

# WFTO Standard für „Fair Trade Retailer“ (=„Einzelhändler des Fairen Handels“)

---

Nicht autorisierte Übersetzung durch den Weltladen-Dachverband, Dezember 2014

Vorab-Anmerkung des Übersetzers: Zur besseren Lesbarkeit dieses Dokuments und wegen der Hauptzielgruppe Weltläden haben wir den international gebräuchlichen, jedoch etwas sperrigen, Begriff „Fair Trade Retailer“ („Einzelhändler des Fairen Handels“) durch den in Deutschland üblichen Begriff „Weltladen“ ersetzt.

## **Vorwort der World Fair Trade Organization (WFTO)**

Die 10 WFTO-Prinzipien für Organisationen des Fairen Handels decken nicht explizit die Einzelhändler des Fairen Handels (Weltläden) ab. Deshalb entschied sich die WFTO 2006 für die Entwicklung eines Standards für Weltläden. Zwischen 2006 und 2011 wurden Entwürfe dieser Standards auf regionalen und globalen Treffen diskutiert. Während des Vorstandstreffens im Februar 2012 hat der Vorstand den endgültigen Entwurf übernommen, um ihn dann auf regionalen Treffen zu präsentieren und anschließend der „AGM“ (Annual General Meeting = Jahreshauptversammlung) zur Genehmigung vorzulegen. Der Vorstand entschied, Mindeststandards für Weltläden vorzugeben und es dann den nationalen Verbänden des Fairen Handels zu überlassen, in Abstimmung mit der WFTO, strikere Standards für ihre jeweiligen Länder zu entwickeln. Der Grund dafür war, dass in einigen Ländern bereits Standards für Weltläden existierten und es schwierig war, diese Standards zu vereinheitlichen. Auf Grundlage der Rückmeldungen von WFTO Regionaltreffen im Jahr 2012 hat der Vorstand das nachfolgende Dokument zur Diskussion und endgültigen Genehmigung vorgelegt. Der wichtigste Punkt, über den entschieden werden musste, war die Frage, ob fair gehandelte Produkte mindestens 60% oder mindestens 75% des Gesamtumsatzes betragen sollen. Der folgende Text ist das Ergebnis der Entscheidungen, die 2013 bei der Jahreshauptversammlung getroffen wurden.

# **„Retailer Standard“ (Standard für „Einzelhändler des Fairen Handels“)**

**(genehmigt von der Jahreshauptversammlung der WFTO im Mai 2013  
in Rio de Janeiro)**

## **Inhalt**

- I. Was ist ein Geschäft des Fairen Handels?
- II. Bedingungen für die Nutzung eines nationalen Logos für Fair-Handels-Geschäfte, bzw. WFTO-/WL-Emblem
- III. Kriterien (wesentliche und zusätzliche Kriterien)

### **I Was ist ein Geschäft des Fairen Handels?**

---

- Ein öffentlicher Handelsplatz mit regelmäßigen Öffnungszeiten (dies bedeutet ein fester Ort mit festen Öffnungstagen und -stunden), der Eigentum einer juristischen Person ist (z.B. Weltläden);
- Online Shops, die die gleichen Kriterien wie WFTO Einzelhändler erfüllen;
- Ein „Shop im Shop“<sup>1</sup>, der einem WFTO Mitglied gehört und von ihm geführt wird, wenn die Produkte/Regale eindeutig als fair gehandelte Produkte/Regale zu erkennen sind;
- Stände oder andere Verkaufsstellen (die Mitglieder auf Konferenzen, Messen, als Straßenverkauf, usw. einrichten).

### **II – Bedingungen für die Nutzung eines nationalen Logos für Fair-Handels-Geschäfte, bzw. WFTO-/WL-Emblem**

---

1. WFTO Mitgliedschaft oder Mitgliedschaft in einem nationalen Verband des Fairen Handels, der von der WFTO anerkannt ist. Falls dieser nicht existiert, Partnerschaft mit einer anderen Organisation, die von der WFTO anerkannt ist und das Recht hat, das Emblem zu nutzen, solange bis ein nationaler Verband eingerichtet wird.

---

<sup>1</sup> Ein „Shop im Shop“ ist nur zulässig, wenn er mit den 4 wesentlichen Kriterien für Einzelhändler des Fairen Handels übereinstimmt, insbesondere mit dem 3. Kriterium (Bildungsarbeit und Politische Arbeit).

Ein allgemeines Monitoring System für Einzelhändler soll von der WFTO entwickelt werden und kann von einem nationalen Verband an nationale Erfordernisse angepasst werden. Falls Abweichungen vom allgemeinen Monitoring System der WFTO notwendig sind, muss das nationale Monitoring System von der WFTO genehmigt werden.

2. Die Einhaltung der WFTO Prinzipien/Standards des Fairen Handels (mit besonderem Augenmerk auf Transparenz, Umwelt, Arbeitsbedingungen und Handelspraktiken) sowie des WFTO-„Retailer Standard“ mit seinen Kriterien.
3. Akzeptanz von Kontrollen durch Dritte und Bereitschaft zur Teilnahme am Monitoring-Verfahren („Self Assessment“).

### **III - Kriterien**

---

Die WFTO Kriterien sind unterteilt in Mindestanforderungen und zusätzliche Kriterien (bzw. kontinentale/nationale Kriterien). Die Mindestanforderungen bzw. „wesentlichen Kriterien“ sind Mindeststandards, die von allen Einzelhändlern weltweit erfüllt werden müssen. „Zusätzliche Kriterien“ sind optionale Kriterien, die die WFTO Regionen oder von der WFTO anerkannte nationale Verbände aufstellen können, wenn die im jeweiligen Land bereits existierenden Standards strikter als die WFTO Mindestanforderungen sind.

#### **Wesentliche Kriterien**

---

##### **1. Anerkannte Fair-Handels-Produkte**

Ein Weltladen verkauft fair gehandelte Produkte. Diese Produkte sollten von einer anerkannten Organisation des Fairen Handels bezogen werden (Organisationsweg, von der WFTO garantiert und anerkannt, mit Organisations-Zertifizierung/-Siegel) oder als fair gehandeltes Produkt zertifiziert sein (Produktweg, durch eine unabhängige Zertifizierung garantiert, wie z.B. eine FLO Zertifizierung mit Produktsiegel).

- Produkte, die von einem WFTO Mitglied hergestellt wurden;
- Produkte, die von einem WFTO Mitglied bezogen wurden: WFTO Großhändler (akkreditierte Organisation des Fairen Handels oder vorläufiges WFTO Mitglied, mit Organisations-Zertifizierung/-Siegel); wenn der Produzent zu klein ist, um WFTO Mitglied zu werden, dann muss ein WFTO Mitglied mit gutem Ansehen beurteilen, ob der Produzent die WFTO Kriterien erfüllt;

- FLO-zertifizierte oder andere als fair gehandelt gekennzeichnete Produkte, die zertifiziert sind;<sup>2</sup>
- Produkte, die von einer Großhandelsorganisation des Fairen Handels bezogen wurden, die von einer etablierten nationalen Organisation des Fairen Handels extern überprüft wurde und sich als konform mit den 10 WFTO Standards für Organisationen des Fairen Handels erwiesen hat.

## 2. Fair-Handels-Anteil

Fair gehandelte Produkte machen den größten Teil des Umsatzes des Weltladens aus, mehr als 60%. Nationalen Verbänden des Fairen Handels steht es frei, höhere Prozentsätze für ihren jeweiligen nationalen Markt festzulegen<sup>3</sup>. Alle Produkte, die ein Weltladen verkauft und die fair gehandelt werden können, müssen auch fair gehandelt sein.

### Klare Kennzeichnung von fair gehandelten Produkten

Fair gehandelte Produkte müssen klar von anderen Produkten getrennt und als fair gehandelte Produkte präsentiert werden. Für die nicht fair gehandelten Produkte („Ergänzungsprodukte“) müssen klare Kriterien aufgestellt werden. Nicht jedes beliebige Produkt darf von einem Weltladen verkauft werden.

In jedem Fall müssen fair gehandelte Produkte klar gekennzeichnet und von anderen Produkten abgegrenzt werden. Andere Produkte sollten solche Produkte sein, die im Zusammenhang mit alternativen und solidarischen Arten des Wirtschaftens stehen.

Wir schlagen die folgenden Richtlinien für Ergänzungsprodukte vor:

- umweltschonende Produktion;
- regionale und kleine Produzenten;
- Sozial- und Solidarwirtschaft (benachteiligte Menschen/Gruppen im „Norden“, gemeinnützige Projekte entsprechend der Rechtsprechung des jeweiligen Landes);
- Bücher, Musik, Kampagnen- und Bildungsmaterialien;
- zusätzliche Produkte und Dienstleistungen (fairer Tourismus, faires Catering, ...), die mit den Prinzipien übereinstimmen und zum Sortiment passen (z.B. Kaffeefilter);

<sup>2</sup> In Deutschland gilt an dieser Stelle - von der WFTO akzeptiert - die strengere Konvention der Weltläden, die eine ausschließliche Produktzertifizierung als Anforderung für die Listung im Weltladen nicht zulässt. Maßgeblich ist, dass das Unternehmen insgesamt ein Fair-Handels-Unternehmen ist.

<sup>3</sup> In Deutschland gilt an dieser Stelle - von der WFTO akzeptiert - die strengere Konvention der Weltläden, die einen Mindestanteil von 80% vorsieht.

- klare und transparente Kommunikation der „nicht fair gehandelten Produkte“, Wenn ein ähnliches Produkt aus Fairem Handel erhältlich ist, soll der Weltladen das fair gehandelte dem Ergänzungsprodukt vorziehen.

### **3. Bildungsarbeit und Politische Arbeit**

Der Einzelhändler informiert die Öffentlichkeit über die Ziele des Fairen Handels. Weltläden müssen sich aktiv im Bereich der Bildungsarbeit und Politischen Arbeit engagieren, um die Situation der Produzenten zu verbessern. Darüber hinaus müssen sie an Kampagnen teilnehmen, um auf die nationale und internationale Politik in Bezug auf soziale und ökologische Nachhaltigkeit Einfluss zu nehmen.

#### **Definition:**

- Materialien und Informationen zum internationalen Handel (Handelsgerechtigkeit) und Fairen Handel sind für Kunden verfügbar und liegen im Laden aus;
- Unterstützung und Verteilung von Kampagnenmaterialien zum Thema der Handelsgerechtigkeit;
- Förderung der aktiven Teilnahme am „Internationalen Tag des Fairen Handels“ (Weltladentag);
- Bildung von Netzwerken.

### **4. Weiterbildung**

Weltläden unterstützen Schulungen für die Mitarbeiter/innen (haupt- und ehrenamtlich) zu den Themen Produkte, Produzent/innen, Fairer Handel und Verkaufstechniken.

### **5. Verweis auf die generellen Standards der WFTO**

Weltläden müssen darüber hinaus alle anderen WFTO Standards einhalten.

### **6. Gewinnverwendung und Investitionen**

Der Weltladen führt eine transparente Buchhaltung. Ein Teil des Überschusses soll für die Förderung des Bewusstseins für den Fairen Handel und für die Schaffung von nachhaltigeren Absatzmärkten für Produzenten des Fairen Handels genutzt werden.

## Zusätzliche Kriterien

---

Zusätzliche Kriterien können sich auf folgendes beziehen: Handelspraktiken, Umweltschutz, Arbeitsbedingungen, Überschüsse und Investitionen und andere Themen in Verbindung mit Prinzipien des Fairen Handels. Sie können jedoch nicht weniger strikt als die bereits bestehenden Einzelhandelsstandards des Fairen Handels oder andere WFTO Standards und Prinzipien sein.