufgaben:

- **Bearbeitung von Bewerbungen und Entscheidungen über Neuzertifizierungen**
- **Zertifizierung, Kontrolle und Evaluierung aller Vertragspartner**, d.h. Produzenten und Händler
- **Schulung und Koordinierung der externen FLOCERT Auditoren**, die Kontrollen bei allen Vertragspartnern von FLOCERT durchführen, um zu überprüfen, ob die Fairtrade-Standards eingehalten werden

2. Das **Technical Service Department** ist u.a. zuständig für IT, Datenmanagement (z.B. Reporting über Bezahlung und Verwendung der Fairtrade-Prämie, Rückverfolgbarkeit), Qualitätsmanagement, und Business Intelligence. Das **Finance and Central Services Department** ist zuständig für Finanzen, Personal, Administration und Legal.

3. Das Business Development Department ist zuständig für Entwicklung von Dienstleistungen im Bereich der Verifizierung, Zertifizierung, Marketing und Communications.

3.2. Tätigkeitsbereiche von FLOCERT

Alle Produzentenorganisationen, die Fairtrade-zertifiziert sind und daher im Fairtrade-Markt verkaufen dürfen, werden regelmäßig nach einheitlichen Verfahren auditiert, d.h. überprüft. Die Auditoren haben ihren Sitz vor Ort, womit gewährleistet ist, dass sie mit örtlichen, kulturellen, sprachlichen und gesetzlichen Gegebenheiten vertraut sind.

Kontrolliert werden alle in den Fairtrade-Standards definierten Kriterien, unter anderem die Verwendung der Fairtrade-Prämie sowie Einhaltung der Fairtrade-Kriterien entlang der Handelskette.

Die Zielsetzung von FLOCERT ist **nicht in erster Linie Fehlverhalten zu ahnden, sondern gemeinsame Wege zu finden bestehende Probleme zu lösen, um Entwicklung zu fördern**. Bei nachweislicher Verletzung der Standards treten allerdings abgestufte Sanktionen in Kraft, die von der Suspendierung bis zur Beseitigung der Missstände bis zur Dezertifizierung/Ausschluss reichen.

Alle Vertragspartner von FLOCERT (Produzenten und Händler) werden in regelmäßigen Abständen auf Erfüllung der Produktions- und Handelsstandards kontrolliert. Wichtiges Element bei der Auditierung von Händlern ist die Bezahlung der Mindestpreise und Sozialprämien an die Produzentenorganisationen. Die Auditoren prüfen außerdem die Verträge, Beschaffungspläne und gegebenenfalls die Bereitstellung der Vorfinanzierung.

Mehr als **130 geschulte Auditoren** führen weltweit die Kontrollen nach einheitlichen Verfahren bei den Vertragspartnern durch. So wird überprüft, ob alle zertifizierten Produkte tatsächlich nach den Fairtrade-Standards produziert und gehandelt werden und die Mindestpreise und Sozialprämien an die Produzentenorganisationen in den Entwicklungsländern fließen.

Flocert arbeitet zudem in Kooperation mit ausgewählten Bio-Zertifiziern, 4C und Utz, um den Auditaufwand für die Produzentenorganisationen vor Ort möglichst gering halten zu können.

4. Nationale Fairtrade Organisation am Beispiel von TRANSFAIR e.V.

4.1. Struktur von TransFair

1992 startete der gemeinnützige Verein TRANSFAIR seine Arbeit mit dem Ziel, benachteiligte Produzentenfamilien in Afrika, Asien und Lateinamerika zu fördern und durch den Fairen Handel ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen zu verbessern. Als unabhängige Initiative handelt TRANSFAIR e.V. nicht selbst mit Waren, sondern vergibt auf der Grundlage von Lizenzverträgen das Fairtrade-Siegel für gemäß Fairtrade-Standards gehandelte Produkte.

TRANSFAIR e.V. wird von **32 ausschließlich zivilgesellschaftlichen Mitgliedsorganisationen** aus den Bereichen Entwicklungszusammenarbeit, Kirche, Sozialarbeit, Verbraucherschutz, Genossenschaftswesen, Bildung, Politik und Umwelt getragen. Die Mitgliedsorganisationen unterstützen TRANSFAIR e.V. mit Aktionen, Kampagnen, und tragen die Idee des Fairen Handels in ihre jeweiligen Netzwerke und Zielgruppen. Mindestens ein Mal im Jahr findet eine TRANSFAIR-Mitgliederversammlung statt.

Rund 50 Mitarbeiter im Kölner TRANSFAIR-Büro in den zwei **Abteilungen Marketing sowie Öffentlichkeitsarbeit & Entwicklungspolitik** arbeiten an der Verwirklichung der Fairtrade-Ziele für



Deutschland und orientieren sich dabei an den jeweiligen Strategien von Fairtrade International und TransFair.

Der von der Mitgliederversammlung gewählte Aufsichtsrat hat derzeit sechs Mitglieder aus zivilgesellschaftlichen Organisationen und einem Handels-Dachverband. Der Aufsichtsrat bestimmt den Vorstand von TransFair und trägt die Verantwortung für die Umsetzung der politischen und strategischen Leitlinien.

Vergleichbar mit TransFair gibt es mittlerweile 21 weitere Nationale Fairtrade-Organisationen; davon 15 in Europa, zwei in Nordamerika, eine in Afrika, eine in Asien, und zwei in Australien und Neuseeland¹.

Auf dem Weg zu dem Vollstatus einer Nationalen Fairtrade-Organisation sind die derzeit neun Fairtrade Marketing-Organisationen². Diese vergeben noch keine Lizenzen – das übernehmen in dieser Phase noch betreuende Nationale Fairtrade-Organisation - sind aber bereits bei der Markterschließung und im Marketing tätig. Es gibt derzeit fünf Fairtrade Marketing-Organisationen in Asien, zwei in Osteuropa, und jeweils eine in Afrika und Lateinamerika.

4.2. Tätigkeitsbereiche von TransFair

TRANSFAIR e.V. setzt sich dafür ein, weitere Partner und Unterstützer für den Fairen Handel durch **Marketing-, Informations-, Lobby- und Öffentlichkeitsarbeit, Kampagnen und politische Bildungsarbeit** zu gewinnen. TRANSFAIR e.V. sieht seine Aufgaben darin, Zivilgesellschaft, Ansprechpartner in der Politik, in Handels- und Wirtschaftsverbänden, Nichtregierungsorganisationen und Umweltverbände über Fairtrade zu informieren und in einem Beziehungsnetzwerk zu vereinen.

Öffentlichkeitswirksame Aktionen im Rahmen von Kampagnen wie z.B. die Fairtrade-Towns-Kampagne, Aktionstagen, und die Präsenz auf Produkt- und Handelsmessen, Kongressen und Fachtagungen sind Wege um dieses Ziel zu erreichen. TransFair setzt derzeit mehrere bundesweite Kampagnen für den fairen Handel um und betreibt in großem Umfang entwicklungspolitische Bildungsarbeit.

Mit der Mitgliedschaft in Verbänden wie VENRO, dem deutschen Dachverband der zivilgesellschaftlichen entwicklungspolitischen Organisationen mit über 120 Mitgliedsorganisationen, oder in Zusammenarbeit mit dem Forum Fairer Handel bringt TRANSFAIR e.V. sein entwicklungspolitisches Anliegen zum Ausdruck.

TRANSFAIR e.V. veranstaltet im Turnus von zwei Jahren den Fairtrade-Handelskongress (International Fairtrade Conference, IFC) in Berlin, der sich gezielt an Handels- und Wirtschaftsunternehmen auf nationaler und internationaler Ebene richtet. Außerdem vergibt TRANSFAIR e.V. den Fairtrade-Award für nachhaltiges Wirtschaften.

Der Verein hat derzeit ca. 350 Unternehmen lizenziert, fair gehandelte Produkte auf den deutschen Markt zu bringen. Er betreut diese mittels Information zu aktuellen Entwicklungen bei Fairtrade, - wie etwa neue Produktstandards -, durch Unterstützung bei Marketing und Produktentwicklung, und arbeitet auch jenseits der Produktenbene im Rahmen von Projekten mit Unternehmen zusammen.

5. Die Produzenten-Netzwerke CLAC, Fairtrade Africa und NAPP

Die drei Produzentennetzwerke in Asien, Afrika und Lateinamerika und der Karibik repräsentieren die Kleinbauern und -bäuerinnen, Arbeiter und Arbeiterinnen und andere Produzentenorganisationen im

¹ Österreich, Belgien, Dänemark, Finnland, Frankreich, Irland, Italien, Japan, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Portugal, Spanien, Schweden, Schweiz; Kanada, Vereinigte Staaten; Südafrika; Australien, Neuseeland

² Brasilien, Hong Kong, Indien, Kenia, Philippinen, Slowakei, Südkorea, Taiwan, Tschechien,



Fairtrade-System. Über die Netzwerke sind die Produzenten an allen Entscheidungen, die das Fairtrade-System betreffen, beteiligt. Da diese Entscheidungen Einfluss auf ihre eigene Zukunft und die ihrer Familien haben können, ist diese Möglichkeit der Einflussnahme enorm wichtig und ein einzigartiges Merkmal des Fairtrade-Systems. Im Fairtrade-System haben die Produzenten 50 Prozent der Stimmrechte, nicht nur im höchsten Entscheidungsgremium und in der Mitgliedervollversammlung, sondern sind auch maßgeblich am Vorstand und an allen anderen internationalen Komitees beteiligt.

5.1 Aufgaben der Produzenten-Netzwerke

Die Netzwerke vertreten die Bäuerinnen und Bauern sowie die Arbeiterinnen und Arbeiter im Fairtrade-System, um sicherzustellen, dass die Fairtrade-Standards und Richtlinien praktikabel sind und die Bedürfnisse der Produzenten widerspiegeln. Ihre zweite Funktion ist die Unterstützung der Produzenten bei technischen, organisatorischen oder finanziellen Fragen durch den Fairtrade-Beratungsdienst. Diese Aufgabe wurde früher von Fairtrade International wahrgenommen, wurde aber sukzessive auf die Netzwerke übertragen.

Ein relevanter Teil der Unterstützung vor Ort sind Fortbildungen und Trainings um die einzelnen Produzentengruppen in die Lage zu versetzen, fundierte Anbau- und Verkaufsentscheidungen zu treffen und auf die Risiken der sehr instabilen Märkte besser reagieren zu können. Diese Art des „Empowerment“ (Selbstbestimmung) befähigt die Produzenten sich Einfluss zu verschaffen und Entscheidungen zu beeinflussen – nicht nur innerhalb des Fairtrade-Systems, sondern auch in ihrem lokalen Umfeld. Durch diese Arbeit, die auch in Kooperation mit Partnern vor Ort erfolgt, tragen die Netzwerke wesentlich zur ländlichen Entwicklung bei.

Die drei Produzentennetzwerke haben eine Plattform für ihre gemeinsame Arbeit eingerichtet, die CAN heißt, was für die Initialen der drei Netzwerke CLAC, Fairtrade Africa und NAPP steht. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit werden gemeinsam Positionen zu einer Reihe von Themen entwickelt, beispielsweise dem Klimawandel.

5.2 Coordinadora de Latino America y de Caribe (CLAC)

Die **Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Comercio Justo (CLAC)** ist das traditionsreichste Fairtrade-Produzenten-Netzwerk und ihre Entstehungsgeschichte als Organisation für lateinamerikanische Kleinbauernkooperativen ist direkt mit der Entstehung der ersten Siegel für den Fairen Handel in Europa vor mehr als 20 Jahren verbunden.

Im Jahr 2004 wurde im mexikanischen Oaxaca offiziell die CLAC gegründet, als Netzwerk für alle demokratisch organisierten Kleinbauernorganisationen in Lateinamerika und der Karibik, die die Prinzipien des Fairen Handels anerkennen. Im Zuge der Weiterentwicklung des Fairtrade-Systems, das für einige lateinamerikanische Produkte wie Bananen, Zitrusfrüchte und Blumen auch Plantagen als Fairtrade zertifiziert, hat die CLAC sich mittlerweile als Netzwerk auch für Arbeiter und Arbeiterinnen von Fairtrade-Plantagen geöffnet.

Die Vollversammlung der CLAC findet jährlich statt. Die Delegierten stammen aus den 13 nationalen CLAC-Netzwerken Lateinamerika, die für eine direkte Kommunikation mit den Produzenten ihres Landes sorgen. Darüber hinaus gibt es produktsspezifische Netzwerke, wie etwa das „Red Café“. Diese Netzwerke vertreten in ihrem jeweiligen Land die Stimme der Fairtrade-Produzenten auf politischer Ebene und in der



Zivilgesellschaft, und fördern den Absatz der Produkte zu Fairtrade-Bedingungen. Nach innen stärken sie die Organisationsentwicklung ihrer Mitglieder durch Weiterbildung, Information und technische Dienstleistungen.

Heute sind 31 MitarbeiterInnen bei der CLAC angestellt; darunter auch Landes- bzw. Regionalkoordinatoren deren Aufgabe die Unterstützung der CLAC-Landesnetzwerke ist.

5.3. Fairtrade Africa (FTA)

Das Produzentennetzwerk **Fairtrade Africa (FTA)** vertritt die Fairtrade-zertifizierten Produzentengruppen in ganz Afrika. Mehr als 40 Prozent aller Plantagen-Arbeiterinnen und Arbeiter im Fairtrade-System sind in Afrika beschäftigt und über 40 Prozent der weltweiten Fairtrade-Prämien für Plantagen fließen nach Afrika. Diese hohen Anteile spiegeln die große Bedeutung der afrikanischen Fairtrade-Plantagen in den Bereichen Blumen, Weinanbau und insbesondere Tee wider.

In Afrika gibt es vier regionale Fairtrade-Netzwerke mit eigenen Regionalbüros:

1. Eastern Africa Network (FTA-EAN) in Nairobi, Kenya
2. West Africa Network (FTA-WAN) in Accra, Ghana
3. Southern Africa Network (FTA-SAN) in Cape Town, South Africa
4. Northern Africa Network (FTA-NAN) in Tunis, Tunisia

Neben diesen regionalen Netzwerken in Nord-, Ost-, Süd- und West-Afrika, bestehen noch zusätzliche Ländernetzwerke in Malawi, Ghana, Côte d'Ivoire, Madagaskar und Südafrika, sowie Produktnetzwerke für Kaffee und Tee, Kakao, Zucker und Baumwolle. Diese dienen als Plattform zum Austausch von Erfahrungen und für gegenseitiges Lernen. Außerdem setzen sie sich auf lokaler und regionaler Ebene für die Interessen ihrer jeweiligen Mitglieder ein und nehmen Einfluss auf politische Entscheidungen und nationale Gesetzgebungen.

Fairtrade Africa sieht sein wichtigsten Aufgaben u.a. darin, die Vertretung der Interessen der afrikanischen Produzenten innerhalb des Fairtrade-Systems, der Aufbau von Partnerschaften mit (lokalen) Nichtregierungsorganisationen (NGOs), die Fairtrade-Produzenten mit verschiedenen Dienstleistungen unterstützen (Beratung zu landwirtschaftliche Anbaumethoden, Erhöhung der Produktivität, Vertrags- und Risikomanagement, etc.), die Förderung von innerafrikanischen Handelsbeziehungen, die Einbindung der afrikanischen Zivilgesellschaft, und die Ausrichtung der Africa Fairtrade Convention, einem jährlichen

Forum für den Austausch der afrikanischen Produzenten untereinander und mit verschiedenen Stakeholdern. Heute sind 26 MitarbeiterInnen bei Fairtrade Africa und seinen Regionalbüros angestellt; darunter auch Landes- bzw. Regionalkoordinatoren deren Aufgabe die Unterstützung der FTA-Regional- und Landesnetzwerke ist.

5.4. Network of Asian and Pacific Producers

Das Network of Asian and Pacific Producers (NAPP) ist das Netzwerk für Fairtrade-zertifizierte Produzenten in Asien und im Pazifikraum. Es ist das jüngste und kleinste der drei Netzwerke, und definiert sich als Plattform für Austausch und Zusammenarbeit, als Repräsentant seiner Mitglieder im internationalen Fairtrade-System und als Werkzeug, um Fairtrade-Kleinbauern und Arbeiter in die Lage zu versetzen, damit sie die Armut aus eigener Kraft überwinden, ihre Stellung stärken und ihr Leben selbst bestimmen können. Alle zwei Jahre wählen die Mitglieder in ihrer Vollversammlung den NAPP-Vorstand. Alle Mitglieder können wählen und die Zusammensetzung des Vorstands spiegelt paritätisch die Mitglieder aller Regionen und aller Arten von Produzentengruppen wieder.



Die operative Arbeit des Netzwerks wird vom Sekretariat unterstützt, das seinen Sitz in Bangalore, Indien, hat und dem Vorstand gegenüber Rechenschaft ablegen muss. Die neu gegründete Nationale Fairtrade Organisation für Indien, Fairtrade India (<http://fairtradeindia.org.in>) hat ihren Sitz im selben Gebäude wie das Sekretariat von NAPP und setzt bei der Erschließung des indischen Marktes und der Information der indischen Verbraucher auf eine enge Kooperation mit dem Produzentennetzwerk.

Das NAPP sieht seine wichtigsten Aufgaben u.a. darin mehr Produzenten den Zugang zum Fairtrade-System zu ermöglichen, die Interessensvertretung von Produzenten aus Asien und dem Pazifik wahrzunehmen, Marktchancen für Produzenten zu identifizieren und darüber zu informieren, gemeinsame Positionen der Mitglieder zu Projekten des Fairtrade-Systems erarbeiten, sowie die Produktivitätssteigerung, damit mehr Fairtrade-Rohstoffe aus Sein und dem Pazifikraum angeboten werden können.

Derzeit sind acht MitarbeiterInnen bei NAPP angestellt.

6. Das Fair Trade Advocacy Office in Brüssel (FTAO)

Das **Fair Trade Advocacy Office in Brüssel (FTAO)** ist eine gemeinsam von **Fairtrade International und der World Fair Trade Organisation** getragene Organisation, deren Aufgabe die Lobbyarbeit für den fairen Handel auf Ebene der EU ist.

Über das Fair Trade Advocacy Office in Brüssel ist sowohl Fairtrade International, TRANSAIR e.V., als auch alle anderen europäischen Nationalen Fairtrade Organisationen an einem europäischen Dialog mit Repräsentantinnen und Repräsentanten der Europäischen Kommission und des Europaparlaments beteiligt.

Das FTAO baut Netzwerke und Beziehungen zu politischen Entscheidungsträger auf, und versucht diese im Sinne der Förderung des fairen Handels zu beeinflussen. Beispielsweise kann es hierbei darum gehen, die faire öffentliche Beschaffung zu ermöglichen, z.B. durch Verankerung entsprechender Aussagen zum fairen Handel in EU-Direktiven und Verordnungen, um den fairen Handel als nachhaltiges Handelsmodell offiziell anzuerkennen und zu fördern.