

Ingeborg-Bachmann-Gymnasium

Ingeborg-Bachmann-Platz 1 A-9020 Klagenfurt Tel.: 0463/ 511735 Fax: DW 20

Internet: <http://www.ibg.ac.at> E-Mail: bg-klu-bachmann@bildung-ktn.gv.at



Vorwissenschaftliche Arbeit

Fairtrade und der Beitrag der Gesellschaft zu den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen

Schülerin: Katharina Marketz

Klasse: 8ci

Schuljahr: 2019/2020

Betreuerin: Prof. Mag. Bettina Popotnig

Klagenfurt, Februar 2020

Abstract

Der Beginn des Fairen Handels reicht weit zurück ins zwanzigste Jahrhundert und hatte seinen Ausgangspunkt in den Vereinigten Staaten von Amerika. Bis heute wird mit dem System des Fairen Handels weltweit das Ziel verfolgt, die Arbeitsbedingungen und die Lebenssituation von Kleinbauern in Entwicklungsländern zu verbessern.

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Entwicklung von Fairtrade, erläutert das Konzept, die Bedeutung und den Nutzen des Fairen Handels und analysiert schließlich dessen Beitrag zu einer nachhaltigen, positiven Zukunftsentwicklung anhand der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen.

Als Fazit ist festzuhalten, dass sich der Faire Handel positiv entwickelt. Eine wichtige Bedeutung kommt dabei regionalen Initiativen wie Fair-Trade-Schulen und Fair-Trade-Gemeinden sowie den Weltläden als Fachgeschäfte für Fair-Trade-Produkte zu. Der in der Arbeit herausgearbeitete Bezug von Fairtrade zu den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen lässt auf den weiteren Ausbau des Fairen Handels hoffen. Dazu wird es notwendig sein, weitere Kleinbauern und Produzenten in Entwicklungsländern für Fairtrade zu gewinnen und die Akzeptanz der Bevölkerung für Fair-Trade-Produkte weiter zu erhöhen.

Genderklausel

Die weibliche Form ist in dieser vorwissenschaftlichen Arbeit der männlichen Form gleichgestellt; lediglich aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wurde die männliche Form gewählt.

Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	2
Genderklausel	3
1. Einleitung	6
2. System und Bedeutung des Fairen Handels	7
2.1 Allgemeines.....	7
2.2 Struktur und Aufbau des Fairen Handels	9
2.3 Auswirkungen und Nutzen des Fairen Handels	14
2.3.1 Ökonomische Aspekte	14
2.3.2 Soziale Aspekte	15
2.3.3 Ökologische Aspekte	15
2.4 Fairtrade und Nachhaltigkeit	16
3. Nachhaltigkeit und die Verankerung in der Gesellschaft.....	17
3.1 Allgemeines.....	17
3.2 Säulen der Nachhaltigkeit	19
3.4 Nachhaltigkeit am Beispiel des Unternehmens STO.....	21
3.4.1 Kurzbeschreibung des Unternehmens.....	21
3.4.2 Nachhaltigkeitsprogramm der Firma STO.....	21
3.5 Nachhaltigkeit am Beispiel des Unternehmens KELAG.....	23
3.5.1 Kurzbeschreibung des Unternehmens.....	23
3.5.2 Interview zum Nachhaltigkeitsprogramm der KELAG.....	24
3.6 Nachhaltigkeit in der öffentlichen Wahrnehmung	26

4. Regionale Beispiele zum Fairen Handel	28
4.1 Aktuelle Entwicklungen.....	28
4.2 Fair-Trade-Schulen	29
4.3 Fair-Trade-Städte/Gemeinden.....	31
4.4 Fair-Trade-Weltläden	32
5. Der Faire Handel und die Verbindung zu den Sustainable Development Goals	34
5.1 Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen	34
5.2 Der Beitrag des Fairen Handels zur nachhaltigen Entwicklung.....	36
6. Fazit	39
Literaturverzeichnis.....	41
Abbildungsverzeichnis.....	43
Anhang	44
Selbstständigkeitserklärung	48
Zustimmung zur Aufstellung in der Schulbibliothek	48

1. Einleitung

Meine vorwissenschaftliche Arbeit befasst sich mit dem Thema Fairtrade und dem Beitrag der Gesellschaft zu den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen.

Das erste Hauptkapitel dieser Arbeit gibt einen Überblick über die Struktur, die Entwicklung und die Auswirkungen des Fairen Handels. Sämtliche Fair-Trade-Organisationen werden vorgestellt. Das nächste Hauptkapitel beschäftigt sich mit der Nachhaltigkeit und welchen Wert zwei lokale Unternehmen auf dieses Thema legen. Unter anderem wurde ein Interview geführt, um zu erfahren, welchen Stellenwert Fairtrade und Nachhaltigkeit in der Wirtschaft hat. Im dritten Hauptkapitel werden regionale Beispiele zum Fairen Handel gezeigt. Fair-Trade-Schulen, Fair-Trade-Gemeinden und Weltläden werden näher beschrieben. Das letzte Kapitel zeigt die Verbindung von Fairtrade zu den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen. Zuerst werden die Ziele der Nachhaltigkeit vorgestellt. Mit Hilfe eigener Überlegungen können dann jene Ziele herausgearbeitet werden, zu denen der Faire Handel einen Beitrag zu einer positiven Zukunftsentwicklung leistet. Die Arbeit wird mit einer Zusammenfassung abgeschlossen.

Die Inhalte meiner vorwissenschaftlichen Arbeit stützen sich auf Recherchen in den angegebenen Büchern und Internetquellen und auf ein persönlich durchgeführtes Interview in einem Kärntner Unternehmen.

2. System und Bedeutung des Fairen Handels

2.1 Allgemeines

Der Faire Handel begann nach dem zweiten Weltkrieg in den USA. In den deutschsprachigen Raum ging die Fair-Trade-Bewegung in den 1970er Jahren über. Basis der Überlegungen war die Kritik am internationalen Handel, der sich an Niedrigstpreisen für Güter orientierte, ohne dabei soziale und ökologische Standards zu berücksichtigen.¹

Das Konzept der Fairen Handels wurde im Laufe der Jahrzehnte ständig von unterschiedlichen Organisationen und Akteuren weiterentwickelt. Ein Blick auf die historische Entwicklung des Fairen Handels zeigt, dass sich die Ausrichtung des Konzeptes in den vergangenen Jahrzehnten geändert hat. Am Anfang (1945 bis 1969) stand der Faire Handel im Fokus der Wohltätigkeit und war zumeist kirchlich organisiert. Die Motivation bestand darin, Gutes zu tun. In einer zweiten Phase (1970 bis Mitte der 1980er Jahre) entwickelte sich der Faire Handel zu einer großen Solidaritätsbewegung. Erste Fair-Trade-Weltläden wurden eröffnet, das Fair-Trade-Netzwerk vergrößerte sich und die Verkaufszahlen stiegen. Die dritte Phase (Mitte der 1980er bis Ende der 1990er Jahre) stand im Zeichen der Festigung, Sicherung und Professionalisierung. So gewann die Orientierung an der Nachfrage der Kunden an Bedeutung. Schließlich war die vierte Phase (Ende der 1990er Jahre bis zur Gegenwart) von stetigem Wachstum und zunehmender Marktausbreitung geprägt. So wurden beispielsweise neue Vertriebswege mit dem Einstieg von Handelsketten erschlossen.² Zu erwähnen ist in dieser Phase auch die zunehmende Bedeutung der World-Fair-Trade-Organization (WFTO). Diese Organisation gibt die derzeit gültige Definition des Fairen Handels vor:

"Fair Trade is a trading partnership, based on dialogue, transparency and respect, that seeks greater equity in international trade. It contributes to sustainable

¹ Vgl. Claus, Katja/Hauff, Michael von (2018): Fairtrade-Ein Konzept nachhaltigen Handels. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH. S. 22

² Vgl. Claus/Hauff 2018, S. 80-88

development by offering better trading conditions to, and securing the rights of, marginalized producers and workers – especially in the South.

Fair Trade organizations have a clear commitment to Fair Trade as the principal core of their mission. They, backed by consumers, are engaged actively in supporting producers, awareness raising and in campaigning for changes in the rules and practice of conventional international trade."³

Der Blick auf die historische Entwicklung zeigt, dass diese besonders von der Kritik an der Benachteiligung von Produzenten, die im Landwirtschaftssektor in Entwicklungsländern tätig sind, begleitet wurde. Produzenten aus Entwicklungsländern haben nur begrenzte Chancen, ihre Produkte in globalen Märkten beziehungsweise in den Märkten der Industrieländer zu verkaufen. Im Besonderen geht es um Kleinbauern in den Regionen Lateinamerika, Afrika und Asien, die keine Möglichkeit haben, am internationalen Handel direkt teilzunehmen. Gründe dafür sind, dass sie entweder geringe Mengen ihres Produktes produzieren, keine Förderungen in den eigenen Ländern erhalten, die notwendige Verkehrsinfrastruktur zum Transport der Produkte fehlt oder generell die Funktionsweise des internationalen Handels unbekannt ist. Durch die Nichtteilnahme am Weltmarkt reduzieren sich die Einnahmen der Kleinbauern massiv. Kleinbauern sind daher von Zwischenhändlern abhängig, die mehreren Produzenten ihre Produkte abkaufen und diese dann in größeren Mengen weiterverkaufen. Dadurch kann ein Abhängigkeitsverhältnis entstehen, da viele Kleinbauern auf wenige Zwischenhändler angewiesen sind. Durch den Fairen Handel soll der Export der Waren in die Industrieländer möglichst ohne Zwischenhandel erfolgen.⁴

In diesem Zusammenhang steht auch die Entwicklung, dass sich Produzenten (Kleinbauern) zu Produzentengruppen zusammenschließen und im Rahmen einer kooperativen Struktur („Kooperative“) gemeinsam gegenüber den Handelsorganisationen auftreten. Der Vorteil dieses Zusammenschlusses besteht darin, dass größere Mengen eines Produktes

³ World Fair Trade Organization (o.J.): Definition of Fair Trade. In: <https://wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade> [23.06.2019]

⁴ Vgl. Claus/Hauff 2018, S. 89

hergestellt und verkauft werden und damit auch höhere Einnahmen lukriert werden können.⁵

Übergeordnet lässt sich somit das Ziel des Fairen Handels als Verbesserung der Arbeits- und Lebenssituation von Kleinbauern in Entwicklungsländern bestreben.⁶

Die Unterstützung der Kleinbauern durch den Fairen Handel zielt dabei auf die Vorgabe von wirtschaftlichen, umweltrelevanten und sozialen Standards bei der Produktion ihrer Produkte ab.⁷

Der Faire Handel ist dadurch auch ein wichtiger Ansatz zur Erreichung der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen.⁸ Dies wird im Kapitel 5 näher beleuchtet.

2.2 Struktur und Aufbau des Fairen Handels

Der Faire Handel wird von zahlreichen Akteuren und Organisationen begleitet. Einen schematischen Überblick über die Vielzahl der Teilnehmer am Fairen Handel (Produzenten, Importeure, Weiterverarbeiter und Vertriebe) zeigt Abbildung 1. Dabei werden einzelne, ausgewählte Institutionen auch namentlich angegeben und in weiterer Folge näher beschrieben.

⁵ Vgl. Claus/Hauff 2018, S. 94-95

⁶ Vgl. Claus/Hauff 2018, S. 23

⁷ Vgl. Claus/Hauff 2018, S. 89

⁸ Vgl. Bundeskanzleramt Österreich (o.J.): Nachhaltige Entwicklung-Agenda 2030/SDGs. In: <https://www.bundeskanzleramt.gv.at/nachhaltige-entwicklung-agenda-2030> [23.06.2019]

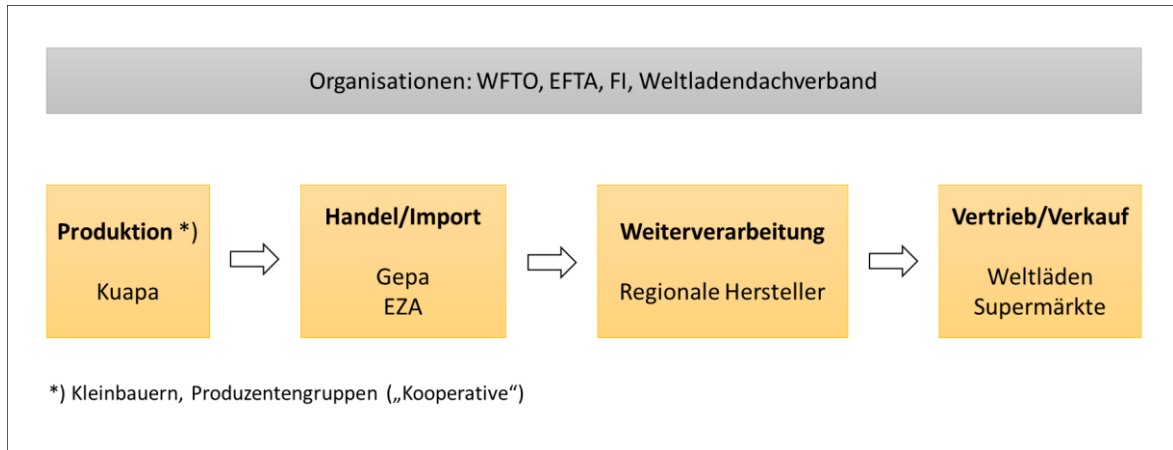


Abbildung 1: Organisation des Fairen Handels (schematisch)

Das Fair-Trade-System ist stark von übergeordneten Organisationen („Dachorganisationen“) geprägt. Diese Organisationen vereinen jeweils einzelne Fair-Trade-Akteure. Teilweise zeigen sich organisatorische Zusammenschlüsse einzelner Sparten, wie zum Beispiel jene von Importeuren. In manchen Dachorganisationen haben sich Akteure mehrerer Sparten, von den Produzenten bis hin zu Verkaufsorganisationen, zusammengeschlossen. Besonders erwähnt sollen hier drei übergeordnete Fair-Trade-Organisationen werden: Die im vorigen Kapitel bereits genannte World-Fair-Trade-Organization (WFTO), die Fair-Trade-International (FI) und die im Jahr 1990 gegründete European-Fair-Trade-Assoziation (EFTA).⁹

Die EFTA besteht aus zehn Fair-Trade-Importeuren aus neun europäischen Ländern. Mitglied ist unter anderem die größte europäische Fair-Trade-Handelsorganisation Gepa, welche bereits 1975 gegründet wurde und für den Import von Produkten aus Asien, Afrika und Lateinamerika verantwortlich ist.¹⁰

⁹ Vgl. Claus/Hauff 2018, S.103-107

¹⁰ Vgl. European Fair Trade Assoziation (o.J.). In: <https://www.newefta.org> [15.07.2019]

In Österreich ist die EZA Fairer Handel GmbH die größte Importorganisation für fair gehandelte Produkte. Dieses Unternehmen wurde 1975 in Salzburg gegründet und brachte den Fairen Handel nach Österreich. Die EZA gehört der EFTA an.¹¹

Die FI wurde 1997 gegründet und vereinigt heute knapp 30 Fair-Trade-Organisationen aus mehr als 20 Ländern, mehrere Produzentennetzwerke und einige Marketingorganisationen. Sie gilt als weltweite Dachorganisation. Durch sie erfolgt die Entwicklung von FI-Standards für die einzelnen Produktgruppen. Dazu gehören unter anderem:

- Das Verbot von illegaler Kinderarbeit und Zwangsarbeit und generell menschenwürdige Arbeitsbedingungen
- Garantierte Mindestpreise für die erzeugten Produkte
- Fair-Trade-Prämien für gemeinschaftliche, soziale Projekte
- Vorfinanzierung der Produktion bzw. Ernte
- Nachhaltige und umweltschonende Wirtschaftsweise (z.B. reduzierter Einsatz von Chemikalien in Produktion und Anbau)
- Ursprungsgarantie und kontrollierter Warenfluss zu den Import-/Kundenländern¹²

Wesentlich ist, dass Fairtrade mit einem Preissystem arbeitet, das einen Mindestpreis für die erzeugten Produkte garantiert. Dieser wird nach einer fixen Methodik unter Ermittlung der sogenannten nachhaltigen Produktionskosten festgelegt. Unter Einbeziehung einer Marge wird sichergestellt, dass die tatsächlichen Produktionskosten gedeckt sind. Zusätzlich erhalten die Produzenten eine „Fair-Trade-Prämie“. Diese Prämie ist für gemeinschaftliche, soziale Projekte, wie zum Beispiel den Bau von Schulen oder Krankenstationen, einzusetzen. Zunehmend werden Plantagenarbeiter in die Entscheidungsfindung betreffend des Prämieeinsatzes mit eingebunden.¹³

¹¹ Vgl. EZA Fairer Handel GmbH (o.J.): EZA Fairer Handel GmbH. In: <https://www.eza.cc/das-unternehmen-eza-fairer-handel-neu> [02.11.2019]

¹² Vgl. Claus/ Hauff 2018, S. 89, 90

¹³ Vgl. Claus/ Hauff 2018, S. 98, 119, 120

Weiters wurde durch die FI eine Vereinheitlichung von diversen Fair-Trade-Siegeln angestrebt und durchgeführt. Seit 2003 gibt es das allseits bekannte „Fair-Trade-Siegel“ der FI als Kennzeichen für Fairtrade (Abbildung 2). Es vereinheitlicht alle zuvor existierenden Siegel und wird an Produkte bzw. Produktgruppen vergeben, die nach vorgegebenen Standards produzieren.



Abbildung 2: Fair-Trade-Siegel

Die WFTO entwickelte sich durch vermehrten internationalen Handel und wurde 1989 gegründet. Sie vereint Mitglieder aus der gesamten Fair-Trade-Kette (z.B. Produktion, Exportgesellschaften, Importeure, Einzelhändler) und umfasst mehr als 360 Mitglieder aus 76 Ländern. Die WFTO bietet eine Plattform zum Austausch von Informationen und Erfahrungen unter den Mitgliedern und legt ähnlich zu den Standards der FI sogenannte Prinzipien bzw. Grundsätze fest, die im Rahmen des Fairen Handels von den involvierten Organisationen einzuhalten sind (siehe Abbildung 3).¹⁴

¹⁴ Vgl. Claus/Hauff 2018, S.107



Abbildung 3: Die 10 Grundsätze des Fairen Handels der WFTO

Betrachtet man die Produzenten als Einzelakteure etwas näher, erfährt man, dass die Produktion wiederum aus mehr als 1.200 Produzentenorganisationen besteht. Ein Beispiel ist das Unternehmen Kuapa Kokoo aus Ghana. Die Vielzahl der Produkte des Fairen Handels, die aus Entwicklungsländern angeboten werden, lassen sich dabei in drei große Gruppen unterteilen: Die kleinbäuerlichen Erzeugnisse beinhalten zum Beispiel den Kaffee und den Kakao. Tee und Bananen werden in der Gruppe der Plantagenprodukte erfasst und zu den Handwerksprodukten zählen das Kunsthandwerk und Spielzeug. Hinzu kommen Produktparten wie Kosmetika, Schmuck und Tourismus, die zu keiner dieser Gruppe

zugeordnet werden können. Grundsätzlich kann man sagen, dass sich die Exporte der Entwicklungsländer auf Rohstoffe und landwirtschaftliche Produkte fokussieren.¹⁵

Hinsichtlich des Vertriebes bzw. Verkaufes der Waren ist festzuhalten, dass dies zum Teil über Weltläden erfolgt. Weltläden sind Fachgeschäfte für den Fairen Handel. Sie verfolgen das gemeinsame Anliegen, den Fairen Handel zu fördern.¹⁶

Der Verkauf der Produkte erfolgt zunehmend aber auch in Supermärkten, Bioläden, Drogeriemärkten und Fachgeschäften.

2.3 Auswirkungen und Nutzen des Fairen Handels

Die Auswirkungen und der Nutzen des Fairen Handels für die einzelnen Akteure wurde in den bisherigen Ausführungen bereits an der einen oder anderen Stelle angeführt. Im Folgenden sollen diese nun speziell nach ökonomischen, sozialen und ökologischen Aspekten zusammengefasst werden.

2.3.1 Ökonomische Aspekte

Aus ökonomischer Sicht wird den Kleinbauern beziehungsweise Produzenten durch den Fairen Handel der Zugang zu internationalen Märkten erleichtert. Produzenten erhalten die Möglichkeit, andere Akteure (zum Beispiel Handelsorganisationen) kennenzulernen und können dadurch wichtige Erfahrungen für ihre Arbeit sammeln. Weiters zeigen die Vorfinanzierung der Produktion und die Schaffung stabiler und langfristiger Lieferbeziehungen mit Handelsorganisationen eine wichtige ökonomische Wirkung für die

¹⁵ Vgl. Claus/ Hauff 2018, S. 108,109

¹⁶ Vgl. Weltladen (o.J.). In: <http://www.weltladen.at/> [15.07.2019]

Produzenten. Schließlich ist das Konzept der Preisfestsetzung zu nennen. Dieses führt zu einem höheren Einkommen für die Produzenten, das über dem Existenzminimum liegt.¹⁷

2.3.2 Soziale Aspekte

Zu den sozialen Aspekten zählt die durch die Fair-Trade-Prämie gegebene Möglichkeit der Umsetzung von gemeinschaftlichen und sozialen Projekten. Beispiele dafür sind die Investitionen in den Bau von Schulen und Gesundheitszentren. Durch die Fair-Trade-Standards werden Arbeitsnormen festgelegt. Es besteht das Ziel, menschenwürdige Arbeitsbedingungen zu schaffen sowie Kinderarbeit gänzlich zu vermeiden. Weiters wird massiv an der Gleichberechtigung von Frauen in Entwicklungsländern gearbeitet. Beispielsweise ist es in einigen Kulturen nicht erlaubt, dass Frauen und Männer zusammenarbeiten. Hier kommt der Errichtung von Produktionszentren, speziell für Frauen, eine große Bedeutung zu. Ein wichtiger Punkt sind Fort- und Weiterbildungsprogramme für Arbeiter. In einigen Produzentenorganisationen werden auch Alphabetisierungskurse angeboten. Eine Schwierigkeit bei der Durchführung von Weiterbildungsmaßnahmen kann allerdings der geringe Bildungsgrad der Kleinbauern und Mitarbeiter auf den Plantagen sein. Aus sozialer Sicht lässt sich jedenfalls feststellen, dass der Faire Handel einen Beitrag leistet, die Lebensbedingungen von Menschen in Entwicklungsländern zu verbessern.¹⁸

2.3.3 Ökologische Aspekte

Das Thema Umwelt spielt innerhalb des Fairen Handels heute eine wichtige Rolle. Eine ökologisch verträgliche Produktion wird gefördert. Es werden mit den Produzenten ökologische Standards festgelegt, welche häufig eine Umstellung der Produktion und

¹⁷ Vgl. Claus/Hauff 2018, S.157-165

¹⁸ Vgl. Claus/Hauff 2018, S.166-171

Anbaumethoden zur Folge haben. Wichtig ist in diesem Zusammenhang die Reduzierung des Einsatzes von Chemikalien und ein geeigneter Umgang mit Abfallprodukten. So wird beispielsweise der ökologische Landbau innerhalb des Fairen Handels gefördert und den Produzenten werden Weiterbildungsmaßnahmen zu ökologischen Themen, unter anderem Erfahrungen und Wissen zu umweltschonenden Düngern angeboten. Als Anreiz für biologischen Anbau erhalten die Kleinbauern bei biologischem Anbau eine zusätzliche Prämie.¹⁹

2.4 Fairtrade und Nachhaltigkeit

Die bisherige Betrachtung der ökologischen, ökonomischen und sozialen Wirkungen des Fairen Handels lässt erkennen, dass Fairtrade in enger Beziehung zum Konzept der nachhaltigen Entwicklung („Nachhaltigkeit“) steht. Dies lässt sich zunächst auf die mehrfach erwähnte Vorgabe entsprechender ökologischer, ökonomischer und sozialer Standards zurückführen. Der Faire Handel leistet darüber hinaus aber auch einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen. Um Letzteres in dieser Arbeit konkret darstellen zu können, wird im folgenden Kapitel das Thema Nachhaltigkeit vorerst theoretisch betrachtet und ein praxistauglicher Zugang anhand zweier Unternehmen erläutert.

¹⁹ Vgl. Claus/Hauff 2018, S.173-175

3. Nachhaltigkeit und die Verankerung in der Gesellschaft

3.1 Allgemeines

Nachhaltigkeit ist aktuell ein bedeutsames Thema in der Bevölkerung. Auch der Begriff „Nachhaltige Entwicklung“ ist einer breiten Öffentlichkeit bekannt. Zudem ist die politische Diskussion von diesem Thema sehr stark geprägt. Wir erleben das derzeit in Österreich, in Europa und in vielen Ländern weltweit. Ursache für das in den vergangenen Jahren sichtbar gestiegene Bewusstsein der Menschen für Nachhaltigkeit sind wahrnehmbare Auswirkungen des durch den Menschen verursachten Klimawandels. Aktuelle Waldbrände im Amazonas-Regenwald und in Australien, der Rückgang von Gletschern in Europa oder das Auftreten von Wetter-Extremereignissen (zum Beispiel Hochwasser, Stürme, Murenabgänge) werden immer wieder mit dem Klimawandel in Zusammenhang gebracht.

Seit vielen Jahren werden politische Ziele definiert, die der durch den Menschen verursachten globalen Erderwärmung und damit dem Klimawandel entgegenwirken sollen. Als Beispiel seien hier die Ergebnisse der UN-Klimakonferenz in Paris vom 12. Dezember 2015 genannt.²⁰

Nachhaltigkeit steht in engem Zusammenhang mit der Zukunftsfähigkeit des Menschen beziehungsweise der Gesellschaft.²¹

„Wir müssen uns um unsere Zukunftsfähigkeit und die Nachhaltigkeit unserer Gesellschaft selbst kümmern.“²²

Das Thema Nachhaltigkeit ist nicht neu und hat einige historische Vorläufer, wobei die Forstwirtschaft von bedeutender Signifikanz ist. Im Jahr 1713 befasste sich Carl von Carlowitz in seiner Schrift „Sylvicultura oeconomica“ mit dem beachtlichen Holzbedarf

²⁰ Vgl. Übereinkommen von Paris (12.12.2015). In: https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Klimaschutz/paris_abkommen_bf.pdf [22.09.2019]

²¹ Vgl. Dürr, Hans-Peter (2011): Das Lebende lebendiger werden lassen. Wie uns neues Denken aus der Krise führt. Schneider, Manuel (Hrsg.). München: oekom. S.89

²² Dürr 2011, S.89

beim Bergbau. Holz war die wesentliche Energiequelle für Erzgruben im Erzgebirge. Dazu wurden Flächen entwaldet und Holz musste von weither transportiert werden. Carlowitz entwickelte ein Handlungsprinzip zur nachhaltigen Bewirtschaftung der Wälder. Er forderte, respektvoll mit der Natur und ihren Rohstoffen umzugehen und kritisierte den auf kurzfristigen Gewinn ausgelegten Raubbau der Wälder. Man solle nicht mehr Holz schlagen als nachwachsen. Diese Erkenntnis hat heute im Zusammenhang mit der Vernichtung der Regenwälder und den damit verbundenen Folgen für den Klimawandel eine hohe Bedeutung.

Ein weiterer wichtiger Schritt für die nachhaltige Entwicklung fand im Jahr 1980 statt, als die „World Commission on Environment and Development (WCED)“ ins Leben gerufen wurde. Durch sie wurde die Brundtland-Kommission im Jahr 1983 eingesetzt. Diese Kommission sollte Handlungsempfehlungen zur Erreichung einer dauerhaften, nachhaltigen Entwicklung erarbeiten. Im Bericht der Brundtland-Kommission wurde ein paar Jahre später das Thema Nachhaltigkeit bzw. dauerhafte Entwicklung erstmals definiert:²³

„Dauerhafte Entwicklung ist Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können.“²⁴

Im Brundtland-Bericht werden erstmals die menschlichen Bedürfnisse der derzeit lebenden Menschen im Verhältnis zu den Bedürfnissen künftiger Generationen betrachtet.

Besonders heute, mehr als 30 Jahre danach, besteht die besondere Verantwortung, unser Leben und Wirtschaften am Leitbild der Nachhaltigkeit auszurichten. Denn Nachhaltigkeit ist das, was nachhält, was sich langfristig bewährt.²⁵

²³ Vgl. Claus/Hauff 2018, S.61-63

²⁴ Claus/Hauff 2018, S.63

²⁵ Vgl. Dürr 2011, S.94

3.2 Säulen der Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit setzt sich aus drei Komponenten zusammen, die als das „Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit“ bezeichnet werden. Dabei werden die drei Dimensionen ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit betrachtet. Dieses Modell geht davon aus, dass im Zuge einer nachhaltigen Entwicklung ein Ausgleich innerhalb dieser drei Dimensionen stattfindet. In anderen Worten soll bei gesellschaftsrelevanten Zukunftsentscheidungen eine Ausgewogenheit beziehungsweise Gleichrangigkeit zwischen Ökologie (Umweltschutz), Ökonomie (Wirtschaft) und Sozialem vorhanden sein.²⁶ Beispiele für derartige Entscheidungen sind der Ausbau von Infrastruktureinrichtungen wie Autobahnen, Fluglandebahnen oder Kraftwerksbauten.

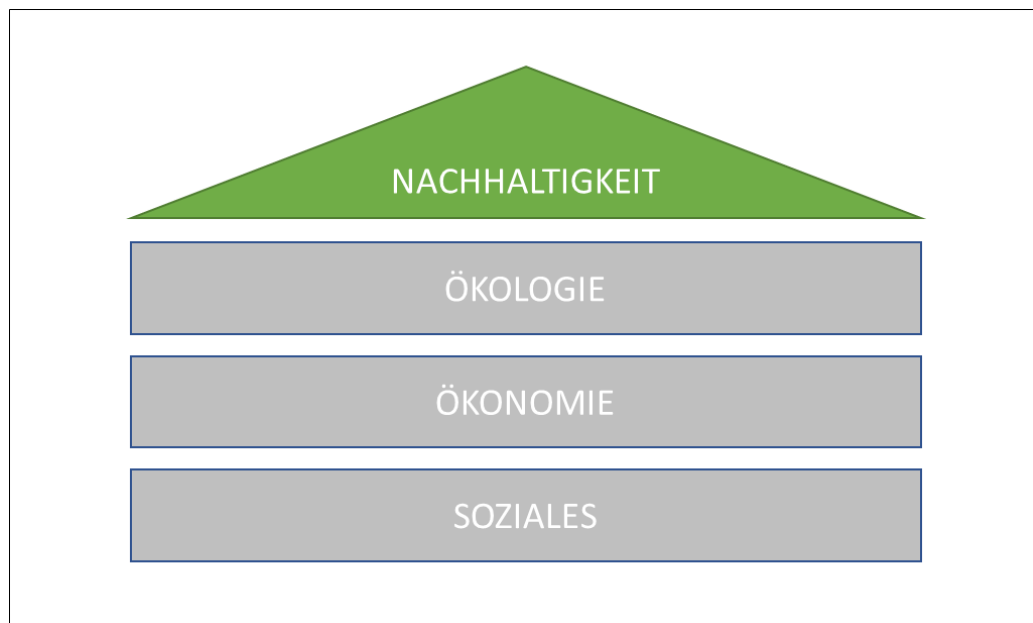


Abbildung 4: Drei Dimensionen der Nachhaltigkeit

Zur Beschreibung der drei Dimensionen eignen sich sehr gut die folgenden Ausführungen des Bundeslandes Tirol zu den Säulen der Nachhaltigkeit:

²⁶ Vgl. Bundeskanzleramt Österreich (o.J.): Nachhaltige Entwicklung. In: <https://www.bmnt.gv.at/umwelt/nachhaltigkeit/nachhaltigkeit.html> [22.09.2019]

„Die ökologische Nachhaltigkeit zielt in Anlehnung an die ursprüngliche Grundidee, keinen Raubbau an der Natur zu betreiben, auf die Erhaltung von Natur, Umwelt und der natürlichen Ressourcen für künftige Generationen ab. Sie beschäftigt sich mit Fragen der Energieeffizienz und des Klimaschutzes, mit Emissionen und Abfällen, mit der Erhaltung der Artenvielfalt, Pflege von Kultur- und Landschaftsräumen und dem schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen.

Bei der zweiten Säule der ökonomischen Nachhaltigkeit geht es um Wirtschaftsweisen, die dauerhaften und tragfähigen Wohlstand auf Basis eines kontinuierlichen und stabilen Wirtschaftswachstums gewährleisten. Ziel ist es, wirtschaftlichen Erfolg, soziale Verträglichkeit und schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen ausgewogen zu berücksichtigen und miteinander zu verknüpfen.

Ein solches Wirtschaftssystem zielt u. a. auf den gerechten Zugang zu Lebenschancen und Bildung und die Einhaltung der Menschenrechte ab. Aus ökologischer Sicht wird eine ressourcenschonende, umweltgerechte und Ökosystem-stabilisierende Wirtschaftsweise gefordert. Ökonomische Nachhaltigkeit wird durch Preisstabilität, außenwirtschaftliches Gleichgewicht und einen langfristig hohen Beschäftigungsgrad erreicht. Betriebswirtschaftlich betrachtet ist jene Wirtschaftsweise nachhaltig, bei der man von den Zinsen (Kapitalerträgen) lebt, jedoch nicht vom Kapital zehrt.

Die soziale Nachhaltigkeit als dritte Säule hat den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Humanität, Freiheit und Gerechtigkeit zum Ziel. Sie ist nicht weniger bedeutend als die beiden anderen Dimensionen, um die Zukunftsfähigkeit einer Gesellschaft zu gewährleisten. Es werden Aspekte wie Grundsicherung, Armutsbekämpfung, gleichmäßige Verteilung von Wohlstand und der gerechte Zugang zu Chancen und Ressourcen thematisiert.²⁷

Nachhaltigkeit wird heute also nicht mehr einseitig ökologisch gesehen, sondern als Zukunftsmodell, welches ökologische, ökonomische und soziale Aspekte abgestimmt, ausgewogen und gleichberechtigt berücksichtigt. Es soll damit Akzeptanz der unterschiedlichen Interessensgruppen innerhalb der Bevölkerung bei Zukunftsentscheidungen erreicht werden.²⁸

²⁷ Amt der Tiroler Landesregierung (o.J.): Säulen der Nachhaltigkeit. In: <https://www.tirol.gv.at/landesentwicklung/nachhaltigkeit/was-ist-nachhaltigkeit/konzepte/saeulen-der-nachhaltigkeit> [22.09.2019]

²⁸ Vgl. Claus/Hauff 2018, S.63-74

3.4 Nachhaltigkeit am Beispiel des Unternehmens STO Ges.m.b.H

3.4.1 Kurzbeschreibung des Unternehmens

Die STO Ges.m.b.H hat ihren Hauptsitz in Villach, ist Teil der STO-Gruppe, und gehört zu den weltweit führenden Anbietern im Bereich Fassadendämmung und Beschichtungen. Mit rund 300 Beschäftigten in Österreich betreut das Unternehmen neben dem heimischen Markt auch die wachsenden Märkte in der Schweiz und in Italien sowie in Slowenien, Kroatien, Serbien, Bosnien-Herzegowina, Mazedonien und Montenegro.²⁹

Als Technologieführer für die menschliche und nachhaltige Gestaltung gebauter Lebensräume setzt STO weltweite Trends bei Produkten, Systemen und Dienstleistungen. Die Angebotspalette der STO Produkte reicht von Fassadendämmsystemen, Putzen, Farben und Lacken über dekorative Innenbeschichtungen, Dekorprofile und Architekturelemente bis hin zu hinterlüfteten, vorgehängten Fassadensystemen und Produkten für die Altbausanierung, Bodenbeschichtungen, Betonschutz und Betoninstandsetzung.

Die Produkte von STO werden mit besonderem Bezug zur Nachhaltigkeit entwickelt. Nachhaltige und umweltfreundliche Produkte bilden seit Jahren maßgebliche Schwerpunkte des Unternehmens. Umfangreiche Zertifizierungen und Umweltlabels geben eine zusätzliche Garantie für umweltfreundliche Produktion und ökologisches Wirtschaften.³⁰

3.4.2 Nachhaltigkeitsprogramm der Firma STO

Nachhaltigkeit steht bei der Firma STO seit Jahrzehnten ganz oben auf der Prioritätenliste. Bereits im Jahr 1988 wurde ein verpflichtender Leitgedanke formuliert: „STO – Schrittmacher für umweltbewusste und menschliche Lebensraumgestaltung“ formuliert.

²⁹ Vgl. Sto Ges.m.b.H.-Österreich (o.J.). In: <https://www.sto.at/de/home/home.html> [05.11.2019]

³⁰ Vgl. Sto Ges.mbH (2018): Bewusst bauen. Der Nachhaltigkeitsbericht von Sto. Geschäftsjahr 2016,2017. Villach. S.27

Einen detaillierten Einblick in die Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens gibt der Nachhaltigkeitsbericht des Unternehmens. STO richtet das Kerngeschäft systematisch nachhaltig aus und berücksichtigt dabei die wirtschaftliche Stabilität, genauso wie den Klima- beziehungsweise Umweltschutz und die soziale Verantwortung. Ökologie, Ökonomie, Soziales sowie Wohlbefinden sind als die vier Dimensionen der Nachhaltigkeitsstrategie definiert. Seit dem Jahr 2016 arbeitet das Unternehmen konkret an einer modernen Nachhaltigkeitsstrategie und verwendet dazu folgenden Namen: „StoClimate: Natürlich Bauen – Natürlich Leben“.

Auf Konzernebene ist seit einigen Jahren ein eigener Nachhaltigkeitsbeauftragter engagiert, um die Nachhaltigkeitsbemühungen zu bündeln. Speziell in Österreich übernimmt jedes Mitglied des Führungsteams auch automatisch die Verantwortung, das Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen auf allen Ebenen zu verankern. Ziel ist es, die gesamte Nachhaltigkeitsstrategie auf eine breite Basis in der Firma zu stellen. So sind im Nachhaltigkeitsteam beziehungsweise Nachhaltigkeitsarbeitskreis auch Mitarbeiter vertreten, welche die Ideen und Meinungen der gesamten Belegschaft im Rahmen regelmäßiger Workshops und Meetings einfließen lassen. Weiters werden die Mitarbeiter über das Mitarbeiterprojekt „StoClimate@ich bin dabei“ miteinbezogen. Viermal im Jahr wird ein interner Nachhaltigkeitsnewsletter versandt, der über aktuelle Nachhaltigkeitsthemen informiert.

Ebenso werden Kunden als sogenannte StoClimate-Botschafter in die Nachhaltigkeitsbestrebungen des Unternehmens eingebunden. So werden zum Beispiel durch die Einbindung von Handwerksbetrieben gezielte Botschaften in Richtung Umweltschutz und eines bewussten Umgangs mit Ressourcen noch breiter kommuniziert. Das Unternehmen unterstützt seit dem Jahr 2012 den Global Compact der Vereinten Nationen und verpflichtet sich zur Einhaltung weltweit definierter sozialer und ökologischer Mindeststandards.

Eine Auswahl konkret umgesetzter Nachhaltigkeitsaktivitäten lässt sich wie folgt angeben: STO Österreich bezieht Strom aus erneuerbarer Energie und betreibt eine eigene Photovoltaikanlage am Standort Villach. Die Standorte in Österreich sind

Klimabündnisbetriebe. Das Thema Energieeinsparung ist im Unternehmen enorm wichtig, dazu werden regelmäßig Energiespartipps gegeben. Schließlich dient das Kernprodukt Fassadendämmung als wesentliche Maßnahme zur Energieeinsparung.

Ein gutes Betriebsklima ist dem Unternehmen ein großes Anliegen. So dienen viele Angebote dazu, die Gesundheit der Mitarbeiter zu fördern, ihre Motivation zu steigern und die Work-Live-Balance ausgewogen zu halten. Mitarbeiter bekommen jeden Tag kostenlos frisches Obst und Gemüse. Ebenso stehen Kaffee, Tee und Mineralwasser gratis zur Verfügung. Den Kaffee bezieht STO aus biologischer Fair-Trade-Produktion.³¹

3.5 Nachhaltigkeit am Beispiel des Unternehmens KELAG

3.5.1 Kurzbeschreibung des Unternehmens

Die KELAG ist eines der führenden Energieversorgungsunternehmen in Österreich. Die KELAG ist in den Geschäftsfeldern Strom, Erdgas und Wärme österreichweit tätig. Der Schwerpunkt der unternehmerischen Aktivitäten liegt in Kärnten. Das Unternehmen wurde im Jahr 1923 gegründet und hat umfassende Erfahrung im Erzeugen, Beschaffen, Verteilen und Verkaufen von Energie. Die KELAG gehört zu den großen Stromerzeugern aus Wasserkraft in Österreich und erzeugt Strom auch aus Sonnen- und Windenergie.

Das Tochterunternehmen KELAG Energie & Wärme GmbH ist der größte österreichweit tätige Anbieter von Wärme auf Basis von Biomasse und industrieller Abwärme sowie Lieferant für Großkunden im Strom- und Gasbereich. Die KNG-Kärnten Netz GmbH nimmt den Betrieb, die Instandhaltung und den bedarfsgerechten Ausbau des Strom- und Erdgasnetzes in Kärnten wahr. Die KELAG ist auch international in den Bereichen Wasserkraft, Windkraft und Photovoltaik tätig. Diese Geschäfte sowie der Energiehandel im Ausland sind in der KI-KELAG International GmbH gebündelt.

³¹ Vgl. Sto Ges.mbH 2018, S.12-53,101,104

Neben dem Ausbau der Nutzung erneuerbarer Energieträger liegt der Schwerpunkt der KELAG auf Aktivitäten zur nachhaltigen Verbesserung der Energieeffizienz. Darüber hinaus beschäftigt sich die KELAG mit E-Mobilität und Breitband/Glasfaser (Telekommunikation).

Das Unternehmen beschäftigt rund 1.500 Mitarbeiter und bildet mehr als 100 Lehrlinge in verschiedenen Berufsgruppen (unter anderem Elektrotechniker, Maschinenbautechniker, Kaufleute) aus. Der KELAG Konzern zählt zu den Kärntner Leitbetrieben.³²

3.5.2 Interview zum Nachhaltigkeitsprogramm der KELAG

Um Einblick in die Nachhaltigkeitsaktivitäten im Unternehmen KELAG zu erhalten, wurde von mir ein Interview mit Mag. Petra Kobald durchgeführt. Dieses ist im Anhang im Detail beigelegt. Im Folgenden werden die Inhalte schwerpunktmäßig zusammengefasst.

Die KELAG versteht unter Nachhaltigkeit eine Ausgewogenheit zwischen der wirtschaftlichen Stabilität des Unternehmens, Versorgungssicherheit, Klimaschutz und ihrer gesellschaftlichen Verantwortung für die Region sicherzustellen. Als strategische Handlungsfelder im Nachhaltigkeitsprogramm werden „Umwelt und Klima“, „Produkte und Innovation“, „Region und Gesellschaft“ sowie „Unternehmen und Mitarbeiter“ definiert.

Das Unternehmen verfolgt eine wertorientierte Wachstums- und Innovationsstrategie auf Basis erneuerbarer Energieträger. Besonderes Augenmerk wird auf das Thema Energieeffizienz gelegt. Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Teil dieser Strategie. Die KELAG setzt im Bereich Energieerzeugung ausschließlich erneuerbare Energiequellen ein. Die Stromerzeugung erfolgt aus Wasserkraft, Windkraft und Photovoltaik. Die Wärmeproduktion erfolgt aus Biomasse und der Nutzung von Abwärme aus Industrieprozessen. Ein wichtiger Aspekt einer nachhaltigen Energieversorgung ist auch, dass der Bevölkerung die Energie sicher, ausreichend und rund um die Uhr zur Verfügung gestellt wird. Dafür sorgt die Netzgesellschaft Kärnten Netz. Besonderes Augenmerk richtet

³² Vgl. KELAG-Kärntner Elektrizitäts-Aktiengesellschaft (2019): Geschäftsbericht 2018. Energie ist, was uns antreibt. Klagenfurt am Wörthersee. S.5,43

die KELAG auf den effizienten Einsatz von Energie. Sie berät ihre Kunden in den verschiedenen Segmenten (Privatkunde, Gewerbekunde, Industriekunden) zu einem effizienten Energieeinsatz.

Nachhaltigkeit ist im Unternehmen auch organisatorisch verankert. Die KELAG hat einen Nachhaltigkeitsbeauftragten. Darunter versteht man eine Person, die das Unternehmen in Nachhaltigkeitsfragen nach außen vertritt und als Ansprechpartner des Unternehmens für Nachhaltigkeitsfragen zur Verfügung steht. Zum Beispiel für Institutionen, die sich mit Nachhaltigkeit beschäftigen. Die KELAG ist Mitglied von Organisationen und Institutionen, die sich besonders der nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft widmen. Der Nachhaltigkeitsbeauftragte vertritt den Konzern in diesen Einrichtungen. Das Unternehmen hat weiters einen internen Steuerungskreis Nachhaltigkeit eingerichtet, der mehrmals im Jahr tagt. Dort wird das Thema Nachhaltigkeit in sämtlichen Abteilungen unter gegenseitiger Absprache bearbeitet.

Auf die Frage, wie die Mitarbeiter das Thema Nachhaltigkeit sehen und wahrnehmen, zitiert Mag. Kobald eine Studie, die das Unternehmen vor rund 3 Jahren in Zusammenarbeit mit der Alpen Adria Universität durchführte. Im Rahmen eines Projektes wurde analysiert, inwieweit sich die Mitarbeiter des Unternehmens mit dem Nachhaltigkeitsthema identifizieren. Die Befragung hat ergeben, dass diese Identifikation hoch ist und die Mitarbeiter stolz sind, in einem Unternehmen zu arbeiten, für welches Nachhaltigkeit eine so große Bedeutung hat.

Interessant ist, wie die KELAG das Thema Nachhaltigkeit nach außen kommuniziert und die Kunden dazu erreicht. Es gibt regelmäßige Kundenbefragungen, in denen Kriterien, warum die KELAG als Stromlieferant gewählt wurde, abgefragt werden. Bei den Antworten befinden sich jene Themen, die im Kontext der Nachhaltigkeit stehen, an vorderster Stelle. Dazu gehören „Erneuerbare Energie“, „Versorgungssicherheit“ und „Energieeffizienz“. Daraus leitet das Unternehmen ab, dass dem Kunden die Nachhaltigkeitsausrichtung des Unternehmens sehr wichtig ist. Die KELAG publiziert jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht. Das Thema wird auch in der zweimal im Jahr veröffentlichten Kundenzeitung sowie in den sozialen Medien in Form von Praxisberichten dargestellt. Weiters widmet sich die

Kampagne „Generation Klimaschutz“ aktuellen Nachhaltigkeitsthemen. Ausführlich behandelt wird Nachhaltigkeit auch im jährlichen Geschäftsbericht.

Auf die abschließende Frage, inwieweit Fairtrade eine Rolle im Unternehmen spielt, wird sinngemäß wie folgt geantwortet: Die KELAG unterstützt schon seit dem Jahr 2012 den UN Global Compact, der von Unternehmen verlangt, dass sie innerhalb ihres Tätigkeitsbereiches die Grundwerte auf dem Gebiet der Menschenrechte, der Arbeitsnormen, des Umweltschutzes und der Korruptionsbekämpfung anerkennen, unterstützen und in der Praxis umsetzen. Das Unternehmen achtet beim Einkauf seiner Produkte auf eine nachhaltige Beschaffung. Die KELAG betreibt eine eigene Betriebsküche und Kantine und achtet hier auf Regionalität. Mehr als zwei Drittel der Produkte werden aus der Region beschafft. Der Einsatz von Fair-Trade-Produkten wird geprüft.

3.6 Nachhaltigkeit in der öffentlichen Wahrnehmung

Nachhaltigkeit ist zurzeit ein topaktuelles Thema in der öffentlichen Diskussion. Die Notwendigkeit des schonenden Umgangs mit den Ressourcen unseres Planeten im Sinne einer nachhaltigen Zukunftsentwicklung ist zunehmend unbestritten. Der vom Menschen in den vergangenen Jahrzehnten verursachte und beschleunigte Klimawandel, demzufolge eine Erderwärmung in erheblichem Ausmaß zu befürchten ist, ist Kernthema in der Bevölkerung. Politische Parteien setzen die Themen Klima und Umwelt an erste Stelle ihrer Wahlprogramme. Klimaschutzbewegungen wie jene von Greta Thunberg („Fridays for future“) bewegen und sollen vor allem dazu auffordern, dass wir Maßnahmen setzen, um negative Auswirkungen der Erderwärmung zu verhindern bzw. zu begrenzen. Dazu müssen alle ihren Beitrag leisten, die Wirtschaft, die Unternehmen, die Politik sowie jeder Einzelne von uns.

Gerade in Europa und in unserer Region sind dazu bereits positive Entwicklungen geschehen. Nationale Klima- und Energieziele legen verbindliche Ziele hinsichtlich der Reduktion von CO₂-Emissionen, der Energieeffizienz und dem Einsatz von erneuerbaren Energiequellen zur Energieproduktion fest. So ist beispielsweise der Ausstieg aus der

Kohlestromerzeugung in Deutschland zu erwähnen. Weiters werden Maßnahmen im Verkehr durch den zukünftig verstärkten Einsatz von Elektrofahrzeugen (E-Mobilität) gesetzt. Österreich ist Vorreiter in Sachen Klimaschutz, wenn man die Stromerzeugung aus erneuerbarer Energie betrachtet. Bereits heute werden mehr als 70% des Stromes in Österreich aus Wasser-, Wind- und Sonnenkraft erzeugt. Dieser Anteil soll in den nächsten Jahren weiter gesteigert werden. Das sind nur einige Beispiele, die hier stellvertretend genannt werden. Jeder Einzelne kann einen Beitrag dadurch leisten, dass er seinen Energieverbrauch zuhause analysiert und versucht, zum Beispiel durch effiziente Haushaltegeräte, umweltfreundlichere Heizsysteme (Abkehr von Ölheizungen) oder Wärmedämmung und damit Energieeinsparung, einen Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten. Fairtrade folgt ebenfalls den Nachhaltigkeitszielen der Gesellschaft (siehe Kapitel 2.3 und 2.4). Damit leistet der Faire Handel einen positiven Beitrag für eine nachhaltige Zukunft. Dies soll in weiterer Folge anhand von regionalen Beispielen gezeigt werden.³³

³³ Vgl. Oesterreichs Energie (o.J.): Strom, die intelligente Energieform der Zukunft. In: <https://oesterreichsenergie.at/die-welt-des-stroms.html> [07.02.2020]

4. Regionale Beispiele zum Fairen Handel

4.1 Aktuelle Entwicklungen

Die Betrachtung der Entwicklungen im Fairen Handel zeigen, dass sich die Verkaufsbeziehungsweise Absatzzahlen sowie die Umsätze in den vergangenen Jahren gesteigert haben. Allein in Deutschland stieg der Absatz im Jahr 2015 um 18% gegenüber dem Jahr 2014 zu einem Gesamtumsatz von knapp 1 Milliarde Euro. Weltweit betrug der Umsatz mit fair gehandelten Produkten im Jahr 2015 7,3 Milliarden Euro.

Zu dieser positiven Entwicklung beigetragen hat insbesondere auch die Einführung des Fair-Trade-Siegels. Damit hat der Faire Handel auch an Glaubwürdigkeit gewonnen. Heutzutage führen viele Supermarktketten und Versandhäuser fair gehandelte Produkte in ihrem Sortiment, was auch dazu beiträgt, dass Fairtrade populärer beziehungsweise beliebter wird. Durch die Einführung neuer Produktparten, die über die ursprüngliche Konzentration auf Nahrungsmittel hinausgehen, kann zunehmend eine deutlich größere und breitere Kundschaft gewonnen werden. Als Beispiele sind fair gehandelte Kleidung, Kosmetikprodukte, Schmuck und kunsthandwerkliche Produkte zu nennen.

Die ursprünglich primär dem Wohltätigkeitsaspekt folgende Fair-Trade-Bewegung hat dadurch zu einer stärkeren kommerziellen, gewinnorientierten Ausrichtung geführt.

Interessant ist in diesem Zusammenhang ein Beispiel aus Japan. Der Fair-Trade-Kaffeeverkauf von Starbucks, der bereits im Jahr 2002 in Japan begann, führte dazu, dass viele Menschen an den Fairen Handel herangeführt wurden. Weitere Unternehmen folgten diesem Beispiel. Zusätzlich zum wachsenden Verkaufsanteil von Fair-Trade-Produkten in Supermärkten ergeben sich neue Verkaufspotenziale aus dem Online Shopping, also Produktverkauf über das Internet.

Eine besonders interessante Entwicklung startete im Jahr 2001 in England, nachdem die sogenannte Fair-Trade-Towns-Kampagne ins Leben gerufen wurde. In den folgenden fünf Jahren erhielten mehr als 200 britische Städte das Zertifikat „Fair-Trade-Town“. Dieses Konzept wurde später von anderen Ländern (unter anderem Österreich, Italien,

Deutschland, Spanien) übernommen. Die Auszeichnung zur Fair-Trade-Town setzt die Erfüllung bestimmter Kriterien voraus, die regelmäßig überprüft werden.

Basierend auf dem ursprünglichen Konzept der Fair-Trade-Towns können sich seit mehreren Jahren auch Städte, Gemeinden und Schulen in Österreich zu „Fair-Trade-Städten“, „Fair-Trade-Gemeinden“ und „Fair-Trade-Schulen“ zertifizieren lassen. Im Folgenden werden dazu die Kriterien und Beispiele für solche Einrichtungen beleuchtet. Weiters wird das Konzept des Weltladens vorgestellt.³⁴

4.2 Fair-Trade-Schulen

Die Homepage von Fairtrade Österreich bietet eine sehr gute Übersicht über Möglichkeiten, aktiv einen Beitrag für Fairtrade zu leisten. So ergeht unter anderem die Einladung an Personen, sich aktiv an Kampagnen zur weiteren Bekanntmachung des Fairen Handels zu beteiligen. Besonders werden dabei auch Schulen in allen Ausbildungsrichtungen angesprochen. Die Zertifizierung erfolgt nach vorgegebenen Kriterien, die wie folgt zusammengefasst werden:

Kriterium 1: Es sind eine Fair-Trade-Ansprechperson oder ein Fair-Trade-Schulteam der Schule zu benennen. Diese sind für den Bewerbungsprozess zuständig.

Kriterium 2: Die Schule hat einen konkreten Aktionsplan festzuschreiben, aus dem die Form der Integration hervorgeht. Dazu gehört unter anderem, den Fairen Handel in den Unterricht miteinzubeziehen, Aktionen zum Fairen Handel durchzuführen und Produkte mit Fair-Trade-Siegel im Buffet und bei Veranstaltungen anzubieten.

Kriterium 3: Hier gilt es, den Fairen Handel in den Unterricht miteinzubeziehen. Wichtig ist, ihn in mindestens zwei verschiedenen Fächern oder in der Nachmittagsbetreuung in mindestens zwei verschiedenen Jahrgängen zu besprechen.

³⁴ Vgl. Claus/Hauff 2018, S.203-211

Kriterium 4: Dieses Kriterium schreibt die Verwendung von Fair-Trade-Produkten in der Schule vor. Es ist wichtig, den Schülern in einer Schule Fair-Trade-Produkte zur Verfügung zu stellen, am besten in der Schulkantine oder bei Veranstaltungen. Die Schüler bekommen einen Einblick, wie viele Fair-Trade-Produkte es gibt, von Obst bis zu Getränken, Kleidung und auch Sportbällen und sie lernen, diese zu verwenden.

Kriterium 5: Vorgeschrieben ist, dass mindestens einmal im Jahr eine Schulaktion zu Fairtrade durchgeführt wird. Hier kann man seiner Kreativität freien Lauf lassen. Beispiele sind ein Fair-Trade-Schulfest oder eine faire Modenschau.

In Österreich haben sich bereits 52 Schulen zu sogenannten „Fair-Trade-Schulen“ zertifizieren lassen und dabei die fünf dazu vorgeschriebenen Kriterien erfolgreich umgesetzt (siehe Abbildung 5). Diese Bildungseinrichtungen haben für ihr Engagement den Titel Fair-Trade-School erhalten. In Kärnten führen die HLW St. Veit an der Glan, die Volksschule Sörg sowie die Regenbogenschule VS9 Fellach diese Auszeichnung.³⁵



Abbildung 5: Fairtrade Schulen in Österreich

³⁵ Vgl. Fairtrade Österreich (o.J.): Fairtrade- School werden. In: www.fairtrade.at/aktiv-werden/in-der-schule/fairtrade-school-werden.html [01.11.2019]

4.3 Fair-Trade-Städte/Gemeinden

Analog zur Möglichkeit, sich als Schule hinsichtlich Fairtrade zertifizieren zu lassen, bietet die Kampagne "Fair-Trade-Gemeinde" den Österreichern die Möglichkeit, den Fairen Handel in der Gemeinde beziehungsweise der Stadt verankern zu lassen. Anknüpfungspunkte liegen beispielsweise im Rathaus, in Geschäften oder Sportvereinen.

Auch hier müssen fünf Kriterien erfüllt sein, damit eine Gemeinde den Titel „Fair-Trade-Gemeinde“ erhält:

Kriterium 1: Hier gilt das klare Bekenntnis der Gemeinde zu Fairtrade. Die Gemeinde bekennt sich zur Verwendung von Fair-Trade-Produkten bei Sitzungen und Gemeindeveranstaltungen.

Kriterium 2: Die Gemeinde hat eine Fair-Trade-Gruppe zu gründen. Bei regelmäßigen Treffen soll an der Umsetzung neuer Ziele gearbeitet werden. Der Gruppe gehört zumindest ein politischer Vertreter der Gemeinde an. Die Gruppe ist unter anderem für die Einhaltung der Kriterien verantwortlich.

Kriterium 3: Die Gemeinde hat dafür zu sorgen, dass Fair-Trade-Produkte den Bürgern verfügbar gemacht werden. Informationen für das aktuelle Fair-Trade-Angebot müssen von der Gemeinde bereitgestellt werden und Produkte in lokalen Geschäften verfügbar sein.

Kriterium 4: Dieses Kriterium betrifft den Einsatz von Fair-Trade-Produkten in der Gemeinde. Diese werden zum Beispiel in Unternehmen, Betrieben und Bildungs- sowie Freizeiteinrichtungen verwendet.

Kriterium 5: Wichtig sind die Themen Bewusstseinsbildung und Information in der Gemeinde. Durch Berichterstattungen in Gemeindezeitungen, Plakaten und regelmäßigen Veranstaltungen wird auf den Fairen Handel aufmerksam gemacht.

In Österreich haben sich bereits 203 Gemeinden zu sogenannten „Fair-Trade-Gemeinden“ zertifizieren lassen und dabei die fünf dazu vorgeschriebenen Kriterien erfolgreich umgesetzt (siehe Abbildung 6). In Kärnten trägt dieses Zertifikat lediglich die Stadt Villach.³⁶

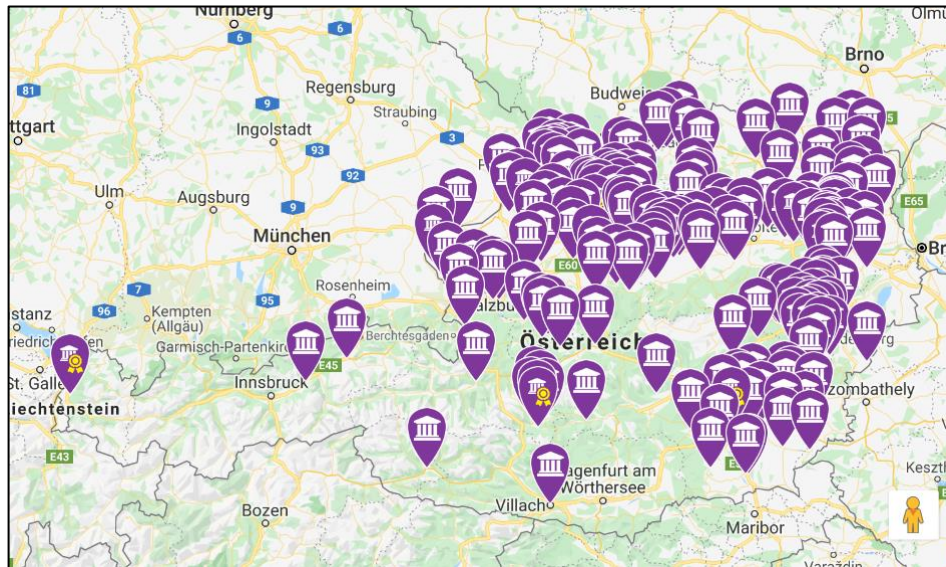


Abbildung 6: Fairtrade Gemeinden in Österreich

4.4 Fair-Trade-Wetlläden

Eine besonders wichtige Bedeutung kommt im Fair-Trade-Geschehen den Fair-Trade-Wetlläden zu. Hier werden Fair-Trade-Produkte und Waren verkauft. Die Wetlläden sind Fachgeschäfte für den Fairen Handel und in Österreich als selbstständige Geschäfte organisiert. Diese werden von Vereinen oder Privatpersonen geführt und von der Arbeitsgemeinschaft Wetlläden (ARGE Wetlläden) unterstützt. Der erste Wetlladen in Österreich wurde 1977 in Innsbruck eröffnet. Heute sind es fast 90 Fachgeschäfte für Fairen Handel in allen österreichischen Bundesländern. In Kärnten gibt es derzeit fünf Wetlläden

³⁶ Vgl. Fairtrade Österreich (o.J.): Fairtrade- Gemeinde werden. In: <https://www.fairtrade.at/aktiv-werden/in-der-gemeinde/fairtrade-gemeinde-werden.html> [02.11.2019]

in den Städten Klagenfurt, Feldkirchen, Spittal an der Drau, St. Veit an der Glan und Villach.³⁷

Ein Besuch des Weltladens in Klagenfurt liefert einen guten Einblick in die Konzeption und Ausrichtung der Weltläden. Es zeigt sich eine bunte Vielfalt schöner und hochwertiger Produkte, wie zum Beispiel Kunsthandwerk (Gläser, Tassen, Wasserkrüge), Schmuck, Gewürze, Kaffee, Schokolade, Lederwaren, Taschen, Bekleidung und Körperpflegeartikel.

Der Weltladen Klagenfurt, der im nächsten Jahr sein 40-jähriges Bestehen feiert, bezieht seine Produkte zum überwiegenden Teil von der EZA Fairer Handel GmbH, einer im Jahr 1975 gegründeten österreichischen Importorganisation für fair gehandelte Produkte. Die EZA arbeitet mit 140 Partnerorganisationen aus über 50 Ländern in Afrika, Asien, Südamerika aus den Ländern Afrika, Asien, Südamerika und dem Nahen Osten zusammen. Sie arbeitet mehrheitlich mit Kleinbauernvereinigungen (Kooperative) und Bündnissen von Handwerkern zusammen. Die EZA gehört der European-Fair-Trade-Association an und ist darüber hinaus aktives Mitglied der World-Fair-Trade-Organization.³⁸

³⁷ Vgl. Weltladen (o.J.). In: <https://www.weltladen.at/> [02.11.2019]

³⁸ Vgl. EZA Fairer Handel GmbH (o.J.): EZA Fairer Handel GmbH. In: <https://www.eza.cc/> [02.11.2019]

5. Der Faire Handel und die Verbindung zu den Sustainable Development Goals

5.1 Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen

Im September 2015 wurde von den Vereinten Nationen die „2030 Agenda für Nachhaltige Entwicklung“ festgelegt. Die Agenda beschreibt 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung. Diese umfassen soziale, ökologische und ökonomische Aspekte und sollen ein neuartiges Verständnis für die verschiedenen aktuellen und zukünftigen Problemstellungen im Sinne der Nachhaltigkeit darstellen.



Abbildung 7: Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen

Im Folgenden werden die 17 Nachhaltigkeitsziele in Kurzform erläutert:

Ziel 1: Armut in jeder Form und überall beenden

Ziel 2: Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern

Ziel 3: Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern

Ziel 4: Inklusive, gerechte und hochwertige Bildung gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern

Ziel 5: Geschlechtergerechtigkeit und Selbstbestimmung für alle Frauen und Mädchen erreichen

Ziel 6: Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten

Ziel 7: Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und zeitgemäßer Energie für alle sichern

Ziel 8: Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern

Ziel 9: Eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen

Ziel 10: Ungleichheit in und zwischen Ländern verringern

Ziel 11: Städte und Siedlungen inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig gestalten

Ziel 12: Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen

Ziel 13: Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen

Ziel 14: Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen

Ziel 15: Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern. Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodenverschlechterung stoppen und umkehren und den Verlust der biologischen Vielfalt stoppen

Ziel 16: Friedliche und inklusive Gesellschaften im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung fördern und allen Menschen Zugang zur Justiz ermöglichen

Ziel 17: Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben erfüllen³⁹

³⁹ Bundeskanzleramt Österreich (März 2017): Beiträge der Bundesministerien zur Umsetzung der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung durch Österreich. S.65. In: [file:///C:/Users/micha/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/Agenda2030_BF%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/micha/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/Agenda2030_BF%20(3).pdf) [24.09.2019]

5.2 Der Beitrag des Fairen Handels zur nachhaltigen Entwicklung

In diesem Kapitel wird der konkrete Beitrag von Fairtrade zur Nachhaltigkeit beziehungsweise für eine nachhaltige, positive Zukunftsentwicklung hergestellt. Die Grundlage dazu bilden die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen, die im vorigen Kapitel beschrieben sind. Zunächst werden jene Ziele ausgewählt, die eine direkte Beziehung von Fairtrade zu den Nachhaltigkeitszielen erkennen lassen. Die jeweiligen Beiträge zu den Einzelzielen werden auf Basis der bisherigen Ausführungen beschrieben.

Ziel 1: Keine Armut

- Arbeit für Kleinbauern beziehungsweise Menschen in Entwicklungsländern
- Verbesserung der Arbeits- und Lebenssituation
- Festlegung von Produktionsstandards und Mindestpreisen

Ziel 2: Kein Hunger

- Sicherung von Einkommen für kleine Produzenten in Entwicklungsländern
- Erhöhung der Produktivität der Betriebe durch Standards sowie nachhaltiges und umweltschonendes Wirtschaften
- Schaffung des Zugangs zu internationalen Märkten

Ziel 3: Gesundheit und Wohlergehen

- Umsetzung von sozialen Projekten im Gesundheitsbereich durch die Fair-Trade-Prämie (Bau von Krankenstationen, Gesundheitszentren)
- Reduktion von tödlichen Unfällen durch innovative Produktideen (zum Beispiel Ersatz von Kerosinlampen durch Solarlaternen)
- Schaffung von Arbeitsplätzen (zum Beispiel durch Sonnengläser)
- Schaffung der Gesundheitsversorgung für Kleinbauern und Produzenten

Ziel 4: Hochwertige Bildung

- Umsetzung von sozialen Projekten im Bildungsbereich durch die Fair-Trade-Prämie (Errichtung von Schulen)

- Berufsbildung in handwerklichen Bereichen
- Alphabetisierungskurse

Ziel 5: Geschlechtergleichstellung

- Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männer
- Stärkung der Rolle und Rechte von Frauen
- Verbot von illegaler Kinderarbeit und Zwangsarbeit

Ziel 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum

- International festgelegte Menschenrechte als Grundlage für die Gestaltung der Arbeits- und Lebensbedingungen
- Stärkung der Rechte für Frauen und Kinder in Entwicklungsländern
- Abschaffung von Zwangsarbeit und Kinderarbeit
- Weiterer Ausbau des Fairen Handels durch Erreichung neuer Produzenten in Entwicklungsländern

Ziel 12: Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster

- Nachhaltige und umweltschonende Produktionsweisen (Festlegung von verbindlichen Umweltstandards)
- Reduktion des Einsatzes von Chemikalien
- Umfassendes Abfallmanagement und Schutz von Wasserressourcen
- Förderung des biologischen Anbaus (Bioaufschlag)

Ziel 17: Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

- Unterstützung der Entwicklungsländer hinsichtlich der Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele
- Weiterentwicklung des Systems des Fairen Handels
- Weitere Verbesserung des Marktzuganges für Produzenten
- Aufbau von globalen Partnerschaften zum Austausch von Wissen und Fachkenntnissen

Ergänzend zu den oben angeführten, direkten Bezugspunkten von Fairtrade zu acht der 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen sind weitere Anknüpfungspunkte zu finden. So kann zum Ziel 9 (Innovation und Infrastruktur) der Aufbau von projektbezogener Infrastruktur (unter anderem Schulen und Straßen) und der Know-how-Transfer im Bereich Innovation und Technologie angeführt werden. Zu Ziel 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz) sei als Beispiel angeführt, dass die österreichische EZA Fairer Handel GmbH als Klimabündnisbetrieb eine ganze Reihe von Maßnahmen zum Klimaschutz setzt (Firmengebäude als Niedrigenergiehaus, Stromversorgung aus erneuerbarer Energie).⁴⁰

⁴⁰ Vgl. EZA Fairer Handel GmbH (o.J.): EZA Fairer Handel GmbH. In: <https://www.eza.cc> [07.02.2020]

6. Fazit

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem Thema des Fairen Handels (Fairtrade) mit der speziellen Zielsetzung, dessen Beitrag zu einer nachhaltigen, positiven Zukunftsentwicklung zu analysieren und dies anhand der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen zu beschreiben.

Grundlage der Arbeit ist eine Literaturrecherche über die historische Entwicklung der Fair-Trade-Bewegung seit dem Start in den USA nach dem zweiten Weltkrieg. Diese lässt erkennen, dass sich die Ausrichtung in den vergangenen Jahrzehnten deutlich geändert hat. Das übergeordnete Ziel, nämlich die Arbeitsbedingungen und die Lebenssituation von Kleinbauern in Entwicklungsländern zu verbessern, ist aber in allen Entwicklungsphasen erhalten geblieben.

Stand zu Beginn die Wohltätigkeit im Fokus, entwickelte sich der Faire Handel zunächst weiter zu einer großen Solidaritätsbewegung. Ab Mitte der 1980er Jahre gelang es schließlich, Fairtrade mehr und mehr zu professionalisieren, besser zu organisieren und gezielter an die Nachfrage der Kunden auszurichten. Seit Ende der 1990er Jahre wird das Fair-Trade-System maßgeblich von übergeordneten Organisationen (WFTO, EFTA, FI, Weltladendachverband) geprägt. Diese sogenannten Dachorganisationen haben, in Verbindung mit der Einführung des Fair-Trade-Siegels, wesentlich zu einer positiven Entwicklung beigetragen. Entscheidend war dabei die Festlegung von Grundsätzen, welche unter anderem auf die Vorgabe von umweltrelevanten und sozialen Standards bei der Herstellung der Produkte abzielen.

Des Weiteren wird aufgezeigt, dass aus der Betrachtung des Nutzens des Fairen Handels für die Produzenten und Kleinbauern in den Entwicklungsländern ein Bezug zum Konzept der nachhaltigen Entwicklung („Nachhaltigkeit“) hergestellt werden kann. Dies lässt sich aus ökonomischen, ökologischen und sozialen Aspekten ableiten. Anhand von zwei großen Kärntner Unternehmen wird gezeigt, wie sich Nachhaltigkeit in der Praxis darstellt. Beide Betriebe haben das Thema Nachhaltigkeit fest in ihrer Unternehmensstrategie verankert und legen besonderen Wert darauf, ihr unternehmerisches Handeln im Sinne einer

positiven Zukunftsentwicklung für künftige Generationen auszurichten. Das Thema Fairtrade spielt dabei eine, wenn auch untergeordnete, Rolle.

Deutlich bekannter und sichtbarer sind andere Fair-Trade-Kampagnen. So besteht seit Jahren die Möglichkeit, sich unter Einhaltung von vorgegebenen Kriterien als Fair-Trade-Schule, Fair-Trade-Gemeinde oder Stadt zertifizieren zu lassen und damit einen nennenswerten, regionalen Beitrag zum Fairen Handel zu leisten. Eine wichtige Bedeutung kommt im Fair-Trade-Geschehen den sogenannten Weltläden zu. In diesen Fachgeschäften können Fair-Trade-Produkte und Waren unter besonderer Beratung und Information gekauft werden. Fair-Trade-Produkte werden heute aber auch schon in Supermärkten und Bioläden angeboten.

In der vorliegenden Arbeit wird schließlich der Bezug von Fairtrade zu den 17 Nachhaltigkeitszielen (Sustainable Development Goals) der Vereinten Nationen hergestellt und anhand konkreter Beispiele erläutert. Es kann gezeigt werden, dass Fairtrade direkte Beiträge zu zumindest acht Nachhaltigkeitszielen leistet (z.B.: Keine Armut, Kein Hunger, Hochwertige Bildung, Geschlechtergleichstellung, Menschenwürdige Arbeit). Diese Betrachtung untermauert nicht nur die große Bedeutung von Fairtrade für Produzenten und Kleinbauern in Entwicklungsländern, sondern lässt auf eine positive Weiterentwicklung des Systems des Fairen Handels, auch im Sinne der Nachhaltigkeit, hoffen.

Dazu wird es notwendig sein, weitere Produzenten in Entwicklungsländern für Fairtrade zu gewinnen. Weiters muss die Akzeptanz der Bevölkerung für Fair-Trade-Produkte durch geeignete Maßnahmen weiter erhöht werden. Möglicherweise gelingt dies durch zielgruppengerechte (Werbe-) Kampagnen. Insbesondere sollte dabei auch die junge Generation angesprochen werden. Die jungen Menschen haben in der jüngsten Vergangenheit mehrfach gezeigt, dass sie nicht nur offen für neue Entwicklungen sind, sondern diese auch im Rahmen ihrer Möglichkeiten umsetzen.

Literaturverzeichnis

Printmedien:

Claus, Katja/Hauff, Michael von (2018): Fairtrade-Ein Konzept nachhaltigen Handels. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

Dürr, Hans-Peter (2011): Das Lebende lebendiger werden lassen. Wie uns neues Denken aus der Krise führt. Schneider, Manuel (Hrsg.). München: oekom.

KELAG-Kärntner Elektrizitäts-Aktiengesellschaft (2019): Geschäftsbericht 2018. Energie ist, was uns antreibt. Klagenfurt am Wörthersee.

STO Ges.mbH (2018): Bewusst bauen: Der Nachhaltigkeitsbericht von Sto. Geschäftsjahr 2016,2017. Villach.

Onlinequellen:

Amt der Tiroler Landesregierung (o.J.): Säulen der Nachhaltigkeit. In:

<https://www.tirol.gv.at/landesentwicklung/nachhaltigkeit/was-ist-nachhaltigkeit/konzepte/saeulen-der-nachhaltigkeit> [22.09.2019]

Bundeskanzleramt Österreich (März 2017): Beiträge der Bundesministerien zur Umsetzung der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung durch Österreich. In:

[file:///C:/Users/micha/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/Agenda2030_BF%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/micha/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/Agenda2030_BF%20(3).pdf) [24.09.2019]

Bundeskanzleramt Österreich (o.J.): Nachhaltige Entwicklung-Agenda 2030/SDGs. In:

<https://www.bundeskanzleramt.gv.at/nachhaltige-entwicklung-agenda-2030>
[23.06.2019]

Bundeskanzleramt Österreich (o.J.): Nachhaltige Entwicklung. In:

<https://www.bmnt.gv.at/umwelt/nachhaltigkeit/nachhaltigkeit.html> [22.09.2019]

European Fair Trade Assoziation (o.J.). In: <https://www.newefta.org> [15.07.2019]

EZA Fairer Handel GmbH (o.J.): EZA Fairer Handel GmbH. In: <https://www.eza.cc>
[02.11.2019]

EZA Fairer Handel GmbH (o.J.): EZA Fairer Handel GmbH. In: <https://www.eza.cc/das-unternehmen-eza-fairer-handel-neu> [02.11.2019]

Fairtrade Österreich (o.J.): Fairtrade- Gemeinde werden. In: <https://www.fairtrade.at/aktiv-werden/in-der-gemeinde/fairtrade-gemeinde-werden.html> [02.11.2019]

Fairtrade Österreich (o.J.): Fairtrade- School werden. In: www.fairtrade.at/aktiv-werden/in-der-schule/fairtrade-school-werden.html [01.11.2019]

Oesterreichs Energie (o.J.): Strom, die intelligente Energieform der Zukunft. In: <https://oesterreichsenergie.at/die-welt-des-stroms.html> [07.02.2020]

STO Ges.m.b.H.-Österreich (o.J.). In: <https://www.sto.at/de/home/home.html>
[05.11.2019]

Übereinkommen von Paris (12.12.2015). In: https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Klimaschutz/paris_abkommen_bf.pdf [22.09.2019]

Weltladen (o.J.). In: <http://www.weltladen.at> [15.07.2019]

World Fair Trade Organization (WFTO) (o.J.). In: <https://wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade> [23.06.2019]

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Organisation des Fairen Handels (schematisch). In:

Claus, Katja/Hauff, Michael von (2018): Fairtrade-Ein Konzept nachhaltigen Handels. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH. S.103. Abbildung verändert von der Verfasserin.

Abbildung 2: Fair-Trade-Siegel. In: <https://www.fairtrade.at/was-ist-fairtrade/fairtrade-siegel.html> [07.02.2020]

Abbildung 3: Die 10 Grundsätze des Fairen Handels der WFTO. In: <https://www.lohmar.de/raum-fuer-jung-und-alt-gesellschaft-und-soziales/faire-stadt-lohmar/der-faire-handel> [02.11.2019]

Abbildung 4: Drei Dimensionen der Nachhaltigkeit. In: <https://www.tirol.gv.at/landesentwicklung/nachhaltigkeit/was-ist-nachhaltigkeit/konzepte/saeulen-der-nachhaltigkeit> [22.09.2019]

Abbildung 5: Fairtrade Schulen in Österreich. In: <https://www.fairtrade.at/aktiv-werden/in-der-schule.html> [04.01.2020]

Abbildung 6: Fairtrade Gemeinden in Österreich. In: <https://www.fairtrade.at/aktiv-werden/in-der-gemeinde.html> [04.01.2020]

Abbildung 7: Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen. In: file:///C:/Users/micha/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/Content.Outlook/Z0OGJURA/Agenda2030_BF.pdf [03.11.2019]

Anhang

Interview zum Thema Nachhaltigkeit in der KELAG-Kärntner Elektrizitäts-AG

Ort: Arnulfplatz 2, 9020 Klagenfurt

Interviewer: Katharina Marketz (K)

Interviewpartner (IP): Verantwortliche Person für Nachhaltigkeit (Mag. Petra Kobald)

Einleitung des Interviews

K: Was versteht Ihr Unternehmen unter Nachhaltigkeit?

IP: Unter Nachhaltigkeit verstehen wir, dass wir eine Balance beziehungsweise eine Ausgewogenheit sicherstellen wollen zwischen der wirtschaftlichen Stabilität des Unternehmens, der Versorgungssicherheit, Klimaschutz und unserer gesellschaftlichen Verantwortung für die Region. Ich gehe später gerne noch näher auf die einzelnen Aspekte ein.

K: Gerne, danke. Welche Bedeutung hat das Thema Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen? Ist Nachhaltigkeit zum Beispiel in der Unternehmensphilosophie oder -strategie verankert?

IP: Grundsätzlich verfolgt die KELAG die strategische Ausrichtung einer sogenannten wertorientierten Wachstums- und Innovationsstrategie auf Basis erneuerbarer Energieträger und auch mit besonderem Augenmerk auf das Thema Energieeffizienz. Wenn man sich die Strategie anschaut, ich habe vorhin gesagt „Wachstum, Innovation und Wertorientierung“, wenn man diese Aspekte sozusagen als Haus sieht, dann wäre die Nachhaltigkeit quasi das Fundament dieses Hauses. Fundament vor allem in Zusammenhang mit den Themen Strom- und Energieerzeugung aus erneuerbaren Energiequellen, sprich wir erzeugen Strom aus Wasserkraft, Photovoltaik und Windkraft, also aus nachhaltiger Produktion. Weitere grundlegende Aspekte dabei sind beispielsweise der Einsatz von Biomasse in der Wärmeerzeugung oder auch die sichere Versorgung unserer Kunden mit Energie, wofür unsere Tochtergesellschaft Kärnten Netz GmbH

verantwortlich zeichnet. Weiters möchte ich das Thema Energieeffizienz nennen. Wir beraten unsere Kunden, und zwar alle Kundengruppen vom Privatkunden bis zum Industriekunden, was sie für einen effizienten Einsatz von Energie tun können.

K: Ist Nachhaltigkeit im Unternehmen organisatorisch verankert?

IP: Ja. Wir haben in unserem Konzern einen eigenen Nachhaltigkeitsbeauftragten. Das ist eine Person, die das Unternehmen in Nachhaltigkeitsfragen nach außen vertritt beziehungsweise auch von außen her Ansprechpartner in Nachhaltigkeitsfragen ist. Wir arbeiten zum Beispiel mit Institutionen zusammen, die sich eingehend mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigen, wie etwa das Netzwerk „Verantwortung zeigen!“ und „RespAct“. Der Nachhaltigkeitsbeauftragte ist darüber hinaus auch Ansprechpartner für andere Fragen zu unserer gesellschaftlichen Verantwortung. Und wir haben auch einen „Steuerungskreis Nachhaltigkeit“ eingerichtet, der viermal im Jahr tagt. Hier bearbeiten sämtliche Unternehmensbereiche das Thema Nachhaltigkeit und tauschen entsprechende Informationen aus.

K: Danke. Wie stehen die Mitarbeiter zum Thema Nachhaltigkeit?

IP: Das ist eine interessante Frage. Wir haben dieses Thema vor rund drei Jahren einmal im Unternehmen analysiert beziehungsweise abgefragt. Im Rahmen eines Forschungsprojektes mit der Alpen-Adria-Universität wollten wir hinterfragen, in wie weit sich das Unternehmen, nämlich die Mitarbeiter, mit dem Nachhaltigkeitsthema identifiziert. Die Befragung, die Ergebnisse sind auch veröffentlicht worden, hat ergeben, dass die Mitarbeiter sich sehr mit dem Thema identifizieren. Das geht bis dahin, dass sie stolz darauf sind, in einem Unternehmen zu arbeiten, für das die Nachhaltigkeit eine so hohe Bedeutung hat.

K: Ist das Thema Nachhaltigkeit für Ihre Kunden wichtig und wie bekommt der Kunde das mit?

IP: Wir führen regelmäßig Kundenbefragungen durch, in denen die Kriterien, warum die KELAG als Partner bzw. als Stromlieferant gewählt wurde, abgefragt werden. Die Themen, die im Kontext der Nachhaltigkeit stehen, nämlich erneuerbare Energie,

Versorgungssicherheit oder Energieeffizienz, stehen an vorderster Stelle. Daraus ist abzuleiten, dass es dem Kunden durchaus sehr wichtig ist, wie das Unternehmen gerade in der Stromproduktion aufgestellt ist. Zu Ihrer Frage, wie wir die Kunden erreichen: Wir publizieren jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht und wir bearbeiten das Thema auch zweimal im Jahr in unserer Kundenzeitung. Auch in unserem jährlichen Geschäftsbericht publizieren wir entsprechende Informationen und Kennzahlen dazu.

Ich darf noch auf etwas eingehen. Wir erleben gerade, dass das Thema Klimawandel intensiv in der öffentlichen und politischen Diskussion steht. Sie kennen das wahrscheinlich auch im Zusammenhang mit der Initiative „Fridays for future“.

K: Ja das kenne ich.

IP: Wir erreichen unsere Kunden auch mit unserer Kampagne „Generation Klimaschutz“, mit der wir aktuell gerade wieder einen medialen Schwerpunkt setzen. In den Printmedien, aber auch in den sozialen Medien wie Facebook. Dort geht es um Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Wir kommunizieren nicht nur, was die KELAG dazu tut, sondern auch, was der Kunde tun kann. Aktuell geht es besonders um die Themen Elektromobilität, Photovoltaik und Energieeffizienz.

K: In meiner Arbeit beschäftige ich mich im Speziellen auch mit Fairtrade und Nachhaltigkeit. Ist Fairtrade in Ihrem Unternehmen ein Thema?

IP: Die KELAG unterstützt schon seit dem Jahr 2012 den UN Global Compact, der von Unternehmen verlangt, dass sie innerhalb ihres Tätigkeitsbereiches die Grundwerte auf dem Gebiet der Menschenrechte, der Arbeitsnormen, des Umweltschutzes und der Korruptionsbekämpfung anerkennen, unterstützen und in der Praxis umsetzen. Auf Ihre Frage bezogen ist zum Beispiel das Thema Einkauf zu nennen. Wir kaufen ja sehr viele Produkte ein, natürlich einerseits technische Produkte für unsere Infrastruktur, aber andererseits zum Beispiel auch Produkte wie Büroausstattungen und Nahrungsmittel. Wir achten hier sehr auf eine nachhaltige Beschaffung. Zum Thema Fairtrade: Wir betreiben auch eine eigene Betriebsküche und Kantine, wo wir unseren Mitarbeitern ein gesundes Essen anbieten. Wir achten hier beim Produkteinkauf sehr stark auf Regionalität und

Qualität, beschaffen also gesunde Produkte aus der Region und sind entsprechend auch dabei, den Einsatz von Fair-Trade-Produkten zu prüfen.

K: Das wären meine Fragen gewesen, ich bedanke mich für das Gespräch!

Datum des Interviews: 25.09.2019

Name: Katharina Marketz

Selbstständigkeitserklärung

Ich erkläre, dass ich diese vorwissenschaftliche Arbeit eigenständig angefertigt und nur die im Literaturverzeichnis angeführten Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.

Klagenfurt am Wörthersee, 16.02.2020

Ort, Datum

Unterschrift

Zustimmung zur Aufstellung in der Schulbibliothek

Ich gebe mein Einverständnis, dass ein Exemplar meiner vorwissenschaftlichen Arbeit in der Schulbibliothek meiner Schule aufgestellt wird.

Klagenfurt am Wörthersee, 16.02.2020

Ort, Datum

Unterschrift