

# KRITERIEN DES FAIREN HANDELS

## WILLENSERKLÄRUNG DER ÖSTERREICHISCHEN WELTLÄDEN

SEPTEMBER 1995

(Pkt.4.1. wurde am 18. 6. 2000 durch eine a. o. Vollversammlung geändert)

(Pkt.4.5. wurde am 11. 6. 2005 durch die Vollversammlung geändert)

ARGE WELTLÄDEN  
Am Breiten Wasen 1  
A-6800 Feldkirch  
Tel./Fax: 0 55 22 / 78 0 79  
Email: arge@weltlaeden.at  
Homepage: www.weltlaeden.at

**Einleitung**

- 1. Fairer Handel und die damit verbundenen Ziele von Weltläden**
- 2. Kriterien für ProduzentInnenorganisationen in Afrika, Asien und Lateinamerika**
- 3. Kriterien für Importorganisationen**
- 4. Kriterien für Weltläden**

**Einleitung**

Die Weltläden haben ihren KundInnen und ihren HandelspartnerInnen zu garantieren, daß der FAIRE HANDEL, den sie betreiben, Vertrauen verdient und festen Kriterien genügt. Daher sind Kriterien für die Arbeit der Weltläden und für die Auswahl der HandelspartnerInnen – sowohl der Importorganisationen als auch der ProduzentInnenorganisationen in Afrika, Asien und Lateinamerika – erforderlich. Nur damit ist garantiert, daß alle TeilnehmerInnen an dieser alternativen Handelsstruktur zu Recht behaupten können, FAIREN HANDEL zu betreiben.

**1. Fairer Handel und die damit verbundenen Ziele von Weltläden**

Die Weltläden stellen zu den bestehenden Welthandelsstrukturen eine Alternative dar und wollen einen gerechteren, weltweiten Handelsaustausch anregen. Die Mittel, um dieses Ziel zu erreichen, sind Warenverkauf, Information, Bildungsarbeit und politische Aktionen.

Die Weltläden arbeiten vorrangig mit wirtschaftlich und politisch benachteiligten ProduzentInnengruppen zusammen. Der eindeutige Schwerpunkt liegt dabei in den durch die bestehenden Welthandelsstrukturen besonders benachteiligten Ländern und Regionen Afrikas, Asiens und Lateinamerikas.

Der in diesem Zusammenhang von HandelspartnerInnen im Süden immer wieder genannte Slogan: „Fair trade not aid“ (Fairer Handel statt Almosen) ist dabei als eine Art Kernphilosophie der Weltläden zu sehen.

**1.1. Warenverkauf**

Die Weltläden nehmen den Fairen Handel ernst, denn sie sind bestrebt, die Waren der HandelspartnerInnen erfolgreich umzusetzen. Dies ist ein Beitrag zur Sicherung der Existenz der ProduzentInnen. Die Eigenversorgung und die Position auf den lokalen Märkten sollen ermöglicht oder gestärkt werden. Weiters soll der Weltmarkt für die ProduzentInnenorganisationen – sofern gewünscht – genutzt werden, ohne damit neue Abhängigkeiten zu schaffen oder alte zu verfestigen. In Österreich ermöglichen die Weltläden ihren KundInnen durch diese Form des kritischen Konsums, an fairen Handelsstrukturen teilzunehmen.

**1.2. Information und Bildungsarbeit**

Die Weltläden informieren ihre KundInnen und Dialoggruppen über die angebotenen Produkte, deren ProduzentInnen und ihre Lebensbedingungen. Die Weltläden versuchen einer breiteren Öffentlichkeit bewußt zu machen, daß wir alle – die Menschen im Süden wie im Norden – von den ungerechten Welthandelsstrukturen betroffen und an ihnen beteiligt sind.

### 1.3. Politische Aktionen

Die Weltläden führen Kampagnen durch, um KonsumentInnen zu sensibilisieren und zu mobilisieren. Die Inhalte dieser Kampagnen können sowohl Welthandelsprodukte, wie Kaffee, Kakao, Textilien u.a., als auch entwicklungspolitische und wichtige gesellschaftspolitische Themen, wie Verschuldung, Neokolonialismus, Vorurteile gegen Minderheiten u.a., sein.

### 1.4. Produktauswahl

Generell eignen sich für den Fairen Handel Produkte, die möglichst nicht gegen ethische und ökologische Gesichtspunkte verstoßen. Geleitet von den Zielvorstellungen der Weltläden, spielen bei der Auswahl der Produkte auch noch einige weitere Überlegungen eine Rolle:

- ◆ Ein möglichst großer Teil der Wertschöpfung der Produkte muss bei den ProduzentInnen erfolgen (siehe auch 1.1.).
- ◆ Bestimmte Produkte (z.B. Kaffee, Kakao) sind besonders gut geeignet, um die ungerechten Strukturen des Welthandels aufzuzeigen, und besitzen damit einen hohen Wert als Informationsträger (siehe auch 1.3.).
- ◆ Die Produkte sollen auf die Lebensumstände und die Kultur der ProduzentInnen aufmerksam machen (siehe auch 1.2.).

## 2. Kriterien für ProduzentInnenorganisationen in Afrika, Asien und Lateinamerika

Dieser Abschnitt der Kriterien stellt für die Weltläden ein Hilfsmittel dar, um bei der Auswahl von ProduzentInnenorganisationen und ihren Produkten zu einer gemeinsamen und nachvollziehbaren Vorgangsweise zu kommen.

Die Weltläden versuchen durch die Handelsbeziehung zu einem für jede Seite befruchtenden Kommunikationsprozeß zu gelangen. Bei auftretenden Problemen soll die gemeinsame Suche nach Lösungen im Vordergrund stehen.

### 2.1. Die Offenlegung von Ziel und Arbeitsweise der Organisation muss gewährleistet sein.

Die Organisationsform muss die Vorteile der Handelsbeziehung allen Beteiligten zugute kommen lassen und eine positive Ausstrahlung auf die Umgebung haben. Sie soll die dem jeweiligen Kulturkreis bestangepasste Form der Zusammenarbeit sein. Eine Genossenschaft, ein Kollektiv oder ein Familienverband bietet dafür ein hohes Maß an Sicherheit, ist aber nicht als unbedingtes Kriterium erforderlich. Eine Form der Zusammenarbeit in einer Gruppe ist aber unentbehrlich.

Die ProduzentInnenorganisation muss jederzeit volle Einsicht in das Ziel und die Arbeitsweise ihrer Organisation gewähren.

### 2.2. Eine menschenwürdige und sozialverträgliche Produktionsweise muss gegeben sein.

Die Bezahlung der MitarbeiterInnen durch ihre Organisation muss ihnen im Vergleich zu ihrer Umgebung den Aufbau einer menschenwürdigen Existenz erlauben. Bei den Arbeitsbedingungen ist darauf zu achten, daß keine vermeidbare Gesundheitsgefährdung durch Arbeitsprozesse oder verwendete Materialien eintritt. Die Importorganisationen und die Weltläden unterstützen die ProduzentInnen, daß diese Forderung auch realisiert werden kann.

Der Produktionsablauf muss frei von ausbeuterischer Kinderarbeit sein.

Es ist auf soziale Maßnahmen für MitarbeiterInnen und deren Familien zu achten, wie z.B. medizinische Versorgung, Kindergärten, Schulen und Weiterbildung. Die MitarbeiterInnen und ProduzentInnen müssen Mitsprache und Mitbestimmung bei der Leitung der Organisation haben.

Frauen steht der gleiche Lohn, das Recht auf Besitztitel und das gleiche Recht auf Leistungen der Organisation wie Männern zu.

**2.3. Eine umweltverträgliche Produktionsweise ist anzustreben.**

Die Weltläden erwarten von ihren HandelspartnerInnen, daß sie Produkte liefern, die im Gebrauch sicher und nicht gesundheitsschädlich sind. Beim Produktionsprozeß muss die Umwelt so weit wie möglich geschont werden.

**2.4. Die Selbständigkeit der ProduzentInnenorganisation soll gefördert werden.**

Die Weltläden wollen die Position der ProduzentInnenorganisation stärken. Abhängigkeiten sollen verringert werden. Menschen, die außerhalb der Organisation stehen, sollen die Möglichkeit haben, sich der Organisation anzuschließen oder deren Erfahrungen in ihren Entwicklungsprozeß zu integrieren.

**2.5. Die Produkte sollen gut verkaufbar sein und die Kontinuität der Betriebsführung soll gesichert sein.**

Damit der Faire Handel Erfolg haben kann, müssen die Handelsverbindungen stabil und kontinuierlich sein.

### 3. Kriterien für Importorganisationen

Die Weltläden sind bei der Beurteilung von ProduzentInnenorganisationen in Afrika, Asien und Lateinamerika teilweise oder völlig von der Information abhängig, die sie von den Importorganisationen erhalten. Dazu ist Vertrauen nötig. Das bedeutet, daß die Importorganisationen grundsätzlich die gleichen Bedingungen an die ProduzentInnenorganisationen stellen müssen, wie sie in Kapitel 2 festgelegt sind. Zusätzlich sollen noch einige weitere Forderungen von einer Importorganisation erfüllt werden, wenn sie mit den Weltläden zusammenarbeiten will.

**3.1. Die Offenlegung von Ziel und Arbeitsweise der Organisation muss gewährleistet sein.**

Die Importorganisation muss jederzeit volle Einsicht in das Ziel und die Arbeitsweise ihrer Organisation gewähren. Einmal im Jahr ist der ARGE WELTLÄDEN der Geschäftsbericht und die Bilanz bereitzustellen.

**3.2. Eine menschenfreundliche Arbeitsweise muss gegeben sein.**

Die interne Arbeitsweise einer Importorganisation bezüglich Mitbestimmung und Sozialleistungen soll sich positiv von anderen Wirtschaftsbetrieben abheben. Die Gleichstellung von Frauen in allen Bereichen soll gewährleistet sein.

**3.3. Eine umweltverträgliche Arbeitsweise ist anzustreben.**

Bei Lagerung, Verpackung und Transport der Produkte müssen ökologische Anforderungen im Vordergrund stehen.

Bei der Zertifizierung von Bioprodukten fordern die Weltläden von den Importorganisationen die Bevorzugung von den im Produktionsland ansässigen Biozertifikationsorganisationen.

**3.4. Die Lieferung von qualitativ guten Produkten und die Kontinuität in der Betriebsführung sollen gesichert sein. (siehe auch 2.5.)****3.5. Die Struktur der Importorganisation soll so sein, daß die Anregungen der Weltläden bezüglich der Auswahl der ProduzentInnenorganisationen und der Produkte berücksichtigt werden.****3.6. Das Bezahlen eines fairen Preises an die HandelspartnerInnen in den Produktionsländern muss eingehalten werden.**

Ein fairer Preis muss den ProduzentInnen erlauben, sich eine im Vergleich zu ihrer Umgebung menschenwürdige Existenz aufzubauen. Über die reine Zahlung eines höheren Preises hinaus gehören

auch garantierte Mindestpreise, Vorfinanzierung und langfristige Verträge zu fairen Handelsbeziehungen.

Importorganisationen, die ihren HandelspartnerInnen zusätzlich finanzielle Unterstützung – in Form von Vermittlung und Gewährung von günstigen Krediten, Bezahlung von lokalen BeraterInnen usw. – bieten, werden von den Weltläden bevorzugt.

Der Preis muss von den ProduzentInnenorganisationen und den Importorganisationen gemeinsam bestimmt werden.

### **3.7. Information über die HandelspartnerInnen in Afrika, Asien und Lateinamerika und ihre Produkte muss in für die Weltläden brauchbarer Form angeboten werden.**

Dieses Kriterium ist für die Weltläden sehr wichtig, denn sie verkaufen ein Produkt mit einer „Geschichte“. Diese Geschichte bildet einen Teil der Einzigartigkeit des Produktes und hebt es aus der Anonymität.

Da die Weltläden in vielen Fällen keinen direkten Kontakt mit den ProduzentInnenorganisationen haben, sind sie bei dieser Information auf die Importorganisationen angewiesen.

Die schriftliche Information zu Produkten, ProduzentInnen und weiteren Themen des Fairen Handels muss direkt brauchbar sein, um sie den Kunden anbieten zu können. Diese Information muss in ausreichender Weise auch am Produkt selbst vorhanden sein.

### **3.8. Die Unterstützung der HandelspartnerInnen in Afrika, Asien und Lateinamerika auf den Gebieten Marketing, Organisation, Produktionstechnik, Produktentwicklung und Finanzpolitik ist anzustreben.**

Importorganisationen, die für diese Formen der Unterstützung strukturelle Maßnahmen getroffen haben, werden von den Weltläden bevorzugt.

## **4. Kriterien für Weltläden**

Da die Weltläden den Fairen Handel ernst nehmen, haben die Kriterien für die PartnerInnen in adäquater Weise auch für die Weltläden zu gelten.

### **4.1. Die Offenlegung von Ziel und Arbeitsweise der Organisation muss gewährleistet sein.**

Die Unternehmensstruktur eines Weltladens muss Transparenz und Mitspracherecht der MitarbeiterInnen gewährleisten. Die Erfahrung zeigt, dass Gruppen diesen Anforderungen gut entsprechen.

Das Ziel und die Arbeitsweise des Weltladens müssen jederzeit transparent sein. Einmal im Jahr ist der ARGE WELTLÄDEN in den Geschäftsbericht und die Bilanz Einsicht zu gewähren; zur Arbeitserleichterung ist einmal jährlich ein Datenblatt der ARGE WELTLÄDEN auszufüllen.

### **4.2. Die Kontinuität und Qualität der Betriebsführung sollen gesichert sein.**

Die Weltläden kümmern sich um die Kontinuität und Qualität ihrer Betriebsführung. Eine gute Aufgabenteilung und regelmäßige Weiterbildung der MitarbeiterInnen sind dafür ein wichtiges Mittel.

Ehrenamtlichen und hauptamtlichen MitarbeiterInnen wird dringend empfohlen, die Weiterbildungsangebote der ARGE WELTLÄDEN wahrzunehmen. Mindestens einmal im Jahr muss eine WeltladenvertreterIn an einer österreichweiten Weltladenkonferenz teilnehmen.

Empfohlen wird die Teilnahme an den Informationsveranstaltungen (z.B. EZA-Warenbörse oder CONA-Kontakt) der Importorganisationen.

Um die Qualität der gelieferten Waren zu verbessern, können Weltläden Ideen und Verbesserungsvorschläge für Produkte entwickeln.

Gewinne sind bevorzugt in den eigenen Weltladen, die Weltladen-Bewegung und einen ProduzentInnenfond zu investieren. Die mit diesen Geldern ermöglichten Vorhaben können z.B. verstärkte Informationsarbeit, verbesserte Werbung, ein besserer Standort, ein Fond zur Gründung neuer Weltläden und die Unterstützung der HandelspartnerInnen auf den Gebieten Marketing,

Organisationsentwicklung, Produktionstechnik, Produktentwicklung und Finanzpolitik sein. So ist die Kernphilosophie der Weltläden „Fair trade not aid“ noch besser zu verwirklichen.

#### **4.3. Eine menschenfreundliche und umweltverträgliche Arbeitsweise muss angestrebt werden.**

Alle MitarbeiterInnen sollen in der Organisation einen Platz einnehmen, an dem sie eigenverantwortlich arbeiten und sich entfalten können. Die Grundlage dazu liefern eine gute Aufgabenteilung, die Möglichkeit zur Weiterbildung der MitarbeiterInnen und ein klar geregeltes Mitspracherecht. Von den Weltläden wird erwartet, daß sie ein großes Augenmerk auf die allgemeine Umweltverträglichkeit der angebotenen Produkte legen. Im Besonderen gilt dies für die Produktverpackungen, den Transport der Produkte und - soweit vorhanden - für die Biozertifizierung von Lebensmitteln.

#### **4.4. Die Informations- und Bildungsarbeit muss gewährleistet sein.**

Auf dem Gebiet der Informations- und Bildungsarbeit haben die Weltläden eine äußerst wichtige Aufgabe. Von ihnen hängt es ab, ob und wie die zur Verfügung stehende Information auch die KundInnen und Dialoggruppen erreicht.

Der Kooperation der Weltläden mit thematisch nahestehenden Gruppen auf lokaler und regionaler Ebene kommt eine große Bedeutung zu.

#### **4.5. Die Produktpalette eines Weltladens entspricht einem klar definierten Umfang.**

Der Weltladen wählt Produkte, die aus Asien, Afrika und Lateinamerika stammen, nur aus dem Sortiment der anerkannten Lieferanten für Weltläden aus.

Dazu veröffentlicht die ARGE Weltläden jährlich die gültige Version des Lieferantenkatalogs für Weltläden.

Der Weltladen kann bis zu maximal 4% des Nettoumsatzes unter Einhaltung obiger Kriterien selbst importieren.

Der Weltladen kann so genannte Ergänzungsprodukte anbieten. Dies sind Produkte, deren Hauptrohstoffe nicht von HandelspartnerInnen in Afrika, Asien und Lateinamerika stammen.

Ein möglichst geringer Anteil an Ergänzungsprodukten ist anzustreben. Der inhaltliche Zusammenhang zur Arbeit des Weltladens – dem Fachgeschäft für Fairen Handel – muss klar erkennbar sein. Für die Ergänzungsprodukte gelten ebenfalls die obigen Kriterien.

---

Für die gemeinsame Interessensvertretung der Weltläden bzw. die Kooperation mit ProduzentInnenorganisationen und Importorganisationen steht in Österreich die ARGE WELTLÄDEN.

WELTLÄDEN, die obige Kriterien erfüllen, sind eingeladen, sich in der ARGE WELTLÄDEN zu organisieren und aktiv mitzuarbeiten.

Der Erhalt oder der Entzug des Weltladenlogos ist direkt an obige Kriterien gebunden.

