



Glaubwürdigkeit im Fairen Handel: Zeichen & Siegel

von Hans-Christoph Bill (Fair-Handels-Berater/Mobile Bildung e.V., Hamburg)

Zwei Wege des Fairen Handels

Im Fairen Handel gibt es zwei anerkannte Wege, um die Glaubwürdigkeit zu sichern:

1. Überprüfungen von **Unternehmen/Organisationen** (Bsp.: „anerkannte Fair-Handels-Organisation“, WFTO-Mitglied, Weltladen-Logo)
2. **Produktsiegel** (als bekanntestes das „Fairtrade“-Siegel)



Die Standards und Kriterien für anerkannte Fair-Handels-Organisationen (Produzentenorganisationen, Importeure, Weltläden) werden von der **World Fair Trade Organization (WFTO)**, www.wfto.com, Sitz in den Niederlanden) gesetzt. Standards und Kriterien der Fair-Handels-Importeure (GEPA, EL PUENTE, dwp, GLOBO, ...) sowie der Weltläden („Konvention der Weltläden“) sind davon abgeleitet bzw. damit kompatibel und gehen teilweise darüber hinaus.



Die Standards und Kriterien für das weltweit gültige Fairtrade-Siegel werden von **Fairtrade International** (ehemals Fairtrade Labelling Organizations International [FLO]) gesetzt. (www.fairtrade.net, Sitz in Bonn).

Definition des Fairen Handels

Diese beiden weltweiten Dachverbände des Fairen Handels haben sich (zusammen mit dem europäischen Importeursverband EFTA [www.european-fair-trade-association.org] und dem mittlerweile in der WFTO aufgegangenen Netzwerk der europäischen Weltläden NEWS!) auf eine gemeinsame



DEFINITION

„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 Produzent/innen und Arbeiter/innen – insbesondere in den Ländern des Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung. Fair Handels-Organisationen engagieren sich – gemeinsam mit Verbraucher/innen – für die Unterstützung der Produzent/innen, die Bewusstseinsbildung und die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels.“

Quelle: www.forum-fairer-handel.de

Definition des Fairen Handels geeinigt und gegenseitig ihre beiden Wege des Fairen Handels anerkannt (s. Kasten).

Es gibt keine gesetzliche Grundlage, was Fairer Handel ist. Der Begriff ist nicht geschützt.

Fairer Handel der „100% Fair-Händler“

WFTO-Mitglieder (Produzent/innen-Organisationen, Fair-Handels-Importeure, Weltladen-Dachverbände) haben sich als Unternehmensziel den Fairen Handel laut obiger Definition gesetzt. Innerhalb der **WFTO** haben sie ein Monitoring-(= Überprüfungs-)System entwickelt, mit dessen

Hilfe die Glaubwürdigkeit des Fairen Handels sichergestellt wird: das WFTO-Garantie-System. Eine Publikation hierzu kann unter www.forum-fairer-handel.de > Bestellen bestellt und als pdf heruntergeladen werden.

Fair-Handels-Importeure, die an deutsche Weltläden liefern wollen, werden vom **Weltladen-Dachverband** entlang der in der „**Konvention der Weltläden**“ beschriebenen Kriterien auf die Einhaltung der WFTO-Standards überprüft. Bei Nicht-WFTO-Mitgliedern (meist kleinere Importeure) ist diese Prüfung aufwändiger und mit mehr externer Überprüfung verbunden als bei WFTO-Mitgliedern, die schon durch die WFTO überprüft werden.

anerkannter Lieferant



Der Weltladen-Dachverband veröffentlicht auf seiner Website eine Liste der (mittlerweile über 50!) **anerkannten Lieferanten**.

(www.weltladen.de > Für Weltläden > Lieferantenkatalog)

Der Weltladen-Dachverband stellt mit einem Monitoring-System ebenfalls sicher, dass seine Mitglieder die Konvention der Weltläden/WFTO-Standards einhalten. Nur Mitglieder des Weltladen-Dachverbandes dürfen das **Weltladen-Logo** nutzen. Und nur Mitglieder des Weltladen-

Dachverbandes, die den Anforderungen der WFTO genügen, dürfen das Zeichen der WFTO in ihrer Kommunikation nutzen. Andere Weltläden sind an kein Überprüfungs-System angeschlossen.



Alle fair gehandelten Produkte in einem Weltladen, der Mitglied im Weltladen-Dachverband ist, nach Lieferantenkatalog einkauft und am verpflichtenden Monitoring-System teilnimmt, benötigen kein Siegel, weil sie nur von anerkannten Importorganisationen stammen, die die WFTO-Kriterien einhalten.

Neu 2014: Produkte, die von WFTO-Mitgliedern nach den entsprechenden Standards gehandelt werden, können seit Ende 2013 ein „WFTO-Label“ tragen. Damit ist es erstmals möglich, auch alle Non-Food-Produkte eines anerkannten Lieferanten mit einem Fair-Handels-Label zu versehen.

DIE GRÖSSTEN LIEFERANTEN SIND:



FORUM FAIRER HANDEL

Viele anerkannte Lieferanten sowie der Weltladen-Dachverband und der Bio-Anbauverband Naturland (wegen „Naturland Fair“, s. S. 3) haben sich im deutschen **Forum Fairer Handel** zusammengeschlossen, das neben der Vernetzung, inhaltlicher Diskussion und gemeinsamer Öffentlichkeitsarbeit auch politische Lobbyarbeit leistet und gemeinsame Kampagnen entwickelt (www.forum-fairer-handel.de, Sitz in Berlin).

Bis Ende 2013 war auch TransFair e.V. (Fairtrade Deutschland) Mitglied des Forums.

Produktsiegel

In Supermärkten und Discountern sind Produktsiegel notwendig, um fair gehandelte von konventionellen Produkten unterscheiden zu können. Das bekannteste Produktsiegel ist das **Fairtrade**-Siegel, dessen Kriterien von Fairtrade Internatio-

nal gesetzt werden und deren Einhaltung entlang der Handelskette durch die Zertifizierungsorganisation FLO Cert GmbH kontrolliert wird.



**FAIRTRADE
DEUTSCHLAND**

In Deutschland wird das Produktsiegel von Fairtrade Deutschland bzw. dem dahinter stehenden Verein TransFair e.V. mit Sitz in Köln an mittlerweile ca. 250 Lizenznehmer vergeben.

Das Fairtrade-Siegelsystem ist ein offenes System, so dass es egal ist, wer der Importeur fair gehandelter Produkte ist, so lange von den „richtigen“ Produzent/innen-Organisationen (zertifiziert von FLO Cert) unter Einhaltung der „richtigen“ Handelsbedingungen eingekauft wurde. So findet sich das Fairtrade-Siegel mittlerweile z. B. auch auf Produkten der Firmen Nestlé, Chiquita oder Tchibo bzw. auf Eigenmarken von LIDL und ALDI – die dadurch aber nicht zu „Fair-Handels-Organisationen“ werden.

Das Fairtrade-Siegel wird fast ausschließlich für Lebensmittel vergeben. Für Non-Food-Produkte existieren von Fairtrade fast keine Standards – mit wenigen Ausnahmen wie Baumwolle („Certified Cotton“), Fußbälle, Rosen und Möbel (Pilotprojekt).

Mit aufwändigen Standard-Vergleichen hat das Forum Fairer Handel **andere** (angebliche) **Fair-Handels-Siegel** miteinander verglichen. Referenz waren und sind die Standards und Kriterien des Fairtrade-Siegels. Drei weitere Produktsiegel wurden als mindestens gleichwertig zum Fairtrade-Siegel eingestuft: **Naturland Fair**, **IMO fair for life** und **Ecocert Fair Trade**.

Eine Zertifizierung einer Produzent/innen-Organisation durch eine dieser drei Organisationen bzw. durch FLO Cert (Fairtrade) wird auch von der WFTO anerkannt.

Naturland Fair ist nicht nur ein Produkt-, sondern auch ein Unternehmensiegel (wenn das gesamte Unternehmen die Kriterien erfüllt) und kann auch für Produkte aus „dem Norden“ verwendet werden (z. B. „faire Milch“).

Alle anderen Siegel (z. B. Rainforest Alliance, UTZ Certified, Rapunzel Hand in Hand, ...) erfüllen (z. T. bei weitem) nicht die Standards des Fairen Handels.

FAIR-HANDELS-SIEGEL:



Weitere Infos zu den Siegelorganisationen gibt es hier: www.forum-fairer-handel.de > Fairer Handel > Akteure > Siegelorganisationen.

In Weltläden gibt es kaum noch Produkte mit dem Fairtrade-Siegel, aber immer mehr Produkte mit dem Naturland Fair-Siegel (Bsp. Schokolade, Tees, ...).

Fairer Handel in Zahlen

2012 gaben Verbraucher/innen in Deutschland ca. 650 Millionen Euro für fair gehandelte Produkte aus. Etwa 85% der verkauften Waren (533 Millionen Euro) trugen das Fairtrade-Siegel, fast alle davon wurden in Supermärkten, bei Discountern oder im Außer-Haus-Service (Gastronomie, Großverbraucher wie Mensen, Kantinen etc.) verkauft. Weitere Infos: www.forum-fairer-handel.de

Impressum:
Weltladen-Dachverband e.V.
Ludwigsstraße 11
55116 Mainz
Redaktion: Corinna Sager
Tel.: 06131 / 68 907-80, Fax: -99
E-Mail: info@weltladen.de
Web: www.weltladen.de