

# TRANSPARENZ IN INTERNATIONALEN LIEFERKETTEN

*Hintergrundbroschüre zur Fairen Woche 2015*



Veranstaltet von:



## FAIREWOCHE

11.-25. September 2015

[www.fairewoche.de](http://www.fairewoche.de)



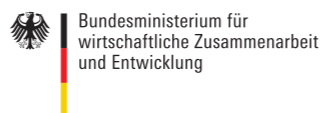
## INHALT

Herausgeber: Forum Fairer Handel e.V.  
Redaktion:  
Christoph Albuschkat (Weltladen-Dachverband e.V.),  
Daniel Debray (TransFair e.V.),  
Julia Lesmeister (Forum Fairer Handel e.V.)  
Gestaltung: Dreimalig Werbeagentur, Köln  
Druckerei: Umweltdruckerei  
Papier: Circle Matt White - Recyclingpapier  
Auflage: 15.000  
Stand: August 2015

Fotonachweise:  
Titelbilder 1 und 2: © lob0lmo  
Titelbild 3: © Fotolia / piberger  
Titelbild 4: Weltladen Bornheim / Christian Schilling  
Seite 5: © Gisela Burckhardt  
Seite 6: © YOOL  
Seite 8: © TransFair / Nabil Zorkot  
Seite 10: © Fairtrade / Eduardo Martino  
Seite 12: © TransFair e.V.

Vorwort	Seite 3
Wie können Unternehmen zur Verantwortung gezogen werden? Gastbeitrag von Julia Otten	Seite 4
Es geht auch anders: Der Faire Handel	Seite 8
Transparenz – Grundprinzip des Fairen Handels	Seite 11
Who's got the Power? Die wichtigsten Botschaften der Studie zur Unternehmenshaftung	Seite 14
Die Politik ist gefordert!	Seite 16
Erkennungszeichen des Fairen Handels	Seite 19

Gefördert aus Mitteln des Kirchlichen Entwicklungsdienstes durch Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst, MISEREOR sowie ENGAGEMENT GLOBAL im Auftrag des BMZ.



Für den Inhalt dieser Publikation ist allein das Forum Fairer Handel e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von ENGAGEMENT GLOBAL gGmbH und dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

## VORWORT

Liebe Leserin, lieber Leser,

woher kommt das T-Shirt, das ich trage? Kann der Bauer, der meinen Kaffee angebaut hat, von seinem Ertrag leben? Und können seine Kinder die Schule besuchen? Von einer Wertschätzungskette ist der weitaus größte Teil des Welthandels weit entfernt – er beschäftigt sich eher mit Profiten, als mit der Frage nach dem Wohl der Menschen, die diese erarbeiten. Ausbeuterische Kinderarbeit, Produktion auf Kosten von Mensch und Umwelt sowie mangelnde Sicherheit an Arbeitsplätzen sind für Millionen Menschen schreckliche Realität.

In jüngster Zeit hat vor allem der Einsturz der Textilfabrik Rana Plaza in Bangladesch im April 2013 diese Arbeitsbedingungen offengelegt und viele Verbraucher/innen und Politiker/innen zum Nachdenken gebracht. Dieses schreckliche Ereignis, bei dem über 1.000 Menschen ihr Leben verloren, hat in Bezug auf das Thema Transparenz in internationalen Lieferketten zwei Dinge deutlich werden lassen: Zum einen bleiben die Bedingungen, unter denen Millionen Menschen weltweit leben und arbeiten, weitgehend verborgen. In vielen Fabriken rund um den Globus herrschen ähnlich katastrophale Zustände. Zum anderen hat das Unglück gezeigt, dass intransparente Produktions- und Lieferbedingungen es den Unternehmen erleichtern, sich der Verantwortung für die Folgen ihres Handelns zu entziehen. Es dauerte über zwei Jahre, bis Zahlungen von Bekleidungsunternehmen, die in Rana Plaza produzieren ließen, die erforderliche Entschädigungssumme von rund 27 Mio. Euro erreichten. Der Entschädigungsfond wird von der internationalen Arbeiterorganisation (ILO) kontrolliert. Intransparenz hat demnach häufig zur Folge, dass Unternehmensverantwortung über die Produktionsbedingungen entlang der Lieferkette abgegeben wird. Bundesentwicklungsminister Gerd Müller, Schirmherr der Fairen Woche, bezeichnete das Thema Transparenz in internationalen Lieferketten kürzlich als „eine zentrale entwicklungspolitische Herausforderung unserer Zeit“.

Daher haben die Veranstalter der Fairen Woche die diesjährige Aktionswoche des Fairen Handels unter das Motto „Fairer Handel schafft Transparenz“ gesetzt. Diese Broschüre gibt Ihnen einen Überblick über die Problematik intransparenter Lieferketten im Welthandel, zeigt auf, in welcher Weise die Politik und zivilgesellschaftliche Organisationen auf diese Herausforderung reagieren und dass transparentes Wirtschaften in einer globalisierten Welt möglich ist. Letzteres praktiziert der Faire Handel jeden Tag.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre,



Christoph Albuschkat  
Weltladen-Dachverband e.V.

*Christoph Albuschkat*



Daniel Debray  
TransFair e.V.

*D. Debray*



Julia Lesmeister  
Forum Fairer Handel e.V.

*Julia Lesmeister*

## MENSCHENRECHTSVERLETZUNGEN IN GLOBALEN LIEFERKETTEN

### WIE KÖNNEN UNTERNEHMEN ZUR VERANTWORTUNG GEZOGEN WERDEN? Gastbeitrag von Julia Otten

*In internationalen Lieferketten sind die Arbeitsschritte oft auf viele Unternehmen weltweit verteilt. Dadurch ergeben sich Möglichkeiten für die Unternehmen, sich ihrer Verantwortung gegenüber den Arbeiterinnen und Arbeitern bei Verstößen gegen Menschenrechte und Umweltauflagen zu entziehen. Durch mehr Transparenz in der Lieferkette könnten die Unternehmen zukünftig im Falle eines Unglücks, wie z. B. von Rana Plaza 2013, schneller und eindeutiger zur Verantwortung gezogen werden. Julia Otten beschreibt im nachfolgenden Text die Problematik intransparenter Lieferketten und die Notwendigkeit politischen Handelns.*

#### GLOBALISIERTE VERANTWORTUNGSLOSIGKEIT

Der Blick auf einen Laptop macht es deutlich: Woher kommt dieses Produkt? Wo und unter welchen Bedingungen wurde es produziert? Die Produktionsprozesse hinter einem solchen Alltagsgegenstand sind komplex. Ein Laptop wird in bis zu 60 Fabriken hergestellt. Unternehmen sind in ihrer Produktion häufig auf Rohstoffe wie Zinn oder Baumwolle angewiesen, die in anderen Ländern an- bzw. abgebaut werden. Sie verlagern Produktionsstandorte, um Kosten zu sparen oder investieren in Fabriken im Ausland. Die DAX-30-Unternehmen erwirtschaften zum Beispiel nur noch ein Viertel ihres Umsatzes innerhalb Deutschlands und beschäftigen 60% ihrer Angestellten im Ausland<sup>1</sup>.

Im Zuge der Globalisierung haben Unternehmen Strukturen entwickelt, die ihnen einen Vorteil im globalen Markt einräumen: Um wirtschaftliche Risiken auszugliedern, schaffen oder kaufen die sogenannten Mutterkonzerne verschiedene Tochterunternehmen, die wiederum eigene Geschäftsfelder verantworten. Diese Tochterunternehmen haben je nach Sektor auch Hunderte bis Tausende Zulieferer, die ihnen Einzelteile liefern oder Serviceleistungen anbieten. Weltweit ist insbesondere im Finanz-, Energie- und Bergbausektor, aber auch in der Landwirtschaft eine zunehmende Monopolisierung und Konzentration wirtschaftlicher Macht zu beobachten. Diese großen Unternehmen entzie-

hen sich immer mehr einer demokratischen Kontrolle. Sie sind „too big to fail, too big to jail“ (zu groß, um sie scheitern zu lassen und zu groß, um sie zu verurteilen). Für die meisten Unternehmen ist im Rahmen ihrer internationalen Tätigkeit häufig allein der unternehmerische Erfolg ausschlaggebend. Sie verfolgen Geschäftsmodelle, die ihrem Profit den Vorrang einräumen. Umweltschutz und Menschenrechte werden dabei oft nicht beachtet und eingehalten. Diese Verantwortungslosigkeit führt in vielen Sektoren immer wieder zu Menschenrechtsverletzungen: Es häufen sich Fälle von Vertreibungen, Landnahmen und Enteignungen ohne angemessene Entschädigung, Gesundheits- und Umweltschäden oder gewaltsame Repressionen gegen Proteste.

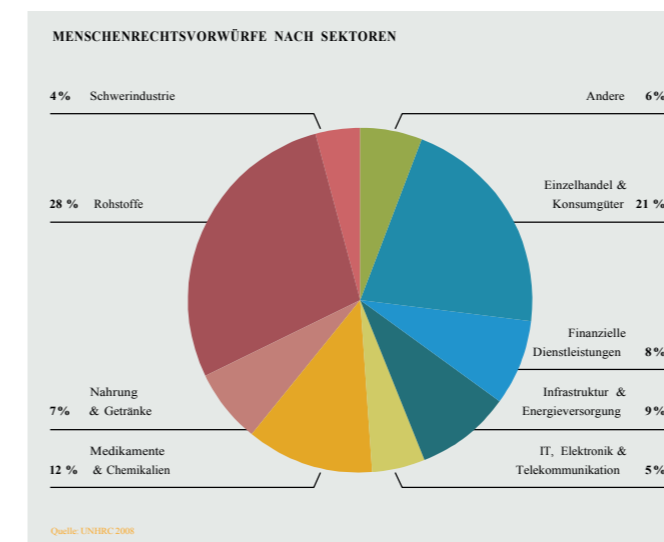
#### WOFÜR KÖNNEN UNTERNEHMEN ZUR VERANTWORTUNG GEZOGEN WERDEN?

Im Zuge der Globalisierung wurden die Rechte von Unternehmen besonders im Handels- und Investitionsschutzrecht zunehmend verbindlich festgehalten. Seit den 1950er Jahren schlossen Staaten bilaterale Investitionsschutzabkommen ab, von denen heutzutage über 3.200 existieren. Diese bilateralen Abkommen schufen einen Rahmen, die Rechte von Unternehmen und Investoren, etwa Eigentumsrechte, auf transnationaler Ebene verbindlich zu sichern. Unter anderem werden Unternehmen aus dem betreffenden anderen Land sogenannte Investor-Staat-Schiedsgerichtsverfahren außerhalb des staatlichen Rechtssystems zur Verfügung gestellt. Damit können sie den Staat verklagen, wenn ihre Investition aufgrund von staatlichen Maßnahmen oder Regulierungen an Wert verliert. Die EU will diese Schiedsgerichtsverfahren jetzt auch in den Abkommen mit Kanada (CETA) und den USA (TTIP) aufnehmen und schürt damit die aktuelle Debatte<sup>2</sup>.

Wir stehen aus menschenrechtlicher Perspektive vor einem Paradox: Während Unternehmen im Rahmen von Investitionsschutzverträgen privilegierte Klagemechanismen zur

Verfügung gestellt werden, mithilfe derer sie Entschädigungszahlungen von Staaten erstreiten können, müssen Betroffene von unternehmerischem Fehlverhalten große Hindernisse überwinden, um sich vor Gerichten in ihren Heimatländern oder vor europäischen Gerichten vor weiteren Beeinträchtigungen zu schützen. Die menschenrechtliche Verantwortung von Unternehmen wurde im Zuge der Globalisierung von den Staaten nicht gleichermaßen verbindlich festgeschrieben.

Stattdessen soll die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards auf freiwilliger Basis umgesetzt werden. Eine Studie im Auftrag der EU-Kommission hat gezeigt, dass freiwillige CSR-Maßnahmen<sup>3</sup> eine marginale Wirkung entfalten und nicht genügen, um die Nachhaltigkeitsziele der EU zu erreichen<sup>4</sup>. Auch Katastrophen wie der Einsturz der Textilfabrik Rana Plaza in Bangladesch zeigen, dass freiwillige Standards auf globaler Ebene nicht ausreichen, um die Einhaltung der Menschenrechte zu gewährleisten. Die Möglichkeit, sich gegen Unrecht, etwa wenn es von Unternehmen zu verantworten ist, zu wehren und Rechte einzuklagen, ist eine wesentliche Voraussetzung zur weltweiten Umsetzung der Menschenrechte.



#### FEHLENDE HAFTUNG

Bei Menschenrechtsverstößen und Umweltschäden ist es häufig nur schwer möglich, transnational handelnde Unternehmen zur Rechenschaft zu ziehen. Der Zugang zu rechtlichen Beschwerdemitteln bleibt vielen Betroffenen verwehrt. Nehmen wir zum Beispiel an, bangladeschische Näher/innen aus der eingestürzten Fabrik Rana Plaza wollen von einem deutschen Unternehmen, das dort hat produziert lassen, für die erlittenen Schäden finanzielle Entschädigungen



einfordern: Ausgangspunkt wäre zunächst eine Klage vor Ort, in Bangladesch. Die Verfahren in den so genannten Gaststaaten, in denen die ausländischen Unternehmen „zu Gast“ sind, d.h. produzieren lassen oder investieren, sind von großer Bedeutung, wie etwa jüngst ein Verfahren gegen das Unternehmen Chevron in Ecuador<sup>5</sup>. Aber sie können je nach Land mit verschiedenen Hindernissen verbunden sein: Unter Umständen sind rechtsstaatliche Strukturen schwach oder nicht unabhängig, Proteste werden von der Regierung kriminalisiert, oder Zeug/innen unter Druck gesetzt, weshalb Betroffene mit einer Klage nicht weiterkommen. Wenn also die Näher/innen in Bangladesch keine Entschädigung einklagen können, stellt sich die Frage: Können sie vor

1 Germanwatch/Misereor, „Globales Wirtschaften und Menschenrechte: Deutschland auf dem Prüfstand“, 2014: <http://germanwatch.org/de/8225>.

2 Weitere Informationen: Pia Eberhardt: Investitionsschutz am Scheideweg – TTIP und die Zukunft des globalen Investitionsrecht, FES Internationale Politikanalyse, Mai 2014.

3 CSR steht für Corporate Social Responsibility, auf Deutsch: Unternehmensverantwortung.

4 Link zum europäischen Forschungsprojekt: <http://www.csr-impact.eu>.

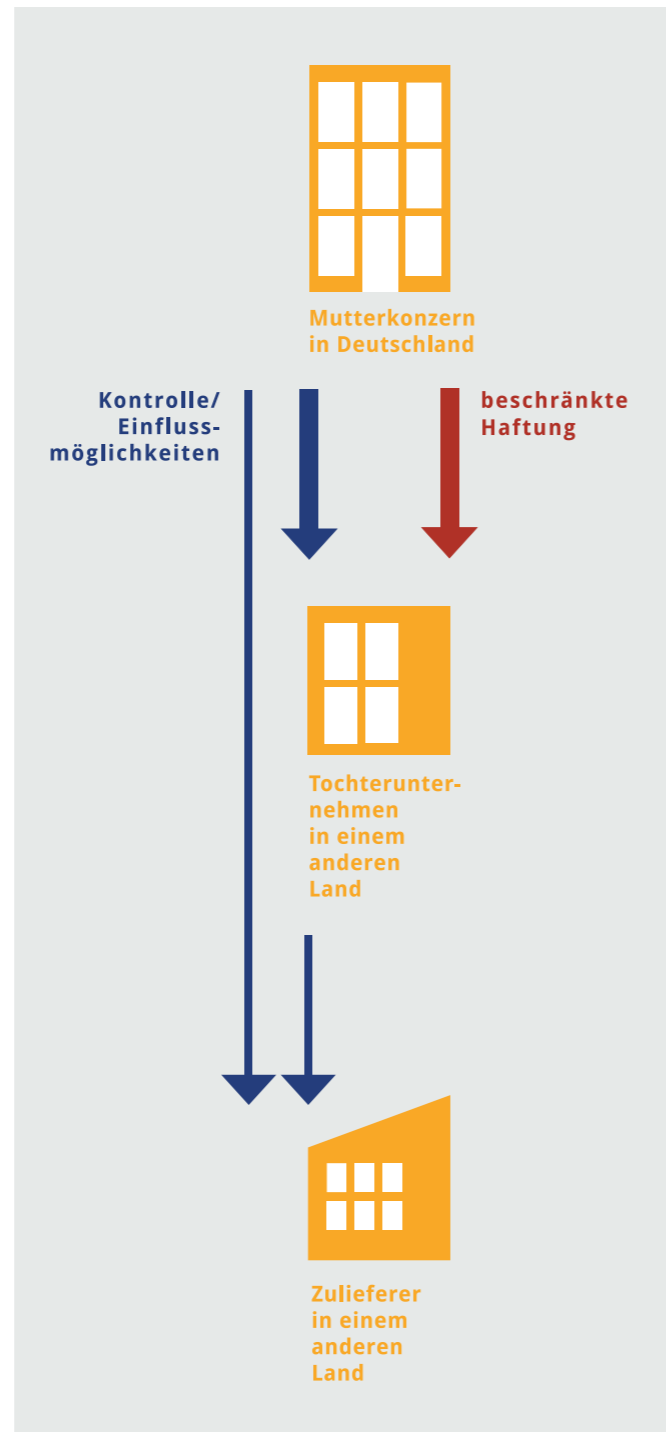
5 Weitere Informationen zur Klage gegen Chevron/Texaco in Ecuador: <http://business-humanrights.org/en/texacochevron-lawsuits-re-ecuador>.

einem deutschen Gericht gegen das deutsche Unternehmen klagen, das in Bangladesch hat produzieren lassen? Die Betroffenen sind zunächst mit einer verzweigten Konzernstruktur aus Mutter-, gegebenenfalls Tochter- und Zulieferunternehmen konfrontiert, die in unterschiedlichen Ländern und damit in unterschiedlichen Rechtssystemen aktiv sind. Das deutsche Unternehmen ist beispielsweise ein Mutterkonzern, der, durch sein Management oder durch Preis- und Liefervorgaben, Einfluss auf sein bangladeschisches Tochterunternehmen oder seine Zulieferer ausübt. Die Näher/innen können vor deutschen Gerichten nicht gegen ein ausländisches Tochter- oder Zulieferunternehmen klagen, dafür erklären sich die Gerichte nicht zuständig. Sie können nur gegen ein deutsches Unternehmen vorgehen, das als Mutterkonzern in Bangladesch produzieren lässt, denn im deutschen Gesellschaftsrecht gilt das Trennungsprinzip. Das bedeutet, dass das Mutter- und das Tochterunternehmen juristisch eigenständige Personen sind und der Mutterkonzern nicht für das Tochterunternehmen haftet. Damit ist der Mutterkonzern für Schäden, die durch sein Tochterunternehmen entstehen, juristisch nicht verantwortlich.

#### HINDERNISSE BEIM RECHTSZUGANG

Ein weiteres Hindernis ist, dass in Deutschland bislang nicht rechtlich festgehalten ist, was ein Unternehmen tun oder lassen muss, wenn es Kenntnis über mögliche Menschenrechtsverletzungen bei einem Tochterunternehmen oder Zulieferer hat und was präventiv von einem Unternehmen verlangt wird, um diese Verstöße zu verhindern. Es gibt keine gesetzlichen Vorgaben für diese so genannten menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten der Unternehmen im globalen Geschäftsverkehr.

Darüber hinaus können die Näher/innen in Deutschland ihre Klage nicht als Gruppe, also gesammelt einbringen. Sie müssten trotz des gleichen Sachverhalts und ähnlicher Schäden alle einzeln klagen. Die Möglichkeit, dass ge-



benenfalls ein Verband die Interessen der Klägergruppe vertritt, ist nur in Ausnahmefällen im deutschen Umwelt- und Verbraucherrecht gegeben. Damit verbunden ist eine weitere Hürde: Die Kosten fallen für jeden einzelnen an. Hinzu kommt das hohe finanzielle Risiko, denn sollte die Klage negativ entschieden werden, fallen auch die Kosten der Gegenseite an. Trotz Prozesskostenhilfe können sich Betroffene aus dem Ausland damit einen langen und teuren Prozess in Deutschland in der Regel nicht leisten. Ein weiteres Hindernis stellt häufig auch die Beweisführung dar: Die Entscheidungen innerhalb eines Unternehmens, die zu dem Schaden geführt haben, sind schwer zu beweisen. In den USA und Großbritannien gibt es für diese Fälle Beweisaufnahmeverfahren, mit Hilfe derer die Offenlegung von relevanten Informationen erstritten werden kann. In Deutschland sind diese Verfahren bislang nicht möglich.

Der bis hierher beschriebene Weg der Betroffenen, Schadensersatz oder Wiedergutmachung zu erhalten, ist der zivilrechtliche Weg. Ein Unternehmen insgesamt strafrechtlich zu belangen ist in Deutschland bislang nicht möglich, da es kein Unternehmensstrafrecht gibt. Das heißt, es können nur natürliche Personen, Mitarbeiter/innen oder Führungskräfte strafrechtlich verfolgt werden, nicht aber das Unternehmen insgesamt als juristische Person<sup>6</sup>.

#### ZUGANG ZU GERICHTEN UND BESCHWERDEMECHANISMEN VERBESSERN

Die zentrale Forderung der Zivilgesellschaft in Deutschland ist daher, die Sorgfaltspflicht von Unternehmen im globalen Geschäftsverkehr, etwa die Pflicht zur Identifizierung der menschenrechtlichen Risiken und zur Wiedergutmachung von Schäden, rechtlich zu definieren und festzuschreiben<sup>7</sup>. Darüber hinaus sollte eine direkte Haftung des Mutterunternehmens bei gravierenden Menschenrechtsverstößen des Tochterunternehmens eingeführt werden. Möglich wäre auch, eine Notzuständigkeit zuzulassen, das heißt, ein deutsches Gericht erklärt sich für zuständig, wenn die Betroffenen in ihrem Land kein faires Verfahren erhalten<sup>8</sup>. Insgesamt sind in Deutschland eine Reihe von Hürden abzubauen: Die Einführung von Beweiserleichterungen und

Gruppenklagen wären wichtige Schritte auf diesem Weg. Die Einführung eines Unternehmensstrafrechts, wie es in anderen europäischen Ländern bereits existiert, will die Bundesregierung noch in dieser Legislaturperiode bis 2017 prüfen.

*Julia Otten, Referentin für zukunftsfähiges Wirtschaften in globalen Lieferketten im Rahmen des Berliner Promotorinnenprogramms bei Germanwatch e.V.*

<sup>6</sup> In Frankreich, Spanien, Großbritannien, Polen, Finnland und den Niederlanden können Unternehmen auch strafrechtlich zur Verantwortung gezogen werden.  
<sup>7</sup> Dabei ist darauf zu achten, dass diese Sorgfaltspflichten auch dann anwendbar sind, wenn sich gemäß der europäischen Rechtslage, in diesem Fall der Rom II-Verordnung, der Rechtsstreit nach ausländischem Recht bestimmt.  
<sup>8</sup> Eine solche Regelung gibt es beispielsweise in Österreich, Belgien, Niederlanden, Portugal, Polen und Frankreich.

## ES GEHT AUCH ANDERS: DER FAIRE HANDEL

Wollen wir eine Wirtschaft, in der die Märkte weltweit intransparent agieren, deren Wert sich hauptsächlich in finanziellem Profit ausdrückt? Sicher nicht. Deshalb geht der Faire Handel einen anderen Weg. Er ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Die Produkte bleiben nicht anonym, sondern können oftmals bis zu einzelnen Produzent/innen zurückverfolgt werden. Durch langfristige Handelsbeziehungen kennen sich die Handelspartner/innen.

### Gleiches Recht

In der Entscheidung über neue Entwicklungen und Standards sind die Produzentenorganisationen beteiligt – im Fairtrade-System beispielsweise mit 50 Prozent Stimmanteil in allen wichtigen Entscheidungsgremien und internationalen Komitees. Der Faire Handel unterstützt Produzentenorganisationen in den Anbauländern in ihrem Einsatz für soziale Sicherung, Bildung und Frauenförderung sowie den Schutz der natürlichen Ressourcen und der Umwelt. Im Fairen Handel stimmen die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern ebenso wie die abhängig Beschäftigten demokratisch über wichtige Entscheidungen ab. Dies gilt etwa für Entscheidungen über die Verwendung der Mehrerlöse aus dem Fairen Handel oder der Öko-Zuschläge.

### Bildung und Verantwortung

Der Schlüssel zur positiven Entwicklung von Produzentenorganisationen liegt in der individuellen und organisatorischen Stärkung. Um das zu erreichen ist ein konstruktiver Austausch zwischen den Produzent/innen und Fair-Handels-Organisationen notwendig, der nur auf Augenhöhe funktionieren kann. Beratungsangebote werden geschaffen, Infrastrukturen ausgebaut und die Produktivität nachhaltig gesteigert. Durch die Stärkung der Produzent/innen und ihrer Organisationen baut der Faire Handel das Ungleichgewicht im weltweiten Handel ab.

Dabei stehen dem Fairen Handel unterschiedliche Instrumente zur Verfügung. Feste Mindestpreise bilden ein Sicherheitsnetz für Produzent/innen, wenn der Weltmarktpreis mal wieder am Boden ist. Zudem werden Mehreinnahmen wie die Fairtrade-Prämie, Fair-Handels- oder Bio-Zuschläge gezielt eingesetzt, um konkreten Herausforderungen zu



begegnen. Bildung hat im Fairen Handel einen großen Stellenwert, denn sie trägt mittel- und langfristig dazu bei, die eigenen Potenziale der Produzentengruppen und ihrer Gemeinschaften zu stärken.

Der Zusammenschluss in Kooperativen oder anderen demokratisch organisierten Gemeinschaften stärkt die Verhandlungsposition gegenüber Handelspartnern und bündelt Ressourcen. Der Zugang zu Krediten wird den Akteuren des Fairen Handels erleichtert. Dies ermöglicht umfangreichere Investitionen und bringt zusätzliche Planungssicherheit. In Fortbildungen, an denen die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern teilnehmen, wird Fachwissen vermittelt, um mit den sich verändernden Herausforderungen umzugehen. Diese Schritte führen zu nachhaltiger Entwicklung und (technischem) Fortschritt.

### Fairer Handel – für eine gerechte Welt

Mittel, Wege und Ziele sind in konkreten Standards festgelegt. Um die bisherigen Erfolge fortsetzen zu können, sucht die Fair-Handels-Bewegung Mitstreiter/innen und Verbündete: mit Bildungsarbeit, politischer Lobbyarbeit und Infokampagnen wie der Fairen Woche. Dabei werden Akteure aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft dazu ermutigt, den Fairen Handel in der Einen Welt zu unterstützen, sich mit den mannigfaltigen Themen auseinanderzusetzen – und zu handeln.

Die Kampagne „Mensch. Macht. Handel. Fair.“ vom Forum Fairer Handel e.V. und Weltladen-Dachverband e.V. zum Beispiel fordert die verbindliche Regulierung der Unter-

nehmensverantwortung entlang der gesamten Lieferkette. Der „Coffee Fairday“ von TransFair e.V. wiederum setzt sich für gerechte Arbeits- und Lebensbedingungen im Kaffeeanbau ein und mobilisiert bundesweit Unterstützer/innen, Teil der Fair-Handels-Bewegung zu werden.

### Akteure des Fairen Handels

Über 1,5 Millionen Kleinbäuerinnen und Kleinbauern sowie Arbeiter/innen in über 70 Ländern profitieren aktuell direkt von den Vorteilen des Fairen Handels. Produkte aus Fairem Handel gibt es bundesweit in 42.000 Lebensmittelgeschäften sowie 800 Weltläden. Darüber hinaus bieten 20.000 gastronomische Betriebe fair gehandelte Produkte an. Diesen Erfolg verdankt der Faire Handel vielen Akteuren, die sich zum Ziel gesetzt haben, die Lebens- und Arbeitsbedingungen benachteiligter Produzentenfamilien in Afrika, Asien und Lateinamerika zu verbessern.

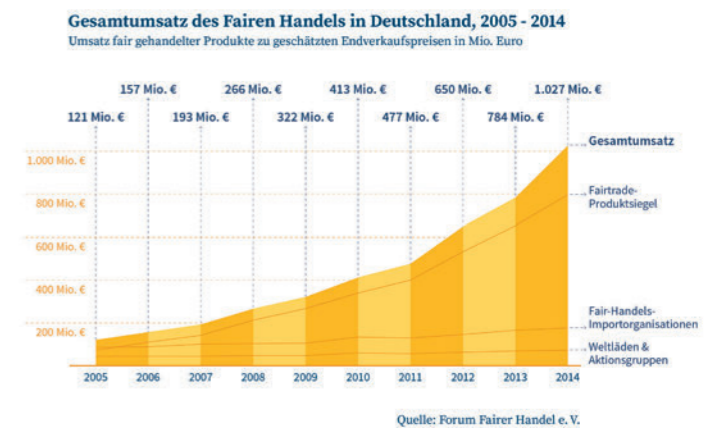
Zahlreiche Unternehmen und Organisationen nehmen ihre soziale und ökologische Verantwortung sehr ernst. Sie versuchen, die negativen Auswirkungen ihres Handelns auf Mensch und Umwelt möglichst gering zu halten und auch positiv zu gestalten. Diese Bemühungen werden durch externe Kontrollen und Überprüfungen transparent gemacht (unter anderem von FLOCERT, EMAS, SA 8000 und Gemeinwohlbilanzen).

Die Mitglieder des Forum Fairer Handel e.V. (die Importorganisationen GEPA – The Fair Trade Company, EL PUENTE e.V., dwp eG, GLOBO Fair Trade Partner, BanaFair sowie der Weltladen-Dachverband e.V. und der Naturland Verband für ökologischen Landbau e.V.) richten ihre gesamte Unternehmenspolitik am Fairen Handel aus. Kooperationspartner der Fairen Woche sind TransFair e.V., der in Deutschland das unabhängig kontrollierte Fairtrade-Siegel vergibt sowie der Weltladen-Dachverband e.V.

Neben den genannten Fair-Handels-Organisationen engagieren sich zahlreiche weitere Akteure im Fairen Handel. Weltläden, Fairtrade-Town-Initiativen, Aktions- und Jugendgruppen, Supermärkte, Gastronomiebetriebe, aber auch kirchliche Organisationen, Verbände und nichtstaatliche Organisationen setzen sich kontinuierlich für mehr Fairness im globalisierten Welthandel ein.

### Der Faire Handel in Zahlen

2014 gaben deutsche Verbraucher/innen erstmals mehr als eine Milliarde Euro (1.027 Mio.) für fair gehandelte Produkte aus. Das entspricht einer Steigerung von 31 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Innerhalb der letzten drei Jahre verdoppelte sich der Umsatz. Mit 797 Mio. Euro machten Produkte mit dem Fairtrade-Produktsiegel den größten Anteil (78 Prozent) am Fairen Handel aus. Die anerkannten Fair-Handels-Importorganisationen verkauften fair gehandelte Waren im Wert von 176,5 Mio. Euro und machten damit einen Anteil



von 18 Prozent am Gesamtumsatz aus. Für 72,5 Mio. Euro haben deutsche Verbraucher/innen in Weltläden und Aktionsgruppen Waren aus Fairem Handel gekauft. 2014 wurden fair gehandelte Landwirtschaftsgüter aus Europa, wie Getreide und Milch, im Wert von 60,5 Mio. Euro verkauft. Insgesamt gaben die deutschen Verbraucher/innen gut 13 Euro pro Kopf für Produkte aus Fairem Handel aus.

2014 hatten Lebensmittel mit 77 Prozent den größten Anteil am Absatz zu Endverbraucherpreisen. 80 Prozent der fair gehandelten Lebensmittel waren bio-zertifiziert. Mit 38 Prozent am Gesamtumsatz hielt Kaffee weiterhin deutlich die Spitzenposition. Trotzdem hat er damit nur einen Anteil von knapp drei Prozent am gesamten Kaffeeabsatz in Deutschland. Insgesamt werden fair gehandelte Produkte an mehr als 60.000 unterschiedlichen Orten in Deutschland angeboten – darunter Weltläden, Bioläden, Supermärkte und gastronomische Betriebe.

### Aktuelle Entwicklungen

Das Sortiment fair gehandelter Produkte wächst. Aktuelle Entwicklungen umfassen neue Produktkategorien und Märkte – wie beispielsweise den Handel mit fairen Produkten in den Herkunftsländern. So bekommen immer mehr Produzentenorganisationen einen Zugang zum Handel unter fairen Bedingungen. Dazu zählt auch der Faire Handel im Norden. Das heißt: Auch Waren, die in Europa produziert werden – wie Milch, Pasta oder Olivenöl – können ein Naturland Fair-Zertifikat erhalten. Zu den neuen Produktkategorien gehören außerdem Gold und Jungpflanzen unter Fairtrade-Bedingungen sowie ein wachsendes Sortiment an Kosmetik-Artikeln mit fair gehandelten Inhaltsstoffen. Mit der Entwicklung des Fairtrade-Textilstandards soll die gesamte Wertschöpfungskette unserer Kleidung fairer werden und über den bisherigen Fokus auf Baumwollbauern hinausgehen, um schrittweise allen Arbeitskräften entlang der gesamten Kette existenzsichernde Löhne zu bezahlen. Dazu werden momentan umfassende Erhebungen gemacht. Nachdem 2014 bereits der allgemeine Fairtrade-Standard für lohnabhängig Beschäftigte überarbeitet worden ist, wurde Anfang 2015 der neue Händlerstandard veröffentlicht. Er tritt im September dieses Jahres in Kraft und soll für mehr Transparenz im Handel sorgen.

### Herausforderungen

Weil die Weltwirtschaft sich dynamisch entwickelt und deshalb auch soziale wie ökologische Bedingungen sich rasant wandeln, muss der Faire Handel ständig dazulernen. Er steht immer komplexer werdenden Herausforderungen gegenüber: Existenzbedrohende Folgen durch den Klimawandel, die Landflucht vieler junger Menschen aufgrund fehlender Zukunftsperspektiven oder der Marktausschluss durch Zölle und bilaterale Abkommen sind nur einige Beispiele.

### MARLENE DEL CARMEN GONZALES JARQUIM



„Sie entscheiden sich nicht nur für einen ausgezeichneten Kaffee. Ihre Unterstützung bedeutet für uns, die Kaffeebauern, dass wir weitermachen können!“ Das sagt Marlene del Carmen Gonzales Jarquim, Mitglied der Kaffeekooperative SOPPEXCCA im Norden Nicaraguas. Seit 17 Jahren ist die Kooperative unter anderem Fairtrade-zertifiziert, über 40 Prozent der Mitglieder sind Frauen. SOPPEXCCA kontrolliert in einem eigenen Kaffeelabor die Qualität der Bohnen und betreibt ein Café in Jinotega.

So wie viele Kaffeebäuerinnen und -bauern in Lateinamerika wurde auch Marlene von „La roya amarilla“ getroffen. Der Blattpilz befällt Kaffeepflanzen mit verheerenden Folgen. Ein Großteil ihrer Ernte war von einem auf andere Jahr zerstört und damit auch ihre Existenzgrundlage und die ihrer Familie.

Heute, erst zwei Jahre später, hat sich die Situation entspannt. SOPPEXCCA stellte mit ihren gut 650 Mitgliedern Fördergelder zur Bekämpfung des Blattpilzes bereit. Stabile Fair-Handels-Preise, konstante Handelspartnerschaften sowie die Fairtrade-Prämie machten das möglich. Marlene konnte die befallenen Pflanzen durch resistenteren, neue Pflanzen ersetzen und hofft, bereits im nächsten Jahr die ersten Kaffeekirschen zu ernten.

Der Zusammenhalt in Kooperativen hat Auswirkungen auf Kleinbauernfamilien und die gesamte Region – das weiß auch Marlene: „Unser gesamter Lebensstandard hat sich durch den Fairen Handel verbessert. Grund dafür ist nicht nur der höhere Preis für unseren Kaffee, sondern auch der Effekt den es hat, Mitglied einer organisierten Gruppe zu sein. Seit ich ein Mitglied von SOPPEXCCA bin, hat sich mein Leben und das meiner Kinder verändert.“

## TRANSPARENZ – GRUNDPRINZIP DES FAIREN HANDELS

Transparenz ist ein entscheidendes Kriterium, das die Glaubwürdigkeit des Fairen Handels untermauert. Direkt im ersten Satz definiert das FINE-Grundlagenpapier: „Der Faire Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt.“ Diese Leitlinie schlägt sich in der Unternehmenskultur jeder Fair-Handels-Organisation nieder. Mit Blick auf Transparenz legt das FINE-Grundlagenpapier außerdem fest: „Die Partner begegnen einander mit Respekt und berücksichtigen unterschiedliche Kulturen und Rollen. In der Darstellung der Organisation, ihrer Finanzen und Struktur wird transparent und verantwortlich gehandelt, sowohl gemäß der jeweiligen Rechtsprechung als auch gemäß den Vereinbarungen des Fairen Handels. Die Kommunikation ist offen und konstruktiv.“ Alle Fair-Handels-Akteure arbeiten auf dieser Grundlage und machen damit auch für Außenstehende ersichtlich, wie sie agieren.

### Die Lieferkette

Ein offener, partnerschaftlicher Umgang zwischen allen Akteuren entlang der Lieferkette ist die Basis des Fairen Handels und zugleich ein zentrales Element, um die Glaubwürdigkeit des Fairen Handels sicherzustellen. Durch diesen engen Kontakt mit den Handelspartner/innen im Herkunftsland können die Rohstoffe meist direkt bis zum/zur Produzenten/in zurückverfolgt werden.

Im Fairtrade-System können Rohstoffe in einigen Fällen nicht physisch zurückverfolgt werden. Die dokumentarische Rückverfolgbarkeit stellt in diesen Fällen sicher, dass nur so viele Rohstoffe als „Fairtrade“ ausgezeichnet werden, wie auch tatsächlich unter Fairtrade-Bedingungen eingekauft wurden. Das ist der Fall, wenn sie mittels Mengenausgleich oder Rohstoffprogramm gehandelt werden, um auch kleinen Produzentenorganisationen ohne eigene Verarbeitungsanlagen einen Zugang zum Fairtrade-System zu ermöglichen. Mengenausgleich ist zulässig für Kakao, Zucker, Tee und Saft. Bei den Mitgliedern des Forum Fairer Handel sind alle Produkte physisch nachvollziehbar. Alle Fair-Handels-Organisationen legen ihren Fokus darauf, Produzentenorganisationen in die Lage zu versetzen, möglichst schnell eine eigene Infrastruktur für die Verarbeitung von Produkten aufzubauen und in der Weiterverarbeitung fair gehandelte Rohstoffe von nicht fair gehandelten Rohstoffen zu trennen.

### Mengenausgleich

Wenn kleinere Produzenten-Organisationen nicht genug Rohstoffe für eine Fabrikations-Charge liefern können, bietet das Fairtrade-System die Möglichkeit, die Ware bei der Verarbeitung mit Rohstoffen zu vermischen, die nicht von Fairtrade-Erzeugern stammen. Das ist auch der Fall, wenn weiterverarbeitende Firmen Fairtrade-Rohstoffe nicht von nicht fair gehandelten Rohstoffen separieren. Diese Möglichkeit besteht für Kakao, Zucker, Fruchtsäfte und Tee. Würde in solchen Fällen physische Rückverfolgbarkeit verlangt, könnten diese Produzent/innen ihre Produkte nicht mehr unter Fairtrade-Bedingungen verkaufen. Fairtrade International setzt in diesen Fällen die Vorgabe, eine physische Rückverfolgbarkeit einzuhalten, für einen befristeten Zeitraum aus, bis die Voraussetzungen dafür gegeben sind. Insgesamt darf nur so viel Ware ausgezeichnet werden, wie Fairtrade-Rohstoffe eingekauft wurden. Der gesamte Waren- und Geldfluss wird schriftlich dokumentiert und von der Kontrollorganisation FLOCERT überprüft. Weitere Informationen unter [www.fairtrade-deutschland.de/mengenausgleich](http://www.fairtrade-deutschland.de/mengenausgleich).

### Klarheit bei Zutaten und Verarbeitung

Wie Anbieter konventioneller Lebensmittel auch, unterliegen Fair-Handels-Organisationen gesetzlichen Anforderungen, was die Kennzeichnung ihrer Produkte betrifft. Oft gehen die Kennzeichnungen fair gehandelter Produkte über diese Mindestanforderungen hinaus und enthalten außerdem Hinweise auf die regionale Herkunft der Zutaten, den Anteil fair gehandelter Zutaten sowie die Art der Verarbeitung. Rund 80 Prozent der fair gehandelten Lebensmittel stammen gleichzeitig aus ökologischem Anbau.

Bei der Auswahl der Verarbeiter in Deutschland legen die Akteure Wert auf Unternehmen, die entsprechend ihrer Vorgaben im Hinblick auf Fair Handels-Qualität arbeiten und z. B. für eine getrennte Verarbeitung der fair gehandelten Rohstoffe sorgen. Hierfür müssen die Anlagen teilweise angehalten, gesäubert und neu eingestellt werden. Alle Unternehmen, die Fairtrade-zertifizierte Rohstoffe ein- oder verkaufen müssen sich an den Händler-Standard von Fairtrade International halten.

### **Klare Standards: Zertifizierung, Monitoring, Siegel**

Ob und wie die Kriterien des Fairen Handels in der Praxis umgesetzt werden, überprüfen externe Organisationen anhand konkreter Umwelt- und Sozialkriterien mit Hilfe verschiedener Verfahren. Bei einer Zertifizierung handelt es sich um eine externe Kontrolle, bei der zu einem bestimmten Datum die Einhaltung festgelegter Kriterien überprüft wird. Nur wenn die Kriterien eingehalten wurden, wird durch die Zertifizierung die Erlaubnis erteilt, am Fairen Handel teilzunehmen. Ob die Standards eingehalten werden, wird regelmäßig von unabhängigen Kontrolleuren geprüft. Monitoring wiederum ist ein fortlaufender Prozess. Im Dialog zwischen allen beteiligten Akteuren werden Schwachstellen gefunden und analysiert und daraufhin Verbesserungsschritte festgelegt. Diese beiden Arten von Überprüfungsverfahren sind ein essenzieller Beitrag zur Transparenz im Fairen Handel.

Eine Aufgabe der Fair-Handels-Akteure besteht darin, klar zu kommunizieren, welche Produkte beziehungsweise welche Bestandteile darin aus Fairem Handel stammen. Das wird zum einen über die unabhängig kontrollierten Siegel auf den jeweiligen Produkten deutlich gemacht, etwa das Naturland Fair- oder das Fairtrade-Siegel. Neben den Siegeln stehen die Marken der vom Weltladen-Dachverband anerkannten Fair-Handels-Unternehmen für transparente Standards (zum Beispiel BanaFair, dwp eG, EL PUENTE, GEPA – The Fair Trade Company und GLOBO Fair Trade Partner). Weltläden, die Mitglied im Weltladen-Dachverband sind, verpflichten sich, ihr Sortiment nur mit Waren von anerkannten Fair-Handels-Organisationen zu bestücken. Ausnahmen sind Produkte, wie Bücher, CDs oder regionale Bioprodukte, die das Sortiment abrunden und besonders gekennzeichnet werden müssen.

### **Transparente Kommunikation zwischen allen Beteiligten**

Durch transparente und intensive Beziehungen haben die Fair-Handels-Organisationen in der Regel direkten Kontakt zu ihren Partnern/Partnerinnen vor Ort. Auf den jeweiligen Webseiten sowie direkt auf der Verpackung informieren die Anbieter über die Produkte und ihre Hintergründe und geben den Waren so ein Gesicht.

Bei Interesse erhalten Verbraucher/innen zum Beispiel über den Fairtrade-Code ([www.fairtrade-code.de](http://www.fairtrade-code.de)) oder den QR-Code auf den Schokoladen der GEPA direkt Bilder und Hintergrundtexte über die Produkte und darüber, welche Partner profitieren. Falls Bestandteile eines Produkts Mengenausgleich durchlaufen haben oder Teil eines Rohstoffprogramms sind, steht dies auch direkt auf der Verpackung.



Der Austausch zwischen Importeur und Handelspartner spielt im Fairen Handel ebenfalls eine große Rolle. In der Regel bestehen direkte und langjährige Kontakte zwischen den Produzentenorganisationen weltweit und den Akteuren in Deutschland. Gegenseitige Besuche füllen dieses gemeinsame Handeln mit Leben. Egal, ob es um die Vereinbarung über Liefermengen geht oder auch um schwierige Themen wie das mögliche Auslaufen einer Handelsbeziehung: Eine offene und frühe Kommunikation ist wichtig und Ausdruck einer vertrauensvollen Partnerschaft.

### **Preise offen kalkuliert**

Wie viel ein Produkt am Ende kostet, hängt von verschiedenen Faktoren wie Zöllen, Verarbeitungsschritten, Lieferketten, Steuern, bilateralen Abkommen und vielem mehr ab. Aus wettbewerbsrechtlichen Gründen ist es verboten, dass Anbieter Endverbraucherpreise festlegen. Das gilt auch für Hersteller fairer Produkte. Unabhängig vom Endverkaufspreis bekommen die Produzent/innen im Fairen Handel stabile Mindestpreise und klar definierte Mehreinnahmen wie etwa Zuschläge für biologischen Anbau oder für gemeinschaftliche Projekte. Bei Handwerksprodukten werden in Rücksprache mit Produzent/innen deren Kosten kalkuliert und daraufhin der Preis festgelegt. Exemplarisch legen Fair-Handels-Organisationen

Preiskalkulationen einzelner Produkte offen. Sie ermöglichen somit einen Einblick, aus welchen Einzelposten sich der Preis eines Produktes zusammensetzt und welchen Anteil die Handelspartner am Anfang der Lieferkette erhalten. Auf diese Weise demonstrieren die Fair-Händler an einer besonders sensiblen Stelle ihren Anspruch an eine transparente Unternehmenskultur. Damit geben sie konventionellen Anbietern ein gutes Beispiel. Eine Kalkulation hat einen sehr großen symbolischen Wert. Sie lässt sich nicht verallgemeinern oder auf andere Produkte übertragen, denn sie gilt nur für einen bestimmten Zeitpunkt mit einem bestimmten Wechselkurs und für ein spezifisches Produkt. Sie ermöglicht jedoch keine Aussage darüber, wie viel die Partner des Fairen Handels mehr verdienen als im konventionellen Handel – weil Zahlen dort eben nicht offengelegt werden.

### **Transparenz im Umgang mit Herausforderungen**

Der Faire Handel ist nicht perfekt und er ist nicht das Allheilmittel gegen die vielschichtigen Ungerechtigkeiten der Welt. Es gibt Bereiche, in denen Standards und Arbeitsabläufe verbessert werden müssen. Das ergeben eigene Untersuchungen sowie Erkenntnisse der Mitarbeiter/innen vor Ort und externer Expert/innen. Deshalb entwickelt sich der Faire Handel kontinuierlich weiter. Zu den akuten Herausforderungen gehören zum Beispiel Bedrohungen durch den Klimawandel, die Gewährung von existenzsichernden Löhnen für Beschäftigte, die Optimierung von Verpackungen und die Frage, wie mehr Wertschöpfung in den Herkunftsländern generiert werden kann.

Manche Themen gehen jedoch über den Einfluss von Fair-Handels-Organisationen hinaus. Dazu zählt etwa der Warentransport von Übersee nach Deutschland, wo es keine Alternativen zu konventionellen Transportunternehmen gibt. Da Faire Waren nur einen kleinen Teil zum Ladevolumen beisteuern, sind die Einflussmöglichkeiten minimal. Fair-Handels-Akteure können bislang weder etwas über die Arbeitsbedingungen an Bord der Containerschiffe in Erfahrung bringen noch diese verbessern. Zwei weitere Probleme: der teils mangelnde Zugang zu Land und die Höhe von Importzöllen für verarbeitete Produkte. Diese Themen müssen auf anderen Ebenen behandelt werden – durch Regierungen, Gewerkschaften oder andere Institutionen. Es gehört jedoch

zum Transparenz-Verständnis des Fairen Handels, solche Herausforderungen zu benennen und Lösungsansätze zu erarbeiten. Durch politische Lobby- und Bildungsarbeit setzen die Fair-Handels-Organisationen diese Themen auf die politische Agenda. Studien wie „Who’s got the power?“ des Fair Trade Advocacy Office weisen die Politik auf Schwachstellen des konventionellen Handels hin und zeigen Alternativen auf. Mehr zu dieser Studie auf S. 14.

### **Das FINE-Grundlagenpapier**

Im Jahr 2001 haben vier internationale Netzwerke des Fairen Handels, darunter die heutige World Fair Trade Organization (WFTO) und Fairtrade International, das sogenannte FINE-Grundlagenpapier verfasst, das den Fairen Handel definiert sowie seine gemeinsamen strategischen Ziele und Grundsätze formuliert.

### **Rohstoffprogramm**

Die Fairtrade-Rohstoffprogramme wurden entwickelt, um Produzentenorganisationen zusätzliche Marktzugänge über den Fairen Handel zu ermöglichen. Denn zertifizierte Kleinbauernorganisationen, beispielsweise Kakaobäuerinnen und -bauern in Westafrika, können nur einen Teil ihrer Ernte unter Fairtrade-Bedingungen verkaufen, weil die Nachfrage in den Verbraucherländern nicht groß genug ist. Die Programme bieten Kakao-, Zucker- und Baumwollproduzenten die Chance, höhere Absätze unter Fairtrade-Bedingungen zu erzielen. Die teilnehmenden Hersteller verpflichten sich, die Rohstoffmenge über den Fairen Handel auszubauen. Endprodukte erhalten nicht das Fairtrade-Siegel, sondern das Programm-Siegel. Dieses darf nur auf der Verpackung abgebildet werden, wenn die für das Produkt benötigte Rohstoffmenge Kakao oder Zucker zu 100 Prozent zu Fairtrade-Bedingungen eingekauft wurde. Weitere Informationen unter [www.fairtrade-deutschland.de/programm](http://www.fairtrade-deutschland.de/programm)



## WHO'S GOT THE POWER?

Das Fair Trade Advocacy Office (FTAO) in Brüssel hat als Lobbyorganisation des Fairen Handels das klare Ziel, EU-Richtlinien für faire Handelspraktiken voranzubringen. Die von Fairtrade International (FI) und World Fair Trade Organisation (WFTO) gegründete Organisation treibt somit das Anliegen der Fair-Handels-Bewegung, die Lebensgrundlagen von benachteiligten Produzent/innen und Arbeiter/innen im Süden zu verbessern, auf politischer Ebene in Brüssel voran.

Die aktuelle FTAO-Studie „Who's got the power?“ („Wer hat die Macht?“) untersucht Machtkonzentrationen und Handelspraktiken in landwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten am Beispiel von Bananen, Kakao, Kaffee und Rohrzucker. Sie kommt zu dem Schluss, dass Unternehmen ihre Marktmacht oftmals missbrauchen – mit fatalen Folgen für die schwächeren Glieder der Lieferkette. Die Studie benennt vier Kernprobleme:

1. Die Machtkonzentration in landwirtschaftlichen Produktketten ist nicht zufällig, sondern strukturell und weit verbreitet bei Anbietern von Agrarbetriebmitteln, Handelskonzernen, Markenherstellern und Einzelhändlern;
2. Handels- und Verarbeitungsunternehmen missbrauchen oftmals ihre Nachfragemacht, was zu „unlauteren Handelspraktiken“ führt – mit negativen Auswirkungen sowohl in Europa als auch in anderen Produzentenländern und auf allen Ebenen der Lieferkette;
3. Es stehen keine adäquaten politischen Instrumente auf nationaler, europäischer und globaler Ebene zur Verfügung, um diesen sich zuspitzenden Problemen zu begegnen. Auch das Wettbewerbsrecht arbeitet vielfach gegen Kleinproduzent/innen, indem es sich auf Endpreise für Verbraucher/innen fokussiert;
4. Um unlautere Handelspraktiken effektiv zu beenden, muss das Wettbewerbsrecht strukturell erneuert und strengere und koordinierte Durchsetzungsmechanismen aufgebaut werden;

Die Autor/innen der Studie fordern, die Marktmacht der großen Konzerne politisch einzudämmen, damit Menschen- und Arbeitsrechte entlang der Lieferketten eingehalten werden. Dazu zähle auch, landwirtschaftliche Wertschöpfungsketten transparenter zu machen und kleinbäuerliche Strukturen zu fördern, so wie es im Fairen Handel bereits der Fall sei. Zentrale Missstände ließen sich allerdings nur durch politische Regulationen bekämpfen. Sowohl die G7-Länder als auch die EU seien nun gefragt, die folgenden Forderungen in die Tat umzusetzen:

fungsketten transparenter zu machen und kleinbäuerliche Strukturen zu fördern, so wie es im Fairen Handel bereits der Fall sei. Zentrale Missstände ließen sich allerdings nur durch politische Regulationen bekämpfen. Sowohl die G7-Länder als auch die EU seien nun gefragt, die folgenden Forderungen in die Tat umzusetzen:

1. Machtverhältnisse in landwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten ausgleichen: Durch öffentliche Investitionen in kleinbäuerliche Produktionsstrukturen und Kleinbauern-Organisationen sollten Kleinproduzent/innen gestärkt werden, ebenso wie durch den gleichberechtigten Einbezug aller Teilhaber der Kette in Sektorverhandlungen (zum Beispiel im Bananensektor in Ecuador);
2. Verbesserung der Transparenz landwirtschaftlicher Wertschöpfungsketten: Kosten- und Preismargen entlang der Kette müssen regelmäßig und transparent durch eine öffentliche Stelle ausgewertet werden. Das Ergebnis sollte auch Wettbewerbsbehörden als Entscheidungsgrundlage dienen;
3. Reform der Wettbewerbspolitik: Nur wenn Fusionen von Unternehmen strenger kontrolliert – und gegebenenfalls untersagt – werden, lässt sich im Einzelhandel übermäßige Nachfragemacht und erhöhte Marktkonzentration eindämmen;
4. Unlautere Handelspraktiken beenden: Dafür bedarf es einer starken Regulierung (im Fall der EU einer Richtlinie), die sich auf alle Akteure in der Wertschöpfungskette richtet (ungeachtet ihres geografischen Standorts), unlautere Handelspraktiken eindeutig definiert, eine anonyme Beschwerde bei der Regulierungsstelle ermöglicht und eine effektive Durchsetzung sicherstellt;
5. Förderung der Prinzipien des Fairen Handels: Langfristige Handelsbeziehungen, kostendeckende Preise und transparente Handelsbedingungen sollten auch über den Fairen Handel hinaus Verbreitung finden;

Mangelnde Transparenz in internationalen Lieferketten wird in der Studie als zentraler Faktor benannt, der die Marktmacht der Anbieter von Agrarbetriebmitteln sowie Handelskonzernen und Einzelhändlern begünstigt. Die Studie lässt sich in einer Kurz- und Langfassung herunterladen unter [www.fairtrade-advocacy.org/power](http://www.fairtrade-advocacy.org/power).

## DIE POLITIK IST GEFORDERT!

Das Unglück von Rana Plaza hat die Folgen mangelnder Transparenz in internationalen Lieferketten auf schreckliche Weise deutlich gemacht. Für Bundesentwicklungsminister Müller war das Unglück ein Impuls, das Thema Transparenz in internationalen Lieferketten weit oben auf seiner Tagesordnung anzusiedeln. Er bezeichnet es als „eine zentrale entwicklungspolitische Herausforderung unserer Zeit“. Eine konkrete Folge daraus ist die Gründung des Textilbündnisses – eine Initiative des BMZ, die darauf abzielt, gemeinsam mit der Textilwirtschaft „die sozialen, ökonomischen und ökologischen Bedingungen entlang der gesamten Lieferkette des Textil- und Bekleidungssektors nachweislich zu verbessern.“ Minister Müller sagte bei der Gründungsveranstaltung des Textilbündnisses: „Verbraucherinnen und Verbraucher haben ein Recht darauf, dass wir hier gemeinsam Verbesserungen erreichen und mehr Transparenz für die Kaufentscheidung geschaffen wird“. Mitglied im Textilbündnis ist auch TransFair e.V., um Erfahrungen und Expertise in den Prozess einzubringen und mit dem Textilstandard als Best-Practice voranzugehen (mehr dazu auf Seite 10). Darüber hinaus haben Minister Müller sowie Bundesarbeitsministerin Nahles in einem Zukunftspapier angekündigt, das Thema „gute Arbeit weltweit“ im Rahmen der deutschen G7-Präsidentschaft in diesem Jahr auch auf die internationale Tagesordnung zu bringen. Im September verabschieden die Vereinten Nationen die nachhaltigen Entwicklungsziele in New York. Der Faire Handel trägt dazu bei, Armut abzubauen und gibt Produzentenorganisationen Zukunftschancen, daher ist er ein wichtiger Baustein, um diese nachhaltigen Entwicklungsziele umzusetzen. Der derzeitige Prozess zur Erarbeitung eines Nationalen Aktionsplans für Wirtschaft und Menschenrechte ist eine Möglichkeit, auf politischer Ebene mehr Transparenz und verbindliche Regulierung unternehmerischer Verantwortlichkeit in internationalen Produktions- und Lieferketten zu verankern. Dafür setzt sich die aktuelle Kampagne „Mensch. Macht. Handel. Fair.“ von Forum Fairer Handel e.V. und Weltladen-Dachverband e.V. ein.

### ZIVILGESELLSCHAFTLICHE INITIATIVEN UND AKTIONEN:

#### Der CorA-Aktionsplan

Verschiedene Nichtregierungsorganisationen (NRO) wie das CorA-Netzwerk und die gemeinsame Kampagne von Forum

Fairer Handel e.V. und Weltladen-Dachverband e.V. „Mensch. Macht. Handel. Fair.“ fordern von der Bundesregierung, einen ambitionierten Aktionsplan zur Umsetzung der Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen zu erarbeiten und umzusetzen. Jörg Asmussen, Staatssekretär im Bundesministerium für Arbeit und Soziales, hat bei einer Konferenz zum Stand des Erarbeitungsprozesses am 6. Mai genau dies zugesagt und sich dafür ausgesprochen, dass ein deutscher Aktionsplan verbindliche Vorgaben für Unternehmen enthalten müsse. Vertreter/innen der Wirtschaft äußerten Vorbehalte gegen verbindliche Regelungen.

Die im CorA-Netzwerk zusammengeschlossenen NRO haben ihre Erwartungen an den Aktionsplan in einem Positionspapier zusammengetragen. Sie fordern unter anderem,

- dass der staatliche Schutz vor Verstößen gegen die Menschenrechte nicht an den eigenen Staatsgrenzen enden dürfe, vor allem im Hinblick auf das Agieren transnationaler Konzerne;
- dass deutsche Unternehmen gesetzlich zur Sorgfalt gegenüber Menschenrechten verpflichtet werden;
- dass die gesetzlichen Vorgaben zur sozial verantwortlichen öffentlichen Beschaffung verbindlich gestaltet werden;
- dass Betroffene einen erleichterten Rechtszugang erhalten;
- dass die Bundesrepublik Deutschland Ausführungsrichtlinien für menschenrechtliche Sorgfalt erarbeitet, die deutschen Unternehmen und Finanzinstitutionen als verbindliche Maßgabe dienen;
- dass bei gravierenden Menschenrechtsverstößen von Tochterfirmen auch die entsprechenden Mutterunternehmen haftbar gemacht werden können;
- dass durch Rechtsreformen in Deutschland auch Unternehmen strafrechtlich verfolgt werden können.

Gleichzeitig machen die NRO deutlich, dass sie die UN-Leitprinzipien nur als Mindeststandard ansehen, der „umfassend und ohne Abstriche umzusetzen“ sei. Ergänzend verweisen sie auf weitere internationale Abkommen, in denen die staatliche Berücksichtigung menschenrechtlicher Belange festgeschrieben ist, und fordern eine stärkere Beachtung und Kohärenz dieser Abkommen.

Weitere Informationen [www.cora-netz.de/cora/](http://www.cora-netz.de/cora/)



### Mensch. Macht. Handel. Fair.



Die aktuelle politische Kampagne „Mensch. Macht. Handel. Fair.“ von Forum Fairer Handel e.V. und Weltladen-Dachverband e.V. knüpft an die Forderung nach effektiven Klagemöglichkeiten gegen Menschenrechtsverstöße sowie nach einer gesetzlichen Verankerung einer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht für Unternehmen an. Die konkreten Forderungen:

- Die Bundesregierung soll ein Gesetz erarbeiten, das deutsche Unternehmen dazu verpflichtet, die Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf Menschenrechte und Umwelt entlang der gesamten Lieferkette zu identifizieren, negativen Auswirkungen entgegenzuwirken und eingetretene Schäden zu beheben;
- das klarstellt, dass Unternehmen für eingetretene Schäden haftbar gemacht werden können, wenn sie die Einhaltung dieser Sorgfaltspflicht nicht nachweisen können;
- das Betroffenen aus dem Ausland ermöglicht, deutsche Unternehmen wegen der Verletzung der gebührenden menschenrechtlichen Sorgfalt vor deutschen Gerichten zu verklagen.

Um diesen Forderungen Nachdruck zu verleihen, führen Forum Fairer Handel e.V. und Weltladen-Dachverband e.V. in diesem Jahr eine Unterschriftensammlung durch, die auch noch während der Fairen Woche andauern wird. Die Unterschriften werden im Winter von Weltladen-Dachverband e.V. und Forum Fairer Handel e.V. an die Bundesregierung übergeben, so dass die Forderungen in den Prozess zur Erarbeitung eines nationalen Aktionsplans einfließen.

Weitere Informationen [www.forum-fairer-handel.de/mitmachen/machthandelfair/](http://www.forum-fairer-handel.de/mitmachen/machthandelfair/)

### Das Bananenforum

Das von TransFair ins Leben gerufene Bananenforum, in dem unter anderem auch BanaFair aktiv ist, vereint in einem Multistakeholder-Ansatz alle Akteure entlang der Bananenerlieferkette – also Importeure, Händler und Konsument/innen – an einem Tisch, um Ansatzpunkte für eine nachhaltigere

Wertschöpfung zu finden. Die punktuellen Debatten und Aktionen diverser Akteure sollen hierzu zusammengeführt werden. Im Rahmen des Forums wurden Multistakeholder-Workshops durchgeführt, die die größten Herausforderungen für nachhaltige Bananen auf dem deutschen Markt diskutierten und Handlungsoptionen entwickelten. Die Teilnehmer/innen erarbeiteten eine Charta der Verantwortung, die derzeit inhaltlich mit allen Akteuren abgestimmt wird und im Herbst 2015 verabschiedet werden soll.

### Make Fruit Fair!



Unter dem Motto „Gerechte Arbeitsbedingungen. Nachhaltige Entwicklung. Fairer Handel“ stehen in den nächsten drei Jahren tropische Früchte im Fokus der Kampagne „Make Fruit Fair!“. Die Besonderheit: Ein erweiterter Trägerkreis von 18 Organisationen aus Europa, Ecuador, Kamerun, Kolumbien und den Windwards Islands setzt sich für existenzsichernde Löhne und faire Preise, die Einhaltung von Arbeitsrechten und den Schutz der Umwelt ein.

Aus Deutschland sind neben BanaFair die Projekt- und Beratungsorganisation finep und die internationale Entwicklungsorganisation Oxfam beteiligt. Als Kooperationspartner bei einzelnen Maßnahmen sind das Forum Fairer Handel e.V. und der Weltladen-Dachverband e.V. ebenfalls mit dabei. Die Kampagne setzt sich dafür ein, dass Regierungen weltweit den Missbrauch der Einkaufsmacht der Supermärkte verhindern und sicherstellen, dass Unternehmen für die Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern haftbar gemacht werden können. Regierungen sollen eine Politik für faire und nachhaltige Fruchtproduktion unterstützen. Konsument/innen können über Ihren verantwortungsvollen Einkauf Fairen Handel und nachhaltige Entwicklung fördern.

Die Trägerorganisationen von Make Fruit Fair! setzen die Lobbyarbeit bei der EU-Kommission für eine Regulierung der Einkaufsmacht von Supermärkten fort. Mit einer Unterschriftenaktion ab Juni 2015 soll im Europäischen Jahr für Entwicklung Druck gemacht werden, um unfaire Handelspraktiken der Supermärkte zu stoppen. Weitere Informationen zur Kampagne gibt es unter [www.makefruitfair.de](http://www.makefruitfair.de)

### Coffee Fairday



### FAIRTRADE KAFFEE KLEINE BOHNE GROSSE WIRKUNG

Zum Coffee Fairday 2015 fordert TransFair e.V., gemeinsam mit Städten, Schulen, Weltläden, gastronomischen Betrieben, dem Handel, der Politik und Privatpersonen, gerechte Arbeits- und Lebensbedingungen im Kaffeeanbau.

Bundesweit werden in der Fairen Woche Aktionen zu fairem Kaffee stattfinden und das Thema auf die Agenda gebracht. Das Motto ‚Kleine Bohne – Große Wirkung‘ ist eine Aufforderung an die Konsument/innen. Jeder hat die Wahl, beim Einkauf einen unmittelbaren Einfluss auf über 700.000 Kaffeebäuerinnen und -bauern, die weltweit in Fair-Handels-Organisationen zusammengeschlossen sind, zu nehmen. Für sie hat die kleine Bohne eine große Wirkung: Im Kampf gegen den Klimawandel rüsten sich Produzentenorganisationen beispielsweise durch Schulungen, Know-how und technisches Equipment. Mithilfe der Fairtrade-Prämie werden Infrastruktur und Produktionsprozesse verbessert, damit die Organisationen nachhaltig von den Mehreinnahmen profitieren. Stabile Mindestpreise für ihren Kaffee bedeuten für Kaffeebäuerinnen und -Bauern ein Sicherheitsnetz – auch wenn der Weltmarktpreis am Boden ist. Jeder kann seinen persönlichen Beitrag leisten unter [www.coffee-fairday.de](http://www.coffee-fairday.de)

### COMSA

TransFair bekommt zur Fairen Woche 2015 Besuch von Sonia Vasquez und Rodolf Peñalba der Kaffeeorganisation COMSA in Honduras. Die Organisation ist seit 2005 Fairtrade-zertifiziert und konnte durch Diversifizierung, verbesserte Anbaumethoden und Trainings den Kaffeerost ‚La Roya‘ überwinden. Auf rund 20 Veranstaltungen werden sie über ihre Erfahrungen mit dem Fairen Handel berichten. Am 25. September sind sie zum Coffee Fairday in Köln.



### Moon Sharma

EL PUENTE begrüßt anlässlich der Fairen Woche Moon Sharma von Tara Projects aus Indien. Tara Projects zählt dort zu den ältesten Fairhandels-Initiativen und arbeitet mit Kunsthandwerkern im ganz Land zusammen. Die Organisation engagiert sich sowohl gegen Ausbeutung als auch Kinderarbeit und setzt einen besonderen Fokus auf die Bildungsarbeit.



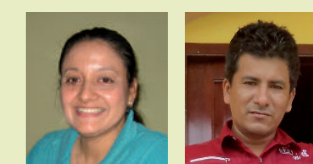
### Teresa M. Guman und Jun. M. Centus

Die Fairhandelsgenossenschaft dwp hat Teresa M. Guman und Jun. M. Centus von den Philippinen zur Fairen Woche eingeladen. Beide sind im Zuckersektor aktiv – Teresa ist Produktionsbeauftragte im Panay Fair Trade Center. Hier wird vor allem Mascobado-Zucker von den angeschlossenen Kooperativen verpackt. Jun gehört einer dieser Kooperativen an und der Faire Handel hat sowohl sein, als auch das Leben seiner Familie verändert. Durch diese Partnerschaft war es möglich, nach dem verheerenden Taifun im Jahr 2014 die zerstörten Gebäude und Fabriken wieder aufzubauen.



### Urocal

BanaFair hat auch in diesem Jahr Gäste aus Ecuador im Rahmen der Fairen Woche zu Besuch. Der Kleinbauernverband Urocal ist bereits in den Siebziger Jahren im Zuge der Landreform entstanden. Etwa 120 Familien im Süden des Landes bauen Bio-Bananen auf kleinen Flächen in Mischkultur und Agroforst-Systemen an. In diesem Jahr werden Geoconda Mendieta und Willian Justavino im September durch Deutschland reisen. Geoconda Mendieta ist für verschiedene Gemeinschaftsprojekte bei Urocal zuständig, u. a. ein Programm zur Sicherung der Ernährungssouveränität. Willian Justavino produziert seit 10 Jahren Bio-Bananen und ist derzeit Vorsitzender der Produzentenvereinigung von La Libertad.



## ERKENNUNGSZEICHEN DES FAIREN HANDELS

Eine Reihe von Zeichen weist verlässlich auf den Fairen Handel hin. Zum einen kennzeichnen Produktsiegel Waren, die unter Einhaltung der Kriterien des Fairen Handels hergestellt und gehandelt werden. Die bekanntesten Siegel für fair gehandelte Produkte in Deutschland sind das Fairtrade- und das Naturland Fair-Siegel.



Das Siegel für Fairen Handel

Das **Fairtrade-Siegel** ist ein unabhängig kontrolliertes Produktsiegel für Fairen Handel, das in Deutschland vom TransFair e.V. vergeben wird. Im Mittelpunkt stehen die Menschen im Süden. Gezielt werden Kleinbäuer/innen und Arbeiter/innen in sogenannten Entwicklungsländern gefördert und ihre Position auf dem Weltmarkt verbessert. Nur Produkte, die den Anforderungen der internationalen Fairtrade-Standards entsprechen, dürfen das Fairtrade-Siegel tragen. Wichtige Bestandteile der Standards sind zum Beispiel:

- Ein fester Mindestpreis, der die Kosten einer nachhaltigen Produktion deckt;
- Eine Fairtrade-Prämie, die von den Kooperativen dafür verwendet werden muss, Projekte zu finanzieren, die der Gemeinschaft zu Gute kommen, wie zum Beispiel den Bau einer Schule, einer Krankenstation oder auch Investitionen in die lokale Infrastruktur;
- Das Verbot von Zwangsarbeit und illegaler Kinderarbeit;
- Diskriminierungs-Verbot;
- Ein Aufschlag für biologisch angebaute Produkte;
- Umweltstandards, die den Gebrauch von Pestiziden und Chemikalien einschränken und den Einsatz gentechnisch veränderter Saaten verbieten;



Das **Naturland Fair-Siegel** wird für Produkte vergeben, die nach den Naturland-Richtlinien für ökologische und faire Produktion hergestellt wurden. Naturland Fair bezieht auch Erzeuger/innen im Norden in den Gedanken des Fairen Handels mit ein. Denn auch hier sind bäuerliche Betriebe durch die ökonomischen Rahmenbedin-

gungen in ihrer Existenz gefährdet – zum Beispiel Milchbäuerinnen und Milchbauern. An die Unternehmen, die das Naturland Fair Zeichen auf ihren Produkten tragen, werden weitreichende Anforderungen gestellt, unter anderem:

- Faire Erzeugerpreise: partnerschaftliche Preisfindung zur Deckung der Produktionskosten und Erwirtschaftung eines angemessenen Gewinns;
- Verlässliche Handelsbeziehungen: langfristige, respektvolle Zusammenarbeit mit allen Handelspartnern;
- Soziale Verantwortung: unter anderem gerechte Bezahlung, Menschenrechte, keine ausbeuterische Kinderarbeit, Investitionen in Arbeitsplätze, in Umwelt-, Gesundheits-, Kultur- und Bildungsprojekte für die Bevölkerung;
- Regionaler Rohstoffbezug: baut auf dem Grundsatz der möglichst lokalen Erzeugung und Verarbeitung auf;



Neben gekennzeichneten Produkten garantieren auch bestimmte Organisationen, dass sie Fairen Handel betreiben, was durch verschiedene Verfahren überprüft wird. So wird das Label der **World Fair Trade Organization (WFTO)**

an Unternehmen vergeben, die alle zehn WFTO-Kriterien des Fairen Handels erfüllen. Die Einhaltung der Kriterien wird über das WFTO-Garantie-System gewährleistet. Dazu zählen etwa:

- Ausschluss von Zwangsarbeit;
- Gleichberechtigung der Geschlechter;
- Unterstützung von Weiterbildungsmaßnahmen;



Produkte mit WFTO-Label sind vor allem in **Weltläden** zu finden, den Fachgeschäften des Fairen Handels. Die rund 450 Mitglieder des Weltladen-Dachverbandes haben sich verpflichtet, die Kriterien der Konvention der Weltläden einzuhalten und sich daraufhin in einem Monitoring-Prozess prüfen zu lassen. Diese Konvention enthält Kriterien für alle am Fairen Handel beteiligten Akteure – Produzent/innen, Importeure und Weltläden.

Unter anderem schreibt sie vor:

- Weltläden beziehen ihre fair gehandelte Ware nur von durch den Weltladen-Dachverband anerkannten Lieferanten;
- Mindestens 80 Prozent des Umsatzes eines Weltladens müssen mit fair gehandelten Produkten von anerkannten Lieferanten gemacht werden, bis zu 20 Prozent dürfen mit anderen Produkten sowie Büchern, CDs und ähnlichem ergänzt werden, um das Sortiment zu vervollständigen;
- Weltläden leisten Bildungsarbeit und beteiligen sich an politischen Kampagnen;
- Weltläden ermöglichen eine demokratische Mitbestimmung aller Mitarbeiter/innen;



Mehr als 70 Lieferanten sind mittlerweile vom Weltladen-Dachverband anerkannt und werden im Lieferanten-Katalog aufgeführt, darunter zum Beispiel BanaFair, dwp eG, EL PUENTE, GEPA The Fair Trade Company und GLOBO Fair Trade Partner: [www.weltladen.de/#die-anerkannten-weltladen-lieferanten](http://www.weltladen.de/#die-anerkannten-weltladen-lieferanten). Vom Weltladen-Dachverband e.V. anerkannte Lieferanten vertreiben ihre Produkte zum Teil auch über Bioläden, Supermärkte und den Onlinehandel. Sie richten ihr ganzes Handeln an den Kriterien des Fairen Handels aus und lassen dies auf verschiedene Art und Weise extern überprüfen. Viele Lieferanten sind Mitglied der WFTO und durchlaufen deren Kontrollsystem. Andere lassen sich die Einhaltung der Richtlinien durch die FLOCERT GmbH bestätigen oder gründen unabhängige Projektpartnerschüsse, die die Handelspartner auswählt und die Zusammenarbeit begleitet.

Die Broschüre Monitoring und Zertifizierung im Fairen Handel bietet noch ausführlichere Informationen. Sie kann unter [www.forum-fairer-handel/materialien](http://www.forum-fairer-handel/materialien) bestellt werden.

### WFTO

Die WFTO ist die internationale Dachorganisation von mehr als 400 Fair-Handels-Organisationen in über 70 Ländern, die sich zu 100 Prozent dem Fairen Handel verschrieben haben. Dazu kommen Produzentengruppen und -netzwerke, Vermarktungsorganisationen aus dem Süden, Fair-Handels-Importeure und Weltladen-Dachverbände aus dem Norden sowie Unterstützer-Organisationen, für die der Faire Handel einen von mehreren Arbeitsschwerpunkten darstellt. Damit bilden die Mitglieder der WFTO die gesamte Lieferkette der Produkte ab (außer dem Transport aus Übersee) – vom Produzenten bis zum Konsumenten.

Weitere Informationen [www.wfto.com/](http://www.wfto.com/)

**FLOCERT GmbH** mit Sitz in Bonn arbeitet mit einem unabhängigen, transparenten und weltweit konsistenten Zertifizierungssystem nach den Anforderungen der Akkreditierungsnorm ISO 65 (DIN EN 45011). 130 unabhängige Inspektoren kontrollieren 1.100 Händler in 79 Ländern sowie rund 1.140 Produzentengruppen in 70 Ländern. Mit den Überprüfungen wird gewährleistet, dass die Fairtrade-Standards eingehalten, die Mehreinnahmen den Produzentenorganisationen in den Entwicklungsländern zufließen und dort selbstbestimmt und nachhaltig eingesetzt werden.

Weitere Information [www.flocert.net/](http://www.flocert.net/)

Weitere Informationen erhalten Sie bei  
Forum Fairer Handel e.V. | Chausseestr. 128/129 | 10115 Berlin  
Tel. 030-28040588 | Fax 030-28040908 | [info@forum-fairer-handel.de](mailto:info@forum-fairer-handel.de) | [www.forum-fairer-handel.de](http://www.forum-fairer-handel.de)

TransFair e.V. | Remigiusstraße 21 | 50937 Köln  
Tel. 0221-9420400 | Fax 0221-94204040 | [info@fairtrade-deutschland.de](mailto:info@fairtrade-deutschland.de) | [www.fairtrade-deutschland.de](http://www.fairtrade-deutschland.de)

Weltladen-Dachverband e.V. | Ludwigsstraße 11 | 55116 Mainz  
Tel. 06131-6890781 | Fax 06131-6890799 | [info@weltladen.de](mailto:info@weltladen.de) | [www.weltladen.de](http://www.weltladen.de)



## DIE FAIRE WOCHE

Die Faire Woche ist die größte Aktionswoche des Fairen Handels und findet in jedem Jahr in der zweiten Septemberhälfte statt. Weltläden, Schulen, Supermärkte, Kommunen, gastronomische Betriebe, kirchliche Organisationen und zahlreiche weitere Einrichtungen beteiligen sich mit über 2.000 Aktionen bundesweit, um den Fairen Handel bekannter zu machen.  
Weitere Informationen: [www.fairewoche.de](http://www.fairewoche.de)

## FAIREWOCHE

11.-25. September 2015

[www.fairewoche.de](http://www.fairewoche.de)

