

Fairer Handel: Zwei Wege für fair gehandelte Produkte

Fairer Handel der Weltläden: unternehmensbezogen

(Unternehmen entlang der Lieferkette arbeiten nach Fair-Handels-Kriterien)



Fairer Handel gemäß Fairtrade: produktbezogen

(Produkte/Händler werden gemäß Fairtrade-Standards zertifiziert)



® Programm-Siegel, z.B.



Kleinproduzent/innen, Vermarktungsorganisationen, soziale Unternehmen, selten Plantagen. Produzieren nach Standards des Fairen Handels/der WFTO; sind teilw. Fairtrade-zertifiziert.

Produzent/innen



Kleinproduzent/innen, Plantagen und Lohnarbeitsbetriebe, Vertragsanbau. Erfüllen die Standards von Fairtrade International und lassen sich von FLOCERT GmbH zertifizieren.

Wichtiges Kriterium bei den Importorganisationen: kein unnötiger Zwischenhandel

Zwischenhandel



Zwischenhandel wird von den Lizenznehmern individuell geregelt, soll möglichst kurz sein.

zu 100% fair handelnde Unternehmen, i.d.R. in der Fair-Handels-Bewegung vernetzt: WFTO-Mitglieder, anerkannte Lieferant/innen des WL-DV, Fair-Band

Importeur/innen



Halten sich an Fairtrade-Händler-Standard/Fairtrade-Standards für das jeweilige Produkt (vor allem mittlere konventionelle Unternehmen u. Multis)

All that can be must be fair!

Produkt- zusammensetzung



Fair-Handels-Anteil in Mischprodukten möglichst über 50% (Nur im WFTO-Guarantee-System verpflichtend!)
i. d. R. kein Mengenausgleich: physische Produktidentität und Rückverfolgbarkeit

All that can be must be Fairtrade!
(Außer bei Programm-Siegeln)

Fairtrade-Anteil in Mischprodukten mindestens 20%

Mengenausgleich bei Orangensaft, Tee, Zucker, Kakao: keine physische, aber dokumentarische u. finanzielle Rückverfolgbarkeit

Besonderheit: Versuch, Bestandteile aus Europa/Norden (z. B. Milch, Getreide) ebenfalls nach Fair-Handels- bzw. Nachhaltigkeitskriterien zu beschaffen

Rohstoffprogramme für Kakao, Zucker, Baumwolle: Produkt enthält u.U. nur diese Fairtrade-Zutat (Kein Fairtrade-, aber Programm-Siegel)

Primär über Weltläden u. Gruppen, Naturkostläden, Online-Shops. Handelsgewinne verbleiben vielfach im Fairen Handel, für Standardentwicklung, Kontrollsysteme, Kampagnen- und Bildungsarbeit, Beratung

Einzelhandel



Primär Vertrieb über Supermärkte, Discounter, Naturkostläden, Online-Shops. Handelsgewinne verbleiben dort; Lizenzgebühren finanzieren u.a. Standardentwicklung, Kampagnen- und Bildungsarbeit, Beratungsdienste

Orientieren sich beim Kauf am Weltladen als Fachgeschäft des Fairen Handels, achten auf Marken des Fairen Handels.

Kund/innen

Orientieren sich beim Kauf am Fairtrade-Siegel bzw. den Siegeln für Rohstoffprogramme (wenn am Produkt zu sehen)

Seit über 40 Jahren

Seit 1992

Ca. 200 Mio. € (zu Endverbraucherpreisen)

Umsatz in D (2016)

Rund 1 Mrd. € (zu Endverbraucherpreisen)