



**FORUM
FAIRER
HANDEL**

www.forum-fairer-handel.de

Fair oder nicht Fair?

Produkte aus Fairem Handel gewinnen bei VerbraucherInnen immer mehr an Beliebtheit. Gleichzeitig steigt die Zahl der Initiativen und Unternehmen, die in ihrer Kommunikation vorgeben, ähnliche Ziele zu verfolgen oder „fair“ zu handeln. Diese Entwicklung nimmt das Forum Fairer Handel zum Anlass, deutlich zu machen, wofür der Faire Handel steht und was ihn von anderen Ansätzen unterscheidet.

Der Faire Handel verfolgt seit mehr als 40 Jahren einen partnerschaftlichen, entwicklungsorientierten Ansatz und genießt bei ProduzentInnen und KonsumentInnen eine hohe Glaubwürdigkeit. Die international von ProduzentInnen und Fair-Handels-Organisationen entwickelte und anerkannte Definition lautet:

„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 zu nachhaltiger Entwicklung.

Fair-Handels-Organisationen engagieren sich – gemeinsam mit VerbraucherInnen – für die Unterstützung der ProduzentInnen, die Bewusstseinsbildung sowie die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels.“ *

Fairer Handel kann auf zwei Wegen geschehen: Zum einen über unabhängig zertifizierte **Produkte** mit FLO-Fairtrade-Siegel, zum anderen über anerkannte Fair-Handels-**Organisationen**, die sich als Ganzes regelmäßigen Überprüfungen stellen müssen. Fair gehandelte Produkte erkennt man dem entsprechend am internationalen Fairtrade-Siegel oder an den Marken der anerkannten Fair-Handels-Organisationen, die ihre Produkte in erster Linie in Weltläden als den Fachgeschäften des Fairen Handels vermarkten.

Andere Organisationen oder Anbieter, die von sich behaupten, „fair“ zu handeln, müssen sich an den anerkannten Kriterien und der Praxis des internationalen Fairen Handels messen lassen: Das Ziel des Fairen Handels ist nicht allein die wirtschaftliche Absicherung der Handelspartner, sondern die Stärkung ihrer Entwicklung, ihrer Selbstorganisation sowie ihrer sozialen und politischen Arbeit: In langfristig angelegten Handelspartnerschaften werden existenzsichernde Preise und eine Fair-Handels-Prämie gezahlt, um soziale Entwicklungen zu fördern. Über die Verwendung des Mehrpreises und der Prämie entscheiden die ProduzentInnen demokratisch. Die Handelspartnerschaft erfolgt „auf Augenhöhe“, sie beinhaltet intensiven Dialog und Beratung, sie ist transparent und wird regelmäßig überprüft.

Worin unterscheidet sich nun der Faire Handel von anderen „nachhaltigen“ Handelsansätzen? Das Forum Fairer Handel als Netzwerk der Fair-Handels-Organisationen und -Akteure in Deutschland hat in einer Studie den zertifizierten Fairen Handel (FLO-Fairtrade) mit drei Ansätzen vergleichen lassen, die sich in ihrer Kommunikation in die Nähe des Fairen Handels rücken: mit

* Gemeinsame Definition der vier internationalen Netzwerke des Fairen Handels: FLO (Fairtrade Labelling Organization), IFAT (International Fair Trade Association), NEWS! (Network of European Worldshops), EFTA (European Fair Trade Association)

Rainforest Alliance, dem Hand-in-Hand-System des Bio-Herstellers Rapunzel und dem „Common Code of the Coffee Community (4C)“ der Kaffeewirtschaft.

Das Fazit der Studie ist, dass alle drei untersuchten Ansätze nicht den Kriterien des Fairen Handels entsprechen. Nur der Faire Handel selbst bietet neben ökologischen und sozialen auch die notwendigen ökonomischen Vorteile, um eine nachhaltige Entwicklung zu fördern.

Die ökonomischen Vorteile für die ProduzentInnen im FLO-Fairtrade-System sind vor allem

- ein existenzsichernder (oft garantierter Mindest-)Preis, der die Kosten der Produktion im Sinne der Nachhaltigkeit deckt und ein Leben in Würde ermöglicht. Dazu kommt eine Fair-Handels-Prämie.
- die Vorfinanzierung der Produktion auf Wunsch der ProduzentInnen.
- langfristige, verlässliche Handelsbeziehungen, die eine nachhaltige Entwicklung ermöglichen.

Die Einhaltung dieser Standards wird von FLO-Fairtrade durch eine unabhängige Zertifizierung überprüft.

Die anderen untersuchten Systeme haben einen grundsätzlich anderen Anspruch als FLO-Fairtrade:

- 4C ist ein brancheneigener Verhaltenskodex der Kaffeewirtschaft. Er soll die schlimmsten negativen Praktiken im Kaffeesektor (z. B. ausbeuterische Kinderarbeit, Zwangsräumung ohne Entschädigung, Einsatz verbotener Pestizide) verhindern. Den Kriterien, die die ProduzentInnen erfüllen müssen, stehen keine der Leistungen des Fairen Handels (z. B. Mindestpreise, Möglichkeit zur Vorfinanzierung, externe Kontrolle) gegenüber. 4C ist ein Verhaltenskodex, der die Hauptlast der Veränderung bei den Produzenten belässt.
- Rainforest Alliance will mit einem Umweltmanagementsystem die Minderung von Umweltschäden und den Erhalt der Biodiversität erreichen, die nachhaltige Entwicklung der ProduzentInnen steht nicht im Fokus. Die Einhaltung der Umweltkriterien wird extern kontrolliert, es fehlen aber ökonomische Vorteile für die ProduzentInnen wie Mindestpreise oder Vorfinanzierung. Rainforest Alliance gesiegelte Produkte sind daher weder bio noch fair.
- Hand in Hand von Rapunzel ist ein firmeneigenes konsumentenorientiertes Gütezeichen, das Rapunzel für einen Teil seiner tropischen Agrarprodukte einsetzt. Die firmeneigenen Kriterien sind weit weniger streng als bei FLO und die versprochenen ökonomischen Vorteile für die ProduzentInnen sind nicht transparent. Rapunzel bietet damit zwar 100% bio, ansonsten aber ein CSR-Konzept eines Unternehmens.

Der Faire Handel insgesamt geht noch über die Festlegung von Standards für einzelne Produkte und deren Zertifizierung und Siegelung hinaus: Als IFAT-Mitglieder sind die anerkannten Fair-Handels-Organisationen beispielsweise Teil einer weltweiten Bewegung aus Produzenten, Händlern, Weltläden und NGOs und investieren u. a. in Bildungs- und Kampagnenarbeit. Gemeinsame Lobby- und Advocacy-Arbeit durch nationale und internationale Netzwerke zielt darauf ab, soziale und ökologische Regeln im nationalen und internationalen Handel durchzusetzen.

Forum Fairer Handel, 01.10.2008

Forum Fairer Handel

Ludwigsstr. 11, 55116 Mainz, Tel.: 06131/90742-50, Fax: 06131/90742-55,
Email : info@forum-fairer-handel.de, Internet: www.forum-fairer-handel.de