

**EINE GRUNDSATZ-CHARTA
FÜR
DEN FAIREN HANDEL**

Januar 2009

INHALT

Einleitung	5
Gemeinsame Vision	6
Definition Fairer Handel	6
Kerngrundsätze	7
Ein zusätzlicher Fair-Handels-Aspekt bei den Arbeitnehmerrechten	8
Umsetzung	10
Verschiedene Fair-Handels-Ansätze	10

Einleitung

Der Faire Handel – Fair Trade oder "Fairtrade"¹ – ist im Grunde eine Antwort auf das Versagen des konventionellen Handels, den Menschen in den ärmsten Ländern der Welt ein nachhaltiges Auskommen und Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten. Dies zeigt die Tatsache, dass ca. zwei Milliarden unserer Mitmenschen trotz härtester Arbeit mit weniger als zwei Dollar pro Tag auskommen müssen. Armut und Mühsal schränken die Handlungsfreiheit der Menschen ein, wobei die Kräfte des Marktes sie eher noch weiter an den Rand drängen und ausschließen. Das macht sie anfällig für Ausbeutung, sei es als Bäuerinnen und Bauern bzw. Handwerkerinnen und Handwerker in kleinen Familienbetrieben und Werkstätten (*nachfolgend "ProduzentInnen" genannt*) oder als Beschäftigte (*nachfolgend "ArbeiterInnen" genannt*) in größeren Unternehmen.

Dieser Daseinszweck gilt für alle Fair-Handels-Initiativen, doch drückt er sich in einer großen Bandbreite praktischer Aktivitäten und Programme aus, um den verschiedenen Bedürfnissen und Bedingungen der von den einzelnen Initiativen angesprochenen Zielgruppen besser gerecht zu werden. Es ist klar, dass ein einziger Arbeitsansatz nicht alle Probleme verschiedener Produktbranchen (von Kaffee bis Handwerk), Länder (von Mali bis Mexiko) oder Produktionsformen (vom Bauern bis zur FabrikarbeiterIn) angehen kann.

Der Faire Handel bemüht sich daher um Einheitlichkeit, wenn es um Grundsätze und Werte geht, aber um Flexibilität bei der Umsetzung. Dies birgt Herausforderungen bei der Definition des allgemein anwendbaren Konzepts für praktische und konkrete Prozesse. Doch ist das Verständnis der zugrunde liegenden Prinzipien des Fairen Handels unverzichtbar, denn die Anwendung von Prozessen ohne diese Grundsätze birgt die Gefahr, dass ein wichtiges Element der gesamten Philosophie verloren geht, das die Fair-Handels-Organisationen² durch Erfahrung und Dialog über viele Jahre entwickelt haben. Dies entspricht dem Trend weiter gefasster sozialer Unternehmensverantwortung, wonach immer mehr akzeptiert wird, dass effektive Leistung echtes Engagement erfordert. Im Fairen Handel ist es unbestritten, dass die Effizienz nicht nur durch das bloße Handeln einer Organisation gesteigert wird, sondern auch durch das Wie und Warum.

Diese Erklärung zielt darauf ab, einen einzigen internationalen Bezugspunkt für Fairen Handel zu schaffen, und zwar durch präzise Erklärung der Fair-Handels-Grundsätze und der zwei wichtigsten Wege zu ihrer Umsetzung. Ferner soll das Fundament für den zukünftigen Dialog und die Zusammenarbeit zwischen Fair-Handels-Organisationen – sowie zwischen diesen und anderen Akteuren – gelegt werden, damit der Faire Handel sein Potenzial voll entfalten und mehr Gerechtigkeit in den Welthandel bringen kann.

¹ Fairtrade (sic) bezieht sich auf die Produktzertifizierung durch Fairtrade Labelling Organizations International.

² Fair-Handels-Organisationen sind Organisationen, bei denen Fairer Handel zu ihrer Mission gehört und den Kern ihrer Ziele und Aktivitäten darstellt. Sie sind aktiv in der Unterstützung von ProduzentInnen, in der Bewusstseinsarbeit für Fairen Handel und in der Kampagnenarbeit für Änderungen der Regeln und Praktiken des konventionellen internationalen Handels. WFTO ist das globale Netzwerk der Fair-Handels-Organisationen.

Gemeinsame Vision

Die Fair-Handels-Bewegung teilt die Vision einer Welt, in der Gerechtigkeit und nachhaltige Entwicklung den Kern der Handelsstrukturen und -praktiken bilden, so dass alle Beteiligten durch ihre Arbeit einen angemessenen und würdigen Lebensstandard halten und ihr volles menschliches Potenzial entfalten können.

Die Fair-Handels-Bewegung glaubt, dass Handel ein wichtiges Instrument zur Armutsbekämpfung und für mehr nachhaltige Entwicklung sein kann, aber nur, wenn er zu diesem Zweck mit mehr Gerechtigkeit und Transparenz geführt wird, als dies zurzeit der Norm entspricht. Wir glauben, dass die Marginalisierten und Benachteiligten die notwendigen Fähigkeiten entwickeln können, um mehr Kontrolle über ihre Arbeit und ihr Leben zu erlangen, wenn sie besser organisiert sind, über mehr Mittel und Unterstützung verfügen und sichergestellt ist, dass sie sich unter fairen Handelsbedingungen Zugang zu den Mainstream-Märkten schaffen können.

Auch glauben wir, dass die Menschen und Institutionen in den entwickelten Ländern einen solchen Handel unterstützen, wenn sie über die Bedürfnisse der ProduzentInnen sowie die Möglichkeiten des Fairen Handels zur Änderung und Verbesserung ihrer Situation informiert sind. Entscheidungen informierter VerbraucherInnen sind die Triebkraft des Fairen Handels, wodurch wichtige Unterstützung für breitere Kampagnen zur Reformierung der Welthandelsregeln und zur Schaffung eines gerechteren Wirtschaftssystems erwächst.

Der Faire Handel verbindet die Ziele der Menschen in den Industrieländern, die mehr Nachhaltigkeit und Gerechtigkeit wollen, mit den Bedürfnissen derer im Süden, die diese Veränderungen dringend brauchen. Er befähigt Menschen, durch ihr Handeln als VerbraucherInnen für die ProduzentInnen etwas zu verändern. Durch die Nachfrage nach fair gehandelten Produkten können Fair Handels-Organisationen oder andere Organisationen, die Fair-Handels-Praktiken anwenden, ihren Arbeits- und Einflussbereich ausweiten und Regierungen und Entscheidungsträgern sichtbar demonstrieren, dass die Öffentlichkeit Änderungen der internationalen Handelsregeln unterstützt.

Definition Fairer Handel

Die aktuelle akzeptierte und vom FINE Netzwerk abgestimmte Definition des Fairen Handels lautet: "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

Die Grundsätze des Fairen Handels beruhen auf der praktischen und gemeinsamen Erfahrung, die die Fair-Handels-Organisationen über viele Jahre gemacht haben und spiegeln die Vielfalt fairer Handelsbeziehungen wider. Die wichtigsten dieser Grundsätze sind nur im Fairen Handel zu finden und Bestandteil seiner Entwicklungsziele. Dazu gehören:

- **Marktzugang für marginalisierte ProduzentInnen**

Viele ProduzentInnen haben keinen Zugang zu Mainstream- und Wertschöpfungs-Märkten oder nur über langwierige und ineffiziente Handelsketten. Der Faire Handel hilft den ProduzentInnen, den sozialen Nutzen traditioneller Produktionsformen für ihre Gemeinschaften zu nützen. Indem der Faire Handel diese Werte fördert (die der konventionelle Handel normalerweise nicht würdigt), ermöglicht er den KäuferInnen mit ProduzentInnen zu handeln, die sonst von diesen Märkten ausgeschlossen wären. Er hilft auch, die Handelskette zu verkürzen, so dass die ProduzentInnen mehr vom Endverkaufspreis ihrer Waren erhalten, als dies normalerweise im konventionellen Handel mit seinen vielen Zwischenhändlern der Fall ist.

- **Nachhaltige und faire Handelsbeziehungen**

Die wirtschaftliche Grundlage aller Handelsabschlüsse innerhalb fairer Handelsbeziehungen berücksichtigt alle – direkten und indirekten – Produktionskosten, einschließlich des Schutzes der natürlichen Ressourcen und der Deckung des zukünftigen Investitionsbedarfs. Die Handelsbedingungen, die Fair-Handels-KäuferInnen bieten, ermöglichen den ProduzentInnen und ArbeiterInnen, ihren Lebensunterhalt nachhaltig zu sichern, also nicht nur ihre wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Bedürfnisse von einem Tag auf den anderen zu befriedigen, sondern darüber hinaus die Bedingungen für die Zukunft zu verbessern. Preise und Zahlungsbedingungen (einschließlich der Vorauszahlung auf Wunsch) werden unter Berücksichtigung dieser Faktoren bestimmt und weniger nach den gerade herrschenden Marktbedingungen. Es gibt eine Verpflichtung zur langfristigen Handelspartnerschaft, welche beiden Seiten eine Zusammenarbeit auf Basis von Informationsaustausch und Planung ermöglicht; gleichzeitig wird die Bedeutung dieser Faktoren für die Sicherung angemessener Arbeitsbedingungen anerkannt.

- **Aufbau von Fähigkeiten und Stärkung der Organisationen („Capacity Building und Empowerment“)**

Faire Handelsbeziehungen verhelfen Produzenten-Organisationen zu einem weitergehenden Verständnis der Marktbedingungen und Trends und zur Entwicklung von Wissen, Fähigkeiten und Ressourcen, um ihr Leben besser zu kontrollieren und zu beeinflussen.

- **Sensibilisierung der VerbraucherInnen und politische Arbeit im Interesse der ProduzentInnen („Advocacy“)**

Faire Handelsbeziehungen bilden die Grundlage dafür, ProduzentInnen und KonsumentInnen zu vernetzen und die VerbraucherInnen über die Notwendigkeit sozialer Gerechtigkeit und die Chancen für Veränderungen zu informieren. Mit der Unterstützung der KonsumentInnen können Fair-Handels-Organisationen als Fürsprecher und Vorkämpfer für umfassendere Reformen der internationalen Handelsregeln auftreten, um das übergeordnete Ziel eines gerechten und ausgeglichenen Welthandelssystems zu erreichen.

- **Fairer Handel als "Sozialvertrag"**

Die Anwendung dieser Kerngrundsätze ist abhängig von der Verpflichtung zu einer langfristigen Handelspartnerschaft mit den ProduzentInnen auf der Basis von Dialog, Transparenz und Respekt. Im Fairen Handel sind Geschäftsabschlüsse Teil eines impliziten "Sozialvertrags", wobei die KäuferInnen (einschließlich der EndkundInnen) sich bereit erklären, mehr zu tun als von ihnen auf dem konventionellen Markt erwartet wird, wie die Zahlung fairer Preise, die Gewährung von Vorfinanzierung und das Angebot zur Unterstützung in Form von Schulungen. Die ProduzentInnen ihrerseits nutzen die Gewinne aus dem Fairen Handel zur Verbesserung ihrer sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen, vor allem für die am meisten benachteiligten Mitglieder ihrer Organisation. So ist Fairer Handel keine Mildtätigkeit, sondern eine Partnerschaft für Veränderung und Entwicklung durch Handel.

Ein zusätzlicher Fair-Handels-Aspekt in Bezug auf die Arbeitnehmerrechte

Der Faire Handel beinhaltet auch Standards (wie etwa die Übereinkommen der ILO), die Eingang gefunden haben in die Gesetzgebung vieler – aber längst nicht aller – Staaten sowie in freiwillige Verhaltenskodices von Unternehmen. Doch sind Übertretungen dieser Prinzipien in Entwicklungsländern und selbst in den Industrieländern an der Tagesordnung; ihre Einhaltung zu gewährleisten stellt nach wie vor eine der größten Herausforderungen dar. Die Herangehensweise des Fairen Handels an dieses Problem entspricht seinen Entwicklungszielen und erkennt an, dass Ausbeutung ein Symptom und nicht die Ursache von Armut und Ungleichheit ist. Folglich versucht der Faire Handel, die zugrunde liegenden Ursachen der Armut durch neue Formen der Handelsbeziehungen anzugehen, statt nur die Symptome durch die Überprüfung der Einhaltung von Standards durch einzelne Akteure und Lieferketten zu bekämpfen. Selbstverständlich ist die Einhaltung gesetzlicher Anforderungen und grundlegender Menschenrechte wichtig und nicht verhandelbar, reicht aber alleine nicht aus, um die notwendigen Veränderungen hin zu langfristiger Entwicklung herbeizuführen. Diese Änderungen erfordern ein tiefgehendes Engagement seitens der Akteure entlang der Handelskette und die Anerkennung des größeren sozialen und politischen Kontextes ihrer wirtschaftlichen Beziehungen und Geschäftsabschlüsse.

Aus diesem Grund gibt es selbst bei jenen Prinzipien, die dem Namen nach sowohl innerhalb als auch außerhalb des Fairen Handels gelten, noch zusätzliche Fair-Handels-Aspekte, wie im Folgenden aufgeführt:

Grundprinzipien	Zusätzlicher Fair-Handels-Aspekt
Angemessene Arbeitsbedingungen nach ILO-Konvention	
Das Arbeitsverhältnis wird freiwillig gewählt und das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen wird geachtet. (ILO-Übereinkommen 29, 97 & 98, 105).	Die Organisation der ProduzentInnen und ArbeiterInnen ist integraler Bestandteil der Entwicklungsziele des Fairen Handels und wird positiv und aktiv ermutigt. Fair-Handels-Organisationen fördern daher umfassende Schulungen innerhalb der Produzenten-Organisationen.

<p>Es werden angemessene Arbeitsbedingungen gewährt einschließlich des Rechts auf eine sichere und hygienische Umgebung, es gibt keine exzessiven Arbeitszeiten, und grobe oder unmenschliche Behandlung ist untersagt.</p>	<p>Transparente und faire Handelsbedingungen ermöglichen und fördern angemessene Arbeitsbedingungen. Diese gründen sich auf schriftliche Verträge, die die Einhaltung dieser Grundsätze zusichern und gemeinsam ausgehandelte Preise und Zahlungsbedingungen festlegen, einschließlich Vorauszahlung auf Wunsch der Produzenten. Auch werden ausreichende Produktionszeiten zur Vermeidung exzessiver Mehrarbeit sowie saisonbedingte Faktoren für die Produzenten berücksichtigt. ArbeiterInnen werden unterstützt, um aktiv die Gesundheits- und Sicherheitsbedingungen am Arbeitsplatz zu verbessern.</p>
<p>Es gibt keine Ungleichbehandlung hinsichtlich irgendeines Aspektes des Arbeitsverhältnisses – einschließlich Einstellung, Entlohnung, Beförderung oder Entlassung – auf Grund von Rasse, Gesellschaftsklasse, Herkunft, Religion, Alter, Behinderung, Geschlecht, Familienstand, sexueller Ausrichtung oder Mitgliedschaft in einer Gewerkschaft oder politischen Organisation. (ILO-Übereinkommen 100 und 111)</p>	<p>Die Verbesserung der jeweiligen Positionen für Frauen und andere benachteiligte Gruppen ist ein entscheidendes Element der Entwicklung. Es werden aktiv die Chancen für diejenigen Gruppen gefördert, die in qualifizierten oder Führungspositionen unterrepräsentiert sind, um ihre entsprechenden Fähigkeiten zu verbessern. Frauen erhalten für gleichwertige Arbeit die gleiche Bezahlung wie Männer und nehmen gleichberechtigt an Entscheidungen über die Verwendung der Gewinne aus Produktion und fairen Handelsbeziehungen teil.</p>
<p>Die Rechte der Kinder werden eingehalten. (ILO-Übereinkommen 138 und 182)</p>	<p>Die Bedeutung der Beteiligung von Kindern an der Arbeit in Familienbetrieben und der Erwerb von Fertigkeiten für ihr Arbeitsleben wird anerkannt, doch muss jede Beteiligung offengelegt und überprüft werden und darf Wohlergehen, Sicherheit, Bildungschancen und Spielbedürfnis des Kindes nicht beeinträchtigen.</p>
<p>Ökologische Nachhaltigkeit</p>	
<p>Ständige Verbesserung der Auswirkung von Produktion und Handel auf die Umwelt</p>	<p>Alle an fairen Handelsbeziehungen Beteiligten arbeiten ständig daran, die Auswirkungen von Produktion und Handel auf die Umwelt zu verbessern, indem sie Rohstoffe aus nachhaltigen Quellen effizient nutzen, den Einsatz von Energie aus nicht erneuerbaren Quellen reduzieren und die Abfallentsorgung verbessern. Die Umstellung auf Biologische Landwirtschaft (allmählich und den lokalen Bedingungen angepasst) wird gefördert.</p>

Monitoring und Evaluierung	
Einhaltung und Auswirkungen werden durch Monitoring und Evaluierung überprüft.	Der Faire Handel soll der Entwicklung der ProduzentInnen und nicht als Risikomanagement- oder Marketing-Instrument der KäuferInnen dienen, wenn auch der Nachweis der Einhaltung und Wirkung wichtige Elemente sind, um das Vertrauen von KäuferInnen und EndverbraucherInnen zu erlangen und zu erhalten. Die Monitoring- und Evaluierungs-Prozesse sollen diese Ziele widerspiegeln und in partizipativer Weise entwickelt und angewandt werden, wobei geeignete Maßnahmen marginalisierte ProduzentInnen und KleinproduzentInnen zur Beteiligung ermuntern und für ihre Kosten entschädigen sollen. Die Monitoring- und Evaluierungs-Prozesse sollen allen Beteiligten helfen, ihren Fortschritt zu messen und Verbesserungsmöglichkeiten zu erkennen.

Die Umsetzung – verschiedene Fair-Handels-Ansätze

Fair-Handels-Produkte sind Güter und Dienstleistungen, die nach diesen Fair-Handels-Grundsätzen hergestellt, gehandelt und verkauft und, wo immer möglich, durch glaubwürdige, unabhängige Kontrollsysteme wie jene von FLO ("Fairtrade-Certified") und WFTO (Sustainable Fair Trade Management System) überprüft werden.

Alle Fair-Handels-Produkte stammen von ProduzentInnen und ArbeiterInnen, die sich den Fair-Handels-Grundsätzen verpflichten. Doch in der sich anschließenden Lieferkette werden sie durch zwei verschiedene, aber komplementäre Kanäle gehandelt und vermarktet:

- **Die integrierte Lieferkette**, wobei die Produkte von Organisationen importiert bzw. vertrieben werden, denen es bei ihrer Mission und ihren Aktivitäten hauptsächlich um Fairen Handel geht, den sie als Mittel zur Entwicklung nutzen, um benachteiligte ProduzentInnen zu unterstützen und Armut zu bekämpfen, und die die Vermarktung mit Bewusstseinsbildung und Kampagnenarbeit verknüpfen.
- **Die Produktzertifizierung**, wobei nach internationalen Standards zertifizierten Produkten bescheinigt wird, dass sie in Übereinstimmung mit den spezifischen Anforderungen der internationalen Standards produziert, gehandelt, verarbeitet und verpackt wurden.

Der Faire Handel ist einzigartig

Der Faire Handel hat den Weg bereitet, der die VerbraucherInnen ermutigt und befähigt hat, die sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Konsequenzen ihres Kaufverhaltens wahrzunehmen. Während andere ethische Einkaufs-Initiativen entwickelt werden, um auf das zunehmende Interesse zu reagieren, ist der einzigartige Ansatz des Fairen Handels nach wie vor sehr erfolgreich, wenn es um die Unterstützung von ProduzentInnen und VerbraucherInnen geht. Die Fair-Handels-Bewegung ist sich des Vertrauens der Öffentlichkeit bewusst und fühlt sich verpflichtet, die höchstmöglichen Standards für Integrität, Transparenz und Verantwortung zu entwickeln, um dieses Vertrauen zu erhalten und zu rechtfertigen.

© 2009 World Fair Trade Organization und Fairtrade Labelling Organizations International. Alle Rechte vorbehalten.

Übersetzung: Sylvia Jöcker-Schäfer, GEPA – The Fair Trade Company, in Kooperation mit EZA Fairer Handel und claro fair trade