

Einleitung zum folgenden Artikel „Quo vadis? Fairer Handel im Gespräch“ von Nina Tanzberger

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.

Entsprechend dieser Definition, auf die sich vier Dachorganisationen (FLO, IFAT/WFTO, NEWS, EFTA) des Fairen Handels geeinigt haben, steht Fairer Handel für Handelspartnerschaft, für eine Verbesserung der Handelsbedingungen, für nachhaltige Entwicklung sowie für die Absicherung der Rechte von ProduzentInnen und ArbeiterInnen. Das soll erreicht werden, indem die Organisationen des Fairen Handels sich verpflichten, finanzielle, technische und organisatorische Unterstützung sowie Informationen zur Erleichterung des Marktzugangs bereitzustellen, sich aktiv für die Veränderung des konventionellen Welthandels einzusetzen und Bewusstseinsbildung voranzutreiben. Zielsetzung ist es, den partnerschaftlichen Dialog und den rücksichtsvollen Umgang mit anderen Kulturen zu fördern, sozial und ökologisch verantwortbare, sichere und gesunde Arbeitsbedingungen unter Einhaltung der Menschenrechtserklärung der Vereinten Nationen, der Kernarbeitsnormen der ILO und der nationalen Gesetze sicherzustellen sowie faire und regional bzw. lokal angemessene Löhne und Preise zu zahlen. Fairer Handel zielt langfristig auf verlässliche Handelsbeziehungen und eine Verbesserung der wirtschaftlichen und sozialen Möglichkeiten, der Lebens- und Arbeitsbedingungen von benachteiligten ProduzentInnen und ArbeiterInnen ab. Dabei werden Aus-, Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen insbesondere für Frauen unterstützt und zugleich die Eigenverantwortlichkeit der ProduzentInnen und ArbeiterInnen gestärkt.



Quo vadis? Fairer Handel im Gespräch

Anne Schicht: Wo und wie ist der Faire Handel erfolgreich? Was sind die guten Seiten am Fairen Handel?

Bettina Musiolek: Transfair [der Verein, der das Transfair-Siegel vergibt, Anm. d. Red.] sagt immer, dass das Transfair-Siegel das Siegel in Deutschland mit dem höchsten Image ist. Das ist natürlich ein riesiger Erfolg. Erfolg misst man am Umsatz und der steigt. Insofern ist der Faire Handel erfolgreich.

Norbert Pfütze: Ich denke, ein Erfolg ist die gesellschaftliche Akzeptanz. Nach 20 Jahren hier im Osten kommt der Faire Handel in diversen Publikationen häufiger vor. Ansonsten ist der Faire Handel in Deutschland nicht ganz so erfolgreich, nur knapp 1 % des Kaffeeumsatzes wird mit fair gehandeltem Kaffee gemacht. In England sind es z.B. 20 %.

In erster Linie soll der Faire Handel bei den Produzenten etwas bewirken. Ca. 6 Mio. weltweit sind sicher nicht allzu viele, aber schon das ist ein Erfolg.

B.M.: Der Erfolg des Fairen Handels bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen sollte natürlich auch daran gemessen werden, wie Kleinbauern und Kleinproduzenten unterstützt werden und das ist schon eine kritische Angelegenheit. FLO [Fair Labeling Organizations - ein Zusammenschluss von Fairhandelsorganisationen, die Fairtrade-Siegel vergeben, Anm. d. Red.] hat seine Zertifizierung und Kontrollen ausgeweitet auf Plantagen. Und in der Tat: Der Großteil aller FLO-CERT Audits sind auf Großplantagen und in Großbetrieben. Das finde ich schon eine sehr gefährliche Entwicklung. Oxfam hat in den letzten Jahren immer wieder nachgewiesen, dass Supermärkte wie Metro, Aldi und Lidl Lieferketten aufbauen, die stark auf Kosten der Kleinproduzenten und Kleinbauern gehen. Und da sollte doch der Faire Handel, anstatt diese Tendenz zu unterstützen, gegensteuern. Und da kommen wir zu dem großen Problem dieser Zertifizierung, die mit kommerziellen Interessen einhergeht und die dann zum Aufweichen von Fairhandels-Kriterien führt.

N.P.: Man müsste sich zunächst die Kriterien für die Kooperativen und für die Plantagen von FLO genauer ansehen. Es gibt überall die Möglichkeit der Mitbestimmung in den Kooperativen und in Plantagen von den Mitarbeitern, wie ein Mehrpreis verwendet wird. Bei Plantagen sind das die Bezahlung

FairTrade-Kaffeebauer, Foto: fairtrade e.V.

40 Jahre Fairer Handel in Westdeutschland, 20 Jahre in Ostdeutschland. Wir wollen hinter die Kulissen schauen: Im Interview mit der fairquer-Redaktion diskutieren Bettina Musiolek von der Kampagne für Saubere Kleidung und Norbert Pfütze vom regionalen Großhändler für Fairen Handel f.a.i.r.e. Warenhandels eG. über die Widersprüche von Zertifizierungen, fair gehandelte Produkte in Supermärkten, die Zusammenarbeit mit Kleinproduzenten etc.

Das Interview führten Anne Schicht und Uwe Schnabel.

und die Gesundheitsvorsorge, überhaupt die ganzen Arbeitsbedingungen und die Extrafonds, worüber wirklich dann alle Mitarbeiter entscheiden können. In den Plantagen wird ja auch ausdrücklich gefördert, dass Mitarbeiter sich organisieren. [FLO-Kriterien gelten übrigens nur für ausgewählte Produktbereiche, wie z.B. Tee, Anm. der Red.]

B.M.: [...] und so Gewerkschaften oder Betriebsräte ersetzen. Es gibt die Gefahr, dass die Fairhandels-Komitees bei den Produzenten – also genau diese Mitarbeitendenorganisationen – wirkliche, beschäftigten-zentrierte Vertretungen ersetzen und somit das Organisationsrecht unterlaufen. Darüber hinaus gibt es gegenwärtig im Fairhandels-Bekleidungs Bereich ein riesiges Problem: Bisher gibt es nur Bekleidung aus fair gehandelter Baumwolle. FLO kontrolliert dabei nur, dass bei der Verarbeitung und in dem Endprodukt auch die fair gehandelte Baumwolle drin ist. Arbeitsbedingungen bei der Verarbeitung werden nicht kontrolliert. Der Konsument denkt aber fast immer, dass die ganze Klamotte fair ist. Und dieser Irrtum wird von FLO nicht aufgeklärt. Es gibt keine klaren Leitlinien, wann und wie Bekleidungshändler oder Initiativen das Fairtrade-Siegel benutzen dürfen, wie sie z.B. klar zu machen haben, dass es sich eben nicht um faire Bekleidung, sondern allein um die Baumwolle darin handelt.

Uwe Schnabel: Wie werden die Kriterien für den Fairen Handel überprüft?

N.P.: Man muss erst einmal fragen, wer legt überhaupt die Kriterien fest? Der Begriff „Fair“ ist nicht geschützt, wie der Begriff „Bio“. Für „Bio“ gibt es eine europäische Verordnung, das gibt es für „Fair“ nicht. Deswegen ist der Faire Handel, so wie er jetzt definiert wird und die Kriterien festgelegt sind, eine Übereinkunft von FLO, die das Fairtradesiegel vergibt und WFTO (World Fair Trade Organisation). Das ist ein Zusammenschluss, in dem Produzenten und Importeure gleichberechtigte Mitglieder sind. Man kann in etwa sagen, dass FLO eher den Lebensmittelbereich betrifft und WFTO den Handwerksbereich. FLO e.V. legt die Kriterien für das Fair Trade Siegel fest. Außerdem hat FLO eine GmbH gegründet - die FLO CERT GmbH - und die überprüfen dann die einzelnen Produzenten. Aber es gibt Grundvoraussetzungen, die allgemein gültig und von den beiden (WFTO und FLO) in einer gemeinsamen Charta definiert sind.

B.M.: Für mich waren die Kriterien des Fairen Handels immer a) die Förderung von Kleinbauern und Kleinproduzentinnen in so genannten Drittweltländern und b) einen Fair Trade Bonus zu zahlen, also die Zahlungsbedingungen gerechter zu gestalten. Der Bonus für die Produkte der Kleinbauern und Produzenten soll die Ungerechtigkeiten des Welthandels ausgleichen.

N.P.: Meiner Meinung nach sind die Grundkriterien und Prinzipien des Fairen Handels folgende: 1. garantierter Mindestpreis, der die Kosten einer Produktion im Sinne der Nachhaltigkeit deckt und ein Leben in Würde ermöglicht; 2. die Möglichkeit der Vorfinanzierung der Produktion und langfristige Handelsbeziehungen. Grundsätzlich geht es um Entwicklungen vor Ort.

Es wird gerade im Lebensmittelbereich ein Mindestpreis garantiert. Im Handwerksbereich ist er schwieriger zu definieren. Darüber hinaus wird ein Fair Trade Aufschlag gezahlt, bei dem dann die Kooperativen oder Plantagen entscheiden können, wie dieser Mehrpreis eingesetzt wird.

U.Sch.: Wie hoch ist dieser Preis?

N.P.: Der Mindestpreis wird bei FLO e.V. in einem längeren Prozess festgelegt. FLO e.V. besteht aus 22 nationalen Siegelinitiativen, die sich vor allem aus den Nordländern zusammensetzen. Mittlerweile sind aber auch wenige Siegelinitiativen aus dem Südländern dabei. Die Siegelinitiativen legen den Mindestpreis fest, der zum Teil immer wieder angeglichen wird. Aber da FLO so eine große internationale Organisation ist, sind sie nicht so schnell, sich immer gleich den neuen Bedingungen anzupassen. Ich finde auch, dass die Nordländer viel zu viel Einfluss haben. In den letzten Jahren hat sich allerdings einiges bewegt. Es gibt eine lateinamerikanische Produzentenvereinigung, eine afrikanische und eine asiatische, wo eben die FLO-zertifizierten Gruppen sich zusammenschlossen haben. Dadurch haben sie die Möglichkeit, Lobbyarbeit zu machen innerhalb von FLO. Aber letzten Endes sind es auch hier die eher größeren Produzentenvereinigungen, die eine wichtigere Rolle spielen. Für die geht es dann vorrangig um eine Ausweitung des Verkaufs. Und kleinere Produzentengruppen, bei denen es stärker um die Entwicklung vor Ort geht, haben wiederum nicht so einen großen Einfluss. Es gibt überall dieses ganz menschliche System, wer am meisten Kraft und am meisten Leute hat, die da mitmachen können, hat auch am meisten Einfluss.

A.S.: Wo seht ihr die Schwachpunkte des Fairen Handels?

B.M.: Dieses Beispiel, dass es zu wenig fair gehandelten Kaffee auf dem Markt gibt und dass deshalb Kaffee von Plantagen statt von Kleinbauern genommen wird: Das ist ein sehr gutes Beispiel für Schwachpunkte. Für meine Begriffe müsste es so laufen – idealtypisch –, dass der Faire Handel sagt, okay wir nehmen nur von Kleinbauern den Kaffee ab und damit werden wieder die kleinbäuerlichen Strukturen gestärkt. Stattdessen nimmt der Faire Handel verstärkt von den Plantagen ab, beugt die eigenen Kriterien, damit alles unter Fairem Handel laufen kann. Also, das finde ich eine ganz schwierige Entwicklung. Es ist einfach ein kommerzielles Interesse da bei FLO, denn die wollen ihr Label verkaufen und es gibt ganz viele Kunden oder nicht wenige Supermärkte, die natürlich gern ihr Image aufpolieren durch Transfair-Produkte. Es ist ja das angesehenste Label überhaupt in Deutschland. Dieses kommerzielle Interesse, was mit Zertifizierung unweigerlich verbunden ist, untergräbt in zunehmendem Maße das, womit der Faire Handel eigentlich angetreten ist.

N.P.: Mittlerweile haben wir auch bei uns hier bei Lidl Fairtrade-Produkte. Und so wie auch Transfair e.V. sich selbst definiert, geht es eigentlich nur um den Absatz für fair gehandelte Produkte hier. Es spielt keine Rolle, was hier in Deutschland bei irgendwelchen Firmen für Arbeitsbedingungen herrschen. Das ist meines Erachtens ein Schwachpunkt bei FLO. Beim Thema Kaffee muss man vorsichtig sein. Soweit ich weiß, gibt es derzeit nur Kriterien für Kooperativen. Dass es darum geht, Kleinbauern zu fördern, ist vom Großteil der Fairhandelsbewegung wirtschaftlich und politisch gewollt. Aber ein Teil der Bewegung möchte natürlich auch gern, dass es für Plantagen Kriterien gibt und die dortigen Arbeitsverhältnisse besser werden. Der meiste Kaffee wird ja in Plantagen angebaut und geerntet. Deshalb muss auch für die Angestellten da etwas getan werden.

Und von daher, was ist Fairer Handel? Wer legt das fest? Ein Problem sind die Mengen, die bisher „Fair“ produziert werden. Wenn jetzt große Marken und Firmen wie Starbucks oder Lidl in großem Stil Fairtrade-Kaffee verkaufen wollen, ist das mit den derzeitigen Anbietern kaum möglich. Von ca. 100.000 Tonnen „fairem“ Rohkaffee, der pro Jahr verfügbar ist, nimmt allein schon Starbucks ca. 10.000 Tonnen ab, um den ganzen Espressobereich mit fairem Kaffee abzudecken. Wenn Starbucks nun, jeden Kaffee „Fair“ anbieten will, dann ist der Markt leergefegt. Und das entspricht dann nicht mehr dem Anspruch, den direkten Kontakt mit den Produzenten zu suchen und die individuelle Entwicklung zu unterstützen, wie es gerade die klassischen Fair-Händler machen. Es war aber

auch Anspruch von Gründungsleuten im Fairen Handel, dass irgendwann der Faire Handel in den Mainstream kommt. Es sollte nie nur eine Nische bleiben.

B.M.: Ich sehe überhaupt kein Problem darin, wenn Faire Handelsprodukte in Supermärkten, selbst in den ganz schlimmen Aldis und Lidl's vertrieben werden. Solange es wirklich Fairhandelsprodukte sind. Es sind jedoch meist FLO-zertifizierte Produkte, nicht von irgendwelchen kleinen Importeuren, weil nur FLO die Masse bereitstellen kann und da werden konkrete Bedingungen zwischen den Supermärkten und FLO ausgehandelt und dabei werden einfach die Kriterien aufgeweicht. Damit sie eben an die Supermärkte angepasst werden. Ich finde, der Faire Handel muss Kleinproduzenten unterstützen und weltwirtschaftliche Strukturen zugunsten dieser Kleinproduzenten stärken. Supermärkte machen genau das Gegenteil. Und da muss der Faire Handel gegensteuern.

Der Faire Handel geht in zunehmendem Maße von Agrarprodukten weg hin zu komplexeren Produkten wie Bekleidung. Wir als Kampagne für Saubere Kleidung hatte nie öffentlich den fairen Handel kritisiert in den letzten Jahren. Aber dieses Tabu ist jetzt gebrochen. Das International Labor Rights Forum hat einen Bericht veröffentlicht, der zeigt, dass fair gehandelte Fußbälle genauso mit Kinderarbeit hergestellt werden, wie alle anderen Fußbälle. Zu diesem an sich schon hochproblematischen Befund kommt hinzu, dass FLO in seiner Reaktion höchst langsam und wenig verantwortungsbewusst erschien. Da hat man das Gefühl, FLO sitzt so auf dem hohen Ross, dass sie sich mit der Kritik und diesen Problemen überhaupt nicht auseinandersetzen müssen.

N.P.: Es ist ein Schwachpunkt im Fairen Handel, dass es keine entwicklungspolitische Organisation gibt, die sich kritisch mit Fairem Handel auseinandersetzt.

Was ich auch als Schwachpunkt sehe im Fairen Handel, ist, dass man zum Teil nicht wirklich vorbereitet war auf eine große Nachfrage aus der Gesellschaft nach fairgehandelten Produkten, so dass auch Supermärkte anfangen, fairgehandelte Waren zu verkaufen. Dass es also für Firmen interessant ist, fair gehandelte Produkte zu verkaufen, weil das einfach zum Markt dazu gehört. Da denke ich war auch FLO nicht wirklich darauf vorbereitet. Es ist natürlich für FLO gut, dass sie viel siegeln können. Die Haltung der Weltläden zu diesem Problem ist sehr indifferent. Es gibt Läden, die den Verkauf puschen wollen, denn sie sagen, wir können den Produzenten wirklich nur etwas bieten, wenn wir auch ihre Sachen verkaufen. Bei denen spielt Bildungsarbeit zwar eine Rolle, aber nicht die übergeordnete Rolle. Dann gibt es aber Weltläden, für die spielt Bildungsarbeit die übergeordnete Rolle. Da ist eher das

fair gehandelte Produkt nur Mittel zum Zweck, um zu zeigen, wie schlecht es anderen geht. Es ist sicher beides berechtigt. Aber hier hat die Weltladenbewegung kein einheitliches Auftreten, und es ist schwer eine einheitliche Zielrichtung zu verfolgen. Auch das ein Schwachpunkt.

Auch Kleinproduzentengruppen sind dem üblichen Markt ausgesetzt. Es geht nicht darum, für die nur eine Nische zu schaffen, zu sagen: Wir sind ganz lieb zu euch, wir nehmen euch alles ganz lieb ab. Eigentlich möchte man ja auch die Entwicklung bei den Kleinproduzentengruppen vorantreiben, so dass sie irgendwann auf eigenen Beinen stehen. Es gibt Beispiele von Kleinproduzentengruppen, die nicht mehr abhängig waren vom Fairen Handel, weil sie selber so gewachsen sind, dass sie auch im Land Strukturen schaffen konnten, um ihre eigenen Produkte zu verkaufen. Es gibt in Mexiko z.B. Kaffee, der mexikanisch fair zertifiziert ist. Ich finde, das ist ein Erfolg. Es ist gut, wenn Kleinproduzentengruppen sich auf dem Weltmarkt soweit etablieren können, dass sie selbstbewusst ihre Preise mitbestimmen können. Da geht es nicht immer um Unterbietung. Gerade der Faire Handel hat sehr viel Bioanbau mit vorangetrieben, beim Teebereich haben die ersten Teeplantagen, die auf Bio umgestellt haben, das auf Betreiben vom Fairen Handel getan. Also gibt es auch an der Stelle Erfolge.

B.M.: Die qualitativ hochwertigen Produkte sind ein ganz klarer Erfolg des Fairen Handels. Der beste Kaffee ist einfach fair gehandelter Kaffee. Und die Verbindung zum Bioanbau ist eine sehr produktive Verbindung. Ich denke, dadurch ist auch viel Verbraucherbildung passiert.

N.P.: Im Biobereich gibt es dieses EU-Biosiegel, welches keine hohen Kriterien hat. Es hat gewisse Mindestkriterien und dann gibt es noch verschiedene Anbauverbände, die höhere Standards definieren. Wir haben dort schon eine gewisse Stufung drin und ich denke, dass es so kommen wird, dass wir ein allgemeines Fairtradesiegel bekommen und dann z.B. ein Kleinproduzentsiegel. Im Moment sind sehr viele „faire“ Siegel am Entstehen, weil alle sehen, dass viele Produzenten mit FLO unzufrieden sind.

B.M.: Ich denke, die Ursache für diese Siegelinflation, für diese Schwemme von Zertifikaten ist, dass es Handelsunternehmen gibt, die z.B. zu IMO, einem Umweltstandard-Zertifizierer, gehen und sagen, also ihr habt uns bisher Biostandards gesiegelt und jetzt macht mal schnell noch ein Sozialsiegel oder Fairtradesiegel, denn der Verbraucher steht auf fair und sozial. Das ist die Ursache. Ich denke Zertifizierungen sind z.B. im Biobereich durchaus möglich, weil man da relativ objektive Tests machen kann. Aber Sozialstandards und auch die Standards des Fairen Handels sind durch eine Momentaufnahme, die ein Zertifikat immer ist, schwierig sicherzustellen. Die sollen ja auf lange Sicht bestimmte Kriterien und Sozialstandards sicherstellen. Das kann man nicht durch ein Zertifikat, Siegel, die am Produkt hängen, die die Einhaltung von Mindestarbeitsnormen garantieren, haben das große Risiko, dass Verletzungen von Mindestarbeitsnormen gefunden werden. Und so ist es jetzt passiert bei FLO-gelabelten Produkten. Niemand auf der Welt kann garantieren, dass irgendwo in der Bekleidungsindustrie Mindestarbeitsnormen eingehalten werden. Schon gar nicht FLO.



Foto: fairtrade e.V.

N.P.: Auch die hohen Siegelkosten sind für die Produzenten ein großes Thema. Wenn Produzentengruppen besucht werden, um ein Biosiegel zu erhalten (es gibt verschiedene Siegel für verschiedene Märkte, wie Japan, USA, Schweiz, Europa, etc., die alle ähnliche Bedingungen beinhalten, aber alle extra kosten) für ihren Biobereich, müssen sie dafür bezahlen, auch für den Fairtrade-Bereich müssen sie zahlen.

A.Sch.: Wie steht ihr zu Kritik am Fairen Handel?

N.P.: Ich fände es gut, wenn kritisch mit Fairem Handel umgegangen wird. Vieles, was vom Fairen Handel wahrgenommen wird, sind Annahmen. Und das kann dem Fairen Handel schnell auf die Füße fallen. Das Forum Fairer Handel hat für letztes Jahr eine Umfrage gemacht, warum Endkonsumenten fair gehandelte Produkte kaufen. Über 80% machen das, weil es keine Kinderarbeit gibt. Nur ca. 50%, weil ein fairer Preis gezahlt wird. Natürlich geht es auch im Fairen Handel darum, dass Kinder möglichst nicht arbeiten müssen. Aber was ist z.B. Kinderarbeit, wer definiert es und was heißt Kinderarbeit hier bei uns in Mitteleuropa? Und was heißt das in Indien, was heißt das in Lateinamerika? Was tun die Kinder in bäuerlichen Familien, ab welchem Alter arbeiten sie mit – ist das ein ähnliches Thema für hiesige Bauern? Fairer Handel sagt, dass es keine ausbeuterische Kinderarbeit geben soll. Aber natürlich wird es Kinderarbeit in einem gewissen Rahmen geben. Wenn nun allerdings die große Mehrheit nur fair gehandelte Produkte kauft, weil es ausdrücklich keine Kinderarbeit gibt, dies aber mit der Wirklichkeit nicht übereinstimmt, können wir schnell in die Defensive geraten. Wir müssen also mehr und offensiver in der Öffentlichkeit vermitteln, wie die Lebensbedingungen sind und was Fairer Handel ist.

B.M.: Und ich denke auch, es nützt dem Handel, wenn es konstruktive Kritik am Fairen Handel gibt und das auch durchaus öffentlich diskutiert wird. Die Leute lassen sich nicht für blöd verkaufen.

A.S.: Was ratet Ihr jetzt den fairquer-Lesern, den Konsumenten? Wie sollen sie sich verhalten?

N.P.: Es ist unglaublich wichtig, sich zu informieren, kritisch nachzufragen und das eigene Konsumverhalten zu überdenken.

A.S.: Sollte man jetzt weiter im Weltladen einkaufen gehen?

B.M.: Raten würde ich auf jeden Fall: Kauft weiter im Weltladen! Stärkt weiter die Weltladenbewegung, das ist eine der



Sportfreunde Stiller und ein Fairtrade-Fußball, Foto: fairtrade e.V.



Logos von GEPA, DWP, El Puente, Weltladen Dachverband und Fairtrade-Siegel

innovativsten Bewegungen, die es überhaupt in Westeuropa gibt. Eine der wenigen, wo man sich als Konsument ganz konkret und in vielerlei Hinsicht einbringen kann und wo man viel fürs Leben lernen kann. Insofern kann ich das nur bestärken. Man kann viel über die Strukturen des Welthandels lernen und das wäre auch mein Wunsch gegenüber dem Fairen Handel, oder speziell gegenüber FLO zu sagen: Geht weg von diesem Zertifizierungswahn, geht weg von dieser einseitigen kommerziellen Orientierung an immer mehr Verkauf von Labeln. Das wird euch über kurz oder lang das Bein brechen. Engagiert Euch in Via Campesina, also in Basisbewegungen von KleinbäuerInnen und Kleinproduzenten. Sie sind unbedingt zu stärken gegenüber dem Missbrauch der Macht von Supermärkten.

GLOSSAR

dwp – Dritte-Welt-Partner

dwp ist drittgrößter Fair Handels-Importeur der BRD.

EFTA - European Fair Trade Association

EFTA ist ein Zusammenschluss von 11 Fair-Trade-Organisationen aus 9 europäischen Ländern.

el puente

el puente ist zweitgrößter Importeur von Produkten des Fairen Handels in der BRD und bringt Produkte aus Afrika, Asien und Lateinamerika in die Bundesrepublik.

Fairtrade-Siegel

Das international anerkannte Siegel, das Produkte aus Fairem Handel auszeichnet, die nach den Fairtrade-Standards der Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) gehandelt werden.

FLO - Fairtrade Labelling Organizations International

FLO ist eine 1997 gegründete Organisation für fairen Handel. Sie vergibt ein Label für Produkte, die gemäß den FLO Standards zertifiziert wurden.

Gepa

Gepa ist Europas größter Importeur fair gehandelter Lebensmittel und Handwerkserzeugnisse.

IFAT - International Fair Trade Association, ehemals: International Federation for Alternative Trade

ILO - International Labour Organization

ILO ist eine internationale Arbeitsorganisation, die rechtsverbindliche Konventionen und Empfehlungen für die Mitgliedsstaaten erarbeitet. Die Mitglieder müssen der ILO über die Umsetzung der Konventionen sowie über den Stand ihrer nationalen Gesetzgebung in Bezug auf das Arbeitsrecht und den Arbeitsschutz regelmäßig Bericht erstatten.

Importeure

Importeure sind Händler, die Import-Geschäfte betreiben, d. h. die im Ausland Güter einkaufen, sie transportieren lassen, sie in ein Zielland einführen, ihre Verzollung und andere amtlich evtl. notwendigen Formalitäten erledigen und diese Güter anschließend im Inland in den Wirtschaftsverkehr bringen, indem sie diese direkt den heimischen Konsumenten oder aber wiederum anderen Zwischenhändlern, die die Güter z. B. an den Einzelhandel oder den Endkunden verkaufen, zum Kauf anbieten.

NEWS - Network of European Worldshops

NEWS ist ein Zusammenschluss aller europäischer Weltläden.

Weltladendachverband

Der Weltladen-Dachverband vertritt als eingetragener Verein die Interessen der Weltläden und Aktionsgruppen für fairen Handel der BRD.

World Fair Trade Organization - WFTO

IFAT ist ein 1989 gegründetes weltweites Netzwerk von Organisationen des Fairen Handels. Sie bildet einen Zusammenschluss von u. a. Produzentenorganisationen, Importeuren, Exporteuren und nationalen Faire-Trad-Netzwerken, sodass sie die Fair-Handelskette von Produkt bis zum Verkauf repräsentiert.



Fairtrade-Banane, Foto: fairtrade e.V.