



NEUER STOFF

VON DER BAUMWOLLE BIS ZUM FERTIGEN PRODUKT –
FAIRTRADE FÜR DIE GANZE LIEFERKETTE



FAIRTRADE
DEUTSCHLAND

INHALT

VORWORT / GRUSSWORT	S 02-03
WAS IST FAIRTRADE / HINTERGRUND: BAUMWOLLE	S 04-05
MESSBARE HILFE FÜR BAUMWOLLBAUERN / ZWEI ANSÄTZE: FAIRTRADE COTTON UND DAS FAIRTRADE-BAUMWOLLPROGRAMM	S 06-07
DIE PRODUZENTEN IM MITTELPUNKT	S 08-09
FAIRTRADE IN DER TEXTILLIEFERKETTE	S 10-11
EIN UMFASSENDE ANSATZ FÜR FAIRNESS IN DER GESAMTEN TEXTILINDUSTRIE / KERNPUNKTE DES TEXTILSTANDARDS	S 12-13
EIN GANZHEITLICHER ANSATZ MIT PROGRAMM	S 14-15
DER MARKT FÜR NACHHALTIGKEIT / KLIMANEUTRAL WERDEN – MIT FAIRTRADE	S 16-17
DIE ÖFFENTLICHE HAND SETZT AUF FAIRTRADE	S 18
FAIR FASHION – ALS THEMA BEI FAIRTRADE-KAMPAGNEN / KLEIDUNG – EIN WEGWERFARTIKEL?	S 19

VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

Kleidung ist unser engster Begleiter im Alltag: Tag für Tag, egal ob modisch, gemütlich oder funktional. Doch auch wenn wir so eng mit dem Thema Textilien verbunden sind, setzen sich die wenigsten mit ihrer Herstellung auseinander. Schon seit 2007 – mit der Einführung von Fairtrade-Baumwolle in Deutschland – bieten wir Verbraucherinnen und Verbrauchern eine bessere Alternative beim Einkauf von Textilien. Damals war „Fair Fashion“ im Einkaufsalldag und im Bewusstsein der Menschen wenig präsent. Der Einsturz der Textilfabrik im Jahr 2013 in Rana Plaza in Bangladesch hat viel Aufmerksamkeit auf das Thema gezogen. Seither wurde medial viel über die problematischen Bedingungen in der globalen Textilindustrie berichtet und auch Konsumenten sind sich grundsätzlich über die schwierige Situation von Beschäftigten in den Produktionsstätten bewusst. Nach wie vor sind die Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie für die Arbeiterinnen und -arbeiter vor Ort unbefriedigend und Baumwollproduzenten leiden weiter unter Preisschwankungen und den Folgen des Klimawandels, die es ihnen schwer machen allein vom Baumwollanbau zu leben. Und auch die Zahlen zeigen, dass der große Trend zur fairen Mode bisher ausgeblieben ist.

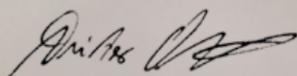
Seit der Einführung von Fairtrade-Baumwolle beschäftigt sich Fairtrade mit der Frage, wie man den Fairtrade-Ansatz auf die gesamte Wertschöpfungskette von Textilien ausweiten könnte. Hier setzt Fairtrade seit diesem Jahr mit einem neuen Textilstandard und begleitendem Unterstützungsprogramm an. Wir bieten Unternehmen damit verschiedene Möglichkeiten, ihre Lieferketten komplett oder Stück für Stück nachhaltig zu gestalten. Dadurch können wir die Situation für die Baumwollbauern, die am Anfang der Lieferkette stehen und für die vielen weiteren Menschen, die in der Textilproduktion eine Beschäftigung finden, positiv beeinflussen. Unternehmen haben die Chance gemeinsam mit Fairtrade Verantwortung für die Menschen in ihren Lieferketten zu übernehmen.

Der neue Textilstandard und das begleitende Programm betrachten dabei die gesamte Produktions- und Lieferkette von Textilien in ihrer Komplexität. Die Ziele sind anspruchsvoll und erfordern großes Engagement von Unternehmen und Transparenz innerhalb der Lieferketten: Durch umfassende Schulungsmaßnahmen und die schrittweise Anhebung der Löhne auf ein existenzsicherndes Niveau sollen deutliche Verbesserungen für die Beschäftigten erreicht werden. Erste Partner, die sich mit Fairtrade auf dem Weg machen ihre Lieferketten nachhaltig zu gestalten, werden diesen Sommer auf der Ethical Fashion Show in Berlin vorgestellt. Nur gemeinsam mit Unternehmen, die bereit sind Verantwortung zu übernehmen und Veränderungen zuzulassen, können wir etwas an den prekären Verhältnissen in der Textilindustrie verändern.

Mit dieser Broschüre möchten wir Ihnen einen Gesamteindruck über das Engagement von Fairtrade in den unterschiedlichen Bereichen der Textilproduktion geben und wie Sie sich als Unternehmen oder Verbraucher engagieren können. Wir zeigen die unterschiedlichen Ansätze und ihre Inhalte auf und berichten über die Hintergründe der Baumwoll- und Textilproduktion.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre!

Ihr



Dieter Overath
Geschäftsführender Vorstandsvorsitzender TransFair e. V.



Foto: © Hanna Witte



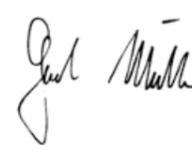
Foto: © Bundesregierung / Kugler

GRUSSWORT

Keiner von uns möchte Kleidung tragen, bei deren Herstellung Mensch oder Natur ausgebeutet werden. Aus diesem Grund brauchen wir grundlegende Veränderungen. Mit dem vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung initiierten Bündnis für nachhaltige Textilien erreichen wir gemeinsam mit der Wirtschaft, den Gewerkschaften und der Zivilgesellschaft Verbesserungen in der Textil- und Bekleidungsbranche. Unser gemeinsames Ziel ist es, Mindeststandards entlang der kompletten Lieferkette vom Baumwollfeld bis zum Bügel zu gewährleisten.

Die international erfolgreiche Fairtrade-Bewegung ist einer der wichtigsten Akteure: sie setzt Maßstäbe für die Herstellung von Textilien und sie sensibilisiert Verbraucherinnen und Verbraucher für wichtige entwicklungspolitische Ziele. Und die Bewegung zeigt Wirkung: die Nachfrage nach Produkten, die unter fairen Bedingungen produziert wurden, steigt kontinuierlich. Wir freuen uns über jedes Unternehmen, das erkennt: verantwortliches Wirtschaften lässt kein Öko- und Sozialdumping in der Lieferkette zu. Fairtrade kann hier einen guten Weg weisen, den wir gerne weiter gemeinsam gehen.

Ihr



Dr. Gerd Müller
Bundesminister für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

**GESCHÄTZT
350 MILLIONEN
MENSCHEN**
ARBEITEN WELTWEIT IN DER
BAUMWOLLHERSTELLUNG



**19 FAIRTRADE-BAUMWOLL-
PRODUZENTENORGANISATIONEN
REPRÄSENTIEREN
44.200 MENSCHEN**



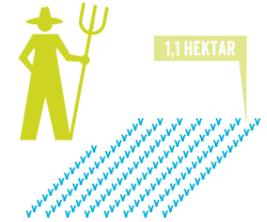
IN 8 LÄNDERN

**81 PROZENT
DER WELTWEIT ANGEBAUTEN
BAUMWOLLPFLANZEN**



**WAREN 2012
GENTECHNISCH MODIFIZIERT**

**DIE DURCHSCHNITTLICHE
ANBAUFLÄCHE JE
FAIRTRADE-BAUMWOLLBAUER BETRÄGT
1,1 HEKTAR**



**RUND
30 MILLIONEN
MENSCHEN**
ARBEITEN WELTWEIT IN DER
TEXTILINDUSTRIE



**EIN T-SHIRT REIST ZWISCHEN
18.000 UND
50.000 KM**
(EINE ERDUMRUNDUNG SIND 40.000 KM)



BIS ZU SEINER FERTIGSTELLUNG

**80-90 %
DER BESCHÄFTIGTEN
SIND FRAUEN**



**RUND 2.720
LITER WASSER WERDEN
FÜR DIE PRODUKTION**



**EINES T-SHIRTS
BENÖTIGT**

WAS IST FAIRTRADE?

Fairtrade verbindet Konsumentinnen und Konsumenten, Unternehmen und Produzentenorganisationen und verändert Handel(n) durch bessere Preise für Kleinbauernfamilien, sowie menschenwürdige Arbeitsbedingungen für Beschäftigte auf Plantagen in Entwicklungs- und Schwellenländern.

Als ethisches und soziales Zertifizierungssystem stellt Fairtrade soziale, ökologische und ökonomische Fortschritte sicher. Fairtrade setzt auf klar definierte Regeln und einen transparenten Zertifizierungsprozess. Rund 1,6 Millionen Menschen – Bäuerinnen und Bauern sowie immer mehr Lohnarbeiterinnen und Lohnarbeiter auf Plantagen und bald auch in Textilfabriken – profitieren von Fairtrade, einer Partnerschaft auf Augenhöhe. Verbraucherinnen und Verbrauchern zeigt das Siegel, dass bei der Herstellung der Produkte klare soziale, ökologische und ökonomische Kriterien eingehalten wurden.

Globale Organisation

Hinter Fairtrade stehen verschiedene Organisationen. Die Dachorganisation Fairtrade International hat 37 Mitglieder: 25 nationale Fairtrade-Organisationen (NFO), drei Produzentennetzwerke sowie neun Fairtrade-Marketingorganisationen, die neue Märkte entwickeln. Zentrales Organ ist der Vorstand von Fairtrade International, der die Strategie beschließt und Mindestpreise ebenso festlegt wie Prämien und Standards. Die Produzenten selber haben 50 Prozent Stimmrecht. Über die Einhaltung der Standards bei den Produzenten und im Handel wacht FLOCERT, ein international anerkannter Spezialist für Zertifizierung.

Internationale Standards

Fairtrade-Produkte werden nach international definierten Standards angebaut und gehandelt. Diese Standards sind für Kleinbauernorganisationen ebenso verbindlich wie für Plantagen und Handelsunternehmen entlang der Wertschöpfungskette.

Die Standards haben soziale, ökologische und ökonomische Inhalte:

- **Sozial:** In Kooperativen werden demokratische Gemeinschaften gefördert, auf Plantagen gewerkschaftliche Organisation ermöglicht. Daneben gibt es unter anderem geregelte Arbeitsbedingungen, das Verbot ausbeuterischer Kinderarbeit und ein Diskriminierungsverbot.
- **Ökologisch:** Von Anfang an müssen Fairtrade-Produkte umweltschonend und unter Schutz natürlicher Ressourcen angebaut werden. Daher sind gefährliche Pestizide verboten. Auch gentechnisch verändertes Saatgut ist bei Fairtrade ausgeschlossen.

Bio-Anbau hingegen wird zusätzlich unterstützt. Fast 80 % der Produkte tragen ein Bio-Zertifikat.

- **Ökonomisch:** Bezahlung von festen Fairtrade-Mindestpreisen und Prämien mit nachgewiesenem Geldfluss. Produzenten profitieren von einer Vorfinanzierung. Es gibt klare Richtlinien zum Einsatz des Siegels im Handel und transparente Handelsbeziehungen.

Fairtrade wirkt

Fairtrade zielt darauf ab, einen bedeutenden Beitrag zur Entwicklung zu leisten und das Leben von Menschen zu verbessern, die an der Produktion von Rohstoffen und zertifizierten Produkten beteiligt sind. Hierbei hat Fairtrade viele messbare Effekte¹ erreicht:

- Die Einkommenssituation und die finanzielle Stabilität für Kleinbauernfamilien haben sich merklich verbessert, was auch Investitionen in Produktivität und Qualität ermöglicht.
- Durch gestärkte Organisation in demokratischen Strukturen haben Menschen in Fairtrade-Betrieben an Selbstbestimmung gewonnen und Verantwortung übernommen. Durch vereintes Auftreten in Kooperativen gewinnen Kleinbauern eine bessere Verhandlungsposition – und Arbeiter erhalten nach Zusammenschluss in Arbeitergremien Einfluss auf die Vergabe von Prämienmitteln.
- Fairtrade führt zu verbesserten Arbeitsbedingungen bei Überstunden, Urlaub, Bezahlung, Gesundheitsschutz und mehr.
- Die natürlichen Ressourcen werden geschützt und durch die Förderung im Fairtrade-System spielt auch der Anbau von Bio-Produkten eine größere Rolle.

Erkennbare Siegel

In Deutschland sind inzwischen mehr als 3.000 Produkte in 42.000 Geschäften mit dem Fairtrade-Siegel ausgezeichnet. Das klassische Fairtrade-Siegel findet sich etwa auf Kaffee, Tee, Bananen, Blumen, Fruchtsaft, Gewürzen, Honig, Kakao, Schokolade und Reis. Daneben gibt es spezielle Siegel für Baumwolle, Gold, Kosmetik und Textilien. Mit optionalen Programmsiegeln kennzeichnen Hersteller, dass sie Fairtrade-Rohstoffe einkaufen, diese aber punktuell zur Herstellung einer Vielfalt an Produkten nutzen.

HINTERGRUND: BAUMWOLLE

Baumwolle ist die älteste Handelspflanze der Welt und liefert einen der wichtigsten Faserrohstoffe der Textilindustrie. Die Baumwollpflanze wächst in warmen Regionen ohne Frostgefahr. Sie braucht viel Feuchtigkeit und Wärme. Der Anbau ist sehr wasserintensiv. Die Knospen bestehen aus Fasern und ölhaltigen Kernen. In Entkernungsfabriken werden diese beiden Bestandteile getrennt.

Die Kerne liefern Speiseöl oder Öl für Seifen, während die Fasern den Rohstoff für Textilien bilden. Zuerst wird die Rohfaser zu einem Garn gesponnen, teilweise auch bereits gefärbt. Darauf folgt das Weben oder Stricken, die Nassveredelung und am Ende dann das Konfektionieren zu Kleidungsstücken – ehe das fertige Textil den Konsumenten über den Handel erreicht, legt dieses viele tausend Kilometer zurück.



Fakten zur Baumwolle

- **Baumwolle wird in mehr als 100 Ländern auf etwa 2,5 Prozent der weltweit verfügbaren Agrarfläche angebaut**
- **Der Anteil von Baumwollfasern in der Textilproduktion ging zwischen 2008 und 2013 von 38,5 Prozent auf 31,8 Prozent zurück**
- **Geschätzt 350 Millionen Menschen arbeiten weltweit in der Baumwollherstellung**
- **81 Prozent der weltweit angebauten Baumwollpflanzen waren 2012 gentechnisch modifiziert**

Fakten zu Fairtrade-Baumwolle

- **Fairtrade-Baumwolle kommt aus acht Ländern: Ägypten, Burkina Faso, Indien, Kirgistan, Tadjikistan, Mali, Uganda und Senegal**
- **44.200 Kleinbauern arbeiteten 2015 in der Fairtrade-Baumwollproduktion**
- **73 Prozent der Bauern haben eine Bio-Zertifizierung (2015)**
- **In 2015 kommen von den insgesamt 19 Produzentengruppen 11 Gruppen aus Asien und 8 aus Afrika**
- **Der durchschnittliche Fairtrade-Baumwollbauer kultiviert 1,1 Hektar Land**

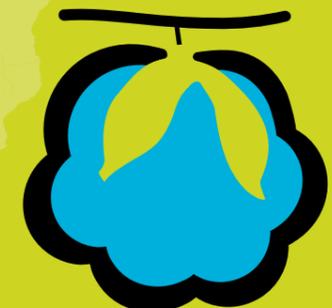




Foto: © Sean Hawkey

MESSBARE HILFE FÜR BAUMWOLLBAUERN

2014 beauftragte Fairtrade International die AidEnvironment damit, Baumwollbauern in Westafrika über ihre Fortschritte zu befragen.¹ 2015 interviewten Forscher des Gujarat Institute of Development Research indische Baumwollproduzenten.² Die Ergebnisse sprechen klar für den Nutzen von Fairtrade: Farmer haben deutlich besseren Zugang zu beruflichen Trainings- und Fortbildungsangeboten und werden auch über Kinderrechte deutlich besser aufgeklärt. Anbieter von Fairtrade-Bio-Baumwolle hatten den besten Marktzugang und damit auch bessere Absatzchancen. Besonders positiv bewertet wird in Afrika auch die Einflussmöglichkeit einzelner Bauern in ihren Kooperativen, wenn es um den Einsatz der Fairtrade-Prämie für gemeinschaftliche Investitionen geht.

Allerdings ist das System noch lange nicht perfekt: Sowohl in Indien als auch in Westafrika gibt es den dringenden Bedarf, mehr Baumwolle unter Fairtrade-Bedingungen abzusetzen. Besonders in Afrika, wo Baumwolle als „Cash Crop“ eine Schlüsselrolle in der Armutsbekämpfung spielt, ist es schwierig für die Baumwollkleinbauern faire Preise für ihre Ware zu erzielen.

MEHR FAIRNESS IN DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Ein Blick auf die globalen Wertschöpfungsketten macht deutlich, wie ungleich die Macht zwischen Produzenten, Handelskonzernen, Markenherstellern und Einzelhändlern verteilt ist. Während weltweit 2,5 Milliarden Bauern und Arbeitskräfte für die Rohstoffbeschaffung sorgen, sind es laut einer Studie von 2014³ gerade mal fünf Einzelhändler, die in Europa 50 Prozent des Marktes beherrschen. Genau diese Machtkonzentration führt dazu, dass die Großabnehmer die Handelsbedingungen diktieren. Um die eigene Marktposition zu stärken, geben sie den Preis- und Kostendruck entlang der Lieferkette weiter und üben so massiven Druck auf Lieferanten und Produzenten aus. Dies hat immense negative Auswirkungen auf die Menschen, die am Anfang der Lieferkette stehen. Das gilt auch für die Textil- und Baumwollproduktion. In der Studie Power in West African Supply Chains⁴ wird besonders deutlich, wie wenig die Baumwollbauern über ihr Schicksal im Fadenkreuz der Klimaschwankungen, Subventionen von großen Baumwollländern, mächtigen Großhändlern und neuerdings auch von Spekulanten bestimmen können.

Auf den Feldern in Afrika und Asien ist Kinderarbeit weit verbreitet. Viele der rund 30 Millionen Menschen, die an den verschiedenen Verarbeitungsprozessen der Baumwolle beteiligt sind, arbeiten für karge Löhne unter menschenunwürdigen Bedingungen, ohne ausreichenden Arbeitsschutz und in Unwissenheit ihrer Rechte. Zudem wird der Baumwollpreis durch Subventionen der nördlichen Produktionsländer künstlich tief gehalten – zum Nachteil der Produzenten im Süden, die ohne zusätzliche Leistung aus öffentlichen Mitteln auskommen müssen. Der Fairtrade-Standard für Baumwolle hilft, diese Bedingungen zu verbessern:

- **Partnerschaft auf Augenhöhe:** Die Baumwollbauern organisieren sich demokratisch und stärken so ihre Verhandlungsposition.
- **Mindestpreise:** Der Fairtrade-Mindestpreis dient als Sicherheitsnetz gegen Schwankungen auf dem Weltmarkt und deckt die Kosten einer nachhaltigen Produktion. Liegt der Weltmarktpreis höher, geht der Fairtrade-Preis mit.
- **Zukunft gestalten:** Die zusätzliche Zahlung der Fairtrade-Prämie für Soziales, Infrastruktur und Bildung ermöglicht z. B. den Bau von Schulen und Gesundheitszentren, oder auch die Versorgung der Gemeinschaften mit Wasser oder den Erhalt von alten Saatgütern.
- **Mitbestimmung:** Im Fairtrade-System haben die Produzentenorganisationen in allen Entscheidungsgremien 50 Prozent der Stimmen und gestalten den fairen Handel somit aktiv mit.
- **Strenge Umweltrichtlinien:** Umweltschonende Anbauweise wird gefördert und Zuschläge für Bio-Anbau bezahlt. Gentechnikverändertes Saatgut ist verboten.
- **Externe Kontrolle:** Die Einhaltung der Standards entlang der Lieferkette wird extern durch das unabhängige Unternehmen FLOCERT kontrolliert. FLOCERT ist bei allen Fairtrade-Ansätzen für Kontrollen und Zertifizierung zuständig.
- **Unterstützung vor Ort:** Der Beratungsservice der kontinentalen Produzentennetzwerke unterstützt die Kleinbauern durch Fortbildungen und Schulungen.

ZWEI ANSÄTZE: FAIRTRADE COTTON UND DAS FAIRTRADE-BAUMWOLLPROGRAMM

Fairtrade bietet Unternehmen mehrere Möglichkeiten, ihre Ressourcenbeschaffung nachhaltig zu gestalten.

1. DAS FAIRTRADE COTTON SIEGEL:



Das Fairtrade-Siegel für Baumwolle steht für Rohbaumwolle, die fair angebaut und gehandelt wurde. Die Baumwolle in Textilien, die dieses Siegel tragen, ist zu 100 Prozent Fairtrade-zertifiziert.

Der Weg der im Endprodukt verarbeiteten Rohbaumwolle ist direkt bis zum Ursprung zurück verfolgbar. Das heißt, die fair gehandelte Baumwolle kann in jeder Phase der Produktion und Verarbeitung von konventioneller Baumwolle getrennt weiterverarbeitet werden. Das Baumwoll-Siegel findet man beispielsweise auf Kleidungsstücken, Geschirr- und Handtüchern, Bettwäsche, Berufskleidung oder auch Taschen.

2. FAIRTRADE-BAUMWOLLPROGRAMM:



Beim Fairtrade-Baumwollprogramm verpflichten sich Unternehmen im Rahmen ihrer nachhaltigen Beschaffungs-

strategie, einen bestimmten Anteil der für die Produktion benötigten Baumwolle in Fairtrade-Qualität einzukaufen und diese Menge schrittweise zu steigern. Im Unterschied zum klassischen Fairtrade-Siegel geht es hier um faire Rohstoffeinkauf und nicht um die Zusammensetzung und Zertifizierung einzelner Produkte. Die Firmen können die Fairtrade-Baumwolle nach Bedarf mit anderer Baumwolle oder anderen Fasern mischen und sind nicht verpflichtet, die faire Baumwolle bis zum Endprodukt zurückzuverfolgen. Dank dieses Modells haben Unternehmen die Möglichkeit ihr Engagement glaubhaft zu kommunizieren – und das Leben von tausenden Baumwollbauern zu verbessern. Mehrere Firmen nehmen mittlerweile an dem Programm teil und tragen dazu bei, die Absätze an Fairtrade-Baumwolle kontinuierlich zu steigern.

SICHERHEIT UND TRANSPARENZ DURCH FLOCERT

FLOCERT ist die weltweit tätige Zertifizierungsorganisation, die die Fairtrade-Zertifizierungen vornimmt. Mit 100 Mitarbeitern weltweit stellt das Unternehmen durch regelmäßige Überprüfungen die Einhaltung der Fairtrade-Standards sicher. FLOCERTs Zertifizierungssystem erfüllt die hohen internationalen Qualitätsstandards gemäß ISO 17065, was regelmäßig durch die Deutsche Akkreditierungsstelle DAkkS bestätigt wird.

RÜCKVERFOLGUNG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Mit Fairtrade hat FLOCERT speziell für das Fairtrade Baumwollprogramm und für Textil-Unternehmen eine innovative Möglichkeit entwickelt, Transparenz zu schaffen. Mit der Online-Plattform lässt sich die Wertschöpfungskette vom fertigen Produkt über die einzelnen Stationen der Herstellung bis hin zur Herkunft der Baumwolle problemlos zurückverfolgen.

¹ http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2016-03_Aidenvironment_baseline_cotton_West_Africa_ENGLISH.pdf

² http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2011_Fairtrade_Cotton_Assessing_Impact_in_Mali_Senegal_Cameroon_and_India_main_report.pdf

³ <https://www.fairtrade-deutschland.de/service/newsroom/news/details/whos-got-the-power-119.html>

⁴ <http://www.fairtrade-advocacy.org/images/Power%20in%20West%20African%20cotton%20supply%20chains.pdf>

FLOCERT-Audit bei einem Baumwollproduzenten.

Foto: © FLOCERT



Foto: © Anand Parmar

DIE PRODUZENTEN IM MITTELPUNKT

Der faire Handel ist viel mehr als ein Zertifizierungssystem mit festem Mindestpreis oder einer Prämie: Integraler Bestandteil des Fairtrade Systems ist die Begleitung und Unterstützung vor Ort durch die lokalen Produzentennetzwerke – diese bieten Zusatzangebote, Trainings und Schulungen, die Bauern bei ihrer Entwicklung ganz konkret helfen.

Unterstützung für die Menschen dort, wo sie leben und arbeiten – das ist eines der Kernangebote des Fairtrade-Systems. Der Ansatz geht weit über rein ökonomische Aspekte hinaus. Das internationale Fairtrade-System ist darauf ausgelegt, die Fähigkeiten und die Partizipation insbesondere kleiner Produzenten- und Arbeiterorganisationen zu stärken. Diejenigen, die den Schwankungen des Weltmarkts bislang am ehesten ausgeliefert sind, finden hier eine Chance, an nachhaltiger Entwicklung teilzuhaben.

VIELE ANGBOTE FÜR BAUERN UND ARBEITER

Die Producer Services and Relations Units, die den Produzentennetzwerken in Asien, Lateinamerika und Afrika angehören, unterstützen Kleinbauerngruppen und Arbeiterorganisationen unter anderem mit:

- Einer Vielfalt an kontinuierlichen Trainingsangeboten in den lokalen Sprachen, beispielsweise zu Themen wie Organisationsentwicklung, Geschäftsplanung, Umweltschutz, Prävention von ausbeuterischer Kinderarbeit
- Hilfestellung und Aufklärung zu den Anforderungen einer Fairtrade-Zertifizierung
- Kontaktherstellung zu Käufern sowie neuen Marktzugängen
- Unterstützung bei der Teilhabe an Beratungen zu Standards und Preisen
- Hilfe bei der Bekämpfung von Insektenbefall, Ersatz von chemischem Dünger durch organische Alternativen oder auch Beratung bei dem korrekten Einsatz von zugelassenen Pestiziden
- Hilfe bei der Entwicklung von Netzwerken und Partnerschaften

EINE NICHE FÜR BIO OHNE GENTECHNIK – AGROCEL IN INDIEN

Im nordwestlichen Bundesstaat Gujarat an der Grenze zu Pakistan lebt Lata gemeinsam mit ihrer Familie. Auf einem kleinen Grundstück baut sie zusammen mit ihrem Mann Baumwolle an. Sie haben sich der Vereinigung „Agrocel Pure & Fair Cotton Growers' Association“ angeschlossen. Seitdem profitieren sie vom fairen Handel. Wie alle Mitglieder bei Agrocel zählen sie zu den Kleinbauernfamilien, die ihre Baumwolle nicht nur unter Fairtrade-Bedingungen, sondern auch Bio-zertifiziert anbauen. Gentechnisch modifiziertes Saatgut ist hierbei ausgeschlossen – in Indien ein Ausnahmefall.

Shailesh Patel ist Projekt-Manager für die Region Kutch und nennt einige der vielen Vorteile, die Fairtrade Lata und den anderen Mitgliedern bietet: „Neben der Unterstützung bei der Umstellung auf Bio-Anbau profitieren die Kleinbauern von Agrocel von neu angeschafften Arbeitsgeräten, ebenso wie von der technischen Unterstützung zur Steigerung der Produktivität und Profitabilität beim Anbau ihrer Baumwolle“. Dank der zusätzlich gezahlten Fairtrade-Prämie konnten bereits viele Projekte bei der „Agrocel Pure & Fair Cotton Growers' Association“ realisiert werden. An erster Stelle stand der einhellige Wunsch aller Mitglieder, in die Gesundheitsvorsorge der Familien und Angehörigen zu investieren. Das Beispiel Agrocel zeigt auch, dass nachhaltige Entwicklung ganzer Organisationen gelingen kann: Ein Anbieter reiner Vertragsproduktion reifte in den vergangenen Jahren zu einer mündigen Kleinbauernorganisation heran – ganz im Sinne von Fairtrade.



Anup Kumar Singh bei einer Schulung für Baumwollproduzenten in Indien

QUALITÄT IM PRODUKT, QUALITÄT FÜRS GEMEINDELEBEN – US-GPC KÉDOUGOU, SENEGAL

Seit 2004 produzieren Baumwollbauern in der Region Kédougou, 702 Kilometer südöstlich von Dakar im Senegal, ihren Rohstoff nach den Fairtrade-Standard für Baumwolle. Hier ist Baumwolle das zweitwichtigste Agrarerzeugnis nach Erdnüssen. Lange Zeit waren die Kleinbauern den extremen Schwankungen des Marktpreises ausgeliefert, Zugang zu verarbeitenden Fabriken hatten sie nur über Mittelsmänner. Durch Fairtrade hat sich hier innerhalb eines Jahrzehnts Einiges getan. „Fairtrade ermöglicht es Kleinbauern, von ihrer Arbeit zu leben“, sagt Titambe Diallo, einer der Bauern aus dem Zusammenschluss. Die Bauern im Department Kédougou haben durch Fairtrade an ökonomischer Absicherung und an Wissen gewonnen, auch wenn der faire Handel für sie kein Automatismus ist. In manchen Jahren fehlt es an Nachfrage nach Fairtrade-Baumwolle. Dann sind die Bauern gezwungen, ihre Produkte höchster Qualität zu niedrigen Preisen abzusetzen. Doch alles in allem berichten die Bauern in Kédougou von vielen Fortschritten: „Es gibt keine Medizinmänner und Zaubersprüche mehr“, sagt die Bäuerin Kadiatou Diallo, „Fairtrade zeigt uns einen neuen Weg.“

Sie haben zudem gelernt, die Qualität ihrer Baumwolle durch geschicktes Säen und Pflegen der Pflanzen zu steigern. Sie haben demokratische Strukturen geschaffen und entscheiden nun gemeinsam, wofür die Fairtrade-Prämien genutzt werden. Die Investitionen können sich sehen lassen: Eine Schule wurde ausgestattet, eine Gesundheitsstation gebaut, eine Hebamme ausgebildet, ein Lautsprechersystem in einem Dorf installiert, das wichtige Nachrichten unter den Bewohnern verbreiten kann und auch eine Mühle wurde gekauft. Ein weiterer Effekt: Frauen haben deutlich an Einfluss gewonnen. Sie verdienen ihr eigenes Geld und haben Zugang zu Informationen. „Seit bei uns Fairtrade eingeführt wurde, sehen auch wir Frauen Vorteile: Wir sind gleichberechtigt neben Männern bei den Entscheidungen mit eingebunden“, N'gapere Diallo, Baumwollbäuerin, Segou Village.

„DA SICH FAIRTRADE OFT AN KLEINBAUERN IN BESONDERS VERLETZLICHEN SITUATIONEN RICHTET, IST DIE UNTERSTÜTZUNG VOR ORT ENTSCHEIDEND, UM PROBLEME ZU MEISTERN UND IHRE LEBENSGRUNDLAGE ZU SICHERN. DAS ZIEL UNSERER UNTERSTÜTZUNG IST ES LETZTLICH IMMER, BAUERN DABEI ZU HELFEN, IHR EIGENES LEBEN, DAS IHRER FAMILIEN UND GEMEINDEN POSITIV VORANZUTREIBEN. DAS MACHEN WIR AUF VIELEN VERSCHIEDENEN EBENEN, WIE DIE BERATUNG BEIM BAUMWOLLANBAU, DIE STÄRKUNG DER BAUERN ALS SELBSTBESTIMMTE ORGANISATION, ABER AUCH DIE SCHAFFUNG VON STRUKTUREN ZUR AKTIVEN PRÄVENTION VON KINDERARBEIT. FÜR SEHR KLEINE BAUERN IST DIESE UNTERSTÜTZUNG WICHTIG, DA SIE KLASSISCHERWEISE OHNE ZUSAMMENSCHLÜSSE ARBEITEN UND NICHT VON DEN POSITIVEN WIRKUNGEN KOLLEKTIVER AKTIONEN PROFITIEREN. IN INDIEN ETWA FEHLT ES BEI VIELEN KLEINBAUERN AN KOLLEKTIVEN ORGANISATIONEN. HIER HILFT FAIRTRADE DEN BAUERN, ALS VERTRAGSPRODUZENTEN EIN MINDESTMASS AN GEMEINSAMER ORGANISATION AUF DIE BEINE ZU STELLEN UND EIN SOLIDES, UNABHÄNGIGES LANDWIRTSCHAFTLICHES UNTERNEHMEN AUFZUBAUEN.“

Anup Kumar Singh, Global Product Manager Baumwolle, Fairtrade International



Viele Menschen der Kooperative Kédougou profitieren von Fairtrade, wie zum Beispiel die Kinder des Dorfs Ndebou, deren Schulgebäude mit der Fairtrade-Prämie finanziert wurde.

Foto: © Stefan Lechner



Fairtrade unterstützt Baumwollkleinbauern auch durch Trainings, wie bei der Kooperative Rwenzori in Uganda.

Foto: © Anup Singh / Fairtrade International

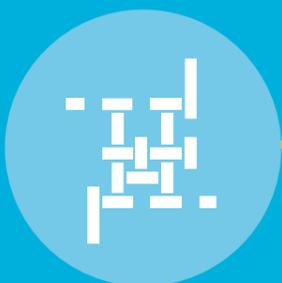


VOM VERTRAGSANBAU ZUR EIGENSTÄNDIGEN KOOPERATIVE

Fairtrade-Produzentenkooperationen sind meist kleine Familienbetriebe, die sich in Kooperativen zusammen schließen oder Organisationen, die den Bäuerinnen und Bauern gehören und die demokratisch geführt werden. Einzig in Indien und Pakistan gibt es einige Bauern-Gemeinschaften, die nicht in Kooperativen organisiert sind. Sie geben ihre Baumwolle weiter an ein Unternehmen, das die Baumwolle für sie weiterverkauft und das sich ebenfalls an die Fairtrade-Standards halten muss. Dieses Unternehmen ist dazu verpflichtet, den Mehrerlös, der mit dem Verkauf der Fairtrade-Baumwolle erzielt wurde, an die Bauern und Bäuerinnen weiterzugeben. Ziel ist es, dass diese Bauern langfristig durch die Unterstützung von Fairtrade eigene selbständige Kooperativen gründen können, wie bereits bei der Kooperative Agrocel erfolgt.

Foto: © Vipul Kulkarni / Fairtrade Österreich

FAIRTRADE IN DER TEXTILLIEFERKETTE



NACHHALTIGE FASER



ENTKÖRNEN



SPINNEN



STRICKEN/ WEBEN



NASSVEREDELN



KONFEKTIONIEREN



MARKE

PRODUKTIONS- VORGÄNGE

Fairtrade-Baumwolle wird per Hand angebaut und geerntet. Die Bauern liefern die Baumwollblüten über die Kooperative an die Entkörnungsfabriken. Die Baumwolle braucht rund 8 Monate zum Wachsen und wird einmal im Jahr geerntet.

In den Entkörnungsbetrieben trennen Maschinen die Samen und Fasern voneinander für die Weiterverarbeitung. Die Kerne liefern Speiseöl oder Öl für Seifen, die Fasern den Rohstoff für Textilien.

In der Spinnerei verarbeiten Arbeiter und Maschine die Baumwollfaser zu Garnen unterschiedlichster Art.

Verschiedene Betriebe verarbeiten die Garne zu Webware wie z.B. für eine Jeans oder zu Strickware erforderlich für T-Shirts und viele andere Oberbekleidungsstücke.

Die Stoffe werden gefärbt, gedruckt und veredelt.

In diesem Schritt werden die Stoffe von den Näherinnen und Nähern zugeschnitten, zusammen genäht, gebügelt, gefaltet bis ein fertiges Kleidungsstück entsteht.

Das Produkt ist fertig und wird von der jeweiligen Marke in den Verkauf gestellt.

WAS SCHREIBEN DIE FAIRTRADE-STANDARDS VOR?

FAIRTRADE COTTON

Link zum Standard:
http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/generic-standards/FibreCrops_SPO_EN.pdf

Unter anderem steht der Standard für:
Stabile Mindestpreise und zusätzliche Fairtrade-Prämie, verbesserte Arbeitsbedingungen und demokratische Organisation, Verbot von ausbeuterischer Kinderarbeit, Verbot von Gentechnik, umweltschonende Produktionsweise

Nachweis über Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen erforderlich.
Die Fairtrade-Baumwolle wird getrennt verarbeitet.

Nachweis über Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen erforderlich.
Baumwolle wird getrennt verarbeitet.

Keine Vorgaben für die Verarbeitung der Baumwolle.

Kommunikation über das Fairtrade Cotton Siegel am Produkt.

Kommunikation über das Fairtrade-Baumwollprogramm Siegel auf Unternehmensebene.



FAIRTRADE- TEXTILSTANDARD

Link zum Standard:
www.fairtrade.net/textile-standard

Die verarbeitete Faser muss Fairtrade-Baumwolle oder eine andere nachhaltige Faser sein, die von Fairtrade anerkannt wird.

Unter anderem steht der Standard für:
Einhaltung der ILO Kernarbeitsnormen, feste Zeitvorgabe zur Erreichung von existenzsichernden Löhnen, Vorgaben für faire Einkaufspraktiken an Unternehmen, umweltschonende Produktion.

Kennzeichnung erlaubt, wenn alle Schritte nach dem Standard zertifiziert sind. Hinweis ob das Produkt aus einer Lieferkette stammt, in der existenzsichernde Löhne bereits erreicht wurden oder ob existenzsichernde Löhne noch gemäß dem Zeitrahmen von sechs Jahren in Arbeit sind.



FAIRTRADE- TEXTILPROGRAMM

Unterstützungsprogramm für die Fabriken vor Ort
Gezielte Trainings für die Bereiche Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz; Stärkung der Arbeitnehmer; Existenzsichernde Löhne; Effizienz & Steigerung der Produktivität. Das Programm steht auch Unternehmen zur Verfügung, die (noch) nicht Teil des Fairtrade-Systems oder einer Fairtrade-Lieferkette sind.



Foto: © Anand Parmar

EIN UMFASSENDE ANSATZ FÜR FAIRNESS IN DER GESAMTEN TEXTILINDUSTRIE

Fairtrade hat einen neuen Textilstandard eingeführt, um Arbeiterinnen und Arbeiter zu stärken, höhere Löhne zu erreichen und die industriellen Arbeitsbedingungen positiv zu beeinflussen. Der neue Ansatz bietet die bewährten Kontrollen und Zertifizierungen des Fairtrade Systems und zusätzlich ein begleitendes Textilprogramm, das Fabriken den Einstieg in fairere Arbeitsbedingungen erleichtert und sie bei der Umsetzung unterstützt.

Es ist ein Meilenstein: Elf Jahre nach Einführung von Fairtrade-Baumwolle im Jahr 2005 ist es heute möglich, die Produktion in der gesamten Textil-Lieferkette unter Fairtrade-Bedingungen zu zertifizieren. Vorausgegangen war ein Beratungsprozess, an dem sich etwa 50 Organisationen beteiligten – Nichtregierungsorganisationen, Standard-Setzer, Sozialinitiativen sowie Unternehmen, die bereits mit Fairtrade-Baumwolle arbeiten. Der neue Standard basiert auf den etablierten Fairtrade-Standards für lohnabhängig Beschäftigte sowie auf den Kernarbeitsnormen der Internationale Arbeitsorganisation (ILO). Beteiligt sind auch die Arbeiter: In den zertifizierten Fabriken bilden sie Compliance-Komitees, die aktiv an der Umsetzung des Standards mitwirken.

„DIE FAIRTRADE TEXTILE ADVISORY GROUP – KURZ TAG – SETZT SICH AUS UNABHÄNGIGEN EXPERTEN VON NICHTREGIERUNGS-ORGANISATIONEN, BAUMWOLLPRODUZENTEN, ANDEREN STANDARD-ORGANISATIONEN UND SOZIALEN INITIATIVEN, VERTRETERN AUS WIRTSCHAFT UND UNIVERSITÄTEN UND FAIRTRADE-MITARBEITERN ZUSAMMEN. DIE EXPERTENRUNDE HAT UNS AUF DEM WEG ZUM TEXTIL-STANDARD REGELMÄSSIG BERATEN UND DIE UNTERSCHIEDLICHEN BLICKWINKEL UND DIE KONSTRUKTIVE KRITIK WAREN WERTVOLLER INPUT BEI DER ENTWICKLUNG DES STANDARDS UND DES TEXTILPROGRAMMS.“

Rossitza Krüger, Textiles Manager
Fairtrade International



Foto: © Fairtrade International

TEAMWORK – 50 ORGANISATIONEN WAREN BEI DER ENTWICKLUNG BETEILIGT

„DURCH DEN NEUEN STANDARD KANN ES GELINGEN, DEM SPANNUNGSFELD ZWISCHEN EINEM GROSSEN EINFLUSS IN DEN PRODUKTIONS-LÄNDERN, DER BENUTZBARKEIT FÜR UNTERNEHMEN UND DER SCHAFFUNG VON TRANSPARENZ FÜR VERBRAUCHERINNEN UND VERBRAUCHER GERECHT ZU WERDEN. DIES LEISTET EINEN BEITRAG ZU GLOBALER GERECHTIGKEIT UND DER ERREICHUNG DER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNGSZIELE DER VEREINTEN NATIONEN.“

BDKJ-Bundesvorsitzender Wolfgang Ehrenlechner



Foto: © Anand Parmar

KERNPUNKTE DES TEXTILSTANDARDS

- Innerhalb von sechs Jahren führen die teilnehmenden Unternehmen existenzsichernde Löhne ein. Diese liegen meist über den gesetzlichen Mindestlöhnen, welche nicht zur Existenzsicherung genügen. Fairtrade legt hier von den Gewerkschaften formulierte Tarifverhandlungen zugrunde oder ermittelt nach der Anker-Methode einen entsprechenden Wert für die jeweilige Region.
- Arbeiterinnen und Arbeiter sollen eine gestärkte Rolle im Unternehmen erhalten. Der Standard unterstützt die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer darin, sich zu organisieren.
- Der Textilstandard stellt Anforderungen zur Arbeitssicherheit, etwa zum Tragen von Schutzkleidung; er konkretisiert faire Arbeitsbedingungen, etwa bei Arbeitszeiten und Verträgen, und er führt einen Beschwerde-Mechanismus ein, der von einer neutralen Partei unterstützt wird.
- Schulungen und Fortbildungen sollen das Bewusstsein für Arbeitnehmerrechte verbessern, zudem werden Unternehmen darin bestärkt, Traineeprogramme für junge Mitarbeiter zu entwickeln.
- Der Standard definiert verbotene Substanzen und soll einen Beitrag dazu leisten, dass Chemikalien und Produktionspraktiken keine Umweltschäden erzeugen.
- Beteiligte Unternehmen verpflichten sich durch faire Einkaufspraktiken die Umsetzung existenzsichernder Löhne mitzutragen. Das bedeutet eine Transparenz in der Preisgestaltung zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer.

„UNTER DEN UN-ZIELEN FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG GEHÖRT MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT ZU DEN WICHTIGSTEN PUNKTEN. BESONDERS RELEVANT SIND DIE BESCHÄFTIGungsverhältnisse IN DER VERARBEITENDEN INDUSTRIE – UND GERADE DER TEXTIL- UND BEKLEIDUNGSSEKTOR KÖNNTE EINE ZENTRALE ROLLE IN DER WIRTSCHAFTLICHEN ENTWICKLUNG UND ARMUTSBEKÄMPFUNG SPIELEN. DOCH DER INTERNATIONALE WETTBEWERB IN EINEM LIBERALISIERTEN HANDELSUMFELD BEEINTRÄCHTIGT DEN BEITRAG DES SEKTORS ZUR GLOBALEN ARMUTSBEKÄMPFUNG DRAMATISCH. OFT BLEIBEN BESCHÄFTIGTE AUCH MIT VOLLZEITSTELLEN IN ARMUT, ZUDEM PRÄGEN GRAVIERENDE SOZIALE, GESUNDHEITLICHE UND ÖKOLOGISCHE PROBLEME DIE GLOBALE TEXTIL- UND BEKLEIDUNGSPRODUKTION. ENTWICKLUNGSPROZESSE FUNKTIONIEREN DAGEGEN OFT DORT, WO MENSCHEN KOLLEKTIV HANDELN KÖNNEN. DESHALB IST – NEBEN DER ZAHLUNG EXISTENZSICHERNDER LÖHNE UND DEM AUSBAU STAATLICHER ARBEITSINSPEKTIONSSYSTEME – DIE UMSETZUNG VON GEWERKSCHAFTSFREIHEIT NOTWENDIG – UND ZWAR ENTLANG DER GESAMTEN WERTSCHÖPFUNGSKETTE. WENN DER FAIRTRADE-TEXTILSTANDARD HIERZU EINEN BEITRAG LEISTET, WÄRE DAS EIN SINNVOLLER BEITRAG ZUR ERREICHUNG EINES ZENTRALEN UN-ZIELES.“

Dr. Sabine Ferenschild,
wissenschaftliche
Mitarbeiterin beim
Institut Südwind e.V.



Foto: © Südwind Institut

VOLLE TRANSPARENZ FÜR VERBRAUCHER

Verbraucher können die Fortschritte auf dem Weg zu gerechteren Löhnen und sozialen Verbesserungen dank einer transparenten Kennzeichnung nachvollziehen: Kunden erkennen, ob ein Produkt aus einer Lieferkette stammt, in der ein existenzsichernder Lohn bezahlt wird – oder ob das Unternehmen sich innerhalb des Sechs-Jahres-Zeitrahmens befindet, um diesen Lohn umzusetzen. Eine Kommunikation auf dem Produkt ist nur möglich, wenn die gesamte Lieferkette gemäß Fairtrade-Standard zertifiziert ist. Sind nur einzelne Bestandteile der Lieferkette zertifiziert oder befindet sich eine Fabrik in der Umsetzungsphase, so dürfen Firmen ihr Engagement etwa auf ihrer Website mit einem Hinweistext präsentieren – aber nicht an Produkt oder Verpackung ausweisen.



Foto: © AWAJ Foundation

Nazma Akter war gerade mal elf Jahre alt, als sie die Schule verlassen und in einer Textilfabrik schuften musste. Ihre Mutter lernte sie an und fortan nähte das Mädchen für umgerechnet 2,50 Euro am Tag sieben Tage die Woche bis zu 14 Stunden täglich Kleider für die ganze Welt. Doch Akter wollte die Ausbeutung und miserablen Arbeitsbedingungen, wie sie in den meisten der mehr als 4000 Fabriken in Bangladesch noch heute herrschen, nicht einfach hinnehmen. Mit 16 Jahren hat sie begonnen, sich gewerkschaftlich für die Rechte der Näherinnen einzusetzen, später gründete sie in Dhaka die Awaj Foundation, brachte sich selbst Englisch bei und den Umgang mit dem Computer. Als Chefin der Nichtregierungsorganisation steht die 42-Jährige den Arbeiterinnen in vielen Fragen bei, etwa bei ungerechtfertigten Kündigungen oder Diskriminierung am Arbeitsplatz.

Der Export von Kleidung ist immerhin der wichtigste Wirtschaftszweig des Landes in Südasien. Etwa 3,5 Millionen Beschäftigte zählt die Branche, 80 Prozent davon sind Frauen. Spätestens seit dem Zusammensturz einer neunstöckigen Textilfabrik im April 2013 mit 1138 Toten hat sich die Menschenrechtlerin mit ihrem Einsatz weltweit einen Namen gemacht. Die 42-Jährige reist rund um den Globus, spricht in Talkshows über die Missstände in den Fabriken und appelliert an die Textilkonzerne, für sichere Arbeitsplätze und gerechte Löhne zu sorgen. „Ich bin eine unabhängige Frau, der man zuhört und deren Meinung man respektiert – sowohl in Bangladesch als auch international“, sagt sie mit Stolz. Gerade der Einsatz von Fairtrade sei eine große Hilfe auf ihrer Mission. „Das Engagement von Fairtrade in Bangladesch ist ein wichtiger Schritt, die Arbeitsbedingungen, Löhne und Lebensverhältnisse zu verbessern“, sagt sie. „Wir brauchen den fairen Handel und das faire Business, um genau diese Verbesserung auch nachhaltig zu gestalten.“



Foto: © Didier Gentilhomme

EIN GANZHEITLICHER ANSATZ MIT PROGRAMM

Um Fairness in der gesamten Textilindustrie zu fördern, ergänzt ein umfassendes Textilprogramm den neuen Standard. Das Fairtrade Team tritt als Partner der Industrie auf, sensibilisiert Manager und Arbeiter – und bietet individuelle Maßnahmen je nach Ausgangslage in den Betrieben. Es steht ganz explizit auch jenen Unternehmen zur Verfügung, die vom Standard nicht berücksichtigt werden können. Somit bietet das Textilprogramm interessierten Firmen einen attraktiven Weg, den Einstieg in den fairen Handel zu finden.

„ WIR MÜSSEN ZUGANG ZUM SYSTEM HABEN. “

Rakesh Supkar, Chief Operating Officer des Network of Asia & Pacific Producers, leitet das Textilprogramm in Indien.



Foto: © TransFair e.V.

Warum ist es an der Zeit, dass Sie Ihre Arbeit von den Baumwollfeldern auf die Textilindustrie ausweiten?

Wir haben zehn Jahre Erfahrung mit Baumwolle und arbeiten mit kleinen Produzenten in Indien, Kirgistan und Pakistan. Hier haben wir Marktzugänge geschaffen. Allerdings endete unsere Arbeit mit dem Verkauf von Rohfasern. Von dort bis zum Verbraucher liegt ein weiter, komplexer, fragmentierter Weg – mit vielen Problemen für eine enorme Anzahl Menschen, die an den verschiedenen Verarbeitungsschritten ihr Geld verdienen.

Sie leiten das neue Fairtrade-Textilprogramm in Indien. Was ist Ihr Ansatz?

Wir bieten den Fabriken einen niedrighwelligen Einstieg, ein Unterstützungsprogramm, das vor dem eigentlichen Standard liegt. Wie schon bei den Baumwolle-Herstellern braucht es intensive Zusammenarbeit mit den Produzenten, um Bewusstsein für die Standards zu schaffen. Wir wollen Partner sein, nicht Polizei.

Wie sieht Ihre Zusammenarbeit mit den Firmen aus?

Wir gehen in alle Betriebe, die sich für Fairtrade interessieren. Wir sensibilisieren Manager und Mitarbeiter für Arbeiterrechte, oder wir schauen uns an, wie die Sicherheitsprozeduren funktionieren und geben Feedback. Das ist für Unternehmer immer wertvoll, nicht nur aus Marketingsicht. Unsere Leistung richtet sich individuell nach den Bedürfnissen der Unternehmen.

Wie sind die Anforderungen der Arbeiter?

Wir sehen einen riesigen Bedarf an Informationen über Lohn, Sicherheitsmaßnahmen, Arbeitsbedingungen. Aber es fehlt meistens am grundlegenden Bewusstsein, was man verbessern könnte – es gibt kaum aktive Nachfrage von Arbeitern. Fortschritt gibt es üblicherweise, wenn wir mit dem Management im Austausch sind und hier Überzeugungsarbeit leisten.

Ist Fairtrade denn dafür gerüstet, Partner der fragmentierten Textilindustrie zu werden?

Für uns ist es neu, an allen Schritten der Textil-Verarbeitungskette einzugreifen. Wir haben Mitarbeiter, die bislang mit Lohnarbeitern auf Plantagen gearbeitet haben – und neue Team-Mitglieder mit Erfahrung im Textilsektor. Da Frauenrechte wichtig sind, haben wir auch auf die Geschlechtermischung geachtet. Wir haben Mitarbeiter, die Bangla, Hindi und Tamil sprechen – die wichtigsten Sprachen in den verarbeitenden Betrieben. Auch setzen wir auf die Kooperation mit Beratern, die zusätzliche Expertise für bestimmte Fachgebiete der Textilbranche haben.

Welche Wirkung können wir uns vom Textilprogramm für die Branche erhoffen?

Momentan sind wir nur ein Tropfen Wasser im Ozean. Wir müssen uns erst einarbeiten, müssen Zugang zum System haben, auf uns aufmerksam machen. Momentan geht es uns vor allem darum, Bewusstsein zu schaffen. Der Textilsektor ist so riesig, da wird es dauern, bis wir viel bewegen können. Ich bin mir aber sicher, dass es enormes Potential gibt, um großen Einfluss nehmen zu können. Damit die Unternehmer aber den Schritt in Richtung größerer Investitionen machen können, müssen sie erst sehen, dass die Konsumenten auch faire Produkte nachfragen.



Foto: © TransFair e.V.

JEDE FABRIK IST EINZIGARTIG UND ES GIBT GRÜNDE, WARUM JEMAND EINEN JOB AUF EINE BESTIMMTE WEISE MACHT. WIR ALS AUDITOREN MÜSSEN DIESEN SPEZIFISCHEN GRUND ERKENNEN. NUR EXPERTEN KÖNNEN DAS LEISTEN. ALS SOLCHE MÜSSEN WIR DEN LEUTEN VERSTÄNDLICH MACHEN, WIE DIE AUFGABE BESSER GELÖST WERDEN KANN.



© Sustisolutions

Siva Pariti, Sustainable Textile Solutions, Umwelt-, Gesundheits- und Sicherheitsexperte im Textilprogramm

DAS FAIRTRADE-TEXTILPROGRAMM

Audits allein genügen nicht, um positive Veränderungen zu bewirken. Vielmehr geht es um Training und Schulungen. Vergleichbar mit der Unterstützung von Fairtrade-Kleinbauernorganisationen und Plantagen bietet das Textilprogramm jenen Firmen Unterstützung, die noch nicht Teil des Fairtrade-Systems sind, aber ihre Arbeitsbedingungen hinterfragen und verbessern möchten.

Kernpunkte:

- Das Textilprogramm bietet individuelle Beratung zum Arbeits- und Gesundheitsschutz, Arbeiterrechten, die Umsetzung von existenzsichernden Löhnen, Effizienz- und Produktivitätssteigerung, Umweltschutz und mehr.
- Unternehmen können sich für einen Aspekt entscheiden oder in mehreren Bereichen unterstützen lassen.
- In einer Vorbewertung beurteilen Fairtrade-Experten die Lage im Betrieb. Sie teilen die Ergebnisse mit dem Management der Produktionsbetriebe und beraten, wie die Situation verbessert werden kann.
- Das Textilprogramm kann der erste Schritt zur Zertifizierung der gesamten Lieferkette nach dem Fairtrade-Textilstandard sein oder auch alleine ohne den Standard angewendet werden.

Bild links: Im Rahmen der Jahrestagung der Asian Development Bank in Frankfurt hatte Rakesh Supkar die Gelegenheit mit Bundeskanzlerin Angela Merkel und Bundesentwicklungsminister Dr. Gerd Müller über Fairtrade zu sprechen.



DER MARKT FÜR NACHHALTIGKEIT

Die mediale Aufmerksamkeit ist groß, wenn Menschen in der Textilindustrie unter Chemiebelastung leiden oder gar bei Katastrophen sterben. Viele große Unternehmen – Hersteller, Händler, Discounter – haben bereits reagiert und sich Bündnissen angeschlossen, die Verbesserungen bringen sollen. Doch wie steht es um den Markt für nachhaltige, faire Kleidung? Man muss den Eindruck haben: Es ist noch ein weiter Weg. Die Marktforschung und die Eindrücke aus der Industrie zeigen: Das Empörungspotential der Konsumenten ist erheblich, aber das Marktpotential für besonders sauber hergestellte Textilien eher noch marginal. Der Anteil von „Sustainable Fashion“ am deutschen Textilmarkt 2014: im unteren dreistelligen Bereich. Auch der Absatz von Fairtrade-Baumwoll- und Textilprodukten stagnierte 2015. Zu den erfolgreichsten Artikeln aus Fairtrade-Baumwolle in Deutschland gehören die Textil-Einkaufstasche, T-Shirts, Tops, Unterwäsche und Hosen. Dennoch begreifen immer mehr Firmen, dass das Thema Nachhaltigkeit unumgänglich ist. Sie stellen gezielt vorhandene Kollektionen um oder erschließen neue Bereiche wie beispielsweise die Hotellerie oder Arbeitsbekleidung – und auch Kommunen setzen Impulse bei der nachhaltigen Beschaffung.

Die GfK-Studie „Sustainable Fashion“ zeigt: Das Bewusstsein der Verbraucher wächst, spiegelt sich jedoch nicht direkt im Kaufverhalten wider.

- Etwa Dreiviertel der Verbraucher finden Umwelt- und Sozialverträglichkeit bei Bekleidung (sehr) wichtig
- Etwa ein Viertel der Verbraucher haben das Gefühl, sich mit Textilsiegeln auszukennen
- Nur ein Drittel hält die Umwelt- und Sozialverträglichkeit bei Textil- und Kleidungsherstellern für (sehr) gut
- Knapp jeder zweite Konsument macht sich bei günstigen Artikeln mehr Gedanken über die Herstellungsbedingungen als bei teuren Artikeln
- Umwelt- und Fairtrade-Aspekte sind für Verbraucher nach dem Thema Kinderarbeit am wichtigsten
- Die überwiegende Mehrheit ist skeptisch gegenüber den Angaben zu Umwelt- und Sozialverträglichkeit

Quelle: GfK

„ES WIRD MEHR BESPROCHEN ALS GEKAUFT.“

Dr. Uwe Mazura, Hauptgeschäftsführer Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e.V.



Beobachten Sie eine Veränderung im Kaufverhalten der Konsumenten bei der ethischen Herkunft von Kleidung?

Mein Eindruck ist, dass nachhaltige Kleidung oftmals mehr besprochen als gekauft wird. Der Anteil nachhaltiger Bekleidung am Gesamtumsatz ist in den letzten Jahren zwar gestiegen – allerdings auf einem recht niedrigen Niveau. Für viele Kunden stehen im Vordergrund die Fragen: „Gefällt's, passt's, kann ich's bezahlen? Nachhaltigkeit scheint in der Kaufentscheidung der meisten Kunden weiter hinten zu rangieren.“

Wo stehen deutsche Mode- und Textilunternehmen zum Thema Nachhaltigkeit im internationalen Vergleich?

International ist Europa am stärksten an Fragen globaler Nachhaltigkeit interessiert, und viele deutsche Unternehmen haben innerhalb Europas umfangreiche Erfahrungen im Umgang mit Nachhaltigkeitskonzepten. Für kleine und mittelständische Unternehmen ist das natürlich eine besondere Herausforderung, weil sie in der Regel keine eigenen Abteilungen haben wie z.B. große Konzerne. Insgesamt ist aber die weit überwiegende Zahl der deutschen Unternehmen hinsichtlich Nachhaltigkeit sehr engagiert.

Welche Rolle können unabhängige Standards in diesem Prozess spielen?

Unternehmen müssen das Rad nicht neu erfinden, sondern können bestehende Standards und Verfahren in ihre eigenen Abläufe einbinden. Welchen Standard sie verwenden wollen, muss aber jedes Unternehmen für sich selbst entscheiden. Der Standard muss in die Unternehmensstrategie und in die Kundenstruktur passen. Wichtig ist auch, übertriebene Kosten zu vermeiden.

„NACHHALTIGKEIT IST TEIL UNSERER MARKEN-DNA.“

Marcello Concilio, Pressesprecher Bereichsleiter Unternehmenskommunikation & PR Ernesting's family GmbH & Co. KG



Warum hat sich Ernesting's family dazu entschieden mit Fairtrade zusammenzuarbeiten?

Wir bei Ernesting's family tragen Verantwortung – sowohl für unsere Kunden und Mitarbeiter, als auch für unsere Lieferanten und Partner. Unsere unternehmerische Verantwortung definieren wir so, dass wir soziale, ökonomische und ökologische Ziele in unsere Unternehmensstrategie und bereichsübergreifend entlang der gesamten Wertschöpfungskette einbinden. Das beinhaltet Umweltschutz und Ressourcenmanagement ebenso wie Verhaltenskodizes und Fair Play bis hin zu karitativen Engagements und Nachwuchsförderung. Das über allem stehende Ziel ist es, als erfolgreiche wirtschaftliche Unternehmung den nachfolgenden Generationen ein intaktes ökologisches, soziales und ökonomisches Gefüge zu hinterlassen.

Verantwortungsvoller Konsum ist aus unserer Sicht nicht unbedingt eine Frage des Geldes. Der Kunde von heute möchte Produkte kaufen, die unter sozialen Aspekten produziert wurden, die Umwelt schonen und dennoch erschwinglich sind. Mit fast 1.800 Filialen und monatlich fast 2,5 Mio. Besuchern unseres Online-Shops können wir hier einen substanziellen Beitrag leisten, um den Fairtrade-Gedanken ebenso wie nachhaltige Produkte im allgemeinen noch erfolgreicher zu machen und so gemeinsam durch faires Handeln und fairen Handel an einer besseren Zukunft zu arbeiten.

Wie kommunizieren Sie Ihr Engagement an Ihre Kunden und wie sind Ihre Erfahrungen dabei?

Die hohe Markenbekanntheit des Fairtrade-Siegels im Vergleich mit anderen nachhaltigen Initiativen ist in der Kommunikation zu den Endverbrauchern natürlich ein wichtiges Plus. Dennoch reicht es nicht aus, unsere Artikel aus Fairtrade-Baumwolle nur mit einem entsprechenden Logo auf dem Preisanhänger zu versehen; hier ist es wichtig, dem Kunden immer wieder den Kontext zu erklären, die Arbeitsweise des fairen Handels aufzuzeigen und ihm gute Gründe an die Hand zu geben, warum er sich für ein „Fairtrade-Produkt“ entscheiden sollte. Wir tun dies über kleinere Infotexte in unseren Verkaufsprospekten, auf unserer Homepage, unserem Blog – und auch immer wieder in der internen Kommunikation. Unsere so genannten nachhaltigen Artikel haben darüber hinaus einen zusätzlichen Mehrwert, mit dem Kauf eines Artikels aus Fairtrade-Baumwolle werden beispielsweise aktiv die Kleinbauern durch die Fairtrade-Prämien und die Umwelt über den weitestgehenden bis vollständigen Verzicht auf Pestizide unterstützt. Dies gilt es, immer wieder gesondert herauszustellen.

Was sind die Erfolgsfaktoren für Fairtrade bei Ernesting's family?

Neben der schon angesprochenen Markenbekanntheit ist die zielgruppengerechte Einbindung in unser Sortiment – Fairtrade haben wir nur in der Kinderbekleidung im Einsatz; hier aber oftmals als

komplette Kapselkollektion, die auch in der Werbung besonders herausgestellt wird! – ein weiterer Erfolgsfaktor. Ernesting's family steht sicher für Mode für die ganze Familie, wird aber primär über Wäsche und Strümpfe sowie über unser fröhliches Kindersortiment wahrgenommen. Unsere Kundin, die für ihre Kinder einkauft, schätzt die Langlebigkeit, Preisattraktivität und unverwechselbare Designsprache unserer Artikel. Gerade in der Kinderbekleidung erleben wir seitens der Kundin aber immer wieder auch ein besonderes Augenmerk auf die Schadstofffreiheit bzw. auf die Produktionsbedingungen. Hier können wir die Kundin abholen und ihr ein ebenso ansprechendes wie "unbedenkliches" Sortiment ans Herz legen. Die oben erwähnten modischen Designs und aktuellen Farben tragen hier jedoch maßgeblich zur Kaufentscheidung bei, denn Nachhaltigkeit allein ist kein Erfolgsversprechen.

Wie geht Ernesting's family mit den Mehrkosten für die Produkte um?

Einerseits sehen wir die Mehrkosten als Investition in eine bessere Zukunft und legen bei den Fairtrade-Artikeln nicht unbedingt die gleichen Berechnungen wie bei der "regulären" Ware zugrunde, andererseits liegen die Fairtrade-Artikel im Schnitt auch preislich leicht über den vergleichbaren Artikeln aus konventioneller Baumwolle bzw. Produktion.

Wie sieht die Zukunft der Nachhaltigkeit bei Ernesting's family aus?

Nachhaltigkeit ist Teil unserer Marken-DNA und integrativer Bestandteil unseres Unternehmenserfolges. Wir werden diesen Weg konsequent weitergehen und dabei den Anteil der Kollektion aus nachhaltiger Baumwolle in den kommenden Jahren sukzessive weiter ausbauen.

KLIMANEUTRAL WERDEN – MIT FAIRTRADE

Die Verantwortung, CO₂-Emissionen zu reduzieren und Klimaschutz- und Anpassungsprojekte in betroffenen Regionen zu unterstützen, liegt bei allen – Organisationen, Unternehmen und Konsumenten sind gleichermaßen gefragt. Der Fairtrade-Klimastandard verbindet Fairtrade-Produzentenorganisationen und Gemeinden mit Unternehmen und Organisationen, die aktiv Maßnahmen gegen den Klimawandel ergreifen und soziale Verantwortung zeigen wollen. In der Textilindustrie sind viele CO₂-Emissionen unvermeidbar, nicht zuletzt bei Textilwäschereien und -verleihern. Engagierte Unternehmen können, neben der Reduktion ihres CO₂-Fußabdrucks, verbleibende Emissionen durch den Kauf von Fairtrade Carbon Credits kompensieren und gleichzeitig einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz in den Baumwollanbauregionen leisten. Mehr Informationen unter www.fairtrade-deutschland.de/klima.



Klimaschutzprojekt in Indien: Dorfgemeinschaften nutzen Biogasanlagen, die mit landwirtschaftlichen Abfallprodukten gefüllt werden.



Foto: © Max Havelaar France

DIE ÖFFENTLICHE HAND SETZT AUF FAIRTRADE ...

... AUCH BEI TEXTILIEN

Kommunen sind die größten öffentlichen Auftraggeber und ein erheblicher Wirtschaftsfaktor. Viele von ihnen setzen bei der Auftragsvergabe auf ethische Standards. So haben sich bereits mehr als 200 Kommunen und acht Bundesländer dazu verpflichtet, bei der öffentlichen Beschaffung Produkte auszuschließen, für die ausbeuterische Kinderarbeit anfällt. Mehr als 410 Kommunen haben sich darüber hinaus in Deutschland schon als Fairtrade-Town auszeichnen lassen: Hier wird unter anderem fair gehandelter Kaffee in öffentlichen Sitzungen ausgeschenkt. Fairer Handel muss die Kommunen finanziell nicht belasten: Die Stadt Düsseldorf führte bereits 2002 Dienstkleidung ein, die unter Berücksichtigung von Mindeststandards hergestellt wurde – ohne Mehrkosten. Außerdem argumentieren Kommunalpolitiker vielerorts wie einst Christian Ude, Münchens ehemaliger Oberbürgermeister: Es könne nicht sein, dass „deutsche Kommunen aus wirtschaftlichen Gründen die Missachtung von internationalem Recht in Kauf nehmen“.

Das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, 2009 in Kraft getreten, ermöglicht es Kommunen, bei Ausschreibungen zusätzliche Anforderungen mit Bezug auf „soziale, umweltbezogene oder innovative Aspekte“ zu stellen. Die Servicestelle Kommunen in der Einen Welt bei der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) bietet Kommunen Beratung, wenn sie sich für den ethischen Handel interessieren.

Beispiele für faire Beschaffung:

- Dienstkleidung aus fairer Baumwolle
- Textilien wie Bettwäsche, Tischdecken oder Handtücher in öffentlichen Einrichtungen
- Ausschank von Fairtrade-Tee, -Kakao und -Kaffee sowie Orangensaft
- Gewürze, Früchte, Reis und Zucker in Mensen und Kantinen
- Präsentkörbe mit fair gehandelten Produkten wie Schokolade, Wein und Honig
- Fairtrade-Fußbälle in Schulen und im Vereinssport

„DIE STADT DORTMUND SETZT BEI IHREN AUSSCHREIBUNGEN AUF SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE KRITERIEN. ALS FAIRTRADE-STADT TRAGEN WIR VERANTWORTUNG UND ACHTEN DAHER BEI DER ARBEITSKLEIDUNG FÜR DIE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER DER DORTMUNDER FEUERWEHR, DES ZOOS UND DES TIEFBAUAMTES AUF EINE NACHHALTIGE BESCHAFFUNG.“

Herr Wichmann, stellvertretender Leiter des Fachbereichs Vergabe- und Beschaffungszentrum der Stadt Dortmund

„ALS MODERNER UND VERANTWORTUNGSVOLLER TEXTILER SERVICEANBIETER IST ES FÜR UNS WICHTIG, UNSER GESAMTES HANDELN STETS IN ALLEN FACETTEN AUF NACHHALTIGKEIT AUSZURICHTEN. UNSERE BERUFSKLEIDUNG MIT FAIRTRADE-BAUMWOLLE BRINGT NOCH MEHR TRANSPARENZ IN DIE LIEFERKETTE. DIES HILFT UNS DABEI, UNSERER VORREITERROLLE IM BEREICH NACHHALTIGKEIT GERECHT ZU WERDEN. DAS THEMA VERANTWORTUNGSVOLLE BESCHAFFUNG IST BESONDERS FÜR UNSERE KUNDEN IM ÖFFENTLICHEN SEKTOR UND DER INDUSTRIE EIN WICHTIGES AUSWAHLKRITERIUM.“

Max Teichner,
CEO der
CWS-boco Gruppe



Foto: © CWS Boco

FAIR FASHION – ALS THEMA BEI FAIRTRADE-KAMPAGNEN

Ob World Fairtrade Challenge, Faire Woche, Fairtrade-Towns, -Schools, -Universities oder der jährliche Aktionstag im September: TransFair schafft mit unterschiedlichen Kampagnen und kreativen, spannenden und immer neuen Aktionsformen gemeinsam mit Zivilgesellschaft und Unternehmen mehr Bewusstsein für einen nachhaltigen Konsum und gibt Anregungen zum Umdenken. Dies gilt auch für die Textilindustrie. Die Themen faire Mode und faire Beschaffung finden hier ebenfalls Interesse. Zum Beispiel bei der Kampagne Fairtrade Towns, in deren Rahmen die Stadt Dinslaken bereits Tischwäsche aus Fairtrade-Baumwolle im Rathaus verwendet oder Würzburg und Dortmund Arbeitskleidung aus Fairtrade-Baumwolle einsetzen.

Auch bei den Fairtrade-Schools spielt das Thema immer häufiger eine Rolle: Es werden Schul- oder Abi-T-Shirts aus fair gehandelter Baumwolle eingesetzt, es finden Modenschauen mit Kleidung aus Fairtrade-Baumwolle statt oder es werden eigene T-Shirts bedruckt und Stoffbeutel gestaltet. Ein beliebtes Thema im Unterricht ist auch „der Weg eines T-Shirts“. Hier bietet TransFair auch Materialien für den Unterricht zum Thema Baumwolle und Textilien an.

Mehr Infos zu unseren Kampagnen finden Sie unter:

www.fairtrade-towns.de
www.fairtrade-university.de
www.fairtrade-schools.de

Unsere Materialien zum Thema finden Sie unter dem Suchwort „Baumwolle“ in unserer Mediathek:

www.fairtrade-deutschland.de/materialien

KLEIDUNG – EIN WEGWERFARTIKEL?

„Billig und viel kaufen, kurz oder nie tragen, schnell wegwerfen – so gehen die Deutschen im Fast-Fashion-Zeitalter mit Mode um.“ Zu diesem Schluss kommt die repräsentative Greenpeace-Umfrage „Wegwerfware Kleidung“ aus dem Jahr 2015 zu Kaufverhalten, Tragedauer und der Entsorgung von Mode. Auch TransFair ist der Ansicht, dass unsere Kleidung nicht zum Wegwerf-Artikel werden darf! Die Produktion von Textilien ist ein sehr aufwändiger, langer und Ressourcen fressender Prozess. Unsere Kleidung sollte daher mehr wertgeschätzt werden und unsere „Lieblingsstücke“ sollten von uns gepflegt und wenn sie kaputt gehen möglichst repariert werden.

VERBRAUCHERTIPPS

- Nur Kleidung kaufen, die man wirklich braucht und lange tragen kann
- Kleidung pflegen und ggf. reparieren
- Im Second Hand Laden kaufen
- Im Geschäft nachfragen, ob nachhaltige fair produzierte Kleidung angeboten wird
- Beteiligung an Fairtrade-Kampagnen oder Kampagnen anderer Organisationen, die sich für mehr Rechte von Arbeiterinnen und Arbeitern in der Textilproduktion einsetzen
- Generell beim Einkaufen auf das Fairtrade-Siegel achten!

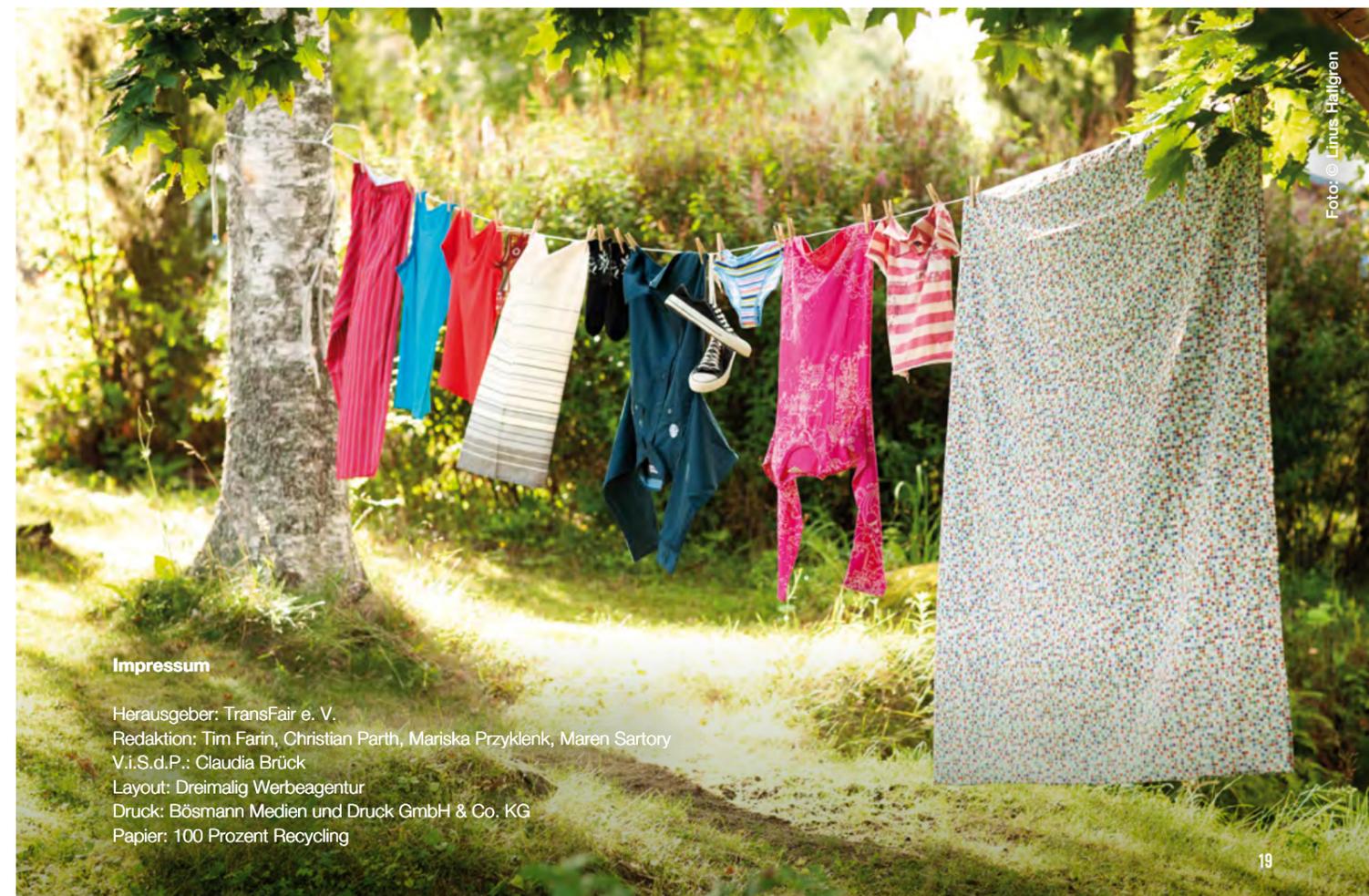


Foto: © Linus Hailgren

Impressum

Herausgeber: TransFair e. V.
Redaktion: Tim Farin, Christian Parth, Mariska Przyklenk, Maren Sartory
V.i.S.d.P.: Claudia Brück
Layout: Dreimalig Werbeagentur
Druck: Bösmann Medien und Druck GmbH & Co. KG
Papier: 100 Prozent Recycling

FAIRTRADE AUF EINEN BLICK

TRANSFAIR E.V.

Der Verein **TransFair e.V.** wurde 1992 mit dem Ziel gegründet, benachteiligte Produzentengruppen in Entwicklungsländern zu unterstützen. Als unabhängige Organisation handelt TransFair e. V. nicht selbst mit Waren, sondern setzt sich für mehr fairen Handel und nachhaltigen Konsum ein. Über 300 Lizenzpartner bieten in Deutschland mehr als 3.000 verschiedene Fairtrade-Produkte an.

INTERNATIONALES NETZWERK

TransFair gehört zum internationalen Verbund **Fairtrade International e.V.**, in dem Fairtrade Organisationen aus 25 Ländern und die drei kontinentalen Produzentennetzwerke zusammengeschlossen sind. Fairtrade International entwickelt die international gültigen Fairtrade-Standards. www.fairtrade.net

ZERTIFIZIERUNG UND KONTROLLE

Alle beteiligten Akteure entlang der Lieferkette werden regelmäßig von FLOCERT GmbH kontrolliert. Die Gesellschaft arbeitet mit einem unabhängigen und weltweit konsistenten Zertifizierungssystem nach den Anforderungen der Akkreditierungsnorm ISO 17065 (DIN EN 45011). www.flocert.net



FAIRTRADE
DEUTSCHLAND

TransFair – Verein zur Förderung des Fairen Handels in der Einen Welt e.V.

Remigiusstraße 21 · 50937 Köln

Telefon: +49 221 94 20 40 – 0

Fax: +49 221 94 20 40 – 40

Email: info@fairtrade-deutschland.de

Internet: www.fairtrade-deutschland.de

Immer aktuell informiert?

Dann folgen Sie uns:

 facebook.de/fairtrade.deutschland

 twitter.com/fairtrade_de