



**GENDER  
AND DEVELOPMENT  
IN PRACTICE**



**GÖTEBORGS  
UNIVERSITET**

# FAIRTRADE OCH GENUS



**FAIRTRADE**

**30 november 2018**

**Institutionen för Globala Studier, Göteborgs Universitet**

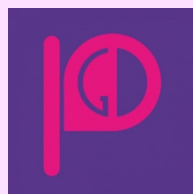


**Göteborgs  
Stad**

Workshop organiserad av  
Edmé Dominguez Reyes, Nema Vinkeloe,  
Lisa Sutton och Regina Mattsson för GADIP,  
Gender and Development In Practice

Denna rapport författades av Nema Vinkeloe,  
styrelseledamot i GADIP

GADIP 2019  
[www.gadip.se](http://www.gadip.se)  
[gadip.sverige@gmail.com](mailto:gadip.sverige@gmail.com)  
Göteborg, Sverige



## INTRODUKTION

Den 30 november 2018 organiserade Edmé Dominguez Reyes och Nema Vinkeloe, med hjälp av Lisa Sutton och Regina Mattsson, en workshop om Fairtrade och genus. Workshopen ägde rum på Institutionen för Globala Studier vid Göteborgs Universitet, med totalt 11 närvarande. Deltagarna var representanter från olika aktörer som arbetar med Fairtrade och rättvis handel i Göteborg, och syftet med workshopen var att diskutera hur intresset för Fairtrade kan ökas, hur rättvis handel påverkar kvinnor som konsumenter och producenter och hur vi kan arbeta för att främja rättvis handel som styrker kvinnor i de olika leden.

## BAKGRUND

Internationell handel har de senaste decennierna varit präglad av neoliberala idéer och tillvägagångssätt som strävar efter effektivitet, konkurrensfrihet, vinst och tillväxt. Det har upprepade gånger hävdats, bland annat från den feministiska akademiska litteraturen, att det rådande ekonomiska systemet skapar betydande negativa konsekvenser, särskilt för samhällets mer sårbara grupper; att kvinnor och män påverkas olika av internationell handel och att kvinnor löper större risk att utsättas för handelns negativa konsekvenser än män. Rättvisehandeln – Fair Trade – utformades i respons till dessa negativa konsekvenser och betonar mänskliga rättigheter, anständiga arbetsvillkor, rättvisa löner och jämställdhet. Rörelsen inkluderar numera på lokal och global nivå ett stort antal organisationer som verkar för implementering av rättvis handel mellan regioner och länder. Flera av dessa lägger särskild vikt vid jämställdhet och genusfrågor och arbetar aktivt för att förbättra levnads- och arbetsvillkoren för kvinnliga producenter. Ändock möter kvinnliga producenter fortfarande svårigheter och diskriminering, vilket i förlängningen motarbetar samhällelig utveckling när det gäller kvinnors goda levnadsvillkor, hälsa och ekonomiska tillstånd på individ-, samhälls- och global nivå.

## SYFTE

GADIP (Gender and Development in Practice) är ett nätverk för feminister inom akademien och aktivistorganisationer som arbetar för att skapa ett forum där forskare och aktivister kan mötas och föra dialog kring genus- och utvecklingsfrågor såväl i Sverige som internationellt. GADIP ville bjuda in i Göteborgsområdet verksamma aktörer inom rättvisehandeln till en workshop där vi diskuterar internationell handel, rättvis handel och genus. Syftet var att belysa samt diskutera effekterna av frihandel och rättvis handel för kvinnor som producenter och konsumenter. Workshopen syftade till att diskutera på vilket sätt olika aktörer kan engagera sig i (internationell) handel som inte missgynnar kvinnor och andra utsatta grupper utan istället främjar jämställdhet, välbefinnande och rättvisa. Vi ville på detta sätt skapa ett erfarenhetsutbyte, där vi funderar kring och diskuterar frågor som:

*Hur kan mer jämlika, jämställda och rättvisa handelsförhållanden skapas?*

*Hur kan intresset för rättvis handel ökas; kan rättvis handel bli norm?*

*Hur har diplomeringen Fairtrade City Göteborg påverkat rättvisehandeln i Göteborg?*

*Hur kan kvinnors rättigheter värnas genom rättvis handel; hur kan kvinnor som producenter stärkas av rättvis handel?*

Ett ytterligare mål med workshopen var att genom kunskapsutbyte och att samla erfarenheter utforma en handlingsplan för hur aktörer i Göteborgsområdet kan bedriva handel som aktivt arbetar för att skapa handelsrelationer som främjar kvinnliga producenter och konsumenters rättigheter, självbestämmande och situation, i Sverige och utomlands.

### **Medverkande**

Jannic Andersson, Divine Chocolate Scandinavia AB / The House of Fair Trade

Pia Hagman, Sackeus AB

Tone Westlund, Göteborgs Stad

Kristina Eberth, Göteborgs Stad

Anna Fernmo, Thrive AB

Fiona Sjöberg, Thrive AB

Lynn Tallvod, Thrive AB

Edmé Dominguez Reyes, Göteborgs Universitet och GADIP

Nema Vinkeloe Uuskyla, GADIP

Lisa Sutton, GADIP

Regina Mattsson, GADIP

## **UPPLÄGG**

Workshopen började med att Edmé och Nema gav en introduktion till projektet. Edmé presenterade GADIP som organisation; vad vi arbetar för och hur, vilka internationella nätverk GADIP är en del av, och de senaste projekten GADIP genomfört. Därefter höll Nema ett kort föredrag om handel och genus; hur kritik av neoliberal internationell ekonomi belyst exploatering av kvinnor inom (internationell) handel, hur rättvisehandeln växte fram som en motreaktion till neoliberalism, och hur Fairtrade International (den antagligen största rättvisehandelorganisationen idag) försöker se till att kvinnor och män åtnjuter samma fördelar av rättvis handel och Fairtradecertifiering. Hon presenterade sin masteruppsats i Globala Studier som handlade om Fairtradeproduktion av kakao i Elfenbenskusten, världens största exportör av kakao, och diskuterade på vilket sätt internationell handel påverkar män och kvinnor olika och huruvida rättvisehandeln kan främja jämställdhet.

Därefter följde en presentationsrunda, där deltagarna berättade kort om de företag/myndigheter de representerar, vilken roll de har och på vilket sätt de arbetar med genus och rättvis handel. Sedan diskuterade alla deltagare de frågor som de fått skicka med inbjudan och programmet, modererat av Edmé och Nema. Diskussionen lyfte många följdfrågor och berörde flera ämnen relaterade till genus, handel och rättvis handel. Mot slutet av workshopen deltog alla i att brainstorma kring hur vi kan fortsätta och utveckla ett samarbete kring dessa frågor, hur intresset för Fairtrade kan öka och hur vi kan arbeta för att kvinnors rättigheter värnas i konventionell och rättvisemärkt handel.

## DISKUSSION - SAMMANFATTNING

Deltagarna delade med sig av sina erfarenheter med att arbeta med rättvisemärkta varor och de utmaningar som uppstår i samband med detta. Nedan följer en sammanfattning av workshopens diskussioner, samlat under några återkommande teman.

### *Intresse för Fairtrade*

Det finns ett växande intresse för Fairtrade. Göteborg diplomerades som Fair Trade City år 2011 och har sedan dess arbetat för att göra rättvisemärkta varor till en självklar del i kommunen. Att Göteborg är en Fair Trade City innebär att kommunen tillämpar etisk upphandling, aktivt arbetar med att sprida information om rättvis handel, samt säkerställer att butiker, kaféer, hotell, restauranger och arbetsplatser tillhandahåller ett utbud av etiskt märkta produkter. På så sätt gör diplomeringen att Fairtrade lättare kan bli en norm i kommunen. Under workshopens diskussion framgick också att Svenska Kyrkan länge varit drivande i frågor kring rättvis handel; även innan Fairtrade fanns arbetade Svenska Kyrkan för att stötta etisk handel som inte exploaterar producenter. Svenska Kyrkan fortsätter vara en stor kund av Fairtrade-märkta varor. Deltagarna höll med varandra om att konsumenter blir mer och mer medvetna om de produkter de konsumerar och vilken form av produktion de stöttar. Det finns ett intresse att handla etiskt; det är inte endast priset som styr vilka produkter som efterfrågas. Att konsumenter intresserar sig för under vilka omständigheter olika varor produceras är mycket positivt för rättvisehandeln, som på så sätt får möjlighet att nå ut till fler människor.

### *Kundkrets*

Pia Hagman från Sackeus berättade att en stor andel av deras kunder som köper rättvisemärkt kaffe är kvinnor i medelåldern. Det verkar vara de som har störst intresse för och möjlighet att handla Fairtradedecifierat kaffe. Pia nämnde särskilt Unicafec, ett kaffekooperativ i Peru som odlar ekologiskt och Fairtradedecifierat kaffe; en dryg fjärdedel av kooperativets medlemmar är kvinnor, och det är från dem Sackeus importerar kaffet till deras märke Eguale Women's Rights Coffee. Detta kaffe verkar vara särskilt populärt bland Sackeus kvinnliga kunder. Sackeus säljer inte bara till enskilda konsumenter utan har avtal med kaféer och

butiker; Egale-sortimentet finns på samtliga Coop Forum och Coop Extra i Sverige, och i ett stort antal ICA Kvantum- och ICA Maxi-butiker. Som livsmedelsgrossist specialiserad på rättvisemärkta varor är det emellertid svårt att konkurrera i pris med andra produkter - även om efterfrågan minskar eller om skörden försämras innebär en Fairtradecertifiering att bönderna alltid erhåller ett garanterat minimipris för sina råvaror, vilket gör att skillnaden i pris mellan en vara som är Fairtrademärkt och en vara som inte är det kan öka, vilket ytterligare försvårar försäljningen av rättvisemärkta produkter.

Jannic Andersson, från Divine Chocolate Scandinavia AB / The House of Fair Trade berättade att det största kooperativ som de importerar kakao ifrån är i Ghana, och att de försöker uppmuntra att kvinnor blir medlemmar och får styrelseuppdrag. Hon poängterade att Fairtradecertifiering i många fall endast försäkrar en minimivå gällande arbetsvillkor och produktion - kraften att påverka och förändra det rådande systemet och förbättra situationen för kvinnliga och manliga bönder kommer inte från Fairtrade utan från kooperativen och deras medlemmar. Divine Chocolate Scandinavia AB / The House of Fair Trade är importörer i första hand och är noggranna med att välja leverantörer som arbetar med frågor som rör rättvisa arbetsvillkor, anständiga löner och en produktion som förespråkar mänskliga rättigheter och jämställdhet. Det som importeras distribueras i enskilda butiker (kaffe och hantverk) och kaféer och kafékedjor (choklad). Utöver detta bedriver Divine Chocolate Scandinavia AB / The House of Fair Trade en webbshop för återförsäljare och privatpersoner.

Representanter från återförsäljaren Thrive AB berättade att en växande andel unga människor är intresserade av Slow Fashion, en rörelse som förespråkar miljövänligt mode. Thrive AB arbetar för att sprida det de kallar Conscious Fashion genom att sälja plagg som är tillverkade på ett sätt som värnar om människa, djur och miljö. De produkter de säljer är ekologiska, miljövänliga, rättvisemärkta och veganska.

Diplomeringen Fair Trade City kan ha hjälpt att göra Fairtrade till en norm genom att göra rättvisemärkta produkter till en självklar del av utbudet i kaféer, restauranger, butiker och arbetsplatser. Det är ändå fortfarande svårt för importörer och distributörer att sälja Fairtradevaror, eftersom de inte kan konkurrera i pris med produkter som inte är certifierade. Trots att kvaliteten må vara bättre hos certifierade varor, spelar pris fortfarande en stor roll i offentlig upphandling.

### **Social hållbarhet**

De olika dimensionerna av hållbarhet diskuterades bland deltagarna, och flera poängterade att det är viktigt att erkänna att det inte endast är ekologisk hållbarhet som bör eftersträvas. Det verkar som om konsumenterna känner att de behöver välja mellan ekologisk, ekonomisk och social hållbarhet när de väljer vilka produkter de ska köpa och vilka företag de ska stötta. Att bredda hållbarhetsfrågan till att omfatta social hållbarhet, det vill säga säkra anställningsvillkor, goda arbetsförhållanden, skälig lön, jämställdhet, rättvis fördelning av

inkomst, vinst och resurser, samt lika tillgång till utbildning, arbete och politiskt deltagande, lyftes som en viktig åtgärd. Inom modebranschen, berättade representanter från Thrive AB, riktas fokus främst och ibland nästan uteslutande på ekologisk hållbarhet. Där ställs miljövänligt mot Fairtrade och konsumenterna väljer mellan att värna om miljö eller människa; då miljöförstöring för tillfället är mycket mer närvarande i politisk och samhällslig debatt är det många som väljer att prioritera ekologisk hållbarhet.

### ***Märkning: Ekologiskt vs Fairtrade?***

Det finns ett stort antal olika märkningar som möter konsumenterna. Det finns ingen global märkning för ekologiskt, utan istället en lång rad olika märkningar och certifieringar som används på olika sätt av olika aktörer. Fairtrade International har flera märkningar som innebär olika saker beroende på produkt. Utöver dessa har många företag gjort egna märkningar som pryder deras produkter - hur de påverkar arbetsvillkoren och produktionen av varan är oklart, det är tydligt att märkning av produkter i dessa fall görs för att öka försäljningen då företagen vet att konsumenter efterfrågar produkter som är certifierade. Detta gör det förvirrande för konsumenter som inte är mycket insatta i kraven för olika märkningar och certifieringar och det blir oklart vilka märkningar som är mest tillförlitliga och verkligen gör en skillnad för producenter och miljö. Fairtrade står egentligen inte i konflikt med ekologiskt eller vice versa, men Fairtrade lägger mer vikt vid de sociala aspekterna medan ekologiskt är intresserat främst av hur produktionen påverkar miljön. Fairtrademärkningen innehåller en del miljökrav, såsom förbudet mot användning av farliga kemikalier eller bekämpningsmedel samt riktlinjer kring avfallshantering. Detta är något som många konsumenter inte känner till, vilket gör att de tenderar att välja ekologiskt framför Fairtrade.

### ***Ansvar och konsumentmakt***

En av de största utmaningarna för Fairtrade är att konkurrera med konventionell handel på den nyliberala marknadens villkor. Denna utmaning stod ekologiskt till en början också inför, men med tiden har ekologiskt blivit en självklar del av utbudet och för många konkurrerar ekologiskt inte med icke-ekologiskt eftersom konsumenterna är medvetna om skillnaderna dem emellan. De problem som Fairtrade adresserar erkänns däremot sällan; i konventionell handel ska säkra anställningsvillkor, skälig lön och goda arbetsvillkor säkerställas av företagen genom CSR (Corporate Social Responsibility). Den hårda strävan efter vinst och nyttomaximering gör emellertid att många företag söker pressa priserna så mycket som möjligt vilket oftast yttrar sig i sämre arbetsförhållanden, löner under minimigränsen, farliga arbetsmiljöer och användande av kemikalier och bekämpningsmedel som är farliga för både människa och miljö. Allt detta görs för att uppnå konkurrenskraft och överleva i den nyliberala marknadsekonomin. CSR förblir därmed oftast ineffektiv, vilket gör rättvisehandeln till ett nödvändigt alternativ. Ansvar för rättvisa och humana arbetsvillkor borde givetvis ligga hos företagen som producerar, importerar och säljer varor, men när detta misslyckas verkar det vara upp till konsumenterna att ställa krav på produktionsvillkoren. Konsumenter kan utöva makt gentemot företagen genom att ställa frågor, kräva svar och förändring och ändra sina

konsumtionsvanor. När efterfrågan på ekologiska varor ökade valde fler och fler företag att lägga till eller helt ställa om till ekologisk produktion för att fortsätta sälja sina varor; detsamma borde vara möjligt med Fairtrade. Den makt konsumenterna har är givetvis också begränsad - det kan kännas som en överväldigande uppgift för den enskilda konsumenten att påverka globala handelsmönster. Här blir det viktigt att etablera en solidaritet, som förbinder inte bara konsumenterna och producenterna inbördes, utan också skapar en relation mellan konsumenterna och producenterna över landsgränser.

### *Fairtrade och jämställdhet*

Genom att skapa en solidaritet som sträcker sig från konsumenterna till producenterna kan intresset för Fairtrade öka, vilket i sin tur uppmuntrar till att ett utökat antal företag och industrier börjar engagera sig inom rättvis handel. Ett sätt att göra detta är att förbinda Fairtrade med jämställdhet; jämställdhet är en dimension av hållbarhet som erkänns som viktig och eftersträvas i många aspekter av samhället idag. Det är långt ifrån självklart att kvinnor gynnas, i samma utsträckning som män eller över huvud taget, av handel - detta inkluderar även rättvisehandeln. Trots att Fairtrade International har etablerat en Gender Strategy för all sin produktion är det ännu oklart om och hur detta bidrar till att skapa mer jämställda och rättvisa samhällen för producenterna; ändå utmärker sig Fairtrade genom att aktivt adressera genus i handel, då detta är en aspekt som oftast ignoreras när handel diskuteras. Genom att lägga större fokus vid vikten av att främja jämställdhet hos producenterna är det kanske möjligt att uppmuntra fler konsumenterna att stötta rättvisehandeln. Om konsumenterna vet att de genom sitt köp stöttar en organisation som aktivt arbetar för kvinnors lika rättigheter och möjligheter, som dessutom arbetar för att motverka fattigdom och ger producenterna möjlighet att slippa exploatering, är det kanske lättare att sprida ett intresse och efterfrågan för Fairtrademärkta varor.

### *Hur kan intresset för Fairtrade öka?*

Workshopdeltagarna diskuterade konkreta tillvägagångssätt för att öka intresset för Fairtrade. Att sprida kunskap och information identifierades som ett viktigt första steg. Detta kan göras genom att skapa nätverk för rättvis och hållbar handel, alternativt ansluta sig till redan existerande grupper (såsom Hållbart Göteborg, en Facebookgrupp som arbetar för att skapa ett mer hållbart Göteborg). Att skapa material som är delbart på sociala medier kan vara ett bra sätt att sprida information om rättvis handel och hållbarhet och vad en som privatperson kan göra för att stötta rättvis och hållbar handel. Att de aktörer som arbetar med rättvis handel syns är också viktigt; vi behöver identifiera de sammanhang som redan finns (och har en publik) och säkerställa att rättvisemärkt handel är representerad.

### *Hur kan vi nå ut?*

För att intresset för Fairtrade ska öka och återförsäljare och konsumenterna i större utsträckning ska bry sig om under vilka förutsättningar produkter har tillverkats och vilken form av



handelsvillkor de skapar, behöver aktörer, aktivister och forskare som arbetar med rättvis handel (och genus) synas. Under workshopens diskussion kom vi fram till följande förslag på sammanhang där Fairtrade borde vara representerad:

- MR-dagarna. Mässa där mänskliga rättigheter diskuteras; internationell handel borde granskas kritiskt utifrån ett MR-perspektiv
- HASS (Handels Students for Sustainability)
- Hållbarhetsdagar på Göteborgs Universitet
- Bokmässan
- Studentföreningar (såsom Social Science Environment Student Association, SSES, på Göteborgs Universitet)
- Greenhack
- Business Region
- Göteborg & co
- Miljöbron
- Fairtrade Sverige - utveckla ett närmare samarbete med Fairtrade genom Fairtradeambassadörer
- Fairtrade Forum - årligt återkommande arrangemang som flyttas mellan olika kommuner
- Göteborgs kulturkalas

Genom att samarbeta med dessa aktörer och närvara vid dessa arrangemang finns det en möjlighet att Fairtrade kan få mer uppmärksamhet i media och offentlig debatt. Det vore också viktigt att kontakta politiker och belysa vikten av att ha ett rättighets- och genusperspektiv på (internationell) handel; klimatfrågan har gått från att vara en gräsrotsrörelse till att bli en självklar del av samhällsdebatten, men än så länge finns det ingen motsvarighet när det kommer till social rättvisa och hållbarhet. Ett mycket lågt antal av göteborgare vet om att Göteborg är en Fair Trade City - kanske går det att anordna en Fair Trade City-dag som uppmärksammar Göteborgs Stads arbete i frågan?

Deltagarna poängterade att det inte nödvändigtvis handlar om en brist på engagemang bland konsumenter och återförsäljare; det sociala engagemanget minskar inte utan det tar snarare nya former. En utmaning vi alla står inför är begränsad tid, energi och möjlighet att engagera sig i olika frågor. Många unga kvinnor är engagerade under sin studietid, men måste prioritera om när de börjar göra karriär; pensionärer utgör en annan väl representerad grupp inom den sociala rörelsen. En del av utmaningen ligger i att nå ut till alla som befinner sig mellan studier och pension. Till workshopen hade många fler aktörer kontaktats men inte kunnat delta; när en till exempel driver en butik är det inte alltid möjligt att nyttja en halv arbetsdag för att delta i en workshop. Majoriteten kanske inte längre deltar i traditionella former av socialt engagemang - istället bedrivs mycket aktivism genom internet och sociala medier.

## SLUTSATS: HUR GÅR VI VIDARE?

Workshopens huvudsakliga mål var att organisera ett erfarenhetsutbyte mellan aktörer som arbetar med Fairtrade - detta mål uppfylldes och alla närvarande visade uppskattning att få lära känna varandra och höra om varandras arbete. Workshopen var en bra början för ett samarbete mellan deltagarna och alla var intresserade av att fortsätta stötta varandra; genom workshopen bildades grunden för ett nätverk. Alla blev inspirerade av varandra och motiverade att fortsätta arbeta för Fairtrade, rättvis handel och jämställdhet. Vi pratade om att skapa en grupp på Facebook för att hjälpa varandra, där en kan ställa frågor kring olika ämnen, där vi kan samla och dela information med varandra, och där vi kan diskutera hur vi ska bemöta kritik och ifrågasättanden på bästa sätt. Denna grupp skulle vara ett enkelt sätt att hålla kontakten och göra det enkelt att fortsätta med ett utbyte av erfarenheter och strategier. För att bidra till att Fairtrade blir en del av samhällsdebatten i större utsträckning skulle vi kunna hjälpas åt att författa debattartiklar och organisera medverkan i evenemangen ovan. För att kunskapen kring rättvis handel och hållbarhet ska nå ut kan vi hjälpas åt att organisera filmvisningar, miniföreläsningar och Q&A-sessions på neutrala arenor såsom stadsbiblioteket.

Vi hoppas kunna hålla detta lilla nätverk igång och fortsätta att samarbeta kring jämställdhet, hållbarhet och rättvis handel. GADIP kommer under 2019 ha Fairtrade och Genus som tema för en studiecirkel och tar med sig kunskapen från denna workshop. GADIP vill rikta ett varmt tack till alla som deltog i workshopen. Det är vår förhoppning att arbetet kring Fairtrade och genus fortsätter och utökas, och att vi inom en snar framtid kan omsätta de idéer vi diskuterat i praktiken.

