

# Fairer Handel – eine Einführung



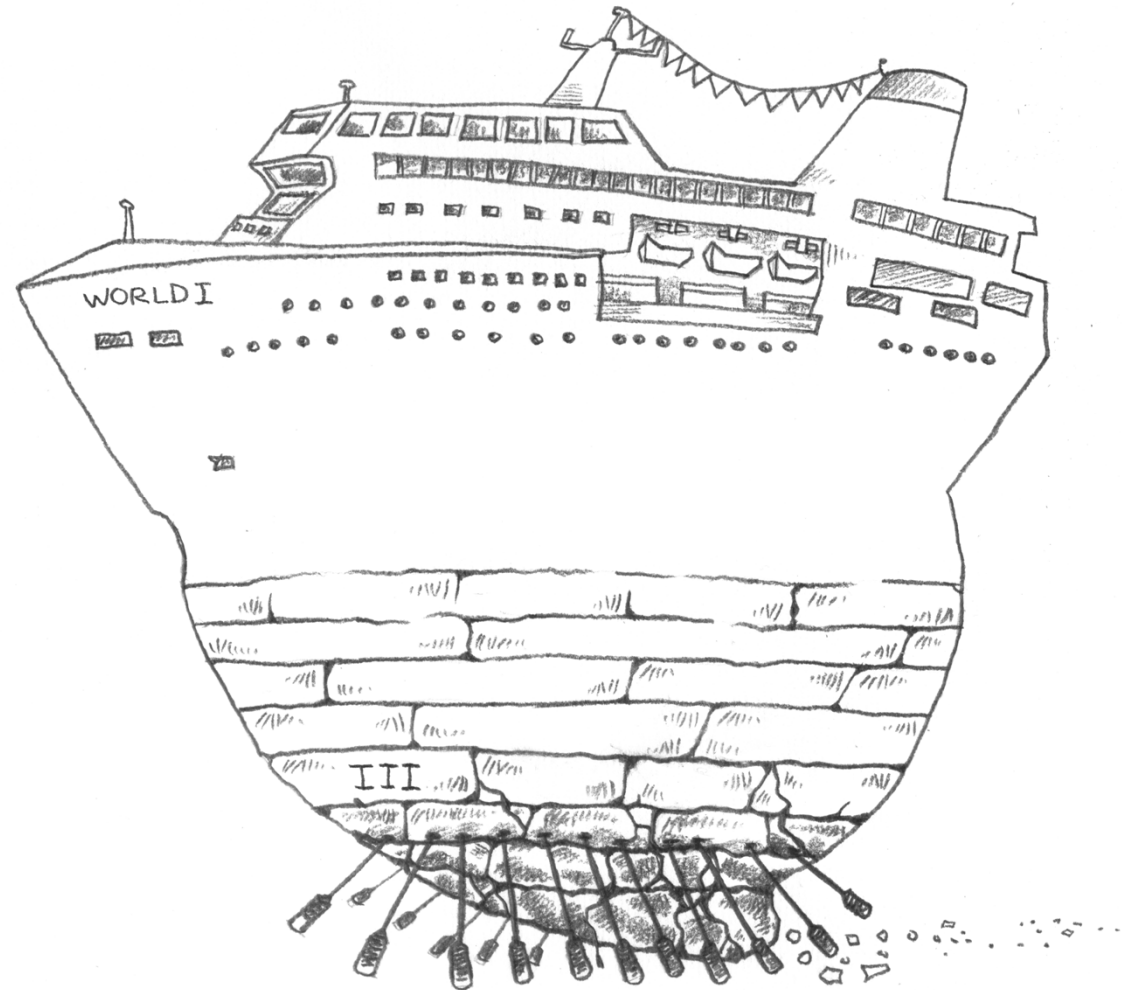


# Fairer Handel ist ...?





# Wir sitzen alle in einem Boot ...



# Was ist Fairer Handel?

„Wenn Ihr uns gerechte Preise zahlt, könnt Ihr Eure Almosen behalten!“

(Dom Helder Camara, brasilianischer Bischof)






„Fairer Handel heißt für uns, dass wir unsere Kinder zur Schule schicken können.“

(Sunita, Schatzmeisterin der Gruppe Taja 16, TARA Projects, Indien)



# Geschichte

- 
- 
- 
- Der Faire Handel hat mehrere Wurzeln
  - 1860 Max Havelaar (Niederlande)
  - 1964 Oxfam gründet erste alternative Handelsorganisation (ATO)
  - 1969 eröffnet der erste Weltladen (Niederlande), „Hungermärsche“
  - Anfang 1970er in Deutschland „Hungermärsche“ (BdkJ, aej), politisierte Bewegung
  - 1975 Gründung der gepa und des Weltladen-Dachverbands („AG 3. Weltläden“)



# Geschichte

- 1978 Aktion „Jute statt Plastik“
- 1992 Gründung von TransFair e.V., Ausweitung des Fairen Handels in die Supermärkte
- 1996 erster Europäischer Weltladentag
- 2001 erste Faire Woche
- 2002 Gründung des Forums Fairer Handel
- 2006 > 800 Weltläden und 8.000 Fair-Handels-Gruppen in Deutschland.  
Umsatz in D: ca. 120 Mio. €  
(Weltläden und gesiegelte Produkte)



# Ziele des Fairen Handels



- Verbesserung der Lebenssituation der ProduzentInnen



- Förderung der Entwicklungsmöglichkeiten für benachteiligte ProduzentInnen



- Verbesserung der Welthandelsbedingungen

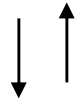
- Stärkung des Bewusstseins bei den KonsumentInnen



# Akteure im Fairen Handel



ProduzentInnen



Importorganisationen (GEPA, dwp, BanaFair, ...)



Weltläden / Supermärkte



VerbraucherInnen







# Wie funktioniert Fairer Handel?



- Zielgruppen: KleinproduzentInnen mit demokratischen Strukturen und Unternehmen mit sozialer und ökologischer Verantwortung



- Fairer Preis



- Handel so direkt wie möglich
- Langfristige Handelsbeziehung
- Vorauszahlungen
- Beratung, z. B. bei der Umstellung auf Bio-Anbau
- Informations- und Bildungsarbeit





# Entwicklungsland Deutschland



- Der Norden und die Welthandelsregeln (z. B. WTO) müssen sich ändern!



➔ Deshalb: Nicht nur Handel, sondern auch Kampagnen- und Bildungsarbeit, Zusammenschluss zum Weltladen-Dachverband etc.



- Die Macht der VerbraucherInnen ist groß! (Politik mit dem Einkaufskorb, Unterstützung von Kampagnen)
- Weltläden sind Orte zum Einkaufen – und zum Mitmachen!



# Arbeitsweise der Weltläden



- Handel: Weltläden als Fachgeschäft für Fairen Handel



- Öffentlichkeitsarbeit: Aktionen, z. B. zum Europäischen Weltladentag, zur Fairen Woche oder zu anderen Kampagnen



- Bildungsarbeit: Schulunterricht und Schulprojekte, Weltläden als außerschulischer Lernort



# Vernetzungen



- Weltladen-Dachverband



- Forum Fairer Handel



- NEWS! (Network of European World Shops)
- EFTA (European Fair Trade Association)
- IFAT (International Fair Trade Association)
- FLO (Fair Trade Labelling Organization)

# Der Faire Handel ...

... ist HANDEL(n) im Sinne des Wortes.

... will die wirtschaftlichen Rahmenbedingung verändern.

... hat einen hohen ethischen Anspruch.

... hat ein großes wirtschaftliches Potential.

... ist „anders als andere“ –  
und kann fairzaubern und fairzücken!



fairzaubert



 **Weltladen**  
anders als andere



fairzückt

 **Weltladen**  
anders als andere





**Weltladen**

**anders als andere**



# Was ist Fairer Handel?

- Der Faire Handel ist ein Modell für eine nachhaltige Ausgestaltung des Welthandels.
- Er bietet Handelspartnerschaften für benachteiligte ProduzentInnen und ArbeiterInnen, damit Entwicklung möglich ist.
- Fairer Handel bedeutet auch Veränderung von Rahmenbedingungen durch advocacy-Arbeit und politische Kampagnen.

(gemeinsame Definition von FLO, IFAT, NEWS! und EFTA)





# Welche Waren gibt es aus Fairem Handel?

- Lebensmittel wie Kaffee, Tee, Schokolade, Orangensaft, Honig, Bananen etc.
- Handwerksprodukte wie Musikinstrumente, Kinderspielzeug, Fußbälle, Körbe etc.
- Textilien





# Konvention der Weltläden



1) Sozial- und Umweltverträglichkeit

2) Transparenz



3) demokratische Strukturen

4) not-for-Profit



5) Informations- und Bildungsarbeit

6) Kontinuität (langfristige Handelsbeziehungen)