



Fairer Handel oder doch nur Green Washing?

Katharina Mutagwaba & Jürgen Herold

Vorstand des Bundesverbandes für fairen Import e.V.

Definition: Greenwashing

- Bezeichnet den Versuch von Unternehmen, durch Marketing- und PR-Maßnahmen ein „grünes Image“ zu erlangen, ohne allerdings entsprechende Maßnahmen im Rahmen der Wertschöpfung zu implementieren.
- Bezog sich der Begriff ursprünglich auf eine suggerierte Umweltfreundlichkeit, findet dieser mittlerweile auch für suggerierte Unternehmensverantwortung Verwendung.
- Aus volkswirtschaftlicher Sicht gibt es eine wichtige Konsequenz: Viele Konsumenten bevorzugen „grüne“ bzw. nachhaltige Produkte. Kunden belohnen „grüne“ Produkte, indem sie konventionelle Produkte durch „grüne“ Produkte substituieren und dabei mitunter sogar bereit sind, einen Mehrpreis zu bezahlen.
- Durch Greenwashing verlieren jedoch grüne Signale an Glaubwürdigkeit. In der Konsequenz geht das Vertrauen der Konsumenten verloren und die Unsicherheit nimmt zu. Greenwashing untergräbt dann seinen eigenen Markt, auf welchen es eigentlich abzielt.

Greenwashing

Häufig genutzte Bezeichnungen, Bilder und Tricks

- »Ocean Plastic« / »Ozeanplastik«: suggeriert Produkte aus Meeresmüll. Oft Greenwashing, da das Wort frei verwendbar ist.
- »Natürliches Aroma«: Erdbeerjoghurt mit natürlichem Aroma = Joghurt mit Erdbeeraroma aus Sägemehl. Erlaubt, weil Sägemehl aus dem natürlichen Ausgangsstoff Holz entsteht.
- »Nachhaltig«: Nicht geschützt und kann ohne Erklärung einfach frei verwendet werden.
- »Klimaneutral« / »Klimafreundlich«: Ebenfalls nicht geschützt und deshalb frei verwendbar.
- »Umweltschonend«: Kann behauptet werden, solange es nicht fachlich kontrolliert wird/ Konsumenten nicht eingreifen.
- »Biologisch« / »Ökologisch« Nicht geschützt. **»Bio« und »Öko« sind hingegen geschützt.** Hier gilt es ganz besonders, auf die Wortwahl zu achten.
- »Regional« / »Von hier«: Kann verwendet werden, denn es gibt keine Definition, wo Regionalität anfängt/aufhört.
- »FCKW-frei«: Ist bereits seit 1991 per Gesetz verboten

H&M Conscious: Wiederverwertung



- Kunden können ihre alten Klamotten zum Recyclen in den Filialen abgeben. Nach eigenen Angaben hat H&M 2018 weltweit 20.649 Tonnen Textilien eingesammelt.
- Daneben hat H&M eine Kollektion rausgebracht, die aus nachhaltigen Materialien wie Bio-Baumwolle, recyceltem Polyester und Tencel gefertigt war.
- Nabu:
 - Wiederverwertung ist eine gute Idee, aber sehr schwer umsetzbar. Es ist ausgesprochen schwierig, Fasermixe zu trennen; teils werden dazu krebserregende Chemikalien verwendet.
 - Recycelte Produkte ändern nichts an dem Fast-Fashion-Prinzip.
 - Der Kunde erhält für seine Altkleider einen H&M Gutschein, wodurch noch mehr Konsum angeregt wird.

Adidas: Parley-Kollektion



- Adidas stellt 2014 einen Sneaker her, der aus recycelten Ozeanmüll besteht.
- Schuhe aus Ozeanmüll? Es handelt sich um Müll, der an den Küstenregionen eingesammelt wird, also vor dem Meer bewahrt wird.
- Unklar, ob nur die Zwischensohle aus den Abfällen gefertigt oder der ganze Schuh.
- 2018 fertigte Adidas mehr als 400 Mio Paar Schuhe weltweit; von der Parley Kollektion 5 Mio Paar = etwas über 1% der Schuhproduktion. In der Werbung wurde das Thema aber ins Zentrum gestellt.



Begriffsklärung: Siegel

- **Siegel**, Urkundenstempel
- **Dienstsiegel**, Kennzeichnung rechtsverbindlicher Dokumente
- **Gütesiegel**, Qualitätsmarkierung
- **Prüfsiegel**, Prüfmarkierungen an Produkten
- **Siegelmarke**, Aufklebesiegel
- Automobilfabrik Feodor Siegel, deutscher Automobilhersteller
- Siegel (Aachen), Ortsteil von Aachen
- Siegel (Familiennamen)



Definition: Fairer Handel

- 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.

Wir sind der FAIR BAND

Bundesverband für fairen Import und Vertrieb e.V.



Der FAIR BAND vertritt kleine und mittlere Importeure in Deutschland, die in allen Bereichen des Fairen Handels aktiv sind.

Persönlich. Direkt. Fair.

- Wir kennen unsere Partner:innen **persönlich** und handeln mit ihnen auf Augenhöhe.
- Die Produkte gelangen auf **direktem** Weg zu uns, ohne Zwischenhandel.
- Die 10 WFTO-Prinzipien des **fairen Handels** bilden die Grundlage unserer Tätigkeit.

Unsere Mitglieder
vertreten rund
180 Produzenten-
Gruppen
aus mehr als
36 Ländern

WAMBUI
DESIGN



handtrade.



FAIR BAND Bundesverband für fairen Import und Vertrieb e.V.

Eine Bewegung hin zu solidarischen, gerechten und nachhaltigen Wirtschaftsformen, die allen ein Leben in Würde ermöglichen.



Unsere Ziele

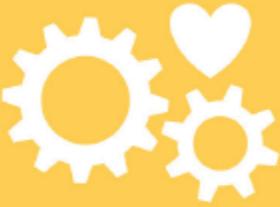
- Förderung des Fairen Handels
- Aktives Bindeglied zwischen Produzent:innen und Konsument:innen
- Unterstützung und Austausch für die Importeur:innen und Vertretung ihrer Interessen nach außen
- Schaffung eines realitätsbezogenen Anerkennungssystems, das weniger an starren Fragebögen, sondern an Transparenz und Dialog ausgerichtet ist

Der FAIR BAND vertritt nicht nur die Interessen seiner Mitglieder, sondern arbeitet auch mit verschiedenen Netzwerkpartnern zur Förderung des Fairen Handels zusammen.



World Fair Trade Organisation (WFTO)



1 CHANCEN FÜR BENACHTEILIGTE PRODUZENT/INNEN 	2 TRANSPARENZ UND RECHENSCHAFTS - PFLICHT 	3 FAIRE HANDELSPRAKTIKEN 	4 FAIRE BEZAHLUNG 
5 KEINE AUSBEUTERISCHE KINDERARBEIT; KEINE ZWANGSARBEIT 	6 VERSAMMLUNGSFREIHEIT; KEINE DISKRIMINIERUNG; GESCHLECHTER-GERECHTIGKEIT 	7 GUTE ARBEITSBEDINGUNGEN 	8 AUS- UND WEITERBILDUNG 
9 FÖRDERUNG DES FAIREN HANDELS 	10 SCHUTZ DER UMWELT 	DIE ZEHN GRUNDSÄTZE DES FAIREN HANDELS	

Als globales Netzwerk des fairen Handels sind in der WFTO sowohl Importeure als auch Produzenten-
gruppen in den Ländern des globalen Südens organisiert.

Produzenten im fairen Handel



- **Chancen für benachteiligte Produzent/innen**
Benachteiligt aufgrund von fehlender Bildung, Geschlecht, Krankheit, Volksstamm



- **Faire Bezahlung**
Fairer Lohn, geregelte Arbeitszeiten (Tage/Woche und Std/Tag), Pausen- und Überstundenregelung, Urlaubs- und Krankheitstage, ggfs. Krankenversicherung, Zuschuss zur Schulausbildung der Kinder



- **Gute Arbeitsbedingungen**
Ordentliche Produktionsstätten, Arbeitssicherheit, sanitären Anlagen, ausreichend Luft & Licht, sauberes Trinkwasser



- **Schutz der Umwelt**
Entsorgung von Abfall / Abwasser; Verwendung von Hilfsstoffen (Farben, Fixierer, etc)

Durch unser umfassendes Monitoringsystem gewährleisten wir die Einhaltung der Kriterien des Fairen Handels und verbessern unsere Arbeit kontinuierlich.



Unser Monitoring

- Basiert auf dem SAR (Selbsteinschätzungs-Report) nach den 10 Grundsätzen der WFTO
- Erfolgt alle 2 Jahre
- Hat einen wohlwollenden Charakter: Schwierigkeiten dürfen angesprochen werden
- Dient der kontinuierlichen Verbesserung unserer Arbeit

Alle Mitglieder sind sich bewusst, dass sie selber und der FAIR BAND lernende Organisationen sind.



Unterlagen & Begutachtung durch Fach-Kolleg:innen

- Selbsteinschätzung des eigenen Unternehmens
- Übersicht über die Lieferanten/Produzent:innen
- Datenblatt pro Lieferant

Die Monitoring AG (5 Personen von Mitgliedsfirmen) prüft bzw. begutachtet diese Unterlagen im PEER REVIEW und weist ggfs. auf Verbesserungsbedarf hin.

Das Mitglied nimmt zeitnah Stellung; ein Fahrplan zur Erledigung wird unter Berücksichtigung von Bedeutung / Wichtigkeit erstellt.

Self-Assessment (für das eigene Unternehmen.)

Hinweis: Sollte es zu einzelnen Punkten noch keine oder nur kaum Aktivitäten und Informationen geben, stellt dies nicht automatisch einen Ablehnungsgrund im Hinblick auf die Aufnahme dar.



1 Chancen für benachteiligte Produzenten				
Punkt / Inhalt der Einhaltungs-Kriterien und Erklärungen	Bitte bewerten Sie die Einhaltung der im Standard festgelegten Kriterien:			Aktion zur Verbesserung des Problempunktes / Bemerkungen
	OK	Verbesserung notwendig	Kriterien nicht erfüllt	
<p>1.1 Sie arbeiten und handeln in erster Linie mit Lieferanten/Produzent:innen, die sozial und / oder wirtschaftlich marginalisiert sind, von solchen Gruppen kaufen oder auf andere Weise positive Auswirkungen auf wirtschaftlich marginalisierte Gruppen als zentralen Teil ihres Geschäfts zeigen.</p> <p><i>Hinweis: Bitte fassen Sie hier Ihre strategische Entscheidung für die Auswahl der Produzenten / Lieferanten zusammen.</i></p>				
<p>1.2. Wenn Sie (auch) mit Lieferanten/Produzent:innen von Fair Trade Produkten zusammenarbeiten, die <i>nicht</i> zu solchen Randgruppen gehören, haben Sie eine klare Begründung dafür, die erklärt, wie dies mit Ihrem Engagement für den fairen Handel zusammenhängt.</p>				Begründung:

2 Transparenz, Verantwortlichkeit & Rechenschaftspflicht				
Punkt / Inhalt der Einhaltungs-Kriterien	Bitte bewerten Sie die Einhaltung der im Standard festgelegten Kriterien:			Aktion zur Verbesserung des Problempunktes
	OK	Verbesserung notwendig	Kriterien nicht erfüllt	
<p>2.1. Sie haben eine definierte und funktionale Organisations- und Führungs-Struktur sowie ein</p>				

Das Ziel ist eine kontinuierliche Verbesserung unserer Arbeit, entsprechend findet dieses Monitoring alle 2 Jahre statt.



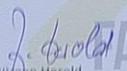
Der FAIR BAND zeichnet Café Chavalo mit dem Monitoring Siegel für die Jahre 2023/24 aus.

Bestandteil unseres Monitoring Prozesses sind im Rahmen einer Selbsteinschätzung folgende Punkte für das eigene Unternehmen sowie die bestehenden Lieferanten:

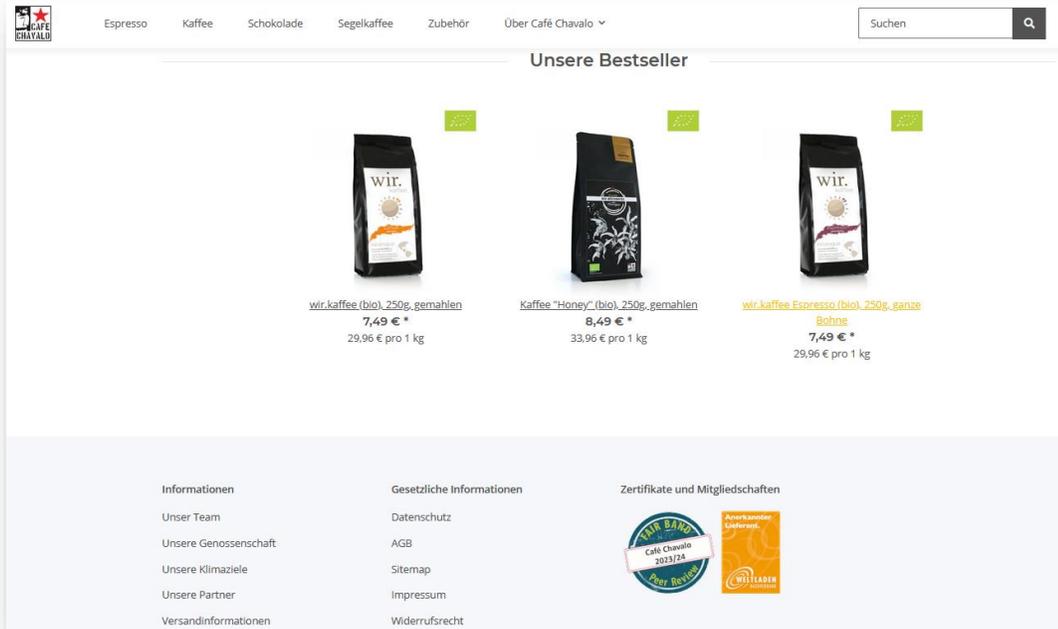
- Faire Arbeitsbedingungen sowie Chancen für benachteiligte Bevölkerungsgruppen
- Transparenz, Verantwortlichkeit & Rechenschaftspflicht
- Faire, partnerschaftliche Handelspraktiken inklusive Zahlung fairer Löhne
- Ausschluss von Diskriminierungspraktiken, ausbeuterischer Kinderarbeit und Zwangsarbeit
- Förderung von Aus- und Weiterbildung, Ausbau von Handlungskompetenzen und Wissen
- Einhaltung von Umweltstandards

Café Chavalo hat die Angaben zu den oben erwähnten Kriterien durch Nachweise glaubhaft belegen können und setzt sich aktiv für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen bei allen seinen Produktionspartnern ein.

Berlin, im Januar 2023.


Jürgen Herold
1. Vorsitzender


Robert Weber
2. Vorsitzender



Espresso Kaffee Schokolade Segelkaffee Zubehör Über Café Chavalo

Suchen

Unsere Bestseller

Produkt	Preis
wir.kaffee (bio), 250g, gemahlen	7,49 €* 29,96 € pro 1 kg
Kaffee "Honey"/(bio), 250g, gemahlen	8,49 €* 33,96 € pro 1 kg
wir.kaffee Espresso (bio), 250g, ganze Bohne	7,49 €* 29,96 € pro 1 kg

Informationen
Unser Team
Unsere Genossenschaft
Unsere Klimaziele
Unsere Partner
Versandinformationen

Gesetzliche Informationen
Datenschutz
AGB
Sitemap
Impressum
Widerrufsrecht

Zertifikate und Mitgliedschaften



Wir sind der FAIR BAND

Bundesverband für fairen Import und Vertrieb e.V.



Vorstand (2023/24)

Jürgen Herold (Frida Feeling), Katharina Mutagwaba (MAK Afrika)
Christine Wolf (Der Lindwurm)

FAIR BAND

Bundesverband für fairen Import und Vertrieb e.V.



Mehr über uns:

www.fair-band.de

info@fair-band.de

 [fair.band](https://www.instagram.com/fair.band)

 [Fair Band](https://www.facebook.com/Fair-Band)