



FAIRER HANDEL FÜR EINSTEIGER*INNEN

Erkennungszeichen

Grundsätze

Wirkungen

Kontrollsysteme

Akteure

INHALTSVERZEICHNIS

FAIRER HANDEL – WARUM EIGENTLICH?	3
WAS SIND DIE GRUNDSÄTZE DES FAIREN HANDELS?	6
WAS BEWIRKT DER FAIRE HANDEL?	8
WIE WIRKT DER FAIRE HANDEL VOR ORT?	11
WAS SIND DIE DREI SÄULEN DES FAIREN HANDELS?	14
WIE SIND FAIRE LIEFERKETTEN GESTALTET?	15
WIE SICHERT DER FAIRE HANDEL SEINE GLAUBWÜRDIGKEIT?	17
WORAN ERKENNE ICH FAIR GEHANDELTE PRODUKTE?	19

Die vorliegende Broschüre enthält viele mit → markierte Verweise auf weiterführende Publikationen des FFH. Diese sind in der digitalen Version der Broschüre verlinkt. Diese und viele weitere Infomaterialien stehen für Sie unter www.forum-fairer-handel.de/materialien zur Verfügung.



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:





FAIRER HANDEL – WARUM EIGENTLICH?

Der globale Handel und der globale Reichtum nehmen zu. Doch der Reichtum ist ungleich verteilt und die Kluft zwischen Arm und Reich wächst immer mehr. Die COVID-19-Pandemie verschärft diese Ungleichheit. Armut, Hunger und Klimakatastrophen gehören für viele Menschen zum Alltag. Die aktuellen Welthandels-Beziehungen tragen nicht zur Beseitigung dieser Probleme bei – vielmehr verschärfen sie diese.

Die konventionelle Wirtschaft verfolgt das Ziel, den Umsatz zu steigern und die Produktionskosten immer weiter zu senken. Verlierer*innen sind Millionen von Menschen, die unsere Waren anbauen und produzieren. Trotz harter Arbeit haben viele von ihnen kaum Chancen, ihre Lebensumstände zu verbessern. Diese Ungerechtigkeit betrifft vor allem Kleinbäuer*innen, Kleinproduzent*innen und Arbeiter*innen im Globalen Süden¹. Dafür gibt es viele Ursachen: Kriege, die Klimakrise, fehlende staatliche Strukturen, Nachwirkungen des Kolonialismus und ungerechte Landverteilung.

¹ Die Bezeichnung „Globaler Süden“ ist nicht geografisch zu verstehen, sondern meint Staaten, die gesellschaftlich, politisch und wirtschaftlich benachteiligt sind. Im Gegensatz dazu beschreibt die Zuordnung eines Landes zum Globalen Norden eine privilegierte Position. Mit dem Begriffspaar möchten wir wertende Beschreibungen wie z. B. „entwickelt“ oder „Entwicklungsländer“ vermeiden. (Definition in Anlehnung an Glocal e.V., 2012)

Kleinproduzent*innen haben zudem häufig einen erschwerten Marktzugang. Aufgrund kleiner Produktionsmengen und fehlender Infrastruktur für den Transport und Vertrieb sind sie auf Zwischenhändler angewiesen. Dadurch fallen ihre Einnahmen geringer aus.

Ungerechter Welthandel

Der rohstoffreiche Süden ist überwiegend Lieferant für die Unternehmen im Norden. Die Weiterverarbeitung der Rohstoffe und damit eine Steigerung der Einnahmen im eigenen Land werden selten ermöglicht. Im Textilbereich oder bei der Herstellung elektronischer Geräte findet die Produktion aufgrund niedrigerer Kosten zwar vollständig im Globalen Süden statt. Doch stehen die Produzent*innen hier häufig unter hohem Druck und haben sehr schlechte Arbeitsbedingungen. Denn marktmächtige Unternehmen können Preis- und Vertragskonditionen bestimmen, ohne dass sich ihre Lieferanten zur Wehr setzen können. Derartige unfaire Handelspraktiken erhöhen den Kosten- und Preisdruck und haben schlechte Arbeitsbedingungen und niedrige Umweltstandards zur Folge. Zudem werden in der Mehrzahl der Handelsabkommen die politischen Handlungsspielräume des Globalen Südens beschränkt.



Der Faire Handel als alternativer Ansatz

Der Faire Handel ist Anfang der 1970er Jahre in Europa als Protest und Antwort auf die Ungerechtigkeit des Welthandels entstanden. Aus Kritik an der offiziellen Entwicklungspolitik organisierten 1970 kirchliche Jugendgruppen sogenannte „Hungermärsche“ in 70 deutschen Städten und mobilisierten dafür 30.000 Teilnehmer*innen, um auf die Missstände im Welthandel aufmerksam zu machen. In den Folgejahren boten immer mehr Aktionsgruppen und Weltläden fair gehandelte Waren an.

Die ursprünglichen drei Ziele der Fair-Handels-Bewegung gelten noch heute:

- benachteiligte Produzent*innen-Gruppen zu unterstützen;
- das Verbraucher*innen-Verhalten im Globalen Norden hin zu einem sozial orientierten Konsum zu verändern;
- die weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen für „Dritte Welt“-Produzent*innen zu verbessern.

Die Fair-Handels-Bewegung setzt sich für langfristige und gleichberechtigte Handelspartnerschaften ein und zeigt, wie Welthandel unter der Berücksichtigung sozialer und ökologischer Kriterien gestaltet werden kann. Auf Fairen Handel spezialisierte Fair-Handels-Unternehmen betreiben seit über 50 Jahren Handel mit Produzent*innen und Handelsorganisationen – vor allem aus dem Globalen Süden, inzwischen auch aus dem Globalen Norden (z. B.

faire Milch aus Deutschland). Dabei werden Preise und andere Absprachen in einem gemeinsamen Dialog zwischen Importeuren und Handelspartnern festgelegt. Wichtig ist beiden Seiten, dass die Produzent*innen einen Preis erhalten, der kostendeckend ist und Investitionen in die Zukunft ermöglicht. Perspektivisch sollen die Produzent*innen jedoch flächendeckend existenzsichernde Löhne und Einkommen erhalten.

➔ *Living Incomes und Living Wages im Fairen Handel*

Vision des Fairen Handels

Die Fair-Handels-Bewegung setzt sich für eine Welt ein, in der Gerechtigkeit und nachhaltige Entwicklung im Zentrum der Handelsstrukturen und -praktiken stehen. Sie zielt darauf, dass alle Menschen weltweit durch ihre Arbeit in Würde leben und ihr Entwicklungspotenzial voll entfalten können. Dafür bedarf es einer grundlegenden Veränderung unserer Art zu leben und zu wirtschaften, ambitionierter Klimaziele und gesetzlicher Rahmenbedingungen, die das Wohl von Menschen und Umwelt vor wirtschaftlichen Profit setzen.

➔ *Eine faire Zukunft für alle*

Grenzen des Fairen Handels und weitere „Arbeitsfelder“

Doch ein anderes Konsumverhalten der Verbraucher*innen im Globalen Norden alleine kann die strukturellen Probleme im Welthandel nicht lösen. Daher setzt sich die Fair-Handel



dels-Bewegung von Anbeginn für Veränderungen auf politischer Ebene ein. Das geschieht durch Kampagnen, die gerechte Regeln in der internationalen Handelspolitik einfordern, die sich an den Menschenrechten und dem Schutz der Umwelt orientieren. Ein Beispiel: Das Forum Fairer Handel und der Weltladen-Dachverband haben sich über Jahre mit vielen anderen Akteuren für verbindliche menschenrechtliche Sorgfaltspflichten für alle Unternehmen stark gemacht – seit 2019 in der Initiative Lieferkettengesetz. Die Verabschiedung des deutschen Lieferkettengesetzes im Sommer 2021 ist ein Erfolg und zeigt, dass durch breite Bündnisse und jahrelangen Einsatz politische Veränderungen möglich sind.

Ein weiterer Tätigkeitsschwerpunkt sind seit jeher Informations-Kampagnen und Bildungsarbeit. Engagierte der Fair-Handels-Bewegung zeigen beispielsweise bei Aktionstagen, Workshops, Vorträgen oder konsumkritischen Stadtrundgängen die globalen Auswirkungen des individuellen Handelns bzw. Konsums auf und motivieren Verbraucher*innen zu entwicklungspolitischem Engagement.

Der Faire Handel beschränkt sich nicht nur auf den Verkauf von Fair Trade-Produkten. Seit seinen Anfängen gehört auch Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit zu seinen tragenden Säulen.





WAS SIND DIE GRUNDSÄTZE DES FAIREN HANDELS?

Die folgende internationale Definition² fasst die Ziele des Fairen Handels zusammen:

Der Faire 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 sowie die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels.

² Im Jahr 2001 haben sich vier internationale Dachorganisationen des Fairen Handels (FLO, IFAT, NEWS! und EFTA) auf diese gemeinsame Definition des Fairen Handels verständigt. Aufgrund der ersten Buchstaben in den Kürzeln der beteiligten Organisationen wird sie „FINE“-Definition genannt.

Ausführlicher sind die Werte und Grundsätze der globalen Fair-Handels-Bewegung in der

➔ *Internationalen Charta des Fairen Handels* dargelegt:

Der Faire Handel ...

- schafft Marktzugang;
- setzt auf langfristige, faire und partnerschaftliche Handelsbeziehungen;
- bietet den Produzent*innen faire Preise;
- sichert die Rechte von Arbeiter*innen und Kleinbäuer*innen und stärkt deren Position;
- sichert Rechte von Kindern und fördert die Gleichberechtigung von Frauen;
- fördert den Umweltschutz, z. B. durch Umstellung auf biologische Landwirtschaft;
- leistet Bildungs- und politische Kampagnenarbeit, um die Regeln des Welthandels gerechter zu gestalten.

Der Mensch im Fokus

In diesen Grundsätzen steht der Mensch im Mittelpunkt. Daher ist es ein einzigartiger Ansatz, durch den sich der Faire Handel von anderen Nachhaltigkeitsinitiativen wie z. B. Rainforest Alliance unterscheidet. Fairer Handel zielt darauf ab, Produzent*innen zu stärken. Das geschieht beispielsweise durch Zahlung eines Mindestpreises für viele Fairtrade-zertifizierte Produkte, den die Produzent*innen erhalten, auch wenn der Weltmarktpreis darunter



„Fairer Handel“ ist die deutsche Übersetzung des englischen Begriffs „Fair Trade“, nicht zu verwechseln mit „Fairtrade“ (in einem Wort). Damit ist das internationale Fairtrade-System gemeint, welches u. a. das gleichnamige Siegel vergibt.

liegt. Fair-Handels-Produkte stammen von Genossenschaften, Produzent*innen-Netzwerken und Unternehmen, die sich diesen Fair-Handels-Grundsätzen verpflichten. Der Handel und die Vermarktung erfolgen über zwei verschiedene, aber komplementäre Kanäle: Die integ-

rierte Lieferkette stützt sich auf spezialisierte Fair-Handels-Unternehmen. Der zweite Weg ist die Zertifizierung und Siegelung ausgewählter Produkte (produktbezogener Fairer Handel) (siehe S. 15).



WAS BEWIRKT DER FAIRE HANDEL?

Der Faire Handel wirkt: Er verbessert die Lebens- und Arbeitsbedingungen für die Menschen am Anfang der Lieferkette und schafft so Zukunftsperspektiven. Im Fairen Handel stehen die Produzent*innen im Mittelpunkt. Doch er bringt auch Vorteile für Verbraucher*innen hierzulande.

Fairer Handel schafft Zukunftsperspektiven im Globalen Süden

Zahlreiche wissenschaftliche Studien sowie Erfahrungen der Fair-Handels-Organisationen belegen die vielfältigen Wirkungen des Fairen Handels. Dazu zählen zum Beispiel der höhere Preis, den Produzent*innen und Arbeiter*innen für ihre Waren erhalten. Dieser ist ein wichtiger Faktor für die Verbesserung ihrer Lebens- und Arbeitsbedingungen. Durch das höhere Einkommen können sie in ihre eigene Ausbildung und die ihrer Kinder investieren. Doch Fairer Handel ist noch mehr: Er stärkt Produzenten-Netzwerke, damit sie eigenständiger handeln können. Dadurch haben sie größere Möglichkeiten, sich (politisch) für ihre Anliegen einzusetzen. Auch werden immer mehr neue qualifizierte Tätigkeiten geschaffen. Insbesondere Frauen werden durch Weiterbildungsangebote und besseren Zugang zu Führungspositionen gefördert.

Zudem werden die Produzent*innen-Organisationen durch Beratung und wirtschaftliche

Perspektiven in die Lage versetzt, beispielsweise Maschinen und Material selbst anzuschaffen und so unabhängig von anderen Dienstleistern zu werden.

Gemeinsam gegen den Klimawandel

Viele Produzent*innen des Fairen Handels haben mit den Auswirkungen des Klimawandels zu kämpfen: Trockenheit, Unwetter, steigende Temperaturen und Pilzkrankheiten erschweren deren Arbeitsbedingungen und führen zu Ernteverlusten. Der Faire Handel unterstützt seine Partner bei der Bewältigung der Folgen des Klimawandels, u. a. mit Beratung bei der Umstellung auf klimaschonende und -angepasste Wirtschaftsweisen und mit finanzieller Unterstützung, z. B. für Aufforstungsmaßnahmen.

Süd-Süd-Handel und Fairer Handel im Norden

In den letzten Jahren nehmen die Weiterverarbeitung von Rohstoffen und ihr Vertrieb in den Ländern des Globalen Südens sowie der Handel zwischen Ländern des Globalen Südens zu. Das Höfesterben in Europa zeigt, dass auch im Norden kleinbäuerliche Betriebe durch die bestehenden Rahmenbedingungen in ihrer Existenz gefährdet sind und verlässliche und faire Partnerschaften brauchen. So hat die World Fair Trade Organization 2017 entschieden, dass auch Organisationen aus dem Globalen Nor-



den am Fairen Handel teilhaben können. Ein Beispiel dafür ist die Molkereigenossenschaft Berchtesgadener Land, deren Milch auch in fair gehandelter Schokolade verarbeitet wird. Fair gehandelte Produkte aus dem Norden sind am Naturland Fair Siegel zu erkennen, welches ökologischen Anbau, soziale Verantwortung und Fairen Handel vereint (s. S. 18).

Der Faire Handel verändert die Gesellschaft

Der Faire Handel trägt nicht nur dazu bei, die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Produzent*innen im Globalen Süden und Norden zu verbessern. Er zielt auch auf ein verändertes Bewusstsein und Verhalten der Konsument*innen ab.

Immer mehr Verbraucher*innen beziehen die Produktionsbedingungen in den Herkunftsländern in ihre Kaufentscheidung ein. Sie möchten wissen, wo die Produkte, die sie kaufen, herkommen und unter welchen Bedingungen sie hergestellt wurden. Inzwischen geben 7 von 10 Deutschen (71 %) an, fair gehandelte Produkte zu kaufen – davon knapp jede fünfte Person (18,5 %) regelmäßig, also mindestens einmal im Monat. Das ergab die Verbraucher*innenbefragung zum Fairen Handel 2021, welche vom Forum Fairer Handel in Auftrag gegeben wurde. Auch Unternehmen setzen sich zunehmend mit sozialen und ökologischen Kriterien entlang der Lieferkette auseinander, da Konsument*innen dies einfordern.

Die Fair-Handels-Bewegung hat mit intensiver Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit dazu beigetragen. Auch die Tatsache, dass immer mehr fair gehandelte Produkte im Einzelhandel angeboten werden, hat einen wichtigen Beitrag dazu geleistet.

Wirkungen analysieren und auswerten

Der Faire Handel ist kein fertiges Konzept, sondern ein dynamischer Prozess: Der intensive, partnerschaftliche Austausch zwischen den Produzent*innen und den Fair-Handels-Organisationen ist wichtig, um die Wirkungen der Instrumente analysieren und bei Bedarf an Veränderungen anpassen zu können.

Weiterhin ist die Messung der Wirkungen mit Hilfe von wissenschaftlichen Methoden wichtig. Das dient auch dazu, die Glaubwürdigkeit des Fairen Handels zu belegen.

➔ Zur weiterführenden Lektüre:

Verbraucher*innenbefragung zum Fairen Handel 2021

Die folgenden Beispiele von Organisationen in Paraguay und Indien zeigen, wie der Faire Handel in der Praxis wirkt.

Weitere Portraits von Produzent*innen-Organisationen enthält die Broschüre

➔ 100 % FAIR – der Faire Handel in Deutschland. Diese kann unter www.forum-fairer-handel.de/materialien kostenlos bestellt werden.

MANDUVIRÁ IN PARAGUAY

Der Faire Handel fördert die Selbstbestimmung der Produzent*innen



STECKBRIEF

Name: Manduvirá

Produkte: Bio-Zuckerrohr

Ort: Region Arroyos y Esteros, Paraguay

Organisationsform: Genossenschaft

Mitglieder: 1.700 Kleinbäuer*innen

Gegründet: 1975



WIE WIRKT DER FAIRE HANDEL VOR ORT?

Die Genossenschaft Manduvirá (Cooperativa de Producción Agroindustrial Manduvirá) liegt in der abgelegenen Region Arroyos y Esteros (Deutsch: „Bäche und Sümpfe“) im Südwesten Paraguays. Die Mitglieder sind Kleinbäuer*innen, die auf ca. 3.500 Hektar Zuckerrohr und Sesam in Bio-Qualität anbauen, den sie vor allem über über den Fairen Handel in Europa vermarkten.

Vom Rohstoff-Lieferanten zum Rohstoff-Verarbeiter

Eines der wichtigsten Ziele der Fair-Handels-Bewegung ist es, benachteiligte Produzent*innen zu wirtschaftlicher Selbstbestimmtheit und Unabhängigkeit zu verhelfen. Bis 2014 mussten die Bäuer*innen von Manduvirá ihr Zuckerrohr in einer rund 100 Kilometer entfernten Mühle verarbeiten lassen. Seit April 2014 hat die Genossenschaft eine eigene Zuckerrohrmühle, in der sie nun selbst den Zucker weiterverarbeitet. 200 Arbeitsplätze sind in der Mühle entstanden.

Planungssicherheit durch Fairen Handel

So ist Manduvirá der große Schritt vom Rohstoff-Lieferanten zum Rohstoff-Verarbeiter gelungen. Dies wurde durch die Planungssicherheit möglich, die Fair-Handels-Importunternehmen den Kleinbäuer*innen durch langfristige Verträge und die Zahlung garantierter

Mindestpreise bieten. Auch die Fairtrade-Prämie hat Manduvirá für die Errichtung der Mühle verwendet.

„Wir können nicht die ganze Welt verändern, aber wenn wir es schaffen, den Menschen in unserer Region ein besseres Einkommen und auch eine Perspektive für die Jugend zu bieten, dann ist das ein kleiner Beitrag zu einer besseren Welt. Unsere Vision ist eine ‚Bio-Region‘, in der ausschließlich biologische Landwirtschaft betrieben wird, und dies wird ausstrahlen auf die Nachbarregionen.“

Andrés Gonzales,
Direktor der Zuckergenossenschaft Manduvira

Vielfältige Dienstleistungen der Kooperative

Die Mitglieder von Manduvirá und deren Familien profitieren auch von sozialen Gemeinschaftsprojekten, die die Kooperative realisiert: Dazu gehört eine eigene Gesundheitsstation, in der die Mitglieder kostenlos einen praktischen Arzt und Zahnarzt aufsuchen können. Außerdem bietet die Kooperative technische Beratung, Weiterbildungsangebote sowie günstige Kredite und Sparfonds an. Alle Beteiligten erhielten einen Zugang zu fließend Wasser und Strom.

CREATIVE HANDICRAFTS IN INDIEN

Der Faire Handel stärkt Frauen

STECKBRIEF

Name: Creative Handicrafts

Produkte: Textiles Kunsthandwerk,
Bekleidung, Accessoires und Plüschtiere

Ort: Mumbai, Indien

Organisationsform: Soziales Unternehmen

Mitglieder: 13 Kooperativen und
120 Frauengruppen (darin sind rund
1.500 Frauen eingebunden)

Gegründet: 1984

WFTO-Mitglied

Creative Handicrafts (CH) ist eine indische Organisation, die sich für Frauen in Mumbai einsetzt. Sie arbeitet mit Frauenkooperativen in verschiedenen Stadtbezirken sowie in einem zentralen Gebäude zusammen. Neben der Produktion und dem Verkauf fair gehandelter Textilprodukte, leistet CH Sozialarbeit in verschiedenen Teilen Mumbais. Die spanische Missionarin Isabel Martin entwickelte 1984 zusammen mit einer Gruppe Frauen aus den Slums die Idee einer solchen Organisation. Die Produkte der anfänglich noch kleinen Gruppe begeisterten die Kunden auf dem europäischen Markt. So konnte sich das Projekt rasch vergrößern und bietet heute rund 1.500 Frauen eine Perspektive.

Wirtschaftlich und sozial benachteiligte Frauen im Fokus

90 % der Angestellten von CH sind weiblich. Voraussetzung für die Mitarbeit ist, dass die Frauen wirtschaftlich und sozial benachteiligt sind. Sie verfügen ursprünglich über keinerlei bzw. geringste Schulbildung. CH sorgt für ihre Ausbildung bzw. Schulung und zahlt ihnen währenddessen ein Stipendium. Wer die notwendige Qualifizierung erlangt, kann Mitglied in einer der 13 Kooperativen werden. Rund 60 Frauen werden pro Jahr bei CH ausgebildet. Die Organisation beschäftigt 270 Frauen in Vollzeit und rund 400 in Teilzeit. Die Bezahlung erfolgt auf Basis eines Stücklohns, der von ihnen gemeinsam berechnet und entschieden wurde. Erfahrene Näherinnen kommen auf einen monatlichen Lohn deutlich über dem offiziellen Mindestlohn. Am Ende des Geschäftsjahres wird der erwirtschaftete Profit unter den Mitgliedern der Kooperativen aufgeteilt.

Soziale Leistungen bei CH

CH verfügt über einen eigenen Gesundheitsfonds, um die Frauen und ihre Familien für medizinische Notfälle abzusichern. Sie erhalten drei Monate bezahlten Mutterschutz. Die Organisation übernimmt zudem die Bildungskosten für zwei Kinder und bietet eine eigene Kinderbetreuung an. Die Frauen sind bei CH ganzjährig angestellt



„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 weisgemacht 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.“

Rinku Mishra,
Angestellte bei Creative Handicrafts

und verfügen über Arbeitsplatzsicherheit – keine Selbstverständlichkeit in der Bekleidungsindustrie, wo Saisonarbeit, kurzfristige Entlassungen sowie erzwungene Überstunden an der Tagesordnung sind. Damit die Frauen nicht in die Abhängigkeit von Geldverleihern geraten, hat CH Spar- und Kreditgruppen gegründet. Die Organisation bietet zudem einen Sozialfonds an: 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. Sie möchten noch mehr darüber erfahren, wie der Faire Handel Geschlechtergerechtigkeit fördert? Das Factsheet → **Fairer Handel und Geschlechtergerechtigkeit** fasst die Thematik zusammen.

WAS SIND DIE DREI SÄULEN DES FAIREN HANDELS?

Der Faire Handel ist eine weltweite Bewegung, die sich für mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel einsetzt. Allein in Deutschland engagieren sich rund 100.000 Menschen für den Fairen Handel: in Weltläden und Fair-Handels-Gruppen, in Fairtrade-Towns und -Schools, in Unternehmen, Kirchengemeinden und Jugendgruppen. Dies geschieht auf drei Ebenen, welche „Die drei Säulen des Fairen Handels“ bilden:

Der Handel mit fairen Produkten

Fair-Handels-Produkte sind Güter, die nach den auf Seite 16 genannten Grundsätzen hergestellt, gehandelt, verkauft und durch glaubwürdige externe Kontrollsysteme überprüft werden. Der Handel und die Vermarktung erfolgen über zwei verschiedene Kanäle: Die integrierte Lieferkette stützt sich auf spezialisierte Unternehmen, die ausschließlich Fairen Handel betreiben. Der zweite Weg ist die Zertifizierung und Siegelung ausgewählter Produkte.

Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Akteure des Fairen Handels machen in Schulen, bei Workshops, Seminaren, Aktionstagen, durch Medienarbeit und persönliche Gespräche die Idee des Fairen Handels in der Gesellschaft bekannter. Anhand von Waren aus den Ländern des Globalen Südens machen sie globale Zusammenhänge unseres Handelns und Konsums anschaulich und verständlich. Ihr Ziel: Menschen dazu ermutigen und befähigen, in globalen Zusammenhängen zu denken. Sie sollen motiviert werden, sich für verantwortungsbewussten Konsum zu entscheiden und sich dafür einzusetzen, dass sich die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ändern. Dies geschieht beispielsweise im Rahmen der Fairen Woche.



Ziel der größten Aktionswoche des Fairen Handels ist es, mit Aktionen und Veranstaltungen über den Fairen Handel zu informieren: Wie wirkt er? Und welche Möglichkeiten gibt es, sich für einen gerechteren und nachhaltigeren Welthandel einzusetzen?

www.faire-woche.de

Politische Kampagnen- und Lobbyarbeit

Der Faire Handel ist seit seinen Anfängen in den frühen 1970er Jahren eine politische Bewegung. Das Ziel, Kleinproduzent*innen zu stärken, damit sie eigenständig bestehen und wirtschaften können, ist nur möglich, wenn sich die Regeln des Welthandels ändern.

Mittels Kampagnen setzt sich die Fair-Handels-Bewegung dafür ein. Sie sucht den Dialog mit Politiker*innen und formuliert politische Forderungen. Und das mit Erfolg: Gesetzliche Rahmenbedingungen haben sich teilweise schon geändert, z. B. zum öffentlichen Beschaffungswesen oder durch das Lieferkettengesetz. 2021 wurden deutsche Unternehmen erstmals verpflichtet, Verantwortung für die Menschen in ihren Lieferketten zu übernehmen. Im selben Jahr wurde ein Gesetz zum Verbot von unfairen Handelspraktiken in der Agrar- und Lebensmittelversorgung verabschiedet. Beide Gesetze sind erste Schritte hin zu mehr Gerechtigkeit. Sie zeigen, dass langjährige Kampagnenarbeit die Politik bewegen kann.



WIE SIND FAIRE LIEFERKETTEN GESTALTET?

Fair gehandelte Produkte werden von Kleinbäuer*innen, Arbeiter*innen oder Handwerker*innen hergestellt.

Im Fairen Handel sind die Kleinbäuer*innen meist in Genossenschaften zusammengeschlossen. Diese führen unter anderem Schulungen für ihre Mitglieder durch, entscheiden gemeinsam über die Verwendung von Prämien und organisieren die Vermarktung und den Export der Waren.

Bei Produkten, die zumeist von Plantagen stammen wie Tee, Orangen oder Blumen sowie bei weiterverarbeiteten Produkten wie Textilien oder Sportbällen, verpflichten sich die Betriebe und Plantagenbesitzer*innen zur Einhaltung von sozialen und ökologischen Mindeststandards.

Handwerksartikel stammen meist von Kleinunternehmer*innen oder Nichtregierungsorganisationen, die mit Produzent*innen-Gruppen zusammenarbeiten und den Export der Produkte organisieren.

Diese Genossenschaften und Unternehmen haben sich den internationalen Grundsätzen des Fairen Handels verpflichtet (mehr dazu auf Seite 6).

Der Handel und die Vermarktung von Produkten aus Fairem Handel erfolgen über die bereits erwähnten komplementären Wege.

Integrierte Lieferkette

Im Fairen Handel gibt es spezialisierte Unternehmen, die Lebensmittel, Handwerksartikel und andere Waren von ihren Handelspartnern abnehmen, teilweise weiterverarbeiten und in Deutschland vertreiben und vermarkten. Fair-Handels-Unternehmen betreiben ausschließlich Fairen Handel. Menschen und Umwelt stehen dabei vor dem Profit. Ihr Geschäftszweck ist darauf ausgerichtet, die Handelspartner zu stärken und die internationalen Kriterien des Fairen Handels umzusetzen. Dazu gehören die Gleichberechtigung der Geschlechter, faire Preise sowie ein sicheres und gesundes Arbeitsumfeld.



Produktzertifizierung

Zertifizierungssysteme wie Fairtrade, Naturland Fair, Fair for Life oder SPP kontrollieren die Einhaltung der jeweiligen Standards bei Produzentenorganisationen sowie die Handelsbeziehung zum Einkäufer.

Alle anerkannten Siegel arbeiten nach den Prinzipien des Fairen Handels und gehen damit weit über die Standards von vergleichbaren



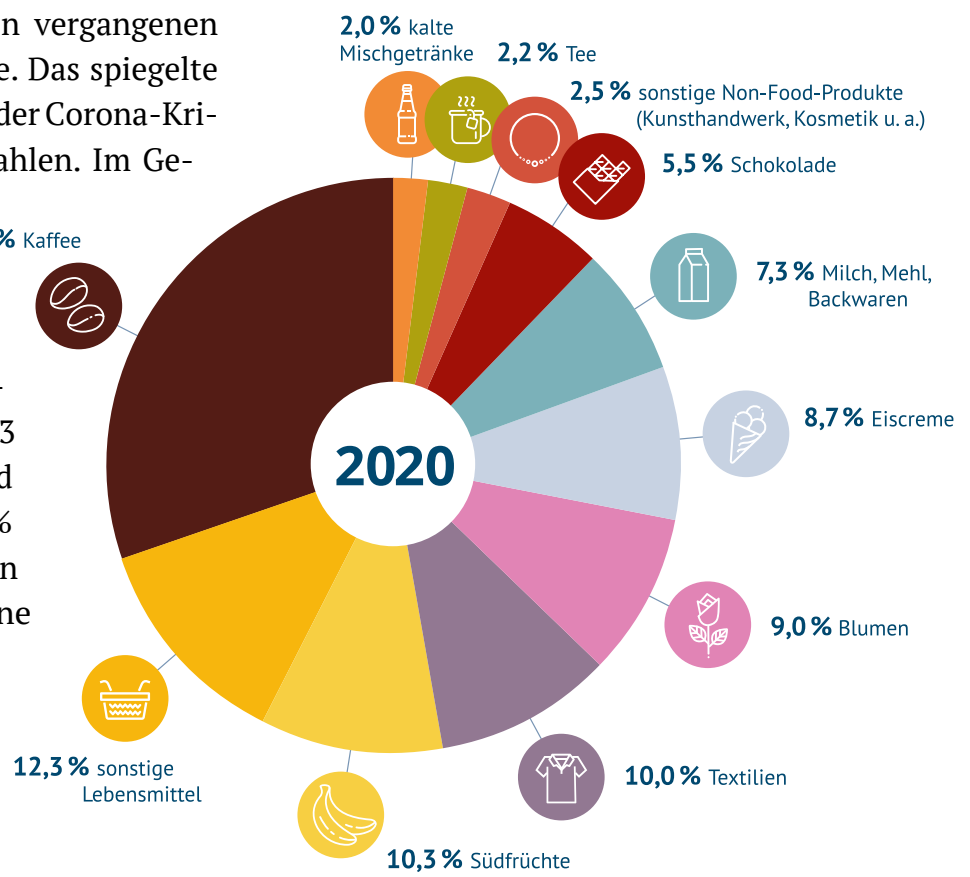
Nachhaltigkeitssiegeln hinaus. Das Siegel auf dem fairen Produkt dient den Verbraucher*innen als Beleg für deren Einhaltung.



Als Fachgeschäfte des Fairen Handels bieten die mehr als 900 Weltläden in Deutschland die größte Auswahl an fair gehandelten Produkten. Als tragende Säulen der Fair-Handels-Bewegung leisten Weltläden auch Informations-, Bildungs- und Kampagnenarbeit. Gleichzeitig sind sie Orte des zivilgesellschaftlichen Engagements. www.weltladen.de



Der Faire Handel hat in Deutschland seit seiner Entstehung in den 1970er Jahren deutlich an Bedeutung und Sichtbarkeit gewonnen. Immer mehr Menschen kauften in den vergangenen Jahren fair gehandelte Produkte. Das spiegelte sich auch in den bis zum Beginn der Corona-Krise stetig wachsenden Umsatzzahlen. Im Geschäftsjahr 2020 gaben die Verbraucher*innen in Deutschland 1,8 Milliarden Euro für Produkte aus Fairem Handel aus. Im Durchschnitt gaben sie pro Kopf 21,63 Euro für faire Lebensmittel und Handwerksprodukte aus. 78 % des Umsatzes wurden mit fairen Lebensmitteln generiert, alleine 30 % davon mit Kaffee.





WIE SICHERT DER FAIRE HANDEL SEINE GLAUBWÜRDIGKEIT?

Seit mehr als 50 Jahren steht der Faire Handel dafür ein, die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Menschen am Anfang der Lieferketten zu verbessern. Ziel ist es, Menschen und Umwelt vor Profite zu stellen. Viele Handelsbeziehungen im Fairen Handel funktionieren nur so gut, weil sie vertrauensvoll und in einem Dialog zwischen Partnern aufgebaut wurden.

Aber: Vertrauen ist gut – Kontrolle ist besser. Deshalb hat der Faire Handel im Laufe der Jahre verschiedene verlässliche Kontrollsysteme – so genannte Monitoring- und Zertifizierungs-Systeme – entwickelt. Strikte Standards für Produktion und Handel schützen Menschenrechte und Umwelt. Eine externe Überprüfung sorgt für Sicherheit und Transparenz und ermöglicht es Kund*innen, mehr als nur einem Versprechen Vertrauen zu schenken.

Monitoring und Zertifizierung – zwei Arten von Kontrollsystemen

Im Fairen Handel gibt es zwei Arten von Kontrollsystemen: Zertifizierungs- und Monitoring-Systeme. Während ein Zertifizierungs-System in der Regel einzelne Produkte mit Hilfe von Siegeln zertifiziert, überprüft ein Monitoring-System ein gesamtes Unternehmen auf die Einhaltung der Fair-Handels-Kriterien. Darüber hinaus setzt jedes System eigene Schwerpunkte. So wird beispielsweise beim Öko-Pionier Naturland eine Bio-Zertifizierung vorausgesetzt,

während das WFTO Garantiesystem vorrangig Unternehmen aus dem Handwerksbereich überprüft.

Ausführlichere Informationen dazu enthält unsere Broschüre ➔ **Monitoring und Zertifizierung im Fairen Handel**

Im Folgenden stellen wir die wichtigsten Kontrollsysteme vor, die das Forum Fairer Handel anerkennt.

Monitoringsysteme



Die WFTO ist eine Gemeinschaft von über 400 sozialen Unternehmen und Organisationen in über 75 Ländern, die sich zu 100 % dem Fairen Handel verschrieben haben. Um Mitglied der WFTO zu werden, muss ein Unternehmen nachweisen, dass es in seiner gesamten Geschäftstätigkeit das Wohl von Menschen und Umwelt in den Vordergrund stellt. Die WFTO überprüft mit ihrem Garantie-System, ob ihre Mitglieder wirklich Fair-Handels-Unternehmen sind. Dafür bedarf es der Verankerung der zehn Grundsätze des Fairen Handels (siehe S. 6) in ihren Betrieben und Lieferketten. WFTO-Mitglieder können demnach die Praktiken des Fairen Handels nicht auf einige wenige Produktlinien oder Rohstoffe beschränken, sondern müssen zu 100 % Fair-Handels-Unternehmen sein. Ist dies der Fall, dürfen sie das WFTO-Label verwenden



– sowohl in der Unternehmenskommunikation als auch zur Kennzeichnung ihrer Produkte.



Weltläden sind Fachgeschäfte des Fairen Handels, die auf der Basis der „Konvention der Weltläden“ arbeiten. Um ihre Glaubwürdigkeit zu sichern, hat der Weltläden-Dachverband ein Überprüfungsinstrument entwickelt: den Lieferantenkatalog für Weltläden. Darin sind Fair-Handels-Unternehmen gelistet, die sich einem Monitoring-Verfahren des Weltläden-Dachverbands unterzogen haben. Die Mitglieder des Weltläden-Dachverbands haben sich verpflichtet, nur bei anerkannten Lieferanten einzukaufen.

www.weltladen.de

Blick auf zwei faire Zertifizierungssysteme



Das Naturland Fair Siegel steht für rundum ökologisch hergestellte und fair gehandelte Produkte und wird vom internationalen Öko-Anbauverband Naturland unter Einhaltung der strengen Öko- und Fair-Richtlinien an Naturland-Mitglieder und Partner-Unternehmen vergeben. Eine Besonderheit der Zertifizierung ist, dass diese auch Erzeuger*innen im Globalen Norden einbezieht und so beispielsweise auch fair gehandelte Produkte aus Deutschland und Europa angeboten werden können (z. B. Milch, Brot, Oliven). Zusätzlich eröffnen sich so Chancen für Bäuer*innen im

Globalen Süden: Durch Nord-Süd-Mischprodukte, wie Milkschokolade oder Fruchtjoghurts, entstehen neue Absatzmärkte für ihre Erzeugnisse. Naturland arbeitet seit der Gründung eng mit den Fair-Handels-Unternehmen GEPA und WeltPartner zusammen.

www.naturland.de



Siegelinhaber und Standardsetzer für das bekannte Fairtrade-Siegel ist der 1997 gegründete internationale Dachverband Fairtrade International. In Deutschland wird das Siegel von Fairtrade Deutschland vergeben. Seit seiner Gründung 1992 setzt sich der Verein dafür ein, die Lebens- und Arbeitsbedingungen benachteiligter Produzentengruppen im Globalen Süden durch Fairen Handel, Beratung vor Ort, Projekte und Advocacy-Arbeit zu verbessern. Darüber hinaus klärt der Verein Verbraucher*innen in Deutschland über unfaire Handelsstrukturen auf. Die Zertifizierung erfolgt durch die unabhängige Gesellschaft FLOCERT. Neben dem klassischen Produktsiegel gibt es seit 2014 so genannte Rohstoffsiegel.

www.fairtrade-deutschland.de



WORAN ERKENNE ICH FAIR GEHANDELTE PRODUKTE?

Im Gegensatz zu „bio“ ist der Begriff „fair“ nicht gesetzlich geschützt. Daher ist die Vielfalt der Erkennungszeichen groß. Es gibt allerdings international definierte Fair-Handels-Prinzipien, die die Arbeitsgrundlage aller anerkannten Organisationen im Fairen Handel bilden. Innerhalb des Fairen Handels haben sich in über 50 Jahren unterschiedliche, sich ergänzende Ansätze entwickelt. Ausdruck davon sind verschiedene Produktsiegel und Label. Alle im Folgenden genannten Siegel, Label und Zeichen arbeiten nach den international definierten Prinzipien des Fairen Handels.

... an den Marken der anerkannten Fair-Handels-Unternehmen: Fair-Handels-Unternehmen stehen mit ihrer gesamten Unternehmenspolitik hinter den Grundsätzen des Fairen Handels.



Weitere anerkannte Fair-Handels-Organisationen sind im Lieferantenkatalog des Weltladen-Dachverbands zu finden:

www.weltladen.de

Davon sind einige im FAIR BAND (Bundesverband für fairen Import und Vertrieb) zusammengeschlossen: www.fair-band.de

... am Label der World Fair Trade Organization (WFTO): Es wird an

Unternehmen vergeben, die ausschließlich Fairen Handel betreiben und über das Garantiesystem der WFTO nachgewiesen haben, dass sie alle Kriterien des Fairen Handels erfüllen.



... an den folgenden, anerkannten Produktsiegeln des Fairen Handels: Unabhängige Kontrollstellen überprüfen die Einhaltung der Kriterien des Fairen Handels.



... am Verkauf im Weltladen: Als Fachgeschäfte des Fairen Handels bieten über 900 Weltläden in Deutschland die größte Auswahl an fair gehandelten Produkten. Dort sind die Produkte der anerkannten Fair-Handels-Unternehmen erhältlich.





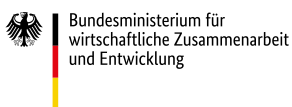
HERAUSGEBER Forum Fairer Handel e.V. **AUFLAGE** 1. Auflage auf Basis der Broschüre „100 % FAIR“ kompakt“ (2018)
TEXT Hanna Gebhard **REDAKTION** Katrin Frank, Lisa Niklas (Forum Fairer Handel e.V.) **BILDER** S. 1: Choat & NTL studio/Adobe Stock; S. 3: Stefane Lelarge/Initiative Lieferkettengesetz; S. 4: Philipp Striegler; S. 5: humphery/Shutterstock, Forum Fairer Handel; S. 6: World Fair Trade Organization; S. 7: lobOlmo; S. 8: lobOlmo; S. 9: Jonas Lorenz/Forum Fairer Handel; S. 10: Oxfam; S. 11: dwp eG Fairhandelsgenossenschaft; S. 12: EL PUENTE; S. 13: Jennie Abraham-Joy; S. 14: Initiative Lieferkettengesetz; S. 15: Sophie Bengelsdorf/Forum Fairer Handel; S. 16: Weltladen-Dachverband/A. Stehle; S. 17: Rido/ Shutterstock; S. 18: Philipp Striegler; S. 19: Sergei Drozd/ Shutterstock **LAYOUT** Dreimalig Werbeagentur Köln **DRUCK** dieUmweltDruckerei GmbH, Hannover **AUFLAGE** 20.000 **BERLIN, DEZEMBER 2021**

Verweise auf andere Publikationen und Medien des FFH sind in der digitalen Fassung dieser Broschüre verlinkt. Sie erhalten diese und viele mehr auf unserer Website unter www.forum-fairer-handel.de/materialien

Dort können Sie auch einige Infomaterialien und Broschüren kostenlos bestellen.

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein das Forum Fairer Handel e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global oder des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Gefördert mit Mitteln des evangelischen Kirchlichen Entwicklungsdienstes sowie von ENGAGEMENT GLOBAL im Auftrag des



Gefördert durch:

