



Facts on palm oil

Task 1: Read the text to give a short speech/presentation about palm oil.

THE MOST POPULAR VEGETABLE OIL

Palm oil is used for food products, detergents, cosmetics and – increasingly – bio-fuel.

5 Global production of palm oil has doubled over the last decade. By 2000, palm oil was the most produced and traded vegetable oil (2002), accounting for 40% of all vegetable oils traded internationally. By 2006, the percentage had risen to 65%. Worldwide demand for palm oil is expected to double again by 2050 to 240 million tonnes. New plantations are being developed and existing ones are being expanded in Indonesia, Malaysia and other Asian countries, as well as in Africa and Latin America.

10 But this expansion comes at the expense of tropical forest – which forms critical habitat for a large number of endangered species.

NOW MAINLY GROWN IN PLANTATIONS

15 Rising demand for vegetable oils since the 1970s has seen oil palm cultivation shift to a large-scale plantations. Such plantations have become one of the fastest-growing monocropping plantations in the tropics of Africa, as well as in Asia-Pacific, and Latin America and the Caribbean. Much of this expansion has occurred in Malaysia and Indonesia. By 2000, these two countries accounted for just over half of the world's total plantation area (then 9.7 million hectares), and Nigeria accounted for just over 30%.

ENVIRONMENTAL & SOCIAL IMPACTS OF PALM OIL PRODUCTION

25 Large areas of tropical forests and other ecosystems with high conservation values have been cleared to make room for vast monoculture oil palm plantations – destroying critical habitat for many endangered species, including rhinos, elephants and tigers.

In some cases, the expansion of plantations has led to the eviction of forest-dwelling peoples.

30 WWF's investigation in Sumatra's Tesso Nilo National Park, a haven for endangered tigers and elephants, reveals how the palm oil industry is threatening this fragile protected area.

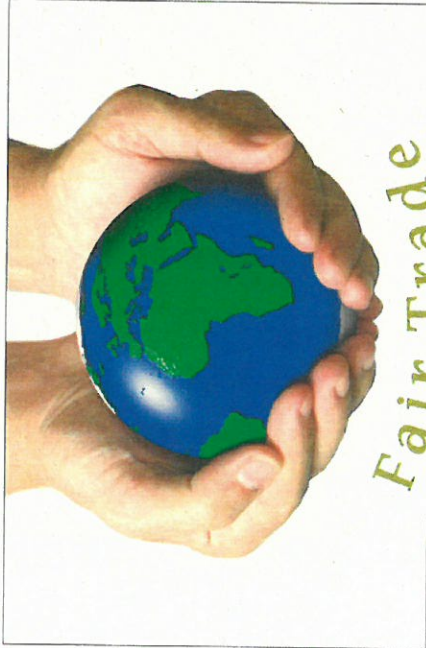
http://wwf.panda.org/what_we_do/footprint/agriculture/palm_oil/

Task 2: Watch WWF's clip on sustainable palm oil production and the RSPO certification. Make notes about this certificate in German. *What is it? How does it work? Who benefits from it? What are the standards?*



12 Fairer Handel

M1 Was will fairer Handel?



Fairer Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Durch bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte für benachteiligte ProduzentInnen und ArbeiterInnen – insbesondere in den Ländern des Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung.

Motto des „Eine-Welt-Netz NRW – Projekt für fairen Handel“

M2 Trade not aid

Fairer Handel ist ein Ansatz zur Armutsbekämpfung in über 50 Entwicklungsländern. Die Fair-Trade-Bewegung verwandelt den Nord-Süd-Handel von einem Instrument sozialer Ausbeutung in eines zur Stärkung der Kleinproduzenten. Fairer Handel verbindet ethisch orientierte KonsumentInnen im Norden mit demokratisch organisierten Produzentengruppen im Süden und bietet benachteiligten Produzenten und Anbietern die Chance der Kontrolle über ihre eigene Zukunft, einen gerechten Lohn für ihre Arbeit und menschliche Arbeits- und Lebensbedingungen durch nachhaltige Entwicklung. [...] 498 Produzentenorga-

nisationen in 50 Entwicklungsländern und damit rund eine Million Produzenten sind beteiligt. Fünf Millionen Menschen profitieren direkt vom Fairen Handel. Fair gehandelte Waren im Wert von einer Milliarde US-Dollar wurden im letzten Jahr umgesetzt. [...] Der Faire Handel hat sich mit der Entstehung der Siegelinitiativen, die Ende der achtziger Jahre in den Niederlanden begannen, von der Nische zum Mainstream entwickelt. Neben 800 Weltläden in Deutschland sind fair gehandelte Produkte in über 23000 Supermärkten erhältlich. 70 Unternehmen sind Transfair-Lizenznehmer. Über 60 Prozent der fair gehandelten Produkte sind mittlerweile auch ökologisch zertifiziert. Nach einigen Jahren der Stagnation verzeichnet der Faire Handel in Deutschland zurzeit wieder zweistellige Wachstumsraten. Dazu beigetragen haben Produktneueinführungen, wie fair gehandelte Bananen, Rosen, Wein und Fußballer, aber vor allem auch Kampagnen, die sich an Verbraucher und Großkunden richten.

Tina Gordon, Schritt für Schritt, DED-Brief 1/2006, S. 33f.

M3 Weltarmut und Ethik –

Gibt es eine moralische Pflicht zur Hilfe?

*Barbara Bleisch (*1973) und Prof. Peter Schaber (*1958) vom Ethik-Zentrum der Universität Zürich haben eine Publikation herausgegeben, die nach unserer Verantwortung hinsichtlich der Weltarmut fragt. Die Universitätszeitschrift unipublic hat sich mit Barbara Bleisch darüber unterhalten.*

unipublic: Die Publikation *Weltarmut und Ethik* geht der Frage nach, ob es eine moralische Pflicht gibt, armen Menschen zu helfen. Darüber scheint kein Konsens zu bestehen?

Bleisch: Es ist nicht nur in der Politik und Gesellschaft, sondern auch unter Ethikerinnen und Ethikern eine umstrittene Frage, ob und inwiefern es eine solche Pflicht zur Hilfe gibt. Eine wichtige Erkenntnis ist, dass Menschen Moral in erster Linie als eine Sache der näheren Umgebung betrachten. Wenn wir einen verletzten Menschen auf der Straße liegen sehen, fühlen wir uns direkt angesprochen, ihm zu helfen.

unipublic: Im Gegensatz zum Hilfebedarf in der näheren Umgebung geht es in Ihrer Publikation um die „Weltarmut“. Gemeint ist damit die extreme, existenzbedrohende Armut. Diese Form von Armut ist für uns weiter weg. **Bleisch:** Genau, und deshalb empfinden wir auch weniger die moralische Pflicht, zu helfen. Unsere Fähigkeit, uns ins Leiden anderer einzufühlen, ist auf Distanz oft nicht vorhanden. Es fällt uns leichter, uns vorzustellen, selber arbeitslos zu werden, als in einem Slum in Nairobi zu leben. Wenn wir einen Einzugschein erhalten für die Flüchtlinge in Somalia, fühlen wir uns deshalb moralisch nicht zur Hilfe verpflichtet, sondern betrachten eine Spende als freiwillig. Wenn alle Menschen gleichwertig sind, dürfte die Distanz aus ethischer Sicht jedoch keine Rolle spielen.

unipublic: Welche ethischen Positionen lassen sich grundsätzlich hinsichtlich der Weltarmut unterscheiden? **Bleisch:** Grob gesagt lassen sich vier Positionen unterscheiden. Die erste Position ist der Ansicht, wir schuldeten anderen Menschen nichts. Ob wir helfen wollen, sei eine persönliche Entscheidung, und entsprechend dürfe Hilfe beispielsweise nicht über Steuern zwangsweise finanziert werden. Die zweite Position postuliert, dass eine Pflicht zur Hilfe in extremer Not besteht, wobei sich diese Pflicht beispielsweise mit der Menschenwürde begründen lässt.

Die dritte Position sieht zwar keine Pflicht zur Hilfe, verlangt aber, dass wir zumindest keinen Schaden anrichten. Diese Sichtweise beruht auf der empirischen These, dass die Weltarmut von den Industriestaaten zumindest mitverursacht sei, beispielsweise durch ungerechte Regeln der Weltwirtschaft. Die vierte Position postuliert eine globale Umverteilung, die aufgrund des massiven Wohlstandsgefälles zwischen Nord und Süd gefordert sei. Im Blick ist hier eine Art globale soziale Gerechtigkeit. [...]

unipublic: Sie und Peter Schaber argumentieren im Buch vor allem mit dieser zweiten Position. Warum? **Bleisch:** Wir gehen davon aus, dass bei extremer Armut eine Pflicht zur Hilfe besteht, die sich aus der Menschenwürde ergibt. Ums nackte Überleben kämpfen zu müssen, nicht für sich und die Seinen aufkommen zu können und von der Gesellschaft ausgeschlossen zu sein ist ein Zustand, der dem Menschen unwürdig ist und es ihm unmöglich macht, sich selber zu achten. [...]

unipublic: Entwicklungshilfe und Entwicklungszusammenarbeit werden bisweilen als nutzlos oder gar schädlich kritisiert.

Bleisch: Es ist eine Tatsache, dass die Gelder bisweilen in korrupten Staatskassen versickern oder erreichte Verbesserungen durch Kriege wieder zunichte gemacht werden. Das ist aber kein Grund, die Entwicklungszusammenarbeit abzuschaffen. Wir müssen nach Möglichkeiten suchen, es in Zukunft besser zu machen, wozu nicht zuletzt Forschung nötig ist. Im Übrigen können wir auch als Konsumentinnen und Konsumenten einen Beitrag leisten. Denn Produkte aus fairem Handel zu kaufen ist vermutlich ohnehin die effizienteste Art der Entwicklungshilfe.

unipublic, Zeitschrift der Universität Zürich vom 23.01.2008

- 1 Interpretieren Sie die Symbolik des Bildes in Verbindung mit dem Selbstverständnis der Bewegung für einen Fairen Handel. → M1
- 2 Stellen Sie die Kriterien zusammen, die ein Produkt erfüllen muss, damit es als „fair gehandelt“ betrachtet werden kann. → M2
- 3 Recherchieren Sie in Ihrer Stadt, welche fair gehandelte Produkte in welchen Läden zu kaufen sind.
- 4 Diskutieren Sie die im Interview genannten ethischen Positionen zur Frage der Hilfe gegenüber den Armen. → M3
- 5 Entwerfen Sie verschiedene Rollen für eine Talkshow zum Thema:
Gibt es eine ethisch begründbare Pflicht, fair gehandelte Produkte zu kaufen, auch wenn diese teurer sein sollten als vergleichbare andere Produkte?
Führen Sie die Talkshow in Ihrem Kurs durch.

D Fairtrade

1 Before you read

- a) Go to www.fairtrade.net (→ About fairtrade → What is fairtrade?) and use the online information to come up with a definition of fairtrade.
- b) Have you ever bought fairtrade products? Do you know any fairtrade shops in your area? Have you ever been there? What did you buy? If you do not know anything about fairtrade shops in your area, find out if there are any and give a short presentation to introduce them to your class.

- 2 **Presenting short texts** → Understanding non-fictional texts, p. 147
Work with a partner. One of you reads the leaflet on the left, the other reads the one on the right. Summarise the texts for each other.

2.27 **3 Listening for details: The situation of women in Chile** → Listening, p. 146
Listen to the report about women agricultural workers in Chile. Take notes and answer the following questions:

- What is the effect of the overall growth of Chile's economy on the poorest people?
- Name three important export products in the agricultural industry.
- Describe the situation of most women agricultural workers.

HOME | **ABOUT US** | **ABOUT FAIRTRADE** | **STANDARDS** | **PRODUCTS** | **PRODUCERS** | **RESOURCES** | **NEWS** | Search **GO**



Fairtrade Labelling Organizations International (FLO)

TRADING UP

✓ THE FAIRTRADE MARK GUARANTEES SMALL FARMERS A STRONGER POSITION IN WORLD MARKETS

In the Windward Islands, in the Caribbean, thousands of families make their living growing bananas on small, hilly farms. During the 1990s, many of them were forced out of business by large-scale Latin American banana plantations where labour is cheaper and costs are lower.

When prices dropped, the economy went down to zero because bananas are the heartbeat of the country. Explains Amos Wiltshire, National Fairtrade Coordinator for Dominica, one of the Windward Islands.

Amos joined forces with other farmers who saw Fairtrade as the only way to survive in a cut-throat market. Through Fairtrade, producers learn how best to sell their products and what the international market and consumers want. Today, nearly 100% of Dominica's banana farmers are members of Fairtrade groups.

FAIRTRADE HAS BEEN THE SAVIOUR OF THE FARMERS IN DOMINICA OF AGRICULTURE AND THE WHOLE ECONOMY WITH FAIRTRADE. SMALL FARMERS HAVE BEEN TRANSFORMED FROM MARGINALISED FARMERS INTO BUSINESSMEN. AMOS WILTSHIRE, BANANA FARMER, DOMINICA

A BETTER DEAL

✓ THE FAIRTRADE MARK GUARANTEES A CLOSER LINK BETWEEN SHOPPERS AND PRODUCERS

More and more of us want to know where our shopping comes from and that the people who produce it have received a fair deal. Fairtrade encourages more direct trading relationships so that producers get a bigger share of the export price.

Sweet rewards

In Ghana, liberalisation of the internal cocoa market created big challenges for small farmers; they responded by forming Kuapa Kokoo, a farmer-owned business. Their decision proved wise: Kuapa Kokoo now owns a one-third share in a UK-based company selling Fairtrade chocolate. As well as supplying the cocoa, they have a direct share in the company's success.

"I WANT TO BE SURE THAT FARMERS GET A FAIR PRICE AND BENEFIT DIRECTLY FROM MY PURCHASE. AS THE DAUGHTER OF A GHANAIAN FATHER, I KNOW HOW IMPORTANT FAIRTRADE IS TO SMALL PRODUCERS. WITH MORE SHOPS STOCKING MORE GREAT QUALITY PRODUCTS CARRYING THE FAIRTRADE MARK, IT'S A WIN-WIN SITUATION. WE CAN EAT AND DRINK IN GOOD HEALTH AND GOOD CONSCIENCE." ADJOA ANDOH, ACTRESS (PICTURED TOP RIGHT) (351 words)

TACKLING POVERTY AND EMPOWERING PRODUCERS THROUGH TRADE

PRODUCERS | RESOURCES | NEWS




- 0 mark - hier: Zeichen
- 2 to make one's living - seinen Lebensunterhalt verdienen
- 2 to grow - anbauen
- 4 to be forced out of business - gezwungen werden, den Betrieb einzustellen
- 5 large-scale - hier: riesig
- 6 labour - Arbeitskräfte
- 12 to join forces - zusammenarbeiten, sich zusammenschließen
- 13 cut-throat - Verdrängungs-

- 21 to encourage - e
- 22 share - Anteil
- 24 reward - Belohn
- 25 cocoa - Kakao
- 26 to respond - reag
- 28 to prove wise - s
- 31 to benefit - profi