

FAIRER Handel für Kommunen

Aspekt der Nachhaltigen Entwicklung





Überblick

FAIRTRADE - Aspekt der Nachhaltigen Entwicklung



- Was ist Fairer Handel?
- Woran erkennt man/frau Produkte des Fairen Handels?
- Handlungsoptionen für Kommunen





Was ist Fairer Handel

FAIRTRADE - Aspekt der Nachhaltigen Entwicklung



Definition:

... 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.

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

(Dom Helder Camara, brasilianischer Bischof)





Was ist Fairer Handel

FAIRTRADE - Aspekt der Nachhaltigen Entwicklung



Fairer Handel ist eine Partnerschaft.

Wichtig und anders dabei:

Dialog, Transparenz und Respekt

Streben nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel

bessere Handelsbedingungen;

Sicherung sozialer Rechte für
benachteiligte ProduzentInnen

und ArbeiterInnen –

insbesondere in den Ländern

des Südens – führt zu

nachhaltiger Entwicklung





Woran erkennt man/frau Fair gehandelte Produkte?

FAIRTRADE - Aspekt der Nachhaltigen Entwicklung



Siegel



Fair Handelsorganisationen



Weltläden





Woran erkennt man/frau Fair gehandelte Produkte?

FAIRTRADE - Aspekt der Nachhaltigen Entwicklung



Grundversprechen der Weltläden & Verkaufsargument:

Konsum mit Sinn

Genuss UND ethische Korrektheit

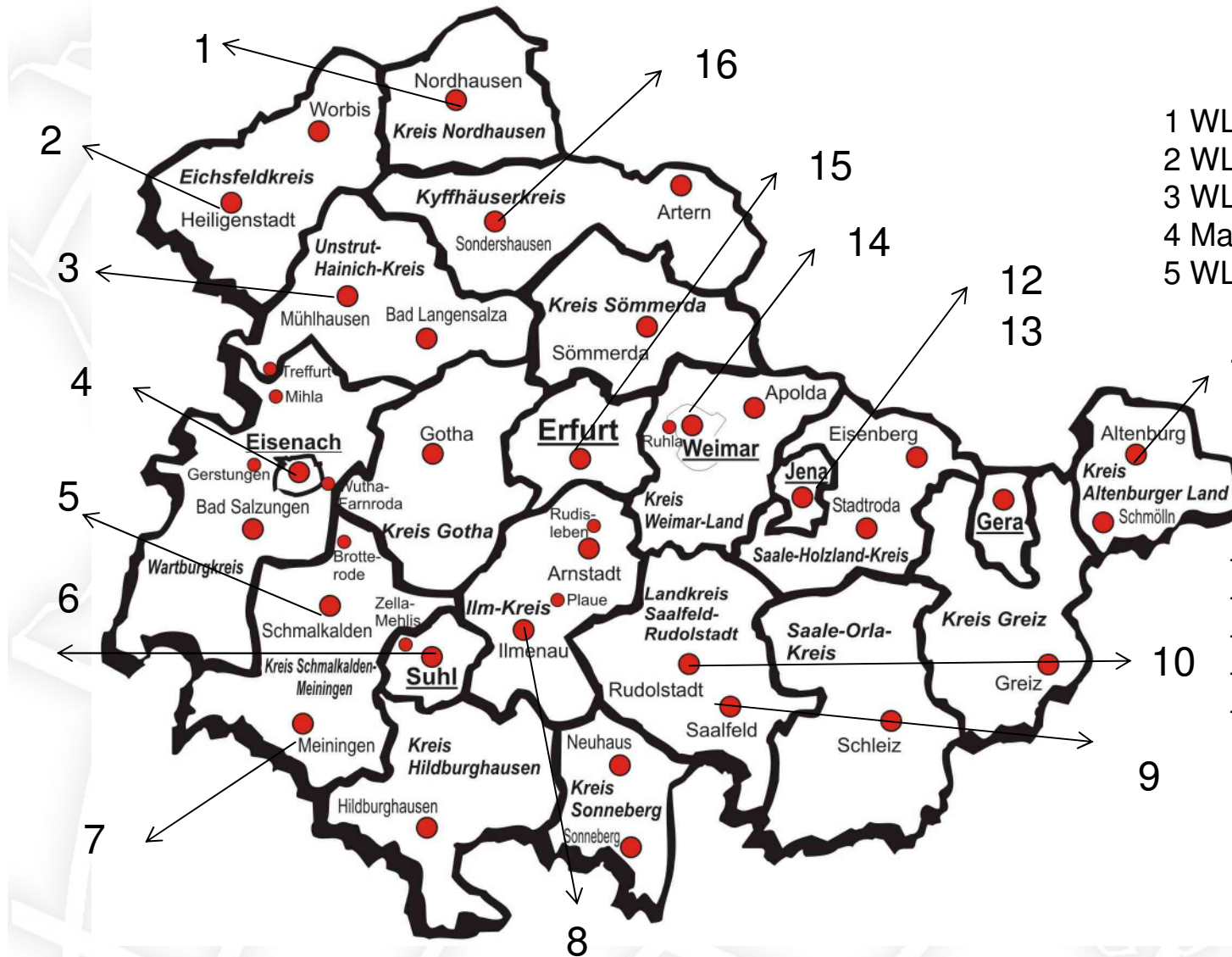
Fair kaufen – bewusst genießen





Weltläden in Thüringen

FAIRTRADE - Aspekt der Nachhaltigen Entwicklung



- 1 WL Nordhausen
- 2 WL Heiligenstadt
- 3 WL Mühlhausen i.G.
- 4 Markt der Völker Eisenach
- 5 WL Schmalkalden
- 6 WL Suhl
- 7 WL Meiningen
- 8 Arche Ilmenau
- 9 WL Saalfeld
- 10 WL Rudolstadt
- 11 WL Altenburg
- 12 WL Jena
- 13 FAIRTRADE-KONTOR
- 14 WL Weimar
- 15 WL Erfurt
- 16 WL Sondershausen



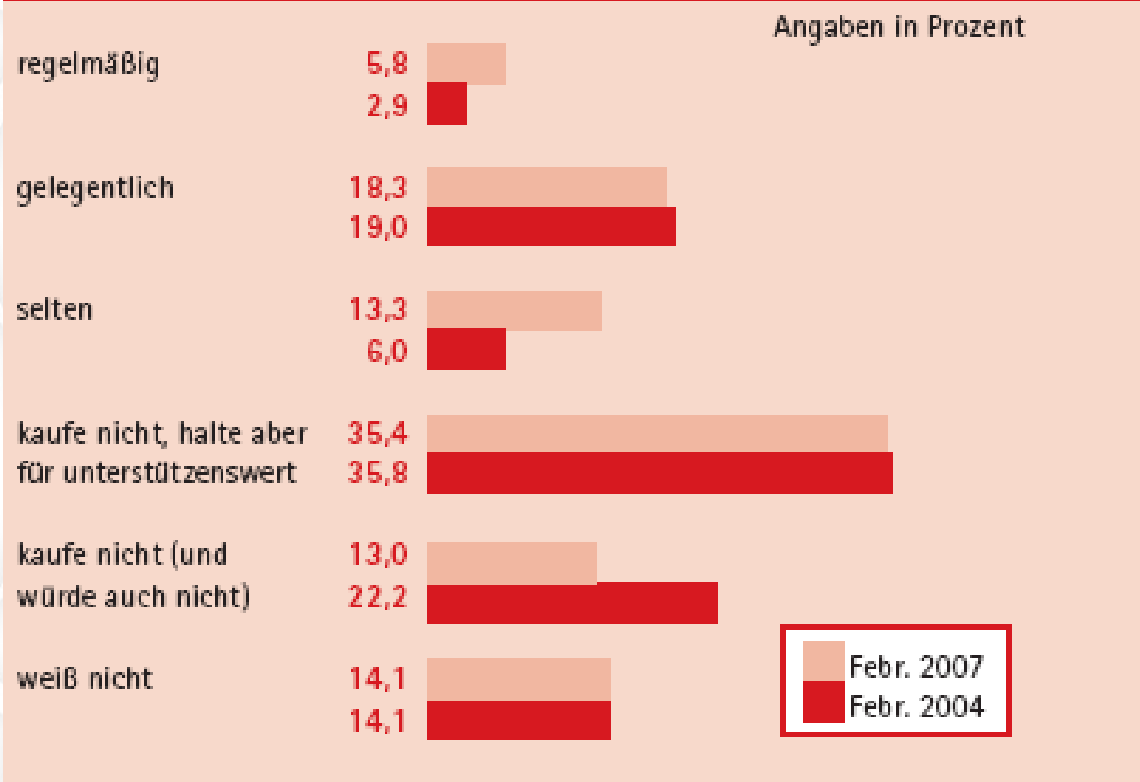


Studie – Wirkungen des Fairen Handels

FAIRTRADE - Aspekt der Nachhaltigen Entwicklung



Abb. 1: Kauf fair gehandelter Produkte – Zeitvergleich



Der Zuwachs entspricht einem Prozentsatz von 9,5
In absoluten Zahlen: 6,2 Millionen Käufer





Studie – Wirkungen des Fairen Handels

FAIRTRADE - Aspekt der Nachhaltigen Entwicklung



Abb. 5: Kauf fair gehandelter Produkte – Schulbildung (2007)

	Kauf „ja“	Kauf „nein“	davon „Unterstützer“
Schüler	8,7 %	70,3 %	56,4 %
Volksschule ohne Lehre	18,2 %	60,1 %	42,5 %
Volksschule mit Lehre	32,0 %	52,2 %	35,8 %
Mittlere Bildung	45,0 %	45,0 %	33,4 %
Uni, Abitur	50,4 %	36,1 %	29,5 %





Studie – Wirkungen des Fairen Handels

FAIRTRADE - Aspekt der Nachhaltigen Entwicklung



Abb. 6: Wo wird eingekauft?

Total	West	Ost	
42,6 %	42,6 %	42,8 %	Supermarkt
41,0 %	42,3 %	30,9 %	Bio- oder Naturkostladen/ Biosupermarkt
38,0 %	34,9 %	63,3 %	Weltladen
16,8 %	17,1 %	15,2 %	LIDL
13,5 %	14,0 %	9,6 %	Reformhaus
9,0 %	9,5 %	5,0 %	Drogeriemarkt
2,9 %	3,3 %	-	kirchliche Einrichtungen/ Veranstaltungen
2,4 %	2,1 %	4,8 %	Katalogbestellung
1,1 %	1,1 %	1,3 %	Internet, Online-Shopping
49,4 %	50,0 %	44,2 %	Supermarkt oder LIDL (netto)





Studie – Wirkungen des Fairen Handels

FAIRTRADE - Aspekt der Nachhaltigen Entwicklung



Abb. 8: Gründe für Nicht-Kauf oder seltenen Kauf

Gesamt

35,5 %	zu wenige Läden führen die Produkte/weiß nicht, wo ich sie bekomme
30,7 %	zu teuer, Preise zu hoch
21,1 %	man findet Produkte im Laden nicht/stehen versteckt/nicht ausgezeichnet
20,9 %	weiß nicht genug darüber/kenne die Produkte nicht
14,2 %	kaufe selbst nicht ein
9,6 %	habe meine Stamm-Marken und bleibe dabei
7,5 %	glaube den Versprechungen des Fairen Handels nicht
2,1 %	schlechte Qualität/Produkte schmecken mir nicht
10,3 %	weiß nicht/keine Angabe





Handlungsempfehlungen für Kommunen

FAIRTRADE - Aspekt der Nachhaltigen Entwicklung



Beschlussfassung für öffentliche Ausschreibungen in den Kommunen

Teilnahme am Wettbewerb „Hauptstadt des Fairen Handels“

Fairer Kaffee in die Kantinen

Fairer Kaffee in die Automaten

Präsente aus dem Fairen Handel (auch Blumen)

Städte- oder Projektpartnerschaften

Vorteile:

Nutzen für PR und Öffentlichkeitsarbeit

Imagegewinn für die Kommune





Weitere Informationen unter:

Zentralportal des Landesnetzwerkes

www.ewnt.de

Projekte

www.humanfootprint.de

www.globale-entwicklung.de

<http://bte.ewnt.de>

Ab 2009

www.bio-regional-fair.de

Fairer Handel

www.transfair.org

www.forum-fairer-handel.de

www.fair-feels-good.de

