

## Siegel-Übersicht



### Welche Siegel werden akzeptiert?

Um sicherzustellen, dass die Produkte, die in **Fairtrade-Towns** verkauft und ausgeschenkt werden, wirklich „fair“ sind, müssen diese nachweislich die Kriterien des Fairen Handels einhalten.

Der Nachweis darüber kann über zwei Wege geschehen, die jeweils für die Erfüllung der Fairtrade Towns-Kriterien akzeptiert werden: Über Produktsiegel, welche einzelne Waren auszeichnen und bei denen die Einhaltung der Standards des Fairen Handels unabhängig kontrolliert wird. Hier ist in erster Linie das Fairtrade-Siegel von TransFair zu nennen.

Des Weiteren erfüllen auch Produkte von anerkannten Lieferanten die Standards des Fairen Handels, in erster Linie alle Mitglieder der World Fair Trade Organization (WFTO) sowie alle Lieferanten, die der Konvention der Weltläden gerecht werden. Alle Firmen von der Liste der anerkannten Weltläden-Lieferanten werden ebenfalls von Fairtrade Towns akzeptiert!

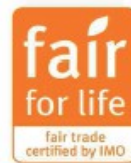
### Produkt-Siegel



® Das Siegel für Fairen Handel

Als unabhängige Initiative handelt TransFair e.V. nicht selbst mit Waren, sondern vergibt das Fairtrade-Siegel für fair gehandelte Produkte auf der Grundlage von Lizenzverträgen. Die Kriterien für die Vergabe des Siegels entsprechen den internationalen Standards von Fairtrade International (FI), welche die Einhaltung der Standards entlang der Handelskette durch die unabhängige Zertifizierungsorganisation FLO Cert GmbH kontrolliert.

Weitere **Produkt-Siegel**, welche mittlerweile den internationalen Standards des Fairen Handels entsprechen, sind: IMO („Fair for life“), „Ecocert“ und auch „Naturland FAIR“



→ ALLE anderen „Siegel“ (wie z.B. „Rainforest Alliance“, „4C“ oder „UTZ“) erfüllen **nicht** die weitreichenden Standards des Fairen Handels!

### Anerkannte Lieferanten

Mitglieder der World Fair Trade Organisation WFTO

Importorganisationen, die den Prinzipien des Fairen Handels folgen, kaufen von Kleinbauern-Zusammenschlüssen oder Unternehmen mit sozialer sowie ökologischer Verantwortung in den Entwicklungsländern Produkte, die dann in Deutschland verkauft werden. Das geschieht nach partnerschaftlichen Prinzipien wie z. B. langfristige Handelsbeziehungen und Möglichkeiten der Vorfinanzierung, die den Partnern im Süden Planungssicherheit bieten.

Gemeinsam mit Produzenten-Organisationen haben sie sich international in der WFTO (World Fair Trade Organization) zusammen geschlossen, der internationalen Dachorganisation von **Fair-Handels-Organisationen**. Die WFTO hat ein Monitoring-System entwickelt, das die Einhaltung gemeinsamer Standards überwacht.

Mitglieder der *WFTO* können das dazugehörige Logo auch auf Produkten verwenden, bzw. Weltläden für ihr gesamtes Geschäft. Das Logo bestätigt, dass das Unternehmen oder Geschäft ausschließlich mit fair gehandelten Produkten handelt.

Die größten Importorganisationen- und Händler sind:



Neben den großen Fair-Handels-Importeuren, die in der WFTO organisiert sind, gibt es in Deutschland eine Vielzahl von kleineren Importorganisationen, die manchmal nur Kontakte zu einer ProduzentInnengruppe haben. Viele dieser Importorganisationen zählen zu den Pionieren des Fairen Handels in Deutschland.<sup>1</sup> Viele Städtekaffees gehen auf diese direkten Kontakte zu ProduzentInnengruppen zurück, wie z.B. der Heidelberger Partnerschaftskaffee oder in Schleswig-Holstein der [Kielkaffee](#) und die Städtekaffees in Henstedt-Ulzburg und Kaltenkirchen von [Chania Coffee](#).

Der Weltladen-Dachverband bemüht sich diese große Bandbreite von Händlern zu erfassen und gibt mit seinem [Katalog anerkannter Weltladen-Lieferanten](#) den Weltläden eine Einkaufsempfehlung an die Hand. Die Fair-Handels-Importeure werden darin bewertet, inwieweit sie der Konvention der Weltläden gerecht werden und dies mit einem Überprüfungsverfahren regelmäßig kontrolliert wird. Diese Händler und Importeure erfüllen ebenso die Kriterien des Fairen Handels, gehen zum Teil sogar über sie hinaus. Die Händler nutzen meist nicht das Fairtrade-Siegel auf ihren Produkten, können und sollten aber als anerkannte Lieferanten bei der Erfüllung der Fairtrade-Town-Kriterien berücksichtigt werden!



Neben den oben schon erwähnten großen Fair-Handels-Importeuren werden kontinuierlich neue Lieferanten und Organisationen als anerkannte Lieferanten akkreditiert, u.a. so bekannte wie Globo, Contigo, Regenwaldladen, Banafair und el rojito. Die aktuelle vollständige Liste anerkannter Weltladen-Lieferanten wird ständig aktualisiert und ist im Internet [einzusehen](#).

### Bezugsquellen:

Die wichtigsten Bezugsquellen von fair gehandelten Produkten in Schleswig-Holstein sind in erster Linie Weltläden, die über ein vielfältiges Angebot von Waren verfügen (von Kaffee bis hin zu Schmuck) und zudem oft als Bildungspartner und für weitere Informationen kontaktiert werden können<sup>2</sup>. Daneben gibt es auch Händler, welche mit größeren Mengen handeln, in erster Linie das [Süd-Nord-Kontor](#) in Hamburg (auch mit Online-Shop), oder auch „[FairHandeln](#)“ in Kiel (Kaffee, Tee, Kakao). In der [Produktdatenbank](#) von Fairtrade finden sich weitere Anbieter.

### Definition des Fairen Handels

*"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. Fair Handels-Organisationen engagieren sich - gemeinsam mit VerbraucherInnen - für die Unterstützung der ProduzentInnen, die Bewusstseinsbildung und die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels."*

Fair-Handels-Produkte werden nach diesen Grundsätzen hergestellt und gehandelt – wo immer möglich, durch glaubwürdige, unabhängige Kontrollsysteme bestätigt.

### Kerngrundsätze des Fairen Handels

→ Marktzugang für marginalisierte ProduzentInnen	→ Fairer Handel als "Sozialvertrag"
→ Nachhaltige und faire Handelsbeziehungen	→ Sensibilisierung der VerbraucherInnen und politische Arbeit im Interesse der ProduzentInnen („Advocacy“)
→ Aufbau von Fähigkeiten und Stärkung der Organisationen („Capacity Building und Empowerment“)	

<sup>1</sup> Die "MITtelamerikanische KAffee Im- und Export GmbH" (MITKA) bspw. importiert seit den 1980er Jahren Kaffee aus Mittelamerika für Händler wie *el puente*, *dwp* oder *FairHandeln!*, welche diesen in Deutschland vermarkten.

<sup>2</sup> Eine Übersicht der Weltläden in Schleswig-Holstein findet sich unter: <http://weltlaeden-nord.de/weltlaeden/schleswig-holstein>