

MEHR TRANSPARENZ ZU FAIR-TRADE-LABELS INTERNATIONAL GUIDE TO FAIR TRADE LABELS HEUTE VERÖFFENTLICHT

Berlin, 03.12.2019 – Heute erscheint die fünfte Ausgabe des „International Guide to Fair Trade Labels“. Es handelt sich dabei um die einzige Publikation, die die Standards und Überprüfungssysteme der wichtigsten Zeichen für Fairen Handel (Fair Trade Labels) weltweit untersucht. „Das Marketing mit Nachhaltigkeit boomt. Wer steht denn nun für Fairen Handel – und wie? Dieser Leitfaden gibt Orientierung, welche Fair-Trade-Labels die international definierten Prinzipien des Fairen Handels glaubwürdig umsetzen“, so Manuel Blendin, Geschäftsführer des Forum Fairer Handel. Der „International Guide to Fair Trade Labels“ wurde unter der Federführung der französischen Fair-Handels-Organisation Commerce Equitable France in Kooperation mit dem Fair World Project (USA), FAIRNESS FR (Frankreich) und dem Forum Fairer Handel als Verband des Fairen Handels in Deutschland erarbeitet.

Immer mehr Unternehmen betonen die vermeintliche oder reale Nachhaltigkeit ihrer Geschäftstätigkeit in ihrer Kommunikation. Sie spüren den zunehmenden gesellschaftlichen und politischen Druck, für Fairness in ihren Lieferketten und ihrer Produktion zu sorgen. „Das ist grundsätzlich eine positive Entwicklung. Wir beobachten jedoch mit großer Sorge, dass Unternehmen als Reaktion darauf ihre eigenen ethischen Labels ins Leben rufen und gegebenenfalls selbst kontrollieren. Damit stiften sie Verwirrung bei Konsument*innen und Beschaffungsstellen im privaten und öffentlichen Sektor, die ethisch und ökologisch verantwortlich einkaufen wollen. Dabei gibt es eingeführte Fair-Handels-Standards mit bewährten externen und akkreditierten Prüfsystemen wie Naturland Fair oder Fairtrade“, kritisiert Manuel Blendin, Geschäftsführer des Forum Fairer Handel. Mit dem vorliegenden Leitfaden möchte das Forum Fairer Handel gemeinsam mit seinen internationalen Partnern eine Orientierungshilfe geben.

Worin bestehen die Hauptunterschiede zwischen Fair-Handels- und Nachhaltigkeitsansätzen sowie freiwilligen Nachhaltigkeitsinitiativen von Unternehmen? Stehen sie tatsächlich für faire Handelspraktiken? Wie garantieren sie die Umsetzung der zugrundeliegenden Standards? Für die vorliegende Analyse wurden zwanzig Schlüsselkriterien identifiziert, die starke Fair-Trade-Labels mit hohen Anforderungen ausmachen. Der Leitfaden beschreibt die Unterschiede zwischen den gängigsten Erkennungszeichen, hebt deren Stärken hervor und benennt Verbesserungsmöglichkeiten. Er analysiert zudem bekannte Nachhaltigkeitsansätze wie Rainforest Alliance sowie Initiativen für soziale Verantwortung von Unternehmen, darunter C.A.F.E. Practices (Starbucks) und CocoaLife (Mondelez). „Mit Hilfe dieses internationalen Leitfadens können Unternehmen, Regierungen, Organisationen und Verbraucher*innen Kaufentscheidungen treffen, die einen positiven Einfluss auf die Arbeits- und Lebensbedingungen der Produzent*innen haben“, erklärt Dana Geffner, Geschäftsführerin des Fair World Projects in den USA.

Folgende Entwicklungen zeichnen sich außerdem seit der letzten Ausgabe des Leitfadens (2015) ab:

- Der Faire Handel entwickelt sich ständig weiter. Dies äußert sich unter anderem darin, dass einige Organisationen die Standards für die Vergabe ihres Siegels seit der letzten Ausgabe überarbeitet haben – darunter Fair for Life, Símbolo de Pequeños Productores (SPP) und Fairtrade International.
- Die Idee des „Fairen Handel im Norden“ oder „Domestic Fair Trade“ hat insgesamt an Aktualität gewonnen und wichtige Debatten ausgelöst – allen voran die Frage der Relevanz eines weltweiten Fairen Handels. Entsprechend enthält der Leitfaden eine Definition für „Domestic Fair Trade“ sowie einen Überblick über die wichtigsten Initiativen und aufstrebende Labels in diesem Bereich.
- Fair-Trade-Standards stellen immer höhere Anforderungen an die wirtschaftlichen, sozialen, Governance- und Umweltkriterien, die für die Fair-Trade-Zertifizierung erforderlich sind.
- Initiativen und Labels für nachhaltige Entwicklung, die intransparent und weniger anspruchsvoll in Bezug auf diese Kriterien sind, breiten sich aus und schwächen damit die Prinzipien des Fairen Handels.

Der Faire Handel ist ein Geschäftsmodell, in dem Maßnahmen zur Stärkung von Kleinbauernorganisationen und faire Lieferketten die Schaffung von Arbeitsplätzen und nachhaltigen Gemeinschaften ermöglichen. Die globale Fair-Trade-Bewegung fordert politische und wirtschaftliche Entscheidungsträger*innen, Bürger*innen und Verbraucher*innen auf, sich für ein globales Wirtschaftssystem einzusetzen, das niemanden zurücklässt. Dazu gehören zwingend faire Lieferketten und entsprechende Geschäftsmodelle. „Auch um Kleinproduzent*innen gegen den Klimawandel zu wappnen, müssen wir unsere Produktions- und Konsummuster schleunigst sozial und ökologisch verträglich gestalten. Sie zahlen schon jetzt den höchsten Preis für das Ungleichgewicht der Mächte innerhalb der globalen Wertschöpfungsketten“, erklärt Julie Stoll, Geschäftsführerin von Commerce Equitable France.

PRESSEKONTAKT

Katrin Frank, Forum Fairer Handel e.V.,
Tel.: 030 – 280 45 259, E-Mail: presse@forum-fairer-handel.de

SERVICE

Die fünfte Ausgabe des „International Guide to Fair Trade Labels“ wurde unter der Federführung der französischen Fair-Handels-Organisation Commerce Equitable France in Kooperation mit dem Fair World Project (USA), FAIRNESS FR (Frankreich) und dem Forum Fairer Handel als Verband des Fairen Handels in Deutschland erarbeitet. Die englische Fassung steht unter folgendem Link zum Download bereit: www.forum-fairer-handel.de/presse.

HERAUSGEBER DES INTERNATIONAL GUIDE TO FAIR TRADE LABELS

Commerce Equitable France wurde 1997 gegründet und setzt sich für den Fairen Handel in Frankreich und auf internationaler Ebene ein, um den sozial-ökologischen Wandel von Produktions- und Konsummustern zu begleiten. Der Verbund vereint rund dreißig französische Organisationen dieses Sektors: engagierte Unternehmen, Labels, Vertriebsnetze, Verbraucherverbände und Vereine für Globales Lernen, Organisationen der internationalen Solidarität sowie Akteure aus Forschung und Lehre. Commerce Equitable France tritt auch für mehr Fairness in allen Wirtschaftsbeziehungen ein, mit dem Ziel, soziale Gerechtigkeit, Menschenrechte und Umweltschutz zu fördern.

www.commerceequitable.org

FAIRNESS FR ist ein Netzwerk von – meist französischsprachigen – Forscher*innen aus dem Hochschulkontext, die sich mit Fairem, alternativem oder solidarischem Handel befassen. Fairness FR wurde 2007 in Folge des zweiten International Fair Trade Symposiums in Montreal gegründet. Es vereint rund dreißig junge Forscher*innen aus Frankreich, Belgien, Kanada und der Schweiz. FAIRNESS FR ist ein multidisziplinäres Netzwerk, das aufgrund seines Zwecks hauptsächlich sozialwissenschaftliche Forscher*innen zusammenbringt.

fairnessfrancophone.wordpress.com

Fair World Project (FWP) ist eine gemeinnützige US-Amerikanische Organisation, deren Mission es ist, die Verwendung des Begriffs "Fair Trade" auf dem Markt zu schützen, die Märkte für echten Fairen Handel zu erweitern, Verbraucher*innen über Schlüsselthemen in Handel und Landwirtschaft aufzuklären, sich für eine Politik einzusetzen, die zu einer gerechten Wirtschaft führt und kooperative Beziehungen zu erleichtern, um einen echten Systemwandel zu schaffen. FWP veröffentlicht halbjährlich die Publikation „For A Better World“.

www.fairworldproject.org

Das **Forum Fairer Handel e.V.** (FFH) 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 FFH versteht sich als die politische Stimme der Fair-Handels-Bewegung in Deutschland und setzt sich für veränderte Regeln für Handel und Landwirtschaft weltweit

ein. Das FFH erhebt jährlich umfangreiche Daten zu Umsätzen und Absatzmengen des Fairen Handels, auf deren Grundlage sich aktuelle Trends und Entwicklungen des Fairen Handels in Deutschland einschätzen lassen. Einmal im Jahr veranstaltet das Forum Fairer Handel 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: die Fair-Handels-Unternehmen GEPA – The Fair Trade Company, EL PUENTE, WeltPartner eG, BanaFair e.V. und GLOBO – Fair Trade Partner; der Weltladen-Dachverband e. V., außerdem Naturland – Verband für ökologischen Landbau e.V., FAIR BAND – Bundesverband für fairen Import und Vertrieb e.V. sowie Dr. Bronner's Europe als vorläufiges Mitglied. Ein breites Netzwerk von Partnerorganisationen arbeitet in den Arbeitsgruppen des Forum Fairer Handel mit.

www.forum-fairer-handel.de