



GESCHÄFTSMODELLE, DIE FRAUEN STÄRKEN

ERKENNTNISSE UND IMPULSE AUS FAIR-HANDELS-UNTERNEHMEN

Ein Bericht der



Deutsche Fassung
herausgegeben von



Das **FORUM FAIRER HANDEL** ist der Verband des Fairen Handels in Deutschland. Sein Ziel ist, das Profil des Fairen Handels zu schärfen, gemeinsame Forderungen gegenüber Politik und Handel durchzusetzen und eine stärkere Ausweitung des Fairen Handels zu erreichen. Das **FORUM FAIRER HANDEL** versteht sich als die politische Stimme der Fair-Handels-Bewegung in Deutschland und setzt sich für gerechte Rahmenbedingungen für Handel und Landwirtschaft weltweit ein.

Es ist in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Bildung und Kampagnen- und Advocacyarbeit tätig. Einmal im Jahr veranstaltet das **FORUM FAIRER HANDEL** zusammen mit seinen Kooperationspartnern die Faire Woche, die größte Aktionswoche des Fairen Handels in Deutschland.

Die Mitglieder des **FORUM FAIRER HANDEL** sind Organisationen, die ausschließlich im Fairen Handel arbeiten und Akteure, die die Förderung des Fairen Handels als einen der Schwerpunkte ihrer Arbeit ansehen: Weltladen-Dachverband e.V., GEPA – The Fair Trade Company, El Puente, dwp eG Fairhandelsgenossenschaft, BanaFair e.V., GLOBO – Fair Trade Partner, Naturland – Verband für ökologischen Landbau e.V., Fair-Band e.V. sowie Dr. Bronner's Europe als vorläufiges Mitglied. Ein breites Netzwerk von Partnerorganisationen arbeitet in den Arbeitsgruppen des Forum Fairer Handel mit.

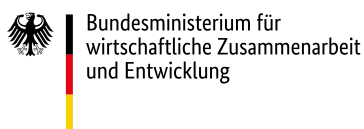


IMPRESSUM

Das englische Original des Berichts **„Business Models that Empower Women“** wurde anlässlich des Weltfrauentages 2019 von der World Fair Trade Organization (WFTO) herausgegeben. Es handelt sich dabei um einen von zwei Berichten der WFTO zum Themenkomplex „Frauenrechte und Geschlechtergerechtigkeit“. Teil 1 unter der Überschrift **„Gender Equity and Women's Rights in the work place“** wurde ebenfalls am 8. März 2019 publiziert. Die englische Fassung beider Berichte kann unter <https://wfto.com/> abgerufen werden. Sie wurden im Auftrag der WFTO von deren Ehrenmitglied Carol Wills koordiniert und erstellt.

HERAUSGEBER der deutschen Fassung: Forum Fairer Handel e.V. **ÜBERSETZUNG** Regine Volkmer **REDAKTION** Laura Wolters, Katrin Frank (Forum Fairer Handel e.V.) **BILDER** Cover: Bagdha Enterprises; S. 3: Luis Lema; S. 4: Forum Fairer Handel/Rolf K. Wegst; S. 7: Sasha; S. 8: Oasis Transformation; S. 11: Fair Trade Connection; S. 13: Jennie Abraham-Joy; S. 16 (von links nach rechts): Retno Hapsari; World Fair Trade Organization/ Pekerti Foundation; S. 17 (oben): World Fair Trade Organization/ Apikri Co-operative; S. 17 (unten): XSPProject/ Retno Hapsari; S. 18 (oben): World Fair Trade Organization; S. 18 (unten): Luis Lema; S. 20: Global Mamas/ Dorcas Baiden; S. 21 (oben): Sophie Mosco; S. 21 (unten): World Fair Trade Organization/ Machakos Cooperative Union; S. 23: Oxfam Magasins du Monde **LAYOUT** Dreimalig Werbeagentur Köln **BERLIN, MÄRZ 2019**

Gefördert von der Europäischen Union im Rahmen des DEAR Projektes, mit Mitteln des evangelischen Kirchlichen Entwicklungsdienstes sowie durch ENGAGEMENT GLOBAL mit Mitteln des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung



Für den Inhalt dieser Publikation ist allein das Forum Fairer Handel e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt der Europäischen Union, von ENGAGEMENT GLOBAL gGmbH und dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

INHALTSVERZEICHNIS

1. EDITORIAL	4
2. ÜBERBLICK	6
3. GESCHLECHTERGERECHTIGKEIT: BEST PRACTICES UND HERAUSFORDERUNGEN IN FAIR-HANDELS-ORGANISATIONEN	7
4. WAS UNTERNIMMT DER FAIRE HANDEL, UM GESCHLECHTERGERECHTIGKEIT UND GLEICHSTELLUNG AM ARBEITSPLATZ ZU ERREICHEN?	8
5. FAIRER HANDEL FÜR DIE GLEICHSTELLUNG DER GESCHLECHTER UND DAS <i>EMPOWERMENT</i> VON FRAUEN	9
6. GLEICHSTELLUNG DER GESCHLECHTER – ZEIT FÜR DIE UMSETZUNG	10
7. DAS THEMA LIEFERKETTEN	10
8. „LEBEN VERÄNDERN“: WORKSHOP ZUM THEMA GLEICHSTELLUNG IM NOVEMBER 2017 AUF DER INTERNATIONALEN WFTO-KONFERENZ IN NEU DELHI, INDIEN	11
9. DIE FALLSTUDIEN	12



MARIA ANTUN



ANDREA FÜTTERER

Knapp die Hälfte der Weltbevölkerung ist weiblich. Und obwohl Frauen den Großteil der Erwerbs- und reproduktiven Arbeit leisten, werden sie immer noch in vielen Bereichen strukturell benachteiligt. Sie bekommen für die gleiche Arbeit weniger Lohn als Männer und sind seltener in Führungspositionen vertreten. Außerdem haben Frauen und Mädchen oft keinen Zugang zu wichtigen Ressourcen wie Bildung, Land, Krediten oder einem eigenen Einkommen. Damit sind sie stärker von Armut betroffen und können ihre Potenziale oft nicht entfalten.ⁱ

Eine gleichberechtigte Behandlung von Frauen und Männern ist jedoch notwendig für ein friedvolles Miteinander und eine nachhaltige Entwicklung. Die Stärkung von Frauen sowie die Förderung und Einbindung ihrer Potenziale kommen auch der Gemeinschaft zugute. Denn Frauen investieren ihr Einkommen vermehrt in Bildung, soziale Aktivitäten und Gesundheit. Damit leisten sie einen wichtigen Beitrag zum Gemeinwohl.

Mit dem fünften Nachhaltigen Entwicklungsziel (SDG 5) der Vereinten Nationen hat sich die internationale Staatengemeinschaft vorgenommen, die ungleiche Behandlung der Geschlechter zu beseitigen. Obwohl es auf internationaler wie auch auf nationaler Ebene Regelungen zur Gleichbehandlung der Geschlechter gibt, besteht immer noch eine große Lücke zwischen Gesetzen und alltäglicher Praxis.ⁱⁱ

Gleichzeitig zählt die Förderung der Gleichberechtigung von Frauen zu den international definierten Grundsätzen des Fairen Handels. Fair-Handels-Organisationen lehnen Geschlechterdiskriminierung ab und setzen sich aktiv für eine Gleichberechtigung der Geschlechter ein. Frauen bekommen einen gerechten Lohn für ihre Arbeit, werden in Entscheidungsprozesse einbezogen und bei der Entfaltung ihrer Potenziale gefördert.ⁱⁱⁱ

Der vorliegende Bericht zeigt, dass Frauen in Fair-Handels-Organisationen deutlich mehr Chancen haben, ein eigenes Einkommen zu erwirtschaften, mit dem sie ein würdiges und selbstbestimmtes Leben führen können. Sie haben Zugang zu Bildung und Landbesitz und werden in Entscheidungsprozesse einbezogen. Sie werden darin bestärkt, ihre Rechte wahrzunehmen und haben damit die Möglichkeit, sich auch in Gesellschaft und Politik einzumischen.

Für eine gleichberechtigte Gemeinschaft sind aber Bemühungen sowohl auf der wirtschaftlichen als auch auf der politischen und gesellschaftlichen Ebene notwendig, um die strukturelle Benachteiligung von Frauen zu beenden.

Deshalb schließen wir uns den Forderungen der World Fair Trade Organization (WFTO) an:

- Stereotypenbildung in der Erziehung vermeiden:

Kinder sollten zu gleichberechtigten Mitgliedern der Gesellschaft erzogen werden. Sie sollten aufgrund ihres Geschlechts nicht unterschiedlich gefördert werden oder Privilegien erhalten. Eltern sollten als Vorbilder dienen und bestehende Rollenbilder hinterfragen.

- Rollenbilder in Schulbüchern ändern:

Anhand von Unterrichtsmaterialien lernen Kinder unterschiedliche Berufsbilder kennen. Frauen sollten deshalb in Unterrichtsmaterialien nicht nur in traditionellen Rollenbildern dargestellt werden, sondern beispielsweise auch in Führungspositionen. Ebenso sollten Männer nicht nur in der klassischen Rolle als Versorger, sondern auch bei der Haus- und Familienarbeit dargestellt werden, damit eine Vielfalt an unterschiedlichen Rollenbildern den Kindern als Vorbild dienen. In der Geschichtsdarstellung fehlen einflussreiche Frauen als Vorbilder für Schüler*innen, obwohl es viele inspirierende Beispiele gibt.^{iv}

- Anzahl von Frauen in der Politik und in Unternehmensvorständen erhöhen:

Noch immer entspricht der Anteil von Frauen in der Politik und den Führungsebenen von Unternehmen bei weitem nicht deren Anteil in der Gesellschaft. Trotzdem werden auf allen Ebenen in Politik und Wirtschaft Entscheidungen gefällt, die auch Frauen betreffen. Frauen sollten deswegen paritätisch in Parlamenten, Gemeinderäten und Unternehmensvorständen vertreten sein.

- Patriarchale Strukturen aufbrechen:

Die Diskriminierung von Frauen wird häufig durch soziale Normen und Traditionen begünstigt. Diese stehen häufig über den Gesetzen und führen unter anderem dazu, dass Frauen ihr Erbe verwehrt bleibt, wenn männliche Angehörige sterben. Bewusstseinstrainings für Frauen stärken diese darin, ihre Rechte zu kennen und sie einzufordern. Außerdem sollten Männer ebenso für die Rechte von Frauen sensibilisiert werden. Regierungen sollten mit zivilgesellschaftlichen Organisationen und Fair-Handels-Unternehmen zusammenarbeiten, um gegen überkommene Strukturen zu sensibilisieren.

- Ungleiche Machtverteilung in Lieferketten:

Die ungleiche Machtverteilung in Lieferketten untergräbt das Recht von Produzent*innen und Arbeiter*innen auf würdige Arbeitsbedingungen sowie faire und gleiche Bezahlung. Das betrifft insbesondere Frauen. Um dem entgegenzuwirken, müssen die Kontrollen entlang landwirtschaftlicher Lieferketten und in Fabriken per Gesetz intensiviert werden. Zudem sollten Inspektor*innen besser ausgebildet und entlohnt werden. Gegen landwirtschaftliche Betriebe und Unternehmen, die Gesetze missachten, sollten empfindliche Bußgelder verhängt werden und diejenigen belohnt werden, die mit gutem Beispiel vorangehen. Zudem müssen international agierende Unternehmen für Verletzungen von Menschen- und Arbeitsrechten entlang ihrer gesamten Lieferketten haftbar gemacht werden.

- Gesetzliche Rahmenbedingungen für den informellen Sektor schaffen:

Weltweit arbeiten 75% der Frauen in informellen Beschäftigungen (außerhalb der Landwirtschaft). Dort verfügen sie weder über eine soziale Absicherung noch haben sie Rechte. Am Anfang jeder Lieferkette – im Handwerk wie auch in der Landwirtschaft – stehen gesellschaftlich schwächer gestellte Frauen, die die Folgen von Billigprodukten und Preiskämpfen tragen. Fair-Handels-Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen können dabei helfen, diese Frauen sichtbar zu machen und ihnen eine Stimme zu geben.

- Anwenden von Fair Trade Grundsätzen:

Die 10 Prinzipien des Fairen Handels der WFTO sollten allen Unternehmen und staatlichen Instanzen als Rahmen für verantwortungsvolles Wirtschaften dienen. Der Faire Handel beseitigt Ungerechtigkeiten in den Lieferketten. Fair bezahlte und selbstbewusste Angestellte, die würde- und respektvoll behandelt werden und gleiche Chancen auf Führungspositionen genießen, sind produktiver, loyaler und tragen zu einem nachhaltigen Wachstum des BIPs bei. Frauen sollten dabei in den Mittelpunkt einer nachhaltigen Entwicklung gestellt werden, damit jede*r ihr/sein volles Potenzial ausschöpfen kann. Das öffentliche Bewusstsein dafür sollte weiter gefördert werden.

Der vorliegende Bericht zeigt auf, wie der Faire Handel zu den geforderten Veränderungen beiträgt. Lassen Sie sich inspirieren! Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre.

Andrea Fütterer
Vorstandsvorsitzende

ⁱ <https://www.bmz.de/de/themen/frauenrechte/hintergrund/index.html>

ⁱⁱ World Fair Trade Organization (2019): Gender Research Report Nr. 1: Gender Equity and Women's Rights in the Work Place – Women at the Heart of Sustainable Development (Online erhältlich)

ⁱⁱⁱ Die Internationale Charta des Fairen Handels (https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user_upload/dateien/publikationen/andere_publikationen/2018_FH-Charta_Deutsch.pdf)

^{iv} UNESCO untersuchte im Jahr 2016 die unterschiedlichen Darstellungen von Geschlechterrollen und Frauenrechten in Schulbüchern. Der Bericht „Textbooks pave the way to Sustainable Development“ ist hier zu finden: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246777>

2. ÜBERBLICK

Frauen, die für ein Fair-Handels-Unternehmen¹ tätig sind, erreichen mit viermal so hoher Wahrscheinlichkeit eine Position in der obersten Führungsebene (als Geschäftsführerin oder im Vorstand) als Frauen, die für konventionelle Unternehmen arbeiten. Mehr noch, in einem Fair-Handels-Unternehmen beschäftigte Frauen erhalten Anerkennung, ihre Rechte werden respektiert, sie sind sichtbar und werden gehört. In Fair-Handels-Unternehmen stehen die Gleichstellung der Geschlechter² und die wirtschaftliche Stärkung von Frauen im Mittelpunkt. Dies fußt auf der Überzeugung, dass wir niemals eine nachhaltige Entwicklung erreichen werden, solange Frauen ihr volles Potenzial nicht entfalten können.

Fair-Handels-Unternehmen sind geprüfte Mitglieder der World Fair Trade Organization (WFTO). Es gibt sie in vielen verschiedenen Formen, doch sie alle arbeiten mit einem Geschäftsmodell, das die Bedürfnisse der Menschen und unseres Planeten an erste Stelle setzt. Sie sind soziale Unternehmen, Kooperativen, Familienbetriebe und andere soziale Gewerbe, die die Ziele des Fairen Handels als ihre Kernaufgabe betrachten. Die WFTO ist das Dach, unter dem sich Fair-Handels-Organisationen versammeln.³

Für diese Studie haben wir vor allem die Lage in acht Fair-Handels-Organisationen (FTOs – Fair Trade Organisations) untersucht – zwei Organisationen für kommunale Entwicklung, einen Kooperativenverbund, eine zivilgesellschaftliche Organisation, zwei Fabriken und zwei Netzwerke. Diese befinden sich in acht Ländern, namentlich Belgien, Chile, Ecuador, Äthiopien, Indien, Indonesien, Kenia und Nepal. Als Mitglieder der World Fair Trade Organization teilen sie die Überzeugung, dass sich die ungerechten Verhältnisse über den Fairen Handel zum positiven verändern lassen und üben alle eine Handelsfunktion aus. Sie sind der Auffassung, dass der Faire Handel wirtschaftlich marginalisierte Menschen – vor allem Frauen – stärkt und ihnen die Chancen gibt, die ihnen zustehen. Der Standard des WFTO-Garantiesystems unterstützt sie dabei. Er ist mehr als bloß ein weiteres Zertifizierungssystem, vielmehr ist er ein Leitfaden für die kontinuierliche Verbesserung fairer Handelspraktiken. Dieser stützt sich auf Strategien, die die Mitglieder der WFTO auf ihren jährlichen Vollversammlungen verabschiedet haben. Wie in unserem ersten Bericht zur Gleichstellung der Geschlechter und den Rechten von Frauen am Arbeitsplatz⁴ dargestellt, verschärft sich das Ungleichgewicht weltweit immer weiter zum Nachteil von Frauen, die von Diskriminierung, Ausbeutung, Gewalt und Misshandlungen am Arbeitsplatz und außerhalb der Arbeit betroffen sind. Häufig arbeiten sie lang und werden dafür nur gering entlohnt, weil sie ihre Rechte nicht kennen. Der Faire Handel beweist, dass Betriebe auch ohne Ausbeutung ihrer Belegschaft erfolgreich wirtschaften können und dass sich Fortbildungen für Frauen, die Aufklärung über ihre Rechte und die Besetzung von Führungsrollen mit Frauen auf allen Ebenen positiv auf die Geschäftsentwicklung auswirken können. Die Wiederbelebung traditioneller Techniken und die Erschließung neuer Märkte für diese Produkte führen zu einer positiven Wahrnehmung der Rolle von Frauen in ihrem sozialen Umfeld und verbessern sowohl ihren Status als auch ihr Selbstbewusstsein.

WAS IST EIN FAIR-HANDELS-UNTERNEHMEN?

Ein Fair-Handels-Unternehmen identifiziert sich vollständig mit dem Fairen Handel. Dies umfasst ein uneingeschränktes Engagement für die zehn Prinzipien des Fairen Handels als zentrale Aufgabe des Unternehmens. WFTO-Mitglieder werden durch ihre Fachkolleg*innen in Form von „Peer Visits“ beurteilt und von unabhängiger Stelle entsprechend überprüft. Das Garantiesystem der WFTO betrachtet jeden Aspekt eines Unternehmens und bestätigt, ob es auch wirklich ein Fair-Handels-Unternehmen ist. Die WFTO prüft, ob das gesamte Unternehmen und das Steuerungssystem für seine Lieferketten die Kriterien des Fairen Handels beherzigen. Dadurch können sich die entsprechenden Unternehmen ganz dem *Empowerment* von Produzent*innen und Arbeiter*innen sowie deren sozialem Umfeld widmen. Dieser Bericht belegt außerdem, dass sie mit mehr Erfolg die Position von Frauen stärken.

¹ Im Bericht werden die Begriffe Fair-Handels-Organisation und Fair-Handels-Unternehmen synonym verwendet. Der Bericht stützt sich auf die Erfahrungen von Unternehmen, die den Fairen Handel als ihre zentrale Aufgabe ansehen.

² Mit den Begriffen „Gender“ und „Geschlechter“ sind in dieser Studie die weiblichen und männlichen Geschlechteridentitäten gemeint. Im Englischen wird der Begriff „Gender“ verwendet, der Geschlecht als sozial konstruiert beschreibt und unterschiedliche Geschlechteridentitäten umfasst.

³ Auch das Forum Fairer Handel (FFH) ist Mitglied der WFTO. Das Label der WFTO dürfen Unternehmen für sich und ihre Produkte nutzen, wenn sie in ihrer gesamten Unternehmenstätigkeit die Kriterien der WFTO einhalten. In Deutschland finden Sie Produkte mit dem WFTO-Label vor allem in Weltläden. Als Verband des Fairen Handels in Deutschland erkennt das FFH jedoch noch weitere Label und Siegel an. Informationen dazu erhalten Sie unter <http://www.forum-fairer-handel.de/fairer-handel/faire-produkte-erkennen/>.

⁴ Das Original dieses Berichtes der WFTO „Gender Equity and Women’s Rights in the Work Place“ steht unter www.wfto.com zum Download bereit.

3. GESCHLECHTERGERECHTIGKEIT: BEST PRACTICES UND HERAUSFORDERUNGEN IN FAIR-HANDELS-ORGANISATIONEN



VERANSTALTUNG ZU FAIREN CHANCEN, BANGLADESCH

Unabhängig von ihrer jeweiligen Situation, die durchaus stark variieren kann, sind sich Fair-Handels-Unternehmen einig, dass Best Practice im Fairen Handel in Bezug auf die Gleichstellung der Geschlechter auf sechs Kernbestandteilen basiert:

- Bildung, Bewusstseinsförderung und Qualifizierungsmaßnahmen sowohl für Frauen als auch für Frauen und Männer gemeinsam⁵.
- Gelegenheiten für Frauen (wie für Männer), Führungsrollen auf verschiedenen Ebenen in der FTO zu übernehmen: in der Fabrik, oder – weniger formalisiert – in ländlichen Regionen oder Dörfern als Mitglieder und Leiter*innen von Frauengruppen.
- Beteiligungsmöglichkeiten für Frauen an Entscheidungsprozessen in ihren Organisationen und ihrem Lebensumfeld.
- Gleiches Geld für gleiche Arbeit und generell eine gerechte Bezahlung.
- Förderung des Fairen Handels entsprechend der jeweiligen Möglichkeiten
- Hinterfragen tief verwurzelter Stereotype und traditioneller gesellschaftlicher Normen.

HERAUSFORDERUNGEN:

Alle Fair-Handels-Unternehmen stehen vor der Herausforderung, die zehn Prinzipien des Fairen Handels und die Anforderungen des Garantiesystems einzuhalten, während sie ihre Leistung stetig verbessern. Zugleich müssen sie beweisen, dass sie auch tatsächlich tun, was sie behaupten. Das ist nicht einfach. Die Welt ist voller Zyniker, die jede Gelegenheit ergreifen, den Fairen Handel für seine angeblich unrealistischen Ziele, Unaufrichtigkeit, Profitorientierung und als Teil konventioneller Marktmechanismen zu kritisieren. Sie sind stets bereit publik zu machen, was immer sie auch nur im Geringsten als Verstoß gegen die Kriterien der Standards bewerten. FTOs müssen sich diesen Herausforderungen unumwunden stellen. Wir leben in einer Welt, die alles andere als perfekt ist und in der Frauen am meisten unter Diskriminierungen aller Art leiden. Es ist von daher ein zentrales Anliegen der Fair-Handels-Bewegung, die Verbraucher*innen auf der ganzen Welt für die Arbeits- und Lebensbedingungen der Frauen und Männer zu sensibilisieren, die die von uns gekauften Produkte anbauen und herstellen. Auf diese Weise können wir vielleicht einen Wandel im Verhalten von Einzelpersonen, Regierungen und Unternehmen herbeiführen, ohne den sich die UN-Nachhaltigkeitsziele nicht erreichen lassen.

⁵ An dieser Stelle sollten wir das exzellente, von Oxfam Novib entwickelte GALS (Gender Action Learning System) erwähnen, das Frauen und Männern mit Hilfe von Zeichnungen dabei hilft, gemeinsam und allein zu ermitteln, welche Arbeit sie täglich leisten, wer Geld für welche Aktivität verdient und wofür das Geld verwendet wird. Dies kann äußerst wirkungsvoll sein, um tief verankerte Vorurteile abzubauen.

4. WAS UNTERNIMMT DER FAIRE HANDEL, UM GESCHLECHTERGERECHTIGKEIT UND GLEICHSTELLUNG AM ARBEITSPLATZ ZU ERREICHEN?



ARBEITERIN BEIM FERTIGEN EINES BAMBUSRAHMENS

In der 2016 verabschiedeten Gender-Richtlinie der WFTO verwenden wir die von Oxfam Australien für seine Gleichstellungsrichtlinie 2011 entwickelten Definitionen von Gleichstellung und Geschlechtergerechtigkeit:

Geschlechtergerechtigkeit („gender equity“):

Eine gerechte Behandlung von Frauen und Männern, unabhängig von ihrem biologischen Geschlecht oder ihrer Geschlechtsidentität, wobei u.U. verschiedene geschlechtsspezifische Interventionen nötig sind; Gerechtigkeit führt zu Gleichberechtigung/ Gleichstellung.

Gleichstellung der Geschlechter („gender equality“):

Die paritätische Verfügung über und Wahrnehmung von Rechten, Chancen, Ressourcen und Anerkennung durch Frauen und Männer unter demselben Maß an Würde und Respekt. Gleichstellung bedeutet nicht, dass Frauen und Männer gleich sind, sondern dass ihre Rechte und Chancen nicht davon bestimmt oder beschnitten werden, ob sie nach ihrer Geburt als weiblich oder männlich identifiziert wurden.

Die beiden größten Dachorganisationen des Fairen Handels, die World Fair Trade Organization und Fairtrade International, bemühen sich intensiv um die Umsetzung von Geschlechtergerechtigkeit im Fairen Handel. Im Jahr 2016 brachte die WFTO ihre neue Gender-Richtlinie auf den Weg. Sie verpflichtet FTOs dazu, konkrete Maßnahmen zu ergreifen, die gewährleisten, dass in ihren Organisationen Gleichstellung der Geschlechter herrscht und sie bietet Hilfestellungen zur Umsetzung. Nachhaltige Entwicklungen lassen sich nur über einen Handel erreichen, der sowohl Frauen als auch Männer stärkt.

EMPOWERMENT⁶ VON FRAUEN DURCH FAIR-HANDELS-UNTERNEHMEN

Mit dieser Strategie versucht die WFTO, die Situation von Frauen in allen Mitgliedsorganisationen zu verbessern. Das betrifft sowohl die Handelsbeziehungen als auch Lobby-Aktivitäten. Die Strategie zur Umsetzung des Fair-Handels-Prinzips⁶⁷ umfasst sechs Ziele, welche unter Einbeziehung von Frauen und Männern umgesetzt werden. Grundlegend dafür ist die Anerkennung der Tatsache, dass Frauen in der Vergangenheit alle möglichen Chancen verwehrt wurden. Der nächste Schritt besteht aus Maßnahmen, die Frauen Gehör verschaffen und sie an Entscheidungsprozessen und der Leitung unserer Organisationen sowie darüber hinaus teilhaben lassen. Wir wollen außerdem der Gewalt gegen und dem Missbrauch von Frauen und Mädchen ein Ende setzen, die Arbeit von Frauen in Lieferketten anerkennen und sie in die Planung des Wandels einbeziehen.

Die WFTO verfügt über ein Garantiesystem. Es verlangt, dass Mitglieder der WFTO alle zwei Jahre bewerten müssen, inwiefern sie gewisse, auf die zehn Prinzipien des Fairen Handels basierende Kriterien erfüllen. Ihre Evaluationsberichte

⁶ Auf eine kurze Formel gebracht ist Empowerment „das Anstiften zur (Wieder-)Aneignung von Selbstbestimmung über die Umstände des eigenen Lebens.“ Siehe <https://www.empowerment.de/grundlagen/>

⁷ Fair Trade Principle six: Commitment to Non Discrimination, Gender Equity and Women’s Economic Empowerment, and Freedom of Association. Ausführliche Informationen zu den zehn Fair Trade Prinzipien erhalten Sie unter <https://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade>

werden dann von der WFTO überprüft und von einem bzw. einer Peer-Assessor*in sowie einer/einem externen Auditor*in ausgewertet. Die relevante Regel in Bezug auf Gender ist Regel sechs: Diskriminierungsverbot, Selbstverpflichtung zu Geschlechtergerechtigkeit und Vereinigungsfreiheit. Sie besagt, dass „FTOs über eine klare Richtlinie und einen Plan zur Förderung von Geschlechtergerechtigkeit verfügen müssen, so dass Frauen und Männer Zugang zu den Ressourcen erhalten, die sie benötigen, um produktiv tätig zu sein, und die Möglichkeit haben, auf ihr politisches, rechtliches und institutionelles Umfeld Einfluss zu nehmen, das ihre Existenzgrundlage und ihr Leben prägt. Satzungen und Statuten erlauben es und befähigen Frauen, eigenständig aktive Mitglieder der Organisation zu werden, sowie Führungspositionen auf Leitungsebene einzunehmen. Bei Anstellung von Frauen innerhalb der Organisation erhalten sie den gleichen Lohn für gleiche Arbeit, auch wenn es sich um eine informelle Beschäftigung handelt. Die Organisation erkennt die Arbeitsrechte von Frauen in vollem Umfang an und verpflichtet sich

sicherzustellen, dass Frauen ihre vollen und rechtmäßigen Leistungen als Angestellte erhalten. Die Organisation berücksichtigt den besonderen Arbeitsschutzbedarf schwangerer Frauen und stillender Mütter“. Die Kriterien zur Einhaltung des Standards bemessen dann, inwiefern das Mitglied den definierten Anforderungen des Standards gerecht wird.

Ein entsprechendes Programm von Fairtrade International fördert die Gleichstellung der Geschlechter und ermöglicht Frauen und Männern den gleichberechtigten Zugang zu den von Fairtrade gebotenen Leistungen. Fairtrade International bewertet die Ungleichbehandlung der Geschlechter nach wie vor als eine große Hürde für die soziale Entwicklung auf der gesamten Welt. Die Organisation setzt sich für die Bekämpfung ungleicher Machtverhältnisse zwischen Frauen und Männern ein und stellt hierfür anerkannte gesellschaftliche Werte und Strukturen in Frage. Auch Fairtrade International verfügt über spezielle Anforderungen in seinen Standards, die geschlechtsspezifische Diskriminierung verhindern sollen.

5. EINSATZ DES FAIREN HANDELS FÜR DIE GLEICHSTELLUNG DER GESCHLECHTER UND DAS EMPOWERMENT VON FRAUEN

Im Mittelpunkt des Fairen Handels steht die Verpflichtung zur Gleichstellung der Geschlechter und Ablehnung von Diskriminierung. Wie bereits dargelegt, verlangt das Fair Trade Prinzip 6, dass Fair-Handels-Unternehmen dies entlang ihrer Lieferketten gewährleisten müssen. Sie sind verpflichtet, eine Richtlinie anzuwenden, die Gleichberechtigung zwi-

schen Mann und Frau fördert und gleiches Geld für gleiche Arbeit zu zahlen.

Unsere aktuelle Studie zu Geschlechtergerechtigkeit im Fairen Handel liefert Einblicke in die Führungsrollen von Frauen in Fair-Handels-Unternehmen.

KURZÜBERSICHT: FRAUEN IM FAIREN HANDEL



*Verglichen mit Angaben aus dem Bericht „Women in Business 2017“ von Grant Thornton

Der Faire Handel ist wegweisend für die Gleichstellung der Geschlechter und das *Empowerment* von Frauen, denn er ermutigt Frauen, Positionen mit Entscheidungsverantwortung

und Führungsrollen in ihren Organisationen zu übernehmen. WFTO-Mitglieder leben vor, wie in Zukunft Frauen in Führungspositionen gesellschaftliche Normalität werden.

6. GLEICHSTELLUNG DER GESCHLECHTER – ZEIT FÜR DIE UMSETZUNG

Die Gleichberechtigung der Geschlechter ist eine Voraussetzung für nachhaltige Entwicklung. Wenn es darum geht, globale Herausforderungen wie Armut und Hunger in den Griff zu bekommen, führt kein Weg am *Empowerment* von Frauen vorbei. Wenn Frauen und Männer sich in Gesellschaft, Wirtschaft und am Arbeitsplatz auf Augenhöhe begegnen, verändert sich die Welt zum Positiven.

Wir stehen vor dringenden Herausforderungen und müssen jetzt reagieren. Wir benötigen eine Geschäftswelt, in der Frauen in Führungsrollen willkommen sind und die sich auf das *Empowerment* von weiblichen Arbeitskräften und Produzentinnen konzentriert. Fair-Handels-Unternehmen auf der ganzen Welt stellen unter Beweis, dass dies möglich ist.

Warum das so wichtig ist? Die wichtigsten Entscheidungen zur Unternehmensführung werden in Vorstandsetagen getroffen. Dort müssen Frauen einbezogen werden. Denn die Vorstandsetage ist das Machtzentrum eines Unternehmens.

Allzu oft setzen sich jedoch Geschlechterstereotype bei der Besetzung von Positionen im Spitzenmanagement durch. Frauen sind angeblich übervorsichtig, während Männer „naturgemäß“ die Führung übernehmen⁸. Willington Wamayeye, Geschäftsführer der Kooperative Gumutindo Coffee in Mount Elgon, Uganda, erinnert sich⁹ an das erste Mal, als Frauen in den Vorstand berufen wurden:

„Zu Anfang waren sie still. Doch dann sind sie so richtig durchgestartet, wie ein Flugzeug. Und wenn sie im Anschluss nach Hause gingen, berichteten sie, was besprochen und beschlossen wurde.“

Frauen sollten in den Vorstandsetagen der ganzen Welt sitzen, denn sie machen 50% der Bevölkerung aus und haben etwas zu sagen. Meinungsvielfalt auf Führungsebene ist definitiv etwas Positives und führt zu besseren Entscheidungen.

7. DAS THEMA LIEFERKETTEN

Der Begriff „Lieferkette“ umschreibt alle Verbindungen, die notwendig sind, um ein Produkt von den Produzent*innen und Arbeiter*innen zu den Verbraucher*innen zu bringen. Eine konventionelle Lieferkette besteht aus vielen Verbindungen, die sich jeweils in den Kosten niederschlagen. Gemäß wirtschaftlicher Konvention wird am meisten verkauft, wer den niedrigsten Preis verlangt. Hierfür zahlt man den Arbeitskräften so wenig wie möglich und findet Mittel und Wege, wie diese in kürzerer Zeit noch mehr produzieren können (z.B. über Investitionen in neue Technologien, mit denen man weniger Arbeitskräfte benötigt und so die Lohnkosten verringert). Bäuer*innen und Arbeiter*innen sind in der Kette so weit von den Verbraucher*innen entfernt, dass sie ihre Produkte zu extrem niedrigen Preisen verkaufen müssen. Oftmals können sie nicht einmal ihre Produktionskosten decken und bleiben arm.

Fair-Handels-Organisationen stellen dieses Modell auf den Kopf, indem sie die Distanz zwischen Bäuer*innen, Arbeiter*innen und dem Absatzmarkt verringern. Sie kennen ihre Zulieferer und gestalten den Einkauf so direkt wie möglich, was wiederum die Zahl der Glieder in der Lieferkette (und somit auch Kosten) reduziert. Auf diese Weise können sie einen fairen Preis für Produkte zahlen und dabei wettbewerbsfähig bleiben. Fairtrade International gibt für bestimmte Produkte einen Mindestpreis vor (beispielsweise Kaffee, Tee und Kakao), damit sichergestellt ist, dass Bäuer*innen ihre Produktionskosten decken und sie darüber hinaus genug einnehmen, um ihren Familien einen menschenwürdigen Lebensstandard ermöglichen zu können. Die WFTO verlangt, dass Arbeiter*innen und Produzent*innen wenigstens der Mindestlohn gezahlt werden muss und dass alle FTOs daran arbeiten, existenzsichernde Löhne an ihren Standorten zu zahlen.

⁸ Catalyst-Studie 2005 ("Workplaces that work for women") zur Untersuchung von Stereotypen, die erhebliche Hürden für den Aufstieg von Frauen am Arbeitsplatz darstellen.

⁹ Im Gespräch mit Carol Wills

8. WORKSHOP ZUM THEMA GLEICHSTELLUNG



WORKSHOP ZUM THEMA GESCHLECHTERGERECHTIGKEIT, DELHI

Im Rahmen der globalen Konferenz der WFTO im November 2017 in Neu-Delhi fand ein Workshop zum Thema „Gleichstellung der Geschlechter“ statt.¹⁰ Der Beitrag von **Oxfam Magasins du Monde, Belgien**, zeigte, dass die Gleichstellungsstrategie der WFTO eine treibende Kraft für Kampagnenarbeit in diesem Bereich darstellt. Ihre Botschaft lautet: Der Einsatz des Fairen Handels für angemessene Arbeitsbedingungen dient auch der Stärkung von Frauen. Folgende Schlagworte definieren, was das bedeutet: „besitzen“ (der ökonomische Aspekt von *Empowerment*, die Verbesserung materieller Lebensbedingungen, des Wohlergehens und ein Weg, um eigene Entscheidungen treffen zu können); „wissen“ (praktische Kenntnisse und Fähigkeiten); „wollen“ (innerer Antrieb – psychische Stärke, Selbstvertrauen und Selbstwertgefühl – sowie Vermögen und Wille, Entscheidungen über die Zukunft zu treffen); und „in der Lage sein“ (Beschlüsse fassen und sich selbst in Machtverhältnissen neu positionieren).

Zu den in Indien und Bangladesch unternommenen Maßnahmen gehörten Rollenspiele, Gesang, Gruppenaktivitäten, Straßentheater, Workshops zum Fairen Handel und Gleichstellungsthemen, Bodypainting und Demonstrationen. In Belgien fanden Workshops zu Geschlechterdiskriminierung mit erwachsenen Ehrenamtlichen, Arbeiter*innen, Frauen und Männern, die von Arbeitslosigkeit und Analphabetismus betroffen sind, sowie Migrantinnen statt.

Die größte Herausforderung stellte die drohende Beschneidung von Arbeitsrechten für Frauen in Europa dar, womit auch die Arbeitsrechte von Frauen im Globalen Süden stärker bedroht sind. Was fehlt, ist eine engere Zusammenarbeit, die zu mehr Solidarität zwischen Norden und Süden, innerhalb des Südens und innerhalb des Nordens beiträgt.

Sujata Goswami von Sasha in Kalkutta, Indien, berichtete, wie die WFTO-Strategie eine FTO, die bereits viel in Sachen *Empowerment* für Frauen leistet, dabei unterstützt, sich noch weiter zu verbessern. Zum einen gibt sie der Organisation eine Ausrichtung für den Alltag, darüber hinaus nimmt sie diese aber auch in die Verantwortung. Sie geht davon aus, dass die Ungleichbehandlung von Männern und Frauen tief verwurzelt ist und sich auf verschiedenste Weise als Diskriminierung gegen Frauen manifestiert. Was wir brauchen, sind gezielte und kontinuierliche Bemühungen für ein ausgewogenes Umfeld sowohl auf Organisationsebene als auch in der Zusammenarbeit mit unseren Partner*innen vor Ort. Akteure, die eine Gleichstellungsrichtlinie ausarbeiten und umsetzen, verschreiben sich diesen Bestrebungen und sorgen für mehr Gender-Sensibilität.

¹⁰ Der vollständige Titel des Workshops lautete: „Transforming lives – the impact of the WFTO and its Gender Policy“ (zu Deutsch: „Leben verändern – die Wirkung der WFTO und ihrer Gleichstellungspolitik“).

Der Erfolg hängt im Wesentlichen davon ab, inwiefern sich die Leitung einer Organisation diesem Ziel verschreibt, ob es eine Person mit genug Ansehen, Einfluss, Erfahrung, Humor und strategischem Denken gibt, die/der als „Pionier*in“ für die Gleichstellungsrichtlinie entsteht. Diese Person sollte realistische Ziele definieren und Fortschritte an deren Umsetzung anhand von Zwischenberichten mit Ergebnissen und Zahlen sichtbar machen.

Pieter Swart von Turqle Trading aus Südafrika berichtete über die speziellen Herausforderungen in seinem Land in Bezug auf Diskriminierung durch Personen desselben Geschlechts. In Südafrika gibt es beachtliche Gleichstellungsgesetze und -verordnungen. Dennoch ist es extrem schwierig, das traditionelle Denken und Verhalten zu verändern.

Solche Gesetze und Verordnungen bedürfen öffentlicher und privater Einrichtungen, die Pläne und Maßnahmen zur wirtschaftlichen Stärkung von Frauen entwickeln und umsetzen. Es gilt, den Zugang zu Wirtschafts- und Bildungsoptionen sowie zu produktiven Ressourcen für Frauen zu verbessern. Der Zugang zu Finanzierungen, Anschaffungen, Bodenrechten und Qualifizierung (insbesondere für unter-

nehmerische Kompetenzen) muss erleichtert werden. Nicht zuletzt müssen die Frauen Beschäftigungschancen und Marktzugänge erhalten.

In Südafrika werden erhebliche Anstrengungen unternommen, um Frauen in ländlichen Regionen nachhaltige Existenzgrundlagen und menschenwürdige Arbeit zu ermöglichen – vor allem, aber nicht ausschließlich in der Landwirtschaft. Die Gleichstellung der Geschlechter wird in Landreform-Programmen vorangetrieben, damit mehr Land in den Besitz von Frauen gelangt, in Kombination mit den nötigen Fähigkeiten und finanziellen Ressourcen zur produktiven Nutzung des Landes. Außerdem gibt es intensive Bemühungen für eine paritätische Vertretung und die relevante Einbindung von Frauen in traditionelle Gremien.

Trotz dieser positiven Maßnahmen bestehen in der Arbeitswelt Widerstände gegen die praktische Umsetzung der Gesetzgebung. Beispielsweise gibt es Frauen, denen es schwer fällt, eine Beförderung ihrer Kolleginnen zu akzeptieren, insbesondere, wenn diese Frauen jünger sind oder sich innerhalb der sozialen Hierarchie unter ihnen befinden. Dies kann sogar dazu führen, dass diese aufstrebenden Frauen aus ihrem sozialen Umfeld ausgeschlossen werden.

9. DIE FALLSTUDIEN

Sechs Fair-Handels-Organisationen (Creative Handicrafts aus Indien, Fundacion Chankuap aus Ecuador, Fundacion Chol Chol aus Chile, der Kooperativenverbund Machakos aus Kenia, Oxfam Magasins du Monde aus Belgien und Sahabar aus Äthiopien) sowie zwei Fair-Handels-Netzwerke (Fair Trade Group Nepal und Forum Fairer Handel Indonesien) legten für die vorliegende Untersuchung Fallstudien vor. Drei Regionen steuerten ihre Erkenntnisse zur Situation in Fair-Handels-Organisationen und Best-Practice-Beispiele sowie besondere Herausforderungen in Bezug auf Geschlechtergerechtigkeit bei. Inwiefern tragen FTOs zu einer nachhaltigen Entwicklung bei? Uns liegen viele Zitate zu persönlichen Erfahrungen von weiblichen Arbeitskräften vor (diese sind in vollem Umfang in einem gesonderten Dokument bei der WFTO verfügbar). Die nachfolgenden Zusammenfassungen geben nur einen kleinen Ausschnitt der Informationsfülle aus den Fallstudien wieder. Diese sind als Anlagen der vollständigen Berichte zur Gleichstellung am Arbeitsplatz bei der WFTO erhältlich.

ASIEN

Untersuchungen in 18 Ländern¹¹ Ost-, Südost- und Südasiens haben gezeigt, dass der „Faire Handel sowohl Organisationen als auch Einzelpersonen eine Plattform für die gezielte, strategische und nachhaltige Entwicklung von Frauen bietet und sich bemüht, die Wahrnehmung der Geschlechter unter Frauen und Männern zu verändern. Die Gleichstellung der Geschlechter wirkt sich für weibliche Produzentinnen, von Frauen geleiteten Kleinbetriebe und generell für die Entwicklung einer gerechten Gesellschaft positiv aus.

Fairer Handel versucht Frauen zu stärken, indem er die Defizite angeht, um die sich die neoliberale Gesetzgebung von Staaten und die von Profit getriebene Privatwirtschaft nicht ausreichend kümmern“. Die Chancen eines Landes auf wirtschaftliches Wachstum werden beschnitten, wenn zu wenig in weibliche Arbeitskräfte investiert wird. Der Faire Handel sorgt hier für Abhilfe, „indem er sicherstellt, dass Frauen auf allen Ebenen aktiv und auf relevante Weise am Wirtschaftsleben teilhaben, egal ob in einkommensschwachen Ländern Südasiens oder in Ländern mit hohem Einkommen in Ostasien.“

„Die zehn Prinzipien des Fairen Handels helfen Frauen auf jeder Ebene der Lieferkette“¹². Diese Prinzipien spiegeln sich auch im WFTO-Standard wider, den alle garantierten WFTO Mitglieder im Bestreben ständiger Verbesserungen einhalten müssen, um zu gewährleisten, dass Bäuerinnen, Arbeiterinnen und Produzentinnen auf dem Arbeitsmarkt dieselben Chancen wie Männer erhalten.

¹¹ Armenien, Bangladesch, Kambodscha, China, Hongkong, Indien, Indonesien, Japan, Korea, Laos, Malaysia, Nepal, Pakistan, Philippinen, Sri Lanka, Taiwan, Thailand und Vietnam

¹² Alle Zitate im obigen Abschnitt sind dem WFTO Asia Gender Research Report entnommen

Best Practice im Fairen Handel lässt sich für Asien wie folgt zusammenfassen:

- *Empowerment* von Frauen durch Unterstützung innerhalb des gesamten Produktionsprozesses
- Förderung von Gleichstellung aus der Fair-Handels-Bewegung heraus
- Anerkennung und Wahrung des überlieferten Wissens von Frauen
- Unterstützung für Männer zur Förderung von Geschlechtergerechtigkeit
- *Empowerment* besonders ausgegrenzter Frauen, u.a. in ländlichen Regionen
- Abbau von Vorurteilen durch Beteiligung in der Sozialwirtschaftsbranche
- *Empowerment* von Frauen in Familien und im sozialen Umfeld

Unsere drei Fallstudien in Asien (Creative Handicrafts in Indien, Fair Trade Group Nepal und Forum Fairer Handel Indonesien) stellen dies ausführlich dar.

Der Zweck von kreativem Kunsthandwerk besteht im *Empowerment* von Frauen. Seit ihrer Gründung 1984 hat sich Creative Handicrafts (CH) zu einer Organisation entwickelt, die qualitativ hochwertige Kleidung für den Export an Fair-Handels-Organisationen sowie für konventionelle Kund*innen in der ganzen Welt herstellt. Sie beschäftigt 270 Frauen auf Vollzeit-Basis. Ihr Umsatz betrug im Jahr 2016/17 rund 1,7 Millionen US-Dollar. Das Kuratorium von CH ist zur Hälfte mit Arbeiterinnen besetzt, beim Rest handelt es sich um externe Expert*innen. Das Verhältnis von Frauen zu Männern in diesem Gremium ist 9:1. „Die Praxis bei CH zeigt: Weil Frauen eine wichtige Rolle im Kuratorium der Organisation spielen, entsprechen die Entscheidungen des Gre-

miums den Bedürfnissen der beschäftigten Frauen. Dies hat außerdem eine Vorbildfunktion.“ 90% der Angestellten von CH sind weiblich und 95% der leitenden Positionen werden von Frauen bekleidet. Die Organisation beschäftigt Designerinnen, Kauffrauen und Sozialarbeiterinnen. Frauen, die ihre Kompetenz demonstrieren und Spitzenleistungen an den Tag legen, erhalten eine Beförderung auf höherrangige Positionen wie Produktionsleiterin, Filialleiterin, Muster-Designerin, Lehrkraft im Schulungszentrum etc. Diese Aufstiegsmöglichkeiten sind ein äußerst erfreulicher Aspekt der Arbeit bei CH.“

Rinku Mishra, eine Angestellte von CH sagt:

„Ich habe hier gesehen, dass Frauen auf allen Ebenen arbeiten - als Vorgesetzte, Designerinnen, Produktionsleiterinnen. Da stellt sich mir die Frage, wie es sein kann, dass mir zuvor weis gemacht wurde, dass eine Frau nichts erreichen könne. Ich wurde schnell zu einer guten Schneiderin. Jetzt kann ich genug für mich und meine Tochter verdienen und sogar noch meine Eltern finanziell unterstützen. Jetzt ist nicht mehr die Rede davon, mich zurück zu meinem Ehemann und seinen Eltern zu schicken. Dahin gehe ich niemals zurück. Mein Selbstbewusstsein als Frau wächst. Wir haben hier regelmäßige Fortbildungen zu Themen wie Gleichberechtigung und geschlechtsbezogener Gewalt. Zum ersten Mal in meinem Leben hatte ich das Gefühl, an einem Ort zu sein, wo man mich versteht.“



Es gibt zwölf herausragende Fair-Handels-Praktiken bei Creative Handicrafts. Als die aktuelle Regierung Indiens die staatliche Krankenversicherung für Kunsthandwerker*innen aufhob, richtete CH einen eigenen **Arogyanidhi (kollektiver Gesundheitsfonds)** ein, an dem sich alle weiblichen Beschäftigten und ihre Familien beteiligen können, um ihre Familien für medizinische Notfälle abzusichern. Auf Grund absoluter Armut in ihren Familien ist es vielen Kindern in Indien nicht möglich, ihre Schulbildung abzuschließen. CH kommt für die **Bildungskosten** für zwei Kinder pro weiblicher Arbeitskraft auf, wobei Mädchen den Vorzug erhalten. Das Arbeitsschutzgesetz der indischen Regierung von 1948 verpflichtet jedes Unternehmen dazu, eine Kinderkrippe zu betreiben, doch die meisten halten sich nicht daran. **Creative Handicrafts verfügt über eine Kinderbetreuung**, die sich nahe der weiblichen Kooperativengruppen und dem Schulungszentrum befindet. Dort werden Kinder ab sechs Monaten bis zu 16 Jahren betreut. Die Kinder werden zur Schule gebracht und von dort abgeholt, erhalten Hilfe bei den Hausaufgaben und gesundes Essen. Mütter werden ermutigt, ihre Säuglinge in regelmäßigen Abständen zu stillen. CH gewährt drei Monate **bezahlten Mutterschutz**. **Häusliche Gewalt** ist nach wie vor weit verbreitet in Indien, wobei ein hoher Anteil der von der Regierung befragten Männer und Frauen der Meinung ist, dass es akzeptabel sei, wenn ein Mann seine Frau schlägt. CH veranstaltet umfassende Fortbildungen zu Themen wie Gender und biologischem Geschlecht, geschlechtsspezifischen Klischees, Gleichberechtigung für Frauen, der Relevanz von Mädchen, Gesetzen zum Schutz von Frauen, etc. Die Fortbildungen vermitteln den weiblichen Beschäftigten wichtige Informationen und geben ihnen ein starkes Identitätsgefühl und Stolz. Sozialarbeiter*innen von CH greifen außerdem in Gewaltsituationen ein und beenden diese. Die Organisation hat sich das Ziel gesetzt, dass es unter weiblichen Beschäftigten zu keinerlei Gewalt kommen darf.

Qualifikationen: Creative Handicrafts stellt ungelernete, benachteiligte Frauen aus den Elendsvierteln von Mumbai ein. Sie absolvieren eine viermonatige Fortbildung im Schulungszentrum, bevor sie als Mitglied und Beschäftigte in einer der Kooperativengruppen aufgenommen werden.

Arbeitsplatzsicherheit: Weibliche Beschäftigte von CH sind ganzjährig angestellt und verfügen über Arbeitsplatzsicherheit – im Gegensatz zu den meisten anderen Beschäftigten in der Bekleidungsindustrie, wo Saisonarbeit, kurzfristige Einstellungen und Entlassungen, erzwungene unbezahlte Freistellungen (während geschäftlicher Durststrecken) und erzwungene Überstunden (wenn es viel zu tun gibt) an der Tagesordnung sind. Von Staatsseite gibt es kaum gesetzliche Vorschriften.

Spar- und Kreditgruppen: Für arme Menschen, vor allem für Frauen, ist es äußerst schwierig, ein Bankdarlehen zu erhalten, da sie nicht über Sicherheiten oder Ersparnisse verfügen. Sie greifen daher oft auf Geldverleiher mit extrem hohen Zinssätzen zurück (60-120% pro Jahr sind nicht ungewöhnlich). CH hat Spar- und Kreditgruppen für die eigenen Beschäftigten gegründet. Jede Gruppe hat jeweils zehn Mitglieder. Jede Frau spart monatlich einen bestimmten Betrag und kann ein Darlehen bis zur dreifachen Höhe ihrer Ersparnisse erhalten.

Sozialfonds: Der Employee's Provident Fund (EPF) ist ein Programm zur Altersversorgung für lohnabhängig Beschäftigte in Indien. Kürzlich eingeführte Änderungen des Programms führten dazu, dass die meisten Beschäftigten in der Bekleidungsindustrie keinen Anspruch mehr auf diese Altersvorsorge haben. Creative Handicrafts verfügt über einen Sozialfonds für alle weiblichen Angestellten. Hierfür werden 10% des Gehalts der Frauen abgezogen, gespart und weitere 10% von der Organisation beigesteuert. Die Frauen erhalten den gesamten angesparten Betrag, wenn sie in den Ruhestand gehen oder die Organisation verlassen.

Gerechte Löhne und geteilter Profit: Untersuchungen der International Labour Organization aus dem Jahr 2017 ergaben, dass mehr als die Hälfte der Bekleidungsbranche in Indien weniger als den Mindestlohn zahlt. Die für Creative Handicrafts tätigen Frauen erhalten einen Stücklohn und verdienen insofern ein monatliches Gehalt in Abhängigkeit von der Menge an Kleidungsstücken, die sie jeweils herstellen. Der Preis für das Nähen eines Kleidungsstücks hier ist drei- bis viermal höher als der branchenübliche Preis¹³. Am Ende des Geschäftsjahres wird der erwirtschaftete Profit unter den Mitgliedern der weiblichen Kooperativengruppe aufgeteilt. Dieser Betrag kann bis zum Doppelten oder gar Vierfachen dessen ausmachen, was eine Frau normalerweise monatlich verdienen würde¹⁴.

Sicherheit: Das 2013 verabschiedete Gesetz gegen sexuelle Belästigung von Frauen am Arbeitsplatz (Prävention, Verbot und Entschädigung) wird in Indien kaum eingehalten. CH verfügt über einen internen Beschwerdeausschuss, der auch als Gremium zur Bekämpfung von sexueller Belästigung dient.

Die größte Herausforderung für eine Organisation wie Creative Handicrafts, die so viel mehr für das *Empowerment* und den Schutz ihrer weiblichen Belegschaft tut, als die normalen Bekleidungsfabriken in Indien: Sie muss die Aufträge ihrer Abnehmer*innen so organisieren, dass die Frauen ganzjährig einen existenzsichernden Lohn erhalten und über eine verlässliche Lebensgrundlage verfügen.

¹³ Laut Berechnungen der WTO macht die Arbeit in globalen Lieferketten 15-3% des Marktpreises eines T-Shirts oder Rocks aus, bei CH dagegen beträgt der Anteil am FOB-Preis eines Kleidungsstücks 30%.

¹⁴ In einer konventionellen Bekleidungsfirma würde dieser Betrag in die Taschen der Eigentümer*innen fließen.

Die Fair Trade Group Nepal (FTG Nepal) ist eine Vereinigung aus 24 Fair-Handels-Organisationen. Sie wurde im Jahr 1996 als gemeinnützige NRO registriert, nachdem diese Organisationen bereits jahrelang informell zusammengearbeitet hatten. Ihre Vision ist eine bessere Lebensqualität für Bevölkerungsgruppen mit niedrigem Einkommen mit Hilfe des Fairen Handels. Sie sieht ihre Aufgabe in der Förderung des Fairen Handels und der Unterstützung ihrer Mitglieder sowie anderen gleichgesinnten Organisationen. Auf diese Weise leistet sie einen Beitrag zu nachhaltigen Existenzgrundlagen auf lokaler und regionaler Ebene. Insgesamt sind mehr als 50.000 Produzent*innen, die handwerkliche Erzeugnisse und Lebensmittel herstellen, mit den Mitgliedsorganisationen der FTG Nepal verbunden. Die Mitgliedsorganisationen erbringen verschiedene Unterstützungsleistungen für ihre Produzent*innen, u.a. Betriebsfonds, kleine Kapitalinvestitionen, Designvorgaben, Fortbildungen und Zugang zu regionalen und internationalen Märkten. Sie erbringen außerdem diverse Sozialleistungen wie Bildungsangebote für Kinder von Produzent*innen, Behandlung und Rehabilitation für Leprakranke sowie Heime, die Straßenkindern und Waisen einen sicheren Zufluchtsort bieten.

Nirmala K. C. ist seit 25 Jahren für den Handwerkerverband „Association of Craft Producers“ tätig. Sie meint:

Das Beste an meiner Arbeit bei der ACP ist, dass ich jeden Tag etwas Neues lerne – und ich stelle einfach gerne die Waren her. Außerhalb der ACP ist das Leben für Frauen in Nepal nicht sonderlich gut. Viele sind arbeitslos und auf der Suche nach Jobs, die ihre Haushaltskosten decken. Hier bei der ACP werden Frauen mit Respekt behandelt, außerhalb sieht es da anders aus.

Sapana Gotame arbeitet seit 15 Jahren als Teppichweberin und Lehrkraft an der Kumbeshwar Fachschule. Sie berichtet:

Kumbeshwar hat mich in einer sehr schwierigen Zeit meines Lebens unterstützt. Ich war gemeinsam mit meinem Ehemann aus einem Dorf nach Kathmandu gegangen und arbeitete in einem Kosmetikgeschäft. Eine Woche vor der Geburt unseres Kindes verließ mich dann mein Mann. Eine Freundin brachte mich zu Kumbeshwar und sie unterstützten mich. Sie brachten mir bei, Teppiche zu weben und ich bin seitdem dabei geblieben. Sie fanden eine Unterkunft für mich und behandelten mich gut. Ich bin glücklich darüber, hier zu arbeiten. In Nepal herrscht viel Diskriminierung gegen Frauen, sowohl innerhalb von Familien als auch außerhalb. Bildungsmangel ist ein großes Problem.

Best Practice: Fair Trade Group Nepal ist eine wegweisende Fair-Handels-Bewegung, die von Anfang an von Frauen geführt wurde und sich entschlossen **gegen Ungerechtigkeit im Land engagiert**. Fair-Handels-Organisationen in Nepal haben sich **auf die Bildung von Frauen, Sensibilisierungsmaßnahmen und die Vermittlung von Qualifikationen konzentriert**, insbesondere auf die **Förderung wirtschaftlicher Unabhängigkeit**. Die Solidarität zwischen den Mitgliedsorganisationen der Fair-Handels-Gruppe ist bemerkenswert, obwohl sie auf demselben Markt konkurrieren. Die Mitgliedsorganisationen setzen sich gemeinsam **für den Fairen Handel ein**. Mehr als 80% der Produzent*innen des Fairen Handels in Nepal sind weiblich. Wirtschaftlich marginalisierte Frauen sowie Frauen mit Behinderungen, besonders bedürftige Frauen und alleinerziehende Mütter erhalten dabei Unterstützung.

Das Forum Fairer Handel Indonesien ist Verband und Netzwerk von zehn Fair-Handels-Organisationen, die mit über 5.000 Produzent*innen von fair gehandelten Waren auf den Inseln Java, Bali, Lombok und Sulawesi zusammenarbeiten. Das Forum sieht seine Aufgabe darin, „das Einkommensniveau ländlicher Gemeinden in Indonesien durch die Erhöhung der Wertschöpfung am Produktionsort zu steigern, was bessere Marktzugänge eröffnet“. Es bietet den Produzent*innen Fortbildungen zum Fair-Handels-Ansatz und zur Erstellung von Geschäftsplänen, vermarktet Fair-Handels-Produkte auf dem rasch wachsenden Binnenmarkt Indonesiens und an ausländische Verbraucher*innen. Es veranstaltet Kampagnen, um politische Entscheidungsträger*innen als Unterstützer*innen des Fairen Handels zu gewinnen und um die Öffentlichkeit darüber zu informieren, dass es eine gerechtere Alternative zum bestehenden Wirtschaftssystem gibt.

Drei Mitgliedsorganisationen des Forums nahmen an der Studie teil: das Zentrum für Töpferei Lombok Pottery Centre, Pekerti (die Stiftung Kunsthandwerk des indonesischen Volkes) und die Kooperative Apikri.

Das Lombok Pottery Centre (LPC) vereint drei von Frauen betriebene Dorfkooperativen mit 230 Mitgliedern, die die Eigentümer des als GmbH registrierten Zentrums sind. Die Generalversammlung ist das größte Ereignis des Jahres. In ihrem Verlauf prüfen und bestätigen die Anteilseigner*innen den Geschäftsbericht des Unternehmens und wählen sowohl den Vorstand als auch den Aufsichtsrat.

Rohaini meint:

*Als Frau habe ich Glück gehabt, denn es ist selten, dass die Frauen aus meinem Dorf einen Job haben und ein Einkommen verdienen, das zur Unterstützung der Familie beiträgt. Das Einkommen ist noch nicht alles. Gemeinsam mit 230 meiner Freundinnen und Freunde gehört uns die Organisation, wir sind die Besitzer*innen des LPC. Ich fühle mich reich. Ich weiß, wie die Vorschriften funktionieren und bin über die Entwicklung der Organisation im Bilde. Die größte Veränderung, die ich in meiner Umgebung im Vergleich zu früher sehe, ist, dass Frauen nun alle möglichen Wege offen stehen. Außerdem können wir jetzt selbst entscheiden, was wir mit dem von uns verdienten Geld machen wollen, solange wir unseren Ehemännern gegenüber Rechenschaft ablegen und unser Einkommen anständig verwalten.*



Best Practice: „Das LPC konzentriert sich in all seinen Aktivitäten auf Frauen. Wir fördern Frauenpower und versuchen die Organisation selbst zu betreiben. In der Organisationsstruktur sind fast alle wichtigen Positionen mit Frauen besetzt. Fast alle vom LPC angestellten Kunsthandwerker*innen sind weiblich.“

Pekerti wurde 1975, zu den Anfangszeiten des „alternativen Handels“ gegründet. Wir arbeiten mit über 50 Produzent*innengruppen zusammen. Unsere Vision ist der Aufbau einer florierenden, demokratischen, gerechten und gleichberechtigten Gesellschaft durch den Aufbau von Kapazitäten und Empowerment gemäß den Prinzipien des Fairen Handels. Wir wollen die Professionalität von Kunsthandwerker*innen und ihren Mitarbeiter*innen erhöhen und durch Bildung, Vernetzung und Lobbyarbeit für Gerechtigkeit in Betrieben und dem wirtschaftlichen Umfeld sorgen.

Sudarwati (Leiterin der mit Naturfasern arbeitenden Weber*innen) meint:

Am Anfang habe ich versucht, neue Produkte zu entwickeln, denn mein Grundsatz lautet: Wenn man es nicht versucht, wird man nie wissen, ob man etwas kann.





Best Practice: Pekerti fördert die Gleichstellung und die Stärkung der Position von Frauen. Instrumente dafür sind die Gewährleistung von Chancengleichheit für Männer und Frauen bei der Einstellung neuer Mitarbeiter*innen, der Besetzung von Führungspositionen, der Teilhabe an Entscheidungsprozessen, bei der Meinungsäußerung, der Wahrnehmung von Fortbildungen und der persönlichen Entwicklung. Darüber hinaus bietet Pekerti Regelungen zum Mutterschutz, Stillzeit und Freistellung während der Menstruation für Frauen an. Produzent*innen erhalten gleiche Chancen, solange sie einer marginalisierten Bevölkerungsgruppe angehören, bereit sind Hilfe anzunehmen, an Fortbildungen und Treffen teilzunehmen und etwas über den Fairen Handel lernen wollen.

Die Kooperative Apikri vereint über 200 Klein- und Kleinunternehmen in Zentraljava und setzt sich für mehr Gerechtigkeit im Handel ein, indem sie die lokale Bevölkerung stärkt, unternehmerische Kompetenzen verbessert und Marktzugänge ermöglicht. Apikri setzt den Schwerpunkt auf Exportmarketing, während sie ihre Mitglieder gleichzeitig ermutigt, sich auf dem lokalen Markt zu engagieren und dort die Werte des Fairen Handels zu verbreiten.

Siwi Musriyati (Picuk) meint:

Mir hat Aprikri viele Chancen eröffnet: In finanzieller und sozialer Hinsicht, aber auch insofern, als dass ich nun zuversichtlicher in Bezug auf mich und meine Familie bin.

Best Practice: Es wird sichergestellt, dass alle Apikri-Beschäftigten und alle Produzent*innen mit den Prinzipien des Fairen Handels vertraut sind, darunter natürlich auch die Regel 6 zur Gleichstellung der Geschlechter, sowie die Gewährleistung derselben Entwicklungschancen für Männer und Frauen und gleiches Geld für gleiche Arbeit.



LATEINAMERIKA

Untersuchungsergebnisse aus elf¹⁵ lateinamerikanischen Ländern zeigen, dass es bedeutende Auswirkungen auf das Leben von Frauen und ihren Familien hat, wenn Fair-Handels-Organisationen die Prinzipien des Fairen Handels umsetzen. Vor allem werden Frauen als wertvolle Menschen mit Rechten anerkannt.

Best Practice im Fairen Handel Lateinamerikas:

- Fair-Handels-Organisationen sind Orte der Anerkennung für die Kompetenzen von Frauen, gegründet auf Respekt und Freiheit, wo sie ihre Kenntnisse beweisen und anwenden können, auf Augenhöhe mit Männern und mit derselben Sichtbarkeit in ihrem sozialen Umfeld.
- Fortbildungsprogramme, die Frauen helfen, ihre eigenen Werte und die Bedeutung ihrer Arbeit (sowohl im Haushalt als auch in der Produktion) zu verinnerlichen.
- Qualifizierungsangebote für Frauen, damit sie einen Mehrwert für ihre Arbeit erhalten.
- Strategische Vorgaben für Beförderungen, damit Frauen Führungspositionen in ihren Organisationen einnehmen können.
- Kollaborative Arbeitsumgebungen zur Stärkung zwischenmenschlicher Beziehungen zwischen Frauen.
- Teilnahme an politischen Foren zur Verteidigung der Rechte von Frauen und der Gleichstellung der Geschlechter.
- Koordination interner Richtlinien und Strategien zur Verhinderung von Diskriminierungen aller Art.
- Förderung der Führungsqualitäten von Frauen, die zu ihrem *Empowerment* beitragen.

Die Chankuap-Stiftung in Ecuador nahm ihre Arbeit 1996 auf. Diese besteht in der Förderung kommunaler Entwicklung für die indigenen Gruppen der Achuar und Shuar sowie der später angesiedelten Mestizos. Sie umfasst die Schaffung von Einkommensquellen, die nachhaltige Verwaltung von Waldressourcen sowie die Verarbeitung und Vermarktung von Kosmetik, essentiellen Ölen, Kräutern und Gewürzen, Kunsthandwerk sowie natürlich erzeugten Bio-Produkten. Traditionell haben Frauen Subsistenzwirtschaft betrieben, um ihre Familien zu ernähren, während Männer zur Jagd in den Dschungel gingen. Heutzutage sind die Männer in den Anbau kommerzieller Pflanzen wie Kurkuma, Zitronenverbene, Chili und Kakao eingebunden. Die Chankuap-Stiftung motiviert Männer dazu, sich an Aktivitäten zu beteiligen, die früher nur von Frauen ausgeübt wurden. Außerdem fordert sie Männer dazu auf, sich an Haushaltstätigkeiten und der Kinderbetreuung zu beteiligen. Alle Schulungen werden für Frauen und Männer zusammen durchgeführt. Dieser Schritt in Richtung Gleichstellung der Geschlechter muss mit hohem Einfühlungsvermögen stattfinden, damit die Beziehungen innerhalb von Familien nicht geschwächt werden und keine Konflikte innerhalb von Familien oder der Gemeinschaft entstehen.

¹⁵ Argentinien, Bolivien, Brasilien, Chile, Kolumbien, Ecuador, Guatemala, Mexiko, Paraguay, Peru und Uruguay.

Maria Guadalupe Antun Naichap:

Ich arbeite seit gut 15 Jahren im Kunsthandwerk. Außerdem bin ich Leiterin einer Frauengruppe und einer Familiengruppe in meiner Nachbarschaft. Ich bin 45 Jahre alt. Mein Mann arbeitet auf den Feldern. Wir teilen uns die Haushaltskosten und er hilft mir bei der Arbeit im Gemüsegarten. Das Geld, das ich über den Verkauf von Kunsthandwerksgegenständen und landwirtschaftlichen Produkten verdiene, geben wir vor allem für die Bildung unserer Kinder und für medizinische Kosten aus, wenn jemand von uns krank wird. Fortbildungen sind sowohl für Männer als auch Frauen wichtig. Die Schulungen, die wir über die Stiftung erhalten haben, haben uns sehr geholfen, insbesondere um die Gestaltung der Preise zu verstehen. Ich werde die Stiftung bitten, uns noch mehr zu Designs und Farbkombinationen fortzubilden. Ich habe außerdem Fortbildungen erhalten zu den Themen Missbrauch innerhalb der Familie, Gewalt, wie ich neben meiner Arbeit gut für meine Kinder sorgen und sie schulisch begleiten kann, Gesundheits-Checks für Kinder, zum Umgang mit Bonuszahlungen und wie ich diese am besten zugunsten meiner Kinder verwende.



Maria Sando:

Männer und Frauen haben ein Anrecht auf dieselben Fortbildungsmaßnahmen. Mein Rat für Frauen ist: Arbeitet genauso weiter wie zuvor – mit oder ohne Unterstützung Eures Mannes, weil Frauen immer voranschreiten.



Best Practice: Angebot von Mikrokrediten für Frauen für produktive Aktivitäten wie Hühnerzucht. **Durchführung von gemeinsamen Fortbildungen** für Frauen und Männer. Einladung an Männer, sich an Aktivitäten zu beteiligen, die früher nur von Frauen ausgeübt wurden. **Frauen werden ermutigt, sich an Entscheidungsprozessen** in ihren Familien und ihrem sozialen Umfeld zu beteiligen und **Frauen- und Familiengruppen zu gründen, um** voneinander zu lernen und Solidarität zu leben. **Bonuszahlungen** an Kunsthandwerker*innen. **Bewusstseinsbildung für Kunden des Fairen Handels** zur Wertigkeit und dem sozialen, kulturellen und ökologischen Hintergrund jedes Produktes.

Die 1971 gegründete **Fundacion Chol Chol, Chile** ist eine gemeinnützige Organisation zur humanitären Entwicklung und arbeitet mit dem indigenen Volk der Mapuche, insbesondere mit Frauen zusammen. Ihr Ziel sind Bildung, Gleichberechtigung, Fortbildungen und die Rettung kultureller Werte. Sie ist in elf der abgelegensten und isoliertesten Gegenden der Region La Araucania im Süden von Chile aktiv. Dort ist männlicher Chauvinismus tief im Alltag verwurzelt und Gewalt gegen Frauen keine Ausnahme, was für Frauen zu niedrigem Selbstwert, Depression und Verletzlichkeit führt. Heutzutage verlassen viele Männer ihr Zuhause, um in Minen zu arbeiten und lassen ihre Frauen und Kinder ohne Unterstützung zurück.

Fundacion Chol Chol hat alte Webtraditionen und andere kunsthandwerkliche Fähigkeiten wiederbelebt, um die Frauen zu stärken und ihnen durch ein eigenes Einkommen Unabhängigkeit zu ermöglichen. So sind die Familien versorgt und ihre Kinder können weiterhin zur Schule gehen. Die Organisation versucht die Lebensqualität der Menschen durch bestmögliche Arbeitsbedingungen zu verbessern:

Sandra San Martin (Lehrkraft für Töpferei):

„Und wir lernten mehr und mehr darüber, wie Fairer Handel funktioniert. Dass man sein Produkt zu einem Preis verkauft, der das abdeckt, was wir in einer Stunde, an Zeit und Material aufwenden. Wir haben auch gelernt, dass der Mehrwert in unserer Arbeit besteht.“

Arturo Cerda Montt, Manager von Fundacion Chol-Chol:

„Wir betreiben Fairen Handel mit Tradition und von daher bestätigt das uns verliehene (WFTO-)Logo, was wir tun, was wir schon immer getan haben und was unser Denken schon immer bestimmt hat.“

Marta Huitrainan Aillapan:

„Oh, wenn ich an all das zurückdenke, was ich getan habe und wie alles für mich begann, bin ich sehr glücklich. Ich habe so viel gelernt: Meine Arbeit wertzuschätzen, Arbeitstechniken und wie ich das Ergebnis meiner Arbeit am besten verkaufe. Die Stiftung hat mir nicht nur die Gelegenheit gegeben, Arbeitstechniken am Webstuhl und Färbemethoden zu erlernen, sondern auch die Tür zu einer mir unbekanntem Welt geöffnet, in der Menschen nicht nur meine Waren wertschätzen, weil sie schön aussehen, sondern auch meine harte Arbeit, die in ihnen steckt. Es gehört viel Selbstaufopferung dazu, sich ans Weben zu machen, nachdem man die ganze Hausarbeit erledigt hat. Es ist ja nicht so, dass ich mich allein der Weberei verschrieben hätte, ich muss mich auch um meinen Mann, die Kinder, das Haus, die Pflanzen und alles andere kümmern und dann auch noch Treffen mit meinen Kund*innen abhalten. Eines Tages wird ein fairer Preis für alle Handarbeiten gezahlt werden, nicht nur für Textilien. Dank der Stiftung habe ich eine Menge Techniken gelernt und ich bin sicher, dass sie es irgendwie schaffen werden, die Menschen dazu zu bringen, kunsthandwerkliche Produkte wertzuschätzen und zu begreifen, dass die Person, die es hergestellt hat, ihnen ein Unikat, ein Stück von sich selbst gegeben hat.“

Best Practice: Einführung eines neuen Modells für das Empowerment von Frauen in ländlichen Gebieten, ergänzt um vier Achsen sozialer Entwicklung: Förderung von Technik und Produktivität, Wiederbelebung und kulturelle Stärkung, Fairer Handel, emotionale Förderung. **Auseinandersetzung** mit dem geringen Selbstwert sowie dem Mangel an Ausrüstung und Chancen für Frauen in ländlichen Regionen. **Das Thema Gleichstellung der Geschlechter als Thema für Frauen in ländlichen Gebieten ansprechen, um so** zur Motivation einer neuen Generation von Frauen beizutragen, die von den resultierenden wirtschaftlichen, sozialen und emotionalen Auswirkungen in ihren Familien und ihrem sozialen Umfeld profitieren.

Herausforderungen: Technische und produktive Fortbildungen, die traditionelle und zeitgenössische Mapuche-Textilien honorieren, **Wiederbelebung und Erweiterung kultureller Kenntnisse** der teilnehmenden Frauen und ihrer Verbindung zum Weben; **Verbreitung der Prinzipien des Fairen Handels, Auseinandersetzung und Einflussnahme auf die emotionale Entwicklung der teilnehmenden Frauen** über spezielle Workshops.

AFRIKA & MITTLERER OSTEN

Fair-Handels-Organisationen aus ganz Afrika haben diverse Best-Practice-Beispiele zu dieser Studie beigetragen. 60% der untersuchten Mitglieder verfügen über eine schriftliche Erklärung als Praxisleitfaden zur Geschlechtergleichstellung und immer mehr Frauen übernehmen Führungspositionen. **Womencraft** in Tansania stellt ein herausragendes Beispiel dar. Die Organisation hat ein Beratungsprogramm eingeführt, in dessen Rahmen sich Ehepaare, und manchmal Gruppen aus Männern und Frauen mit ausgebildeten Berater*innen zusammensetzen, um über geschlechtsbezogene Probleme und Geschlechterrollen zu sprechen, wie z.B. die gemeinsame Verwaltung des Haushaltseinkommens. Das Programm erweist sich als äußerst wirksam.

Die Regionen Afrika & Mittlerer Osten sprechen der WFTO vier Empfehlungen aus:

- **Umfassende Einführung der Strategie zur Gleichstellung der Geschlechter**, begleitet durch Unterstützung für Mitglieder bei der Entwicklung einfacher, relevanter Strategien zur Geschlechterpolitik und individuell zugeschnittener Aktionspläne, um die Gleichstellung der Geschlechter und das *Empowerment* von Frauen voranzutreiben. Relevante Informationen dazu sollten geteilt werden.
- **Die Gleichstellung der Geschlechter zur Priorität machen**, indem Gleichstellung und das *Empowerment* von Frauen zur obersten Priorität möglicher Projekte bzw. Maßnahmen erklärt werden. Als Unterstützung bei der Positionierung von Geschlechterthemen innerhalb der WFTO sollte die Einbindung von entsprechenden Expert*innen in Erwägung gezogen werden.
- **Weltfrauentag feiern**. Anerkennung spezieller Leistungen im Gender-Bereich.

- **Entwicklung von Fortbildungsmaterialien**: Es sollten mehr Schulungsmaterialien entwickelt werden, die aufzeigen, was bisher bereits in Sachen Gleichstellung der Geschlechter und *Empowerment* von Frauen erreicht wurde. Die umfassende Nutzung dieser Materialien sollte gefördert werden.

Sabahar Äthiopien ist ein von Frauen geführtes Unternehmen, das 2004 gegründet wurde, um Äthiopiens Webtradition zu ehren, indem es marginalisierten Menschen respektvolle und ethische Arbeitschancen bietet. Die 43 weiblichen und 32 männlichen Beschäftigten stellen Textilien aus Naturfaser-Baumwolle und Seide her, z.B. Hals- und Schultertücher, Strand- und Handtücher, Tischtücher, Kissen, Überwürfe und Taschen. Die meisten Beschäftigten verfügen nur über eine rudimentäre Bildung, rund die Hälfte von ihnen hat die Grundschule nicht beendet. Viele der weiblichen Beschäftigten haben große Not erlebt. Sie haben auf der Straße gelebt und gearbeitet, Aushilfsarbeit als Tagelöhnerinnen auf Baustellen geleistet oder in unsicheren Verhältnissen als Haushaltshilfen gearbeitet. Zu Sabahar kamen sie mit geringem Selbstwertgefühl und mangelnder Hoffnung in die Zukunft. Zu den erfolgreichsten Methoden, mit denen Sabahar Probleme der Geschlechtergerechtigkeit begegnet, gehören gelebte gute Beispiele, denn das Unternehmen fördert kompetente Frauen und schafft auf diese Weise Vorbilder. Sabahar wird von einem siebenköpfigen Team geleitet, vier Team-Mitglieder sind weiblich. Die gesamte Finanzabteilung besteht aus Frauen. Es gibt vier Abteilungsleiter*innen, zwei Frauen und zwei Männer und zwei Aufsichtspersonen, eine Frau und ein Mann. Abteilungen, die aus Frauen bestehen, haben auch eine Frau als Vorgesetzte. Achtung für Frauen und das *Empowerment* von Frauen gehören neben Nachhaltigkeit, Innovation und gegenseitiger Fürsorge zu den Grundwerten des Unternehmens. Über die letzten vier Jahre hinweg hat



Sabahar die japanische Arbeitsphilosophie „Kaizen“ (lässt sich mit „stetige Veränderung zum Besseren“ übersetzen) eingeführt. Jede Abteilung bildet eine Gruppe, die sich wöchentlich trifft, um alle möglichen Belange zu besprechen, die ihre Arbeit betreffen. Die Gruppen sind befugt, Probleme demokratisch zu lösen. Kleinere Kaizen-Gruppen helfen Frauen, denen es an Selbstbewusstsein fehlt, ihre Meinung und Ideen auszusprechen und mit anderen zu teilen.

Dinkenesh:

„Als ich bei Sabahar anfang, habe ich mich nicht getraut, Fragen zu stellen. Es war das erste Mal, dass ich in einer richtigen Firma gearbeitet habe. Die Arbeit bei Sabahar bringt mir Freiheit. Ich weiß, was von mir erwartet wird und ich weiß, was ich vom Unternehmen erwarten kann. Ich habe mich hier selbst gefunden. Ich habe gelernt, was ich alles kann und das gibt mir Kraft. Mir ist jetzt auch bewusst, dass ich es weit bringen kann, wenn ich noch mehr lerne.“



Best Practice: Geschlechtsspezifische Vorurteile hinterfragen, so dass sich die Haltung von Frauen und Männern verändert; **Weltoffenheit** – Sabahar bringt ausländische Expert*innen, Designer*innen und Großhändler*innen nach Äthiopien und schickt seine Angestellten in andere Länder, um dort neue Techniken zu erlernen. **Langfristige Verträge** gewährleisten ein sicheres, regelmäßiges Einkommen für Arbeitskräfte, die von erhöhten Risiken bedroht sind. Eine feste Arbeitsstelle zu haben, ist ein großer psychologischer und finanzieller Vorteil für Frauen. Es herrscht ein **freundlicher und respektvoller Umgang miteinander**. Die Arbeitskräfte wissen, dass sie bei Sabahar sicher sind und dass sie und ihre Meinung geschätzt wird. **Frauen in Aufsichts- und Führungspositionen** sind unerlässlich für die Stärkung der Position von Frauen im Geschäftsleben. **Affirmative Action (Fördermaßnahmen zugunsten benachteiligter Gruppen)** bei der Einstellung von Arbeitskräften und **Abbau von Geschlechterstereotypen am Arbeitsplatz**.

Der Kooperativenverbund Machakos aus Kenia schreibt:

„Gleichstellung der Geschlechter und das Empowerment von Frauen betrifft Frauen, die Einfluss und Kontrolle über ihr eigenes Leben gewinnen wollen. Der Kooperativenverbund Machakos (Machakos Cooperative Union, MCU) mit seinen über 40.000 Mitgliedern, organisiert in 81 Primärverbänden, fördert in seinen Aktivitäten die Gleichstellung der Geschlechter und das Empowerment von Frauen. Erreicht wurde dies durch eine gezielte Erhöhung der Beteiligung von Frauen in der Produktion, Verarbeitung, im Marketing, auf Führungsebene sowie durch die Förderung der Geschlechterparität am Arbeitsplatz und in den Mitgliederverbänden der Kooperativen. Der Verbund ist sich außerdem der Arbeitsrechte von Frauen bewusst und sorgt dafür, dass sie die ihnen gesetzlich zustehenden Personalleistungen in vollem Umfang erhalten, ebenso wie die speziellen Arbeitsschutzanforderungen für Schwangere und Stillende am Arbeitsplatz.“



„Der MCU hat zunehmend eine Gender-Perspektive in seine Programme, Betriebe und Aktivitäten eingenommen. Es herrscht Einigkeit darüber, dass das Empowerment von Frauen und die Anerkennung der Rechte von Frauen für eine nachhaltige Entwicklung unerlässlich sind und letztlich alle stärkt. Der MCU ist überzeugt, dass mehr Einfluss für Frauen und junge Leute innerhalb seiner Mitglieder und auf allen Ebenen der Organisation Frauen dazu ermutigt, Führungspositionen zu bekleiden, was den Weg zu einer vollständig inklusiven Leitung der Kooperativengruppen ebnet wird. Zu diesem Zweck arbeitet der MCU an mehr Chancengleichheit für Frauen und junge Leute in den Gruppen, damit mindestens 50% aller Mitglieder darin Frauen und junge Leute sind.“

Derzeit sind ca. 12.000 Kooperativenmitglieder weiblich (30%) und fünf der 15 Aufsichtsratsmitglieder des Kooperativenverbands sind Frauen (33%). Wie in vielen anderen Teilen Afrikas ist Grundbesitz das Problem. Kultur und Traditionen befördern weiterhin, dass männliche Nachkommen den Landbesitz der Familie erben, weshalb nur sehr wenig Land im Namen von Frauen registriert ist. Das gehört allerdings zu den Bedingungen für die Mitgliedschaft in einer Kooperative. Dies ändert sich jedoch langsam.

Agnes Musilili besitzt ihre eigene Kaffeefarm, die jede Erntesaison über 2.500 kg Kaffee erzeugt. Sie ist Schatzmeisterin der Musilili Cooperative Farmers Society und Vorstandsmitglied des Kooperativenverbands Machakos.

„Die Männer hier können nicht verhindern, dass ich sage, was ich denke. Ich habe mich ohne Angst um die Position als Schatzmeisterin bewerben können, denn ich kenne meine Rechte.“

Eunice Kiilu ist Mitglied der Kaffeekooperative Mungala. Sie konnte beitreten, weil ihr Ehemann ihr ein paar Kaffeesträucher übertrug. Die meisten Frauen besitzen kein Eigentum, können keinen Kaffee verkaufen und haben keine Kontrolle über das generierte Einkommen. Eunice meint:

„Die meisten Frauen beneiden mich darum, dass ich für meinen Kaffee durch die Kooperative bezahlt werde. Ich kann jetzt im Laden Mais kaufen und an Versammlungen und Fortbildungen teilnehmen.“

Best Practice: Frauen verfügen über einen Zugang zu Krediten durch die Bildung von Dorfsparkassen (Village Savings and Loans Associations, VSLAs), die Kredite zu erschwinglichen und flexiblen Zinssätzen anbieten. **Fortbildungen und Qualifizierungen**, werden auf die Bedürfnisse von Frauen zugeschnitten, um Hürden für ihre vollständige Einbindung und Beteiligung in den Kooperativen zu beseitigen. **Lobbyarbeit und Interessenvertretung**, um mit Blick auf Gender-Fragen auf die Gesetzgebung einzuwirken und Gesetzgeber*innen, Organisationen und die Öffentlichkeit dafür zu sensibilisieren, wie politische Vorgaben und deren praktische Umsetzung aufeinander abgestimmt werden müssen. **Aufbau von Partnerschaften zur Gleichstellung**, um Maßnahmen zur Gleichberechtigung und zum *Empowerment* von Frauen einzuführen. **Projekte zur Schaffung von Einkommensquellen für Frauen und Jugendliche** durch Unterstützung bei der Gründung von Kleinbetrieben durch Frauen. **Kaffeeproduktion, -verarbeitung und -vermarktung** durch die Errichtung einer Verarbeitungsanlage zum Mahlen des Kaffees von Primärverbänden, um diese danach mit Märkten zu verbinden. Auch interessant: Die Herstellung von Kohlenbriketts aus sauberen Kaffeeabfällen.

Außerdem fördert der MCU **Gleichstellung und Chancengerechtigkeit** für seine Mitglieder, **Chancengerechtigkeit bei Personalentscheidungen**, die Einhaltung der **Ein-Drittel-Regel** des kenianischen Grundgesetzes, damit Frauen in den Ausschüssen der Primärverbände und im Vorstand des Kooperativenverbands vertreten sind, **strenge Regeln gegen sexuelle Belästigung und Ausbeutung**, die auch gesetzlich verboten sind, **Bereitstellung einer sicheren Arbeitsumgebung**, **aktive Prävention von HIV/AIDS** aus einer gendersensiblen Perspektive.

Größte Herausforderungen: Kulturelle Überzeugungen, unzureichendes Bewusstsein in Hinsicht auf *Empowerment* von Frauen, Gender-Fragen und -Analyse, **Steigerung des Frauenanteils der Kooperativenmitglieder, Umsetzung von MCU-Richtlinien auf Ebene der Primärverbände** – insbesondere in Bezug auf Gleichstellungsmaßnahmen, Fördermaßnahmen zugunsten benachteiligter Gruppen und Sozialfonds für Frauen.

EUROPA

Oxfam Magasins du Monde aus Belgien sind Mitglied der internationalen Oxfam-Familie. Die Organisation setzt sich als zivilgesellschaftliche Interessenvertretung und in ihrer Kampagnenarbeit für mehr Gerechtigkeit für alle Beteiligten des internationalen Handelssystems (Produktion, Distribution, Konsum) ein und bekämpft Ungleichheit und Ungerechtigkeit auf der ganzen Welt. Durch den Verkauf fair gehandelter Produkte (und Second-Hand-Kleidung) über ein Netzwerk von mehr als 100 Läden liefern sie den Beweis, dass ein anderer Weg möglich ist. Sie gehen auf Schulkinder, Studierende und Erwachsene zu und bieten für diese Gruppen Schulungen und Sensibilisierungsmaßnahmen an, um aus ihnen Bürger zu machen, die die gewaltigen Probleme der Gegenwart begreifen. Sie werden von rund 4.500 Ehrenamtlichen unterstützt.

Oxfam Magasins du Monde haben der Gleichstellung der Geschlechter in ihren Fair-Handels-Aktivitäten schon immer eine hohe Priorität eingeräumt. Dies lässt sich an den von der Organisation ausgewählten Partnern erkennen, an ihrem Bewusstsein für die Einbindung von Frauen in Projekte ihrer Partner und an ihrer Kenntnis der Wirkung von Aktivitäten, die die Rechte von Frauen fördern.

Best-Practice-Beispiel: Die Kampagne „Fairchances“, die gleichzeitig im Globalen Norden und Süden mit drei Partnern aus dem Süden durchgeführt wurde: Sasha und Tara in Indien und Corr the Jute Works in Bangladesch.

Größte Herausforderung: Integration einer Gender-Perspektive in die Planung, Entwicklung und Evaluation von Aktivitäten der Organisation auf systematische, bereichsübergreifende Weise.



