



## in die Ferien mit Zukunft: Der Faire Handel im Tourismus

Basel, 19.03.2010, akte/ Stellen Sie sich vor, Sie könnten heute im Reisebüro ebenso einfach faire Ferien buchen, wie Sie im Supermarkt oder im Weltladen um die Ecke fairen Kaffee oder faire Bananen kaufen! – Bereits 37 Prozent der Fernreisenden gaben bei einer repräsentativen Umfrage in Deutschland an, dass sie Fairtrade-Angebote buchen würden, sofern es solche Urlaubsreisen vertrauenswürdig im Reisebüro gäbe. In der Schweiz, beim Weltmeister im Fairtrade-Konsum, wo pro Kopf der Bevölkerung weltweit mit Abstand am meisten für Fairtrade-Produkte ausgegeben wird, könnte das Interesse durchaus noch grösser sein. Noch fehlt eine entsprechende Marktforschung. Vor allem aber fehlen die entsprechend glaubwürdig deklarierten Reiseangebote auf dem Markt.

Da ist Potenzial: Der Faire Handel erlebt derzeit einen wahren Boom. Sogar im Finanzkrisenjahr 2008 hat der weltweite Umsatz mit Fairtrade Produkten um satte 21 Prozent zugelegt. Weit über eine Million Bauern und Arbeitnehmende aus Entwicklungsländern sind in die Fairtrade-Produktion eingebunden. Zusammen mit ihren Familien profitieren mehr als fünf Millionen Menschen vom Fairen Handel. Sie lösen für ihre Produkte bis zu 30 Prozent mehr, als sie im konventionellen Handel erhalten würden.

Mit seinen klaren Grundsätzen zur Förderung von benachteiligten ProduzentInnen und ArbeitnehmerInnen, der Bezahlung eines fairen Preises sowie einer Fairtrade-Prämie für soziale Entwicklung eröffnet der Faire Handel auch im Tourismus einen viel versprechenden Handlungsrahmen für eine sozial gerechte nachhaltige Entwicklung.

Analog zum Fairen Handel bei Produkten hat der Faire Handel im Tourismus zum Ziel, die Lebensbedingungen von KleinunternehmerInnen und Tourismusangestellten zu verbessern, ihre Lebensgrundlagen zu sichern und ihnen eine würdige Existenz zu ermöglichen.

Produkte des Fairen Handels sind in der Regel durch ein Label gekennzeichnet, das den KonsumentInnen gegenüber die Einhaltung der Fairtrade-Kriterien ausweist. Unter der Vielzahl von Labels im Tourismus zeichnet erst ein einziges, nämlich Fair Trade in Tourism South Africa (FTTSA), Angebote wie Hotels und andere touristische Anlagen sowie Ausflüge nach den Grundsätzen des Fairen Handels aus. Bereits hat FTTSA über 60 Tourismusangebote mit dem Gütesiegel ausgezeichnet.

Die Herausforderung ist nun, in einem nächsten Schritt die verschiedenen Akteure entlang der komplexen Handelskette des Tourismus – insbesondere die Reisebüros und -veranstalter – in die Fairtrade-Praxis einzubeziehen und sie für partnerschaftliche, langfristige und verlässliche Handelsbeziehungen mit den Südpartnern zu gewinnen, wie sie den Fairen Handel auszeichnen. Gleichzeitig gilt es, die KonsumentInnen ebenso wie die AnbieterInnen in den Destinationen transparent über die Vorzüge und Bedingungen des Fairen Handels zu informieren.





Von 2006 bis 2008 hat Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), der Dachverband der internationalen Fairtradegütesiegel-Organisationen, mit einer Beratungsgruppe von Tourismus- und Fairtradeorganisationen aus Südafrika, Gambia, England, Frankreich, Deutschland und der Schweiz, darunter auch dem arbeitskreis tourismus & entwicklung, die Machbarkeit eines international gültigen Fair Handels-Labels diskutiert und Wege für dessen Einführung skizziert. In der Folge nahm Fair Trade in Tourism South Africa (FTTSA) gemeinsam mit der Arbeitsstelle Tourism Watch des Evangelischen Entwicklungsdienstes (EED) Bonn und dem arbeitskreis tourismus & entwicklung Basel 2009 ein Pilotprojekt auf, um erstmals Schweizer und Deutsche Reiseveranstalter in den Fairen Handel im Tourismus einzubeziehen.

Ziel der Entwicklung des Fairen Handels im Tourismus ist nicht, einfach eine neue "faire" Nische im Markt zu schaffen, sondern konkret den Weg zu weisen, wie die gesamte Tourismusbranche fairer, sozial gerechter wirtschaften kann. Der Faire Handel bietet die Chance, einen Tourismus zu realisieren, der umfassend – ökonomisch, ökologisch und sozial – nachhaltig ist und den Erwartungen der Reisenden nach einem attraktiven erholsamen Urlaub ebenso nachkommt wie denjenigen der Einheimischen am Reisezielort nach neuen Einkommen, dem Respekt ihrer Lebensgrundlagen, ihrer kulturellen Vielfalt sowie ihrer Würde.

**„Wir müssen das Bewusstsein schaffen, dass der Faire Handel nicht bei den Waren aufhören darf: Er soll sich genauso auch auf die Reisen in die Länder des Südens erstrecken. Darum finde ich es besonders wichtig und richtig, dass der arbeitskreis tourismus & entwicklung daran ist, den Fairen Handel im Tourismus einzuführen“,** hielt SP-Nationalrätin Ursula Wyss 2006 anlässlich der Lancierung von [www.fairunterwegs.org](http://www.fairunterwegs.org) fest.

Mehr zum Fairen Handel im Tourismus auf [www.fairunterwegs.org](http://www.fairunterwegs.org) unter Themen/FairerHandel.

