

kontrolliert REGIO sozial **FAIRTRADE**
zertifiziert **Ethischer Konsum** „fair“ regional
Fairer Handel Sozialstandards LOKAL **BIO**
Ethical Trade **Eco** Handelsbeziehungen
Zertifiziert fairtrade **regio** SOZIAL
ethical bio „aus fairem Handel“ **ÖKO**
kontrolliert Fairtrade lokal biologisch
eco Handelsbeziehungen VON HIER **fair** Siegel

Rundum gut?

Überblick und Bewertung der Zertifizierung von Sozialstandards, fairen Handelspraktiken und Regionalität im Biohandel und im fairen Handel

1. Korrekturfassung

Helen Wegener, Thomas Becker



Impressum

Rundum gut?

Überblick und Bewertung der Zertifizierung von Sozialstandards, fairen Handelspraktiken und Regionalität im Biohandel und im fairen Handel

1. Korrekturfassung

Helen Wegener und Thomas Becker

Veröffentlicht im Juli 2010 in Stuttgart von KATE e.V. und copino eG

copino eG

Genossenschaft für bio-regio-fairen Handel

Blumenstr. 19

70182 Stuttgart

www.copino.de

KATE

Kontaktstelle für Umwelt & Entwicklung

Blumenstr. 19

70182 Stuttgart

www.kate-stuttgart.org

Wir bedanken uns für die Unterstützung von:



Aktion Hoffnung Rottenburg-Stuttgart e.V.



Brot für die Welt



Evangelischer Entwicklungsdienst e.V. (EED)

Diese Arbeit ist unter der folgenden Lizenz veröffentlicht:



Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland

Details zur Lizenz finden Sie im Anhang 2

Inhalt

Impressum	2
Inhalt	3
Zusammenfassung der Hauptergebnisse und Empfehlungen	4
Empfehlungen für die Akteure des ethischen Handels:	4
Empfehlungen für copino	5
Einleitung	6
Vorgehensweise	7
Dokumente und Resourcepersonen im Detail	7
Entwicklungen der letzten Zeit	10
Neue Zertifizierungssysteme für Sozialstandards & faire Handelspraktiken	10
Mainstreaming des klassischen Fairen Handels Richtung Multinationals	10
Die Folge: Ausdifferenzierung im Biomarkt und im fairen Handel.....	11
Standardausweitung für die gesamte Handelskette	12
Regionalität	13
Überblick über Akteure	14
0. Initiativen, die ohne Zertifizierung arbeiten	14
ISO26000.....	14
1. Standards für fairen Umgang mit Erzeugern ohne Bio	15
FLO	15
Sustainable Fair Trade Management System (SFTMS)	16
Fair Trade Sustainability Alliance (FairTSA)	16
Utz Certified (früher Utz Kapeh)	17
Rainforest Alliance	18
2. Standards für fairen Umgang mit Erzeugern, die Bio einschließen	19
IMO fair for life - social + fairtrade	20
EcoCert FairTrade	20
IBD EcoSocial	21
SoilAssociation Ethical Trade	22
Naturland Fair	22
3. Standards, die (auch) Akteure im Norden zertifizieren	24
Bestes Bio - Fair für Alle	24
Bio & Regional Berlin-Brandenburg	24
copino-Ziele	25
BioSuisse	25
Naturland Fair / Naturland Faire Partnerschaft	26
4. Standards, die Fabrikationsstätten und Einkaufsketten zertifizieren	27
SA8000	27
BSCI (Business Social Compliance Initiative)	28
Fair Labour Association (FLA).....	28
Ethical Trading Initiative	28
Fair Wear Foundation (FWF)	29
Zusammenfassende Bewertung und Ausblick	31
Handelsbeziehungs- und Sozialstandards	31
Regionalität	34
Empfehlungen für (bio-regio)-fair Akteure in Kurzform.....	36
Grundsätzliche Empfehlungen für copino	37
... für den Umgang mit Standards und der weiteren Standardentwicklung	37
... für den Umgang mit Regionalität	38
Anhänge	39
Anhang 1: Leitfaden-Vorschlag für copino zur Nutzung vorhandener Standards.....	40
Anhang 2: creative commons Lizenzbedingungen.....	42

Zusammenfassung der Haupt-ergebnisse und Empfehlungen

Der Markt für biologische und faire Produkte verändert sich aktuell sehr dynamisch, es treten neue Akteure und andere Handelspraktiken auf den Plan. Dies führt zu einer starken Ausdifferenzierung auch bei Werten und Standards und zu vielen Siegeln und Zertifizierungen. Dies führt gleichzeitig aber auch zu veränderten und neuen Verbrauchererwartungen beispielsweise an Fairness entlang der gesamten Handelskette oder faire Erzeugerbezahlung auch im Norden. Folgende Aspekte scheinen uns zentral:

- die Dimensionen fair und regional sind in der Biobranche nicht mehr selbstverständlich und werden deswegen von einigen Akteuren wieder stärker in den Mittelpunkt gerückt.
- Es existieren sehr unterschiedliche Sichtweisen auf den Begriff "fair" und die Zukunft des Fairen Handels sowohl intern in der FairHandels-Szene als auch im allgemeinen Markt.
- Es entstehen neue Zertifizierungen vor allem für Sozial- und Handelsbeziehungstandards im Süd-Nord und Nord-Nord-Handel und für regionale Bioprodukte. Die Standards unterscheiden sich zum Teil erheblich von den bisherigen Standards.
- Diese Ausdifferenzierung wird sich fortsetzen, wobei sich wahrscheinlich die Akteure der Biobranche am stärksten mit der Integration von fairen Handelsbedingungen und Sozialstandards befassen werden.

Für das weitere Vorgehen haben wir folgende Empfehlungen für die Akteure des ethischen Handels:

- der Diskurs zwischen Fairem Handel und Bio (bzw. bio-regio-fair Akteuren) sollte intensiviert werden, um bei der Weiterentwicklung der bio-regio-fair Standards und der Sozial- und Handelsbeziehungsstandards mehr Synergien zu entwickeln und um vorhandene Schwächen und Risiken besser bearbeiten zu können;
- die erfolgte und weiter fortschreitende Marktdifferenzierung und ihre Konsequenzen sollten stärker zur Kenntnis genommen werden und passende Handlungsstrategien für die jeweiligen Wertschöpfungsketten sollten entwickelt und umgesetzt werden;
- für jeden wichtigen Bereich des ethischen Handelns sollten eigenständige Standards und Kriterien entwickelt werden. Wir halten weder die Integration aller Themen in alle vorhanden Siegel, noch ein allumfassendes Siegel (Bio & Regio & Sozialstandards & faire Handelsbeziehungen & Ökologisch & CO₂ & noch weitere) für sinnvoll;
- Die Sozial- und Handelsbeziehungsstandards sollten für den Rest der Handelskette weiterentwickelt werden;
- Konzepte für die Förderung, Umsetzung und Kommunikation einer differenzierter verstandenen Regionalität sollten entwickelt werden;
- Integrationsmöglichkeiten der verschiedenen und sich weiter ausdifferenzierenden Sozial- und Handelsbeziehungsstandards & Siegel unter ein gemeinsames Dach sollten ausgelotet werden, z.B. über die Definition von zu erfüllenden Mindeststandards.

Empfehlungen für copino

Wir schlagen vor, daß copino keine eigenen Standards entwickelt, sondern

- einerseits ausgewählte vorhandene Standards nutzt, mit denen copino glaubwürdig seine inhaltlichen Vorstellungen zum bio-regio-fairen Handel umsetzen kann;
- andererseits daran mitwirkt, daß Standards in Richtung höherer Glaubwürdigkeit weiterentwickelt werden, insbesondere für den Rest der Handelskette nach dem brand owner und für eine differenziert verstandene Regionalität;
- sich aktiv in den Dialog mit den Akteuren begibt, die daran arbeiten wollen, wie die vorhandenen glaubwürdigeren Siegel unter einem Dach integriert werden können, beispielsweise bei der WFTO oder bei der FTSA.

Einleitung

In den letzten Jahren haben sich verschiedene und unterschiedliche Initiativen entwickelt, die eine verstärkte Integration von Bio und Fair, bzw. von Bio, Fair und Regionalität erreichen wollen.

Auch gesellschaftlich rücken die drei Themen immer mehr in den Blickpunkt und im gesellschaftlichen Diskurs wird immer stärker erwartet, daß alle drei Merkmale für Produktion, Produkte und Vermarktung Hand in Hand gehen.

Historisch sind der faire Umgang und die Regionalität im Biohandel als selbstverständlich angesehen worden

Historisch ist im Biohandel sowohl der faire Umgang mit den Handelspartnern als auch die Regionalität der Produkte von den meisten Akteuren als selbstverständlich angesehen worden. Beide sind allerdings kein Teil der offiziellen Bio-Kriterien, sondern entstanden vielmehr aus den gelebten Idealen der Akteure. Mit der Ausdifferenzierung des Marktes kommen nun zunehmend mehr Akteure in den

Markt (Hersteller, Verarbeiter und Händler), die keinen Wert auf diese Werte legen, sondern im Gegenteil konventionelle Handelspraktiken dazu nutzen, um sich eine bessere Position am Markt zu verschaffen, größere Marktanteile zu erringen und Mitbewerber zu verdrängen.

Diese Entwicklung ist teilweise dramatisch, sowohl was die Marktanteile der konventionellen Discounter und Supermärkte bei Bio angeht, als auch, was die Marktanteile der Bio-Supermarktketten gegenüber dem klassischen Bioeinzelhandel angeht.

Auf dieser Basis wächst eine Bewegung, der Hersteller, Großhändler und Einzelhändler angehören, die auf eine deutliche Marktpositionierung gegenüber diesen "Verwässerungstendenzen" hinarbeitet (kodex, bonagera und andere).

Eine ähnliche Entwicklung, wenn auch nicht ganz identisch, ist auch im Fairen Handel zu beobachten. FLO und FairTrade setzen zunehmend auf multinational agierende Akteure während die stärker wertebasiert arbeitenden Akteure diese Entwicklung sehr kritisch sehen und versuchen, ein stärker integriertes ökonomisches Verständnis in praktische Handelsalternativen zu übersetzen.

Trotz dieser Ähnlichkeiten und teilweiser Zusammenarbeit handelt es sich bei den Bio- und den Fairhandelsakteuren um ganz unterschiedliche Gruppen, die nur zum kleinen Teil miteinander im Diskurs stehen.

Auf dieser Basis entstand dieses Projekt, in dem

1. die verschiedenen schon existierenden Standards und Zertifizierungen verglichen wurden
2. Einschätzungen der verschiedenen Akteure eingeholt wurden
3. Empfehlungen gegeben werden, welche Richtung die Weiterentwicklung von bio-regio-fairen Standards und Zertifizierung nehmen sollte

Vorgehensweise

Im Detail wurde die oben geschilderte Vorgehensweise folgendermaßen umgesetzt:

- Screening von Dokumenten
- Auswertung ausgewählter Dokumente
- Entwicklung eines Auswertungsrasters und Erstellung einer Übersichts- und Vergleichstabelle
- Auswahl und Kontakt von Ressourcepersonen
- Besuch von und Beteiligung bei Fachvorträgen und Podiumsdiskussion auf der Biofach 2010, sowie Expertengespräche
- Auswertung der Ergebnisse und Erarbeitung dieses Berichts

Wir hoffen, dass die geführten Gespräche und Diskussionen, sowie der Bericht Anstöße für die Weiterentwicklung der bio-regio-fairen Standards im Besonderen und genereller von Sozialstandards geben kann und dass er den Akteuren eine Hilfestellung dabei geben kann, sich besser im Akteursumfeld zu verorten und zu positionieren.

Auch wenn die Untersuchung auf der Analyse einiger Dokumente, vieler Gespräche und Veranstaltungen beruht, erhebt sie keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit oder Objektivität. Er stellt vielmehr die die Einschätzungen und Bewertungen der AutorInnen dar.

Der Bericht bezieht sich vor allem auf die Situation Anfang 2010 und die vorangegangenen Entwicklungen. Dabei ist aber geplant, den Bericht im Internet in einer solchen Form zur Verfügung zu stellen, daß andere ihn kommentieren und erweitern können.

Eine herzliche Einladung also einerseits für Kommentare, Verbesserungs- und Korrekturvorschläge und andererseits zur Weiterentwicklung dieses Dokuments. Vorläufig sollten alle Anregungen an Helen Wegener gesendet werden: helen.wegener@copino.de

Dokumente und Ressourcepersonen im Detail

Für die Untersuchung haben wir eine große Zahl von Dokumenten gescreent und eine Auswahl davon ausgewertet.

Im Screening waren folgende Dokumente, von denen die meisten frei zugänglich sind. Bei nicht frei zugänglichen Dokumenten ist dies angemerkt:

- agrarbündnis; Fairness und Ethik im Ökologischen Landbau; 2007
- Besse, V.; Nachhaltig konsumieren mit cleanEuro; Sustainable Austria Nr. 43; Juni 2008
- Burger, D., Mayer C., Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH (Hrsg.); Ernst machen mit nachhaltiger Entwicklung: die Rolle von Sozial- und Ökostandards; Verlag Kessel; o.J.
- Globescan, FLO (Hrsg.); Researches on the impact of Fair Trade; 2009
- Hearson, M., Clean Clothes Campaign (Hrsg.); Cashing in - Giant retailers, purchasing practices, and working conditions in the garment industry; o.J.
- Kampagne für ‚Saubere‘ Kleidung (Hrsg.); Wer bezahlt unsere Kleidung bei Lidl und kik?; 2008
- Krier, Jean-Marie; FLO, IFAT, NEWS! & EFTA (Hrsg.); Fair Trade in Europe 2005 - Facts and figures on Fair Trade in 25 European Countries; 2005
- Ökologischer Landbau und Fairer Handel in Entwicklungsländern -

- DITSL GmbH; Möglichkeiten nachhaltiger Ertragssteigerung und Beitrag zu Ernährungssicherung und Entwicklung – Status quo und Potenzialanalyse; 2009
- Reinhardt, Gärtner, Münch, Häfele, ifeu (Hrsg.); Ökologische Optimierung regional erzeugter Lebensmittel – Energie- und Klimabilanzen; 2009
- Ruben R., Fort r., Zuniga-Arias G.; Measuring the impact of fair trade on development; Development in Practice, Volume 19, Number 6, August 2009
- van der Wal, S.; Sustainability Issues in the Tea Sector – A Comparative Analysis of Six Leading Producing Countries, 2008
- Wiggerthal, M., Forum Umwelt & Entwicklung (Hrsg.); Supermärkte auf dem Vormarsch im Süden – Bedrohung für Kleinbauern?; 2007

Ausgewertet wurden folgende Dokumente, manche davon nur zum Teil:

- Bio Suisse Delegiertenversammlung; Medienmitteilung "Für faire Handelsbeziehungen im Inland"; 2010
- EcoCert Fairtrade (EFT), www.ecocert.com/-EFT-.html, Mai 2010
- Ellis, Keane, ODI Overseas Development Institute (Hrsg.); A review of ethical standards and labels: Is there a gap in the market for a new 'Good for Development' label?; Working Paper 297; 2008
- el puente; Stellungnahme zum Transfair-Siegel; 2008
- Erklärung von Bern, www.evb.ch/p25010770.html, Juni 2010,
- Fairtrade Labelling Organizations International (FLO); Generic Fairtrade Trade Standards ; Current version: 15.08.2009; 2009;
- Fair Trade Sustainability Alliance, Consolidated Standards for the Production of Agricultural Products, Processed Foods, Wild Collected Plants, Handicrafts and Personal Care Products, Version 2.50, 2009
- Fair Trade Sustainability Alliance , www.fairtsa.org, Mai 2010
- Fair Wear Foundation , <http://fairwear.org>, Mai 2010
- FAKT: Vergleichende Übersicht verschiedener Standards. Internes Arbeitsdokument, nicht öff. zug.
- GOTS (Global Organic Textile Standard), www.global-standard.org, April 2010
- IBD EcoSocial, EcoSocial Program + Integra Program – Broschüre, o.J.
- IMO fair for life - social + fairtrade / For Life- Social Responsibility Certification, www.fairforlife.net, Mai 2010
- Kloos D., SÜDWIND Institut für Ökonomie und Ökumene (Hrsg.); Sozial-ökologische Mode auf dem Prüfstand, Überblick und Analyse; 2009
- Label Online, Verbraucherinitiative e.V.; www.label-online.de; Mai 2010;
- Lang, Martin, dwp; "Wie fair ist der Faire Handel"; o.J.;
- Kröger, Ondratschek, Schäfer (ZTG, TU Berlin); Fairness in Wertschöpfungsketten - Übersicht über Indikatoren und Kriterien von 6 Initiativen zu „Bio mit Mehrwert" (Arbeitsfassung / Diskussionsgrundlage); o.J.; nicht öff. zug.
- Nachhaltige Beschaffung; www.nachhaltigebeschaffung.org; Mai 2010;
- Naturkost-Akademie e.V. (Hrsg.); Regionalität - ein Zukunftsprofil für den Naturkost-Fachhandel, Ergebnisse der Zukunftskonferenz 2010; 2010;
- Naturland e.V.; Auszug Naturland Richtlinien Soziale Verantwortung; Version 11/2009';
- Naturland e.V.; Naturland Fair Richtlinien; 2009;
- Öko-Institut e.V.; Bewertung ausgesuchter Warengruppen nach ökologischen und sozialen Kriterien; 2008;
- Paulsen, O.; Forum Fairer Handel (Hrsg.), Fair oder nicht fair? Drei Gütesiegel- und Kodex-Systeme im Vergleich mit dem zertifizierten Fairen Handel; 2008;
- Rat für Nachhaltige Entwicklung; Der Nachhaltige Warenkorb; 3. komplett überarbeitete Auflage'; 2009;
- SA 8000, www.sa-intl.org, Mai 2010
- Speck, T., GEPA; Kundeninformation "Artikel in der Stuttgarter Zeitung vom 28.04.2010"; 2010;
- Soil Association Ethical Trade, www.soilassociation.org, Mai 2010
- Utz Certified; www.utzcertified.org; Mai 2010

- Weltladendachverband e.V.; Position des Weltladen-Dachverband e.V. zu „Naturland Fair“; 2010;
- WFTO The World Fair Trade Organization; SFTMS - Sustainable Fair Trade Management System; Second Draft of the SFTMS Standard Framework; 2009;

Mit folgenden Personen wurden Expertengespräche geführt. Deren Aussagen sind im Bericht nicht einzeln dargestellt, sie sind in unsere Beschreibungen und Bewertungen eingegangen:

- Georg Abel, Die Verbraucherinitiative e.V.
- Barbara Altmann, Rapunzel
- Thomais Anastasiades, IMO
- Annette Bernd, AB-Consult
- Wiebke Deeken
- Winfried Fuchshofen, Fair Trade Sustainability Alliance (FTSA)
- Carol Haest, Haest Consultancy for the Organic Industry and Retail
- Jakob Ganten, demeter Berlin-Brandenburg
- Christine Gent, WFTO
- Alexandre Harkaly, IBD
- Wolfgang Kathe, IMO
- Melanie Kröger, Zentrum Technik und Gesellschaft der TU Berlin
- Volkmar Lübke, CorA
- Noel Oettle, Environmental Monitoring Group
- Friedrun Sachs, Naturland
- Martina Schäfer, Zentrum Technik und Gesellschaft der TU Berlin
- Gerhard Schäuble, fair&human gmbh
- Peter Schaumberger, Fairtrade Referent
- Jörg Schumacher, BioSuisse
- Arnd Zschocke, IFOAM

Darstellungen und Sichtweisen von folgenden Personen sind aus Podiumsdiskussionen und Vorstellungen vor allem von der Biofach 2010 in die Studie eingeflossen:

- Markus Arbenz, IFOAM
- Reiner Bächli, IMO
- Sepp Brunnbauer, Biokreis
- Thomas Cierpka, IFOAM
- Sarah Compson, Soil Association
- Christian Eichert, Universität Hohenheim
- Andy Good, Equal Exchange
- Rolf Holzapfel, demeter
- Ulrich Hamm, Universität Kassel
- Josef Jakobi, Upländer Bauernmolkerei
- Laurent Lefebvre, ECOCERT
- Louise Lutikholt, FLO
- Nicolas Mounard, AlterEco
- Britta Pätzold, WWF
- Dieter Overath, Transfair
- Anke Schekhan, Bestes Bio Fair für Alle
- Steffen Reese, Naturland
- Robin Roth, gepa
- Tuulia Syvaenen, FLO
- Joachim Weckmann, Märkisches Landbrot

Entwicklungen der letzten Zeit

Das Thema (bio-regio)-fairer Handel hat im letzten Jahr enorm an Bedeutung gewonnen. Dabei ist zu beobachten, daß sich nicht nur die Diskurse zum Thema vervielfacht haben, sondern auch die Umsetzung verschiedener Initiativen Fahrt aufgenommen hat.

Neue Zertifizierungssysteme für Sozialstandards & faire Handelspraktiken

Am augenfälligsten sind verschiedene neue Zertifizierungssysteme: Einerseits wurden sowohl für den Süd-Nord Handel mehrere Alternativzertifizierungen zu FLOCERT/FairTrade entwickelt. Andererseits wurden und werden auch für den Nord-Nord Handel verschiedene Ansätze für Fairness und Sozialstandards in der Handelskette diskutiert und in Anfängen umgesetzt.

Diese Initiativen gingen fast ausschließlich von Bio-Akteuren aus und werden von den klassischen Fairhandelsakteuren sehr unterschiedlich bewertet und behandelt. Nur bei der neuen Naturland Fair-Zertifizierung waren die Fairhandelsimportorganisationen gepa, dwp und banafair aktiv an der Entwicklung beteiligt. Die Hauptakteure waren einerseits Bio-Regio-Fair Initiativen wie "Bestes Bio - Fair für alle", "Regional und Fair Berlin-Brandenburg" und andererseits Bio-Zertifizierer wie Ecocert,

Bio-Akteure entwickeln Alternativ-Zertifizierungen für den Süd-Nord- sowie für den Nord-Nord Handel

Soil Association, IMO oder Naturland als Anbauverband (gemeinsam mit den genannten Fairhandelsimportorganisationen). Eine Sonderstellung nimmt EcoSocial ein, eine brasilianische Organisation, die von Anfang an Bio und Sozialstandards miteinander verbunden hat. Hinzu kommen noch Anbauverbände wie demeter und BioSuisse, wobei

demeter sehr stark auf Diskurse und Gespräche setzt, während BioSuisse sehr aktiv an der Integration von Sozialstandards in die Bio-Handelskette arbeitet.

Mainstreaming des klassischen Fairen Handels Richtung Multinationals

Gleichzeitig ist eine ebenfalls auf Mainstreaming ausgerichtete Entwicklung zu beobachten, die in eine andere strategische Richtung weist: Das Vorstoßen von FairTrade zu den Multinationals. Nachdem die



Foto 1: OrgangeJon auf www.flickr.com

FairTrade Zertifizierung einer Eigenmarke von Lidl bereits für große Diskussionen gesorgt hatte, orientieren sich FLO & FairTrade nun noch stärker in Richtung Wachstum und haben kürzlich mit dem in Großbritannien FairTrade-zertifizierten Nestle-Produkt KitKat für Aufsehen gesorgt. Der zunehmende Verkauf in Supermärkten und in Discountern mit den dabei notwendigen großen und gleichförmigen Chargen führte dabei auch zu vermehrten Ausnahmeregelungen und zur Aufweichung von Kriterien, die ebenfalls für erheblichen Unmut bei Erzeugern und im Handel geführt haben.

Hauptbegründung für diese strategische Ausrichtung ist die größere Anzahl von Menschen im Süden, die durch die Ausweitung der fair gehandelten Mengen von einer besseren Entlohnung und deren Nebenwirkungen profitieren können.

Die Folge: Ausdifferenzierung im Biomarkt und im fairen Handel



Foto 2: Dirk Heuer auf www.flickr.com

Der zunehmende Verkauf von Bioprodukten und von fair gehandelten Produkten in Supermärkten und Discountern setzt die klassischen Verkaufsstätten in beiden Handelsbereichen stark unter Druck. Im Biobereich kommt noch hinzu, dass auch unter den reinen Bioverkaufsstätten ein harter Verdrängungswettbewerb eingesetzt hat. Kleine Bioläden werden vom Markt verdrängt und müssen schließen, während Biosupermärkte und Biosupermarktketten ein starkes Wachstum aufweisen.

Bereits heute wird ca. 60% des Bioumsatzes in konventionellen Supermärkten (LEH) und Discountern gemacht, obwohl beide bisher noch nicht ernsthaft in den Bioverkauf eingestiegen sind.

Vor diesem Hintergrund setzt sich bei immer mehr Herstellern, Großhändlern und Einzelhändlern die Erkenntnis durch, dass sie ihren Kunden eine klare

Alternative zum LEH und zum Discount bieten müssen und diese auch klar kommuniziert werden muss. Wenn der Kunde nicht weiß, wo der Unterschied zwischen den Produkten sowie deren Herstellung und Handel liegt, warum sollte er es zu einem höheren Preis und mit einem höheren Aufwand im Fachhandel kaufen?



Foto 3: halleliebe auf www.flickr.com

Parallel dazu ist in den letzten Jahren in einem Teil der Gesellschaft der gesellschaftliche Schaden, der durch die Handelspraktiken der Multinationals und der großen Einzelhandelskonzerne verursacht wird, immer mehr ins Blickfeld gerückt. Dabei geht es zum einen um das klassische Betätigungsfeld des fairen Handels, also die faire Erzeugerbezahlung, zum anderen aber auch um die Arbeitsbedingungen im Rest der Handelskette sowohl im Süden als auch im Norden. In jüngerer Zeit kommt dazu verstärkt die Klimawandelthematik in den Blick, so dass heute vielfach von ethischem Handel gesprochen wird, bzw. interessanterweise in Deutschland eher von ethischem Konsum. Dabei sind zumeist noch weitere Zusatznutzen gemeint, also umgesetzte Werte, die der Konsument mit dem Produkt einkaufen will, die sich normalerweise nicht

in der eigentlichen Produktqualität ausdrücken, sondern die sich auf Prozesse und Strukturen in Herstellung und Handel der Produkte beziehen. Diese sind neben der fairen Bezahlung von Erzeugern im Süden, auch die faire Entlohnung von Erzeugern im Norden (bspw. Milch und das extreme Dumping bei der Erzeugerpreisen), die Arbeitspraktiken im LEH, bei Discountern und zum Teil auch in Biosupermarktketten, CO₂-Bilanz, Umweltschutz, Tierschutz, etc.

Vor diesem Hintergrund wächst auch im Fairen Handel einerseits die Erkenntnis, daß jenseits des Globalziels der fairen Erzeugerbezahlung die Interessenlagen der Handelsakteure in ganz verschiedene Richtungen gehen und die Einsicht bei den klassischen Fairhandelsakteuren, daß FLO und Transfair bei der Umsetzung ihrer Handelsstrategien keine Rücksicht auf ihre Bedürfnisse nehmen.

Mit dem Ankommen im wirtschaftlichen Mainstream haben andere Interessen und Handelspraktiken Einzug gehalten

Einigkeit als kleine Nische als Gegenentwurf zum gesellschaftlichen Mainstream gearbeitet hat. Nun fällt es schwer anzuerkennen, dass mit dem Ankommen im gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Mainstream Interessen und Handelspraktiken Einzug gehalten haben, die mit den ursprünglichen Werten und Zielen kaum noch etwas zu tun haben, bzw. diesen in vielen Bereichen diametral gegenüberstehen.

Allerdings ist nach wie vor auch zu beobachten, daß viele Akteure sich noch immer schwer damit tun, dies klar zu benennen und eine eigene klare Marktpositionierung voranzutreiben.

Dieselbe Schwierigkeit ist auch im Biobereich zu beobachten. Wahrscheinlich ist dies vor allem darauf zurückzuführen, daß man so viele Jahre in relativer

Standardausweitung für die gesamte Handelskette

Mit Bezug auf eine Ausweitung der Standards auf die gesamte Handelskette ist die Entwicklung noch nicht so weit fortgeschritten wie bei der Integration von bio und fair, bzw. von Fair-Standards für den Nord-Nord-Handel.



Foto 4: yellowbird479 auf www.flickr.com

Der Wunsch, die Standards in der Handelskette weiterzuziehen wird allerdings vermehrt geäußert und es gibt einige Akteure, die erste kleine Schritte in diese Richtung gegangen sind. So zertifiziert z.B. Naturland keine Discounter-Eigenmarken mit seinem Fair-Siegel und "Bestes Bio - fair für alle" zertifizierte Produkte dürfen nicht im Discounter verkauft werden. Auch dwp-Produkte können nicht im Discount verkauft werden, während die gepa sich nur auf den von ihr so bezeichneten Hart-Discount beschränkt.

Allerdings sind noch keine weiteren oder weitergehende Umsetzungen für Zertifizierung von Akteuren jenseits des brand-owners, bzw. der Fertigstellung des Produkts zu sehen. Für Spediteure, Großhändler oder Einzelhändler gibt es bisher keine Standards und diejenigen Akteure, die mehr

leisten oder höhere Standards sicherstellen, können dafür bisher nur schwer einen Mehrpreis realisieren. Hier sehen wir in erster Linie eine konzeptionell-organisatorische Entwicklungsaufgabe für diejenigen Akteure im Biohandel und im fairen Handel, die sich mit Fairness in der gesamten Handelskette deutlich gegenüber anderen Anbietern positionieren wollen.

Regionalität



Foto 5: viernullvier auf www.flickr.com

Die Entwicklungen mit Bezug auf Regionalität sind aus verschiedenen Gründen noch heterogener als für fairen Handel und Sozialstandards. Es gibt keinerlei einheitliche Definitionen und keine ernst zu nehmenden Standards. Da das Thema für Verbraucher zunehmend wichtiger wird, versuchen viele Akteure, das Thema zu besetzen; auch große Akteure, die Regionalität nur für das Marketing benutzen, hinter dem zum Teil keinerlei Substanz steckt.

Viele der glaubwürdigeren Regio-Initiativen arbeiten nur regional beschränkt und vermarkten nur Produkte aus der Region in der Region. Im Gegensatz dazu beziehen weltweit oder bundesweit agierende Initiativen wie Naturland und 'Bestes Bio - Fair für alle' "Regio" auf "Regionale Erzeugung inklusive regionalem

Rohstoffbezug" und nicht als regionale Vermarktung. Mit diesem Ansatz wird die regionale Wertschöpfung deutschland- bzw. weltweit gefördert und dafür der ggf. weite Transport der fertigen Waren zum Vermarktungsort in Kauf genommen.

Auseinanderklaffen von Verbrauchererwartungen und Handelsrealität

Als Hauptschwierigkeit für einen glaubwürdigen Umgang mit Regionalität wird dabei von vielen das Auseinanderklaffen zwischen den Verbrauchererwartungen und der heutigen Realität des Handels gesehen.

Hier geht es vor allem um zwei Fragen. Verbraucher wünschen und erwarten als regionale Produkte, Produkte, die aus ihrer unmittelbaren Umgebung kommen, während

1. heutige Handelsstrukturen eine solche Nähe nur mit erheblichen Mehrkosten umsetzen könnten
2. viele Projekte Regionalität in erster Linie mit Bezug auf die Rohstoffbeschaffung für die Produktherstellung definieren

In der Entwicklung einer sinnvollen, lokale und regionale Produktion, Verarbeitung und Vermarktung fördernden Handels- und Vermarktungsstrategie sehen wir eine große und wichtige Herausforderung konzeptioneller und handelspraktischer Art. Dabei geht es nicht zuletzt auch um die Frage, wie es gelingen kann, Akteuren, die an größere Entfernungen vermarkten (auch im internationalen fairen Handel), dabei zu helfen, bei der Vermarktung auch lokale und regionale Märkte wieder stärker in den Blick zu nehmen.

Überblick über Akteure

im Feld bio-regio-faire Handelsbeziehungen, Sozialstandards und Produkte

Wie oben erläutert, ist in den letzten Jahren eine große und kaum noch überschaubare Zahl von Standards entstanden. Für unsere Fragestellung schlagen wir vor, die wichtigsten Initiativen in folgende Gruppen einzuteilen um die unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen und Stoßrichtungen der Standards besser einschätzen zu können:

0. Initiativen die ohne Standards arbeiten
 1. Standards, die sich auf den fairen Umgang mit Erzeugern im Süden beziehen & Bio nicht einschließen
 2. Standards, die sich auf den fairen Umgang mit Erzeugern im Süden beziehen & Bio einschließen
 3. Standards, die (auch) Akteure im Norden zertifizieren
 4. Standards, die Fabrikationsstätten und Einkaufsketten zertifizieren

0. Initiativen, die ohne Zertifizierung arbeiten

Es gibt eine Reihe verschiedener Initiativen, die inhaltlich in eine ähnliche Richtung zielen, aber bewußt ohne Standardisierung arbeiten. Wir sehen vor allem drei Hauptmotivationen:

- In anthroposophischen Kreisen (demeter) steht man der Standardisierung von Sozialstandards und Handelsbeziehungen vor allem deswegen skeptisch gegenüber, weil man der Meinung ist, daß die Themen besser durch Gespräche und Diskurse weiterkommen und nicht durch das Festschreiben von Standards, die dann von Externen geprüft werden. Auch andere Akteure äußern allerdings ähnliche Befürchtungen auf der Grundlage der Erfahrungen im fairen Handel: durch die Zertifizierung würden die Akteure ihre Verantwortung an die Zertifizierer delegieren und nicht mehr selbst übernehmen.
- Initiativen wie Bio-mit-Gesicht oder Trust organic small farmers setzen auf höhere Glaubwürdigkeit, indem dem Verbraucher die Arbeit der Landwirte wieder näher gebracht wird.
- Bei den meisten Initiativen, die ohne Standards und Zertifizierung arbeiten, handelt es sich allerdings um whitewashing von Firmen und Firmenzusammenschlüssen, die nur der Verbrauchertäuschung dienen. Auf diese Ansätze gehen wir hier nicht ein.

Vielfach werden die Ansätze exklusiv und alternativ vorgestellt und diskutiert, wobei wir der Meinung sind, daß sich beide Ansätze ergänzen können und sollten. Allerdings muß beidseitig darauf geachtet werden, die Konzepte so miteinander zu verschränken, daß die Glaubwürdigkeit für die Verbraucher nicht gesenkt wird, sondern erhöht. Hierzu sind absolute Transparenz und pro-aktive Kommunikation in Richtung Verbraucher unabdinglich.

ISO26000

Eine weltweite Initiative, die nicht mit harten, zertifizierbaren Standards arbeitet, ist die internationale Handlungsleitlinie ISO26000 für corporate social responsibility, die Anfang 2011 veröffentlicht werden soll. Die Norm ist nicht zertifizierbar, sondern gibt als Leitfaden Orientierungshilfen und Empfehlungen für gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln für Organisationen jeder Art. Kernthemen sind

Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umwelt, faires Handeln sowie Verbraucherrechte. Es werden außerdem erfolgreiche Beispiele und Umsetzungsvorschläge dazu beschrieben. Durch die Norm soll die Bedeutung der sozialen Verantwortung für Organisationen unterstrichen werden und diese sollen dazu angeregt werden, sich den Anforderungen zu stellen.

1. Standards für fairen Umgang mit Erzeugern ohne Bio

In diese Gruppe schließen wir FairTrade (FLO), das neue Sustainable Fair Trade Management System (SMTFS) der WFTO, Fair Trade Sustainability Alliance (FairTSA), Utz Certified und mit Einschränkung auch Rainforest Alliance ein.

Schwerpunkt dieser Standards ist die faire Erzeugerbezahlung und die Einhaltung von Sozialstandards bei den Erzeugern, bzw. Umweltschutz (Rainforest Alliance). Bio ist kein Teil der Zertifizierung und auch keine Voraussetzung für eine Zertifizierung nach diesen Standards.

Die Standards dieser Gruppe zertifizieren zum Teil nicht die herstellenden Unternehmen, sondern einzelne Produkte, die von ihnen hergestellt, bzw. vertrieben werden (FLO, FairTSA, Utz, Rainforest Alliance), während SMTFS Organisationen und Firmen zertifiziert. Unternehmenseigene Standards wie z.B. die Kriterien von dwp oder das Partnerschafts-Siegel von Rapunzel sind hier nicht aufgeführt, ebenso wie sehr produktspezifische Siegel wie z.B. FairFlowers oder FairStone.

FLO



- **Schwerpunkt:** Verbesserung der Situation von Erzeugern in Entwicklungsländern durch Handel
- **Sozialstandards:** Differenzierte Kriterien, nationale Gesetzgebung, z.T. ILO, z.T. Soll-Kriterien ohne Verpflichtung, Fortschrittskriterien
- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:** Fairhandelsprämie für lokale Projekte. Transfair und andere nationale Siegelorganisationen unterstützen Erzeuger dabei marktfähig zu werden.
- **Handelsbeziehungen:** produktspezifisch unterschiedlich, garantierter Mindestpreis, Vorfinanzierung, Langfristigkeit, unterschiedliche Kriterien für Kleinbauern, für Plantagen & für Vertragsanbau.
- **Rest der Wertschöpfungskette:** nein, Standard reicht nur bis zur Produktherstellung
- **Regionalität:** nein
- **Umweltschutz/Ökologie:** Reduktion von Pestizidnutzung und chemischer Stoffe, Verbesserung des Umgangs u.ä.
- **Kontrolle:** Ja. Nur durch FLOCERT möglich
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** ja/nein. Formal ist FLOCERT aus FLO ausgegliedert, de facto ist die Trennung (noch) nicht glaubwürdig. Zertifizierung durch andere Zertifizierer ist nicht möglich.

Sustainable Fair Trade Management System (SFTMS)



- **Schwerpunkt:** System für Unternehmen (nicht für einzelne Produkte), um zu überprüfen, wie die Fairhandels-Kriterien erfüllt werden. Zugänglich für alle Unternehmen die die nach FairTrade Aspekten handeln, egal welche Art oder aus welchem Land. Der Standard befindet sich in der Vorbereitung und kann nur auf Basis des letzten Entwurfs wiedergegeben werden. Durch die Reduktion der Inspektionskosten sollen mehr kleine Produzenten zertifiziert werden können.
- **Sozialstandards:** nationale Gesetzgebung, gerechte Entlohnung von Frauen und Förderung der Mitbestimmung von Frauen, sichere und gesunde Arbeitsbedingungen, Einhaltung der UN-Kinderrechte der nationalen Regeln und Gesetze, Kinderarbeit muss mitgeteilt werden.
- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:** keine Angabe
- **Handelsbeziehungen:** Transparenz im Management und wirtschaftl. Beziehungen, langfristige Handelsbeziehungen, basierend auf Solidarität, Vertrauen und beiderseitigem Respekt, fairer Preis, verhandelt im dokumentierten Dialog, faire Gehaltspolitik, Plan zur Erreichung d. Mindestlöhne, Planung zum Aufstieg in der Wertschöpfungskette, pünktliche Bezahlung und Hilfe beim Zugang zu Finanzierungs-Krediten, besondere Berücksichtigung kleiner benachteiligter Produzenten, Weiterbildung, Zinslose Anzahlungen möglich
- **Rest der Wertschöpfungskette:** bezieht sich auf alle Aktivitäten, Dienstleistungen, Produkte oder Produktionssysteme über die die gelabelte Organisation Einfluss hat, d.h. dass sich die Reichweite vermutlich nur bis zum brandowner erstrecken wird.
- **Regionalität:** nein
- **Umweltschutz/Ökologie:** Unterstützung bei besseren Praktiken hinsichtlich Umweltschutz und verantwortungsvollen Produktionsmethoden
- **Kontrolle:** Ja, durch akkreditierte Unternehmen
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** ja, soweit absehbar

Fair Trade Sustainability Alliance (FairTSA)



- **Schwerpunkt:** Verbesserung der Lebensqualität von Produzenten, Arbeitern und Bauern mit Hilfe von FairTrade und nachhaltiger Kommunen-Entwicklung. Die Non-Profit-Organisation setzt die Standards für das Fairtrade-Siegel und akkreditiert Bio-Zertifizierungsunternehmen, dadurch werden Doppel-Zertifizierungen vermieden. Zusätzlich zum "klassischen" Fairtrade-Standard soll Anfang Juli 2010 ein Domestic Fair Trade Standard für die USA gestartet werden. Über ein zusätzliches CO2-Siegel wird derzeit nachgedacht.
- **Sozialstandards:** Arbeitsrichtlinien basierend auf ILO-Normen v.a. bzgl. Kinderarbeit, gefährliche Arbeitsbedingungen, Mindestlöhne, Diskriminierung, Arbeitsverträgen, Gewerkschaftsmitgliedschaft, Betriebliche Sicherheit und Gesundheitsschutz, Verbesserungsprozess hinsichtlich Arbeitsrechten, demokratische und partizipative Strukturen, soziale Weiterentwicklung, Ausbildung von einheimischen Spezialisten.

- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:** Soziale Prämie für Produzenten zur Finanzierung kommunale Entwicklungs-Projekte plus kommunale Entwicklungs-Prämie
- **Handelsbeziehungen:** Faire, langfristige Rahmenverträge, verhandelter Preis min. 10% über marktüblichem Preis, Mindestpreise bei zu niedrigen Marktpreisen, wirtschaftliche Entwicklungsziele, Förderung einer sozial- und ökologisch verantwortlichen Produktkette, kein Fair- oder Greenwashing, Transparenz über die Projekte im Internet
- **Rest der Wertschöpfungskette:** maximal bis zum Brand-owner, für den Domestic-Fairtrade-Standard wird über Einbeziehung bis zum Einzelhandel nachgedacht.
- **Regionalität:** nein
- **Umweltschutz/Ökologie:** Landwirtschaftliche BestPractice, Erhalt d. Ökosystems, Artenschutz, Wasserverbrauch, Abfallwirtschaft, Nutzung von Agrarchemikalien
- **Kontrolle:** ja
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** ja

Utz Certified (früher Utz Kapeh)



- **Schwerpunkt:** Arbeitsrichtlinien plus Bereitstellung von Marktinformationen um bessere Verhandlungsposition zu ermöglichen (Kaffee) plus "Good agricultural Practice"
- **Sozialstandards:** ILO-Kernarbeitsnormen, Sicherheit am Arbeitsplatz, Zugang zu: Gesundheitsfürsorge, Bildung für Kinder, angemessener Unterkunft, Trinkwasser
- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:** keine Vorschriften
- **Handelsbeziehungen:** Stärkung der Verhandlungsposition der Produzenten durch Informationen (Datensammlungen zu Preisen, Aufschlägen, Vorhersagen / Auswertungen zu Angebot und Nachfrage), Kein Mindestpreis, aber Aufpreis für zertifizierte Produkte, zertifizierte Produzenten sind in einer zentralen Datenbank bei Utz aufgeführt
- **Rest der Wertschöpfungskette:** nein, Standard reicht nur bis zur Produktherstellung
- **Regionalität:** nein
- **Umweltschutz/Ökologie:** Angemessene und sichere Nutzung von Pestiziden / chemischen Stoffen, Vorbeugen von Bodenerosion, Ressourcenschonung, Schutz d. Artenvielfalt, keine Urwald-Rodung
- **Kontrolle:** Ja, jährliche Kontrolle durch verschiedene akkreditierte Kontrolleure
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** ja

Rainforest Alliance



- **Schwerpunkt:** Siegel für landwirtschaftliche Produkte aus Betrieben, die nach Umwelt- und Sozialkriterien arbeiten.
- **Sozialstandards:** nationale Mindestlöhne auf Plantagen oder in Firmen, Diskriminierungsverbot der Arbeiter, Mindestlohn entsprechend den gesetzlichen Vorschriften oder dem regionalen Durchschnitt; Mindestalter der Arbeiter 15 Jahre, besondere Schutzregelungen am Arbeitsplatz für 15- bis 17-Jährige; Verbot von Zwangsarbeit, weitere nicht verpflichtende Kriterien
- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:** spez. Anforderungen zu Arbeiter- und Familienrechten
- **Handelsbeziehungen:** kein Mindestpreis, keine Prämienzahlungen, verhandelbare Aufschläge je nach Erfüllungsgrad der Kriterien
- **Rest der Wertschöpfungskette:** nein, Standard reicht nur bis zur Produktherstellung, ökologische Standards auch für Zulieferer
- **Regionalität:** nein
- **Umweltschutz/Ökologie:** Schwerpunkt des Standards liegt hier. Allerdings Kriterien nur auf IPM-Niveau. Viele Soll-Kriterien ohne Verpflichtung
- **Kontrolle:** 3jährige Zertifizierung mit jährl. Audits nach ISO 65, Zertifizierungssystem mit Partizipation aller beteiligter Gruppen
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** Nein, Standardsetzung und Kontrolle durch SAN (Sustainable Agriculture Network), teilweise vergeben an lokale NGOs. Siegelvergabe durch Rainforest Alliance. SAN und RA erscheinen eng verzahnt.

Trotz einer gewissen Verwandtschaft verfolgen vor allem Rainforest Alliance und Utz Certified einen anderen Ansatz mit unterschiedlichen Prioritäten. Wo FLO mit FairTrade vor allem Kleinproduzenten verschiedener ausgewählter Produkte über Mindestpreise und Prämien fördern will, zielt Utz Certified darauf ab, insgesamt in der weltweiten Kaffeeproduktion Standards für eine sozial- und umweltverträgliche Produktion umzusetzen und dabei auch die Marktpräsenz seiner Mitglieder zu verbessern. Rainforest Alliance arbeitet ebenfalls nicht mit Mindestpreisen oder Prämien, der Schwerpunkt liegt hier eher auf Sozial- und vor allem Umweltstandards in den Betrieben als auf den Handelsbeziehungsstandards des FairTrade.

Unter den drei etablierten Siegeln hat FLO sicherlich die höchste Glaubwürdigkeit, nicht zuletzt wegen seiner zivilgesellschaftlichen Trägerschaft. Die Standards von Rainforest Alliance sind relativ weich und das Siegel wird unter Fachleuten mehrheitlich als greenwashing angesehen. Allerdings hat auch FLO Defizite bezüglich Transparenz, klarer Trennung von Standardsetzung, Zertifizierung und Siegelvergabe und den damit verbundenen Einnahmen, inclusive der Frage warum nur durch FLO-Cert kontrolliert werden kann und gerät zunehmend unter Glaubwürdigkeitsdruck.

Im Gegensatz dazu beschränkt sich FairTSA auf die Standardsetzung und -weiterentwicklung. FairTSA läßt die Zertifizierung durch akkreditierte Bio-Zertifizierer durchführen. FairTSA will Mitte 2010 einen Fairhandelsstandard für die Zertifizierung im Norden veröffentlichen.

Einen vollkommen anderen Ansatz verfolgt der neue Standard der WFTO, bei dem die handelnden Unternehmen zertifiziert werden. Im Vergleich zu anderen Standards und Zertifizierungen ist allerdings festzuhalten, daß dies eher der normale Ansatz ist und der Ansatz von FLO, Utz, Rainforest Alliance und FairTSA eher ungewöhnlich und nicht leicht nachvollziehbar ist: obwohl keine Produkteigenschaften zertifiziert werden, sondern (Handels)-Beziehungen und (Unternehmens)-Prozesse, werden nicht die handelnden Unternehmen zertifiziert, sondern ausschließlich ihre Produkte. Dabei ist es auch möglich, daß ein Unternehmen nur ein Produkt als fair zertifizieren läßt, während andere Produkte und Unternehmenshandlungsbereiche unfair bleiben.

Im Gegensatz dazu will SMTFS Unternehmen zertifizieren, den zertifizierten Unternehmen aber die Möglichkeit geben, ihre Produkte zu siegeln. Unserer Einschätzung nach würde es somit dem Verfahren der Biostandards und -zertifizierungen entsprechen.

Damit könnte SFTMS einige Probleme und Schwachstellen der bisherigen Fair-Standards lösen:

- SFTMS ist nicht auf bestimmte Produkte beschränkt und somit wird eine Fairhandelszertifizierung für alle Produkte möglich, nicht nur für ausgewählte, mengenstarke Produkte
- SFTMS birgt Chancen für sehr kleine Produzenten, für die bisher eine Zertifizierung nicht möglich war
- SFTMS könnte auch für den Nord-Nord-Handel umgesetzt werden, könnte also auch als Domestic Fair Trade Standard etabliert werden

Sowohl FairTSA als auch SFTMS greifen wichtige Probleme und Schwachstellen von FLO/FairTrade auf und wir sehen darin ein großes Potential zur Weiterentwicklung des Fairen Handels durch alle Akteure. Inwieweit die neuen Standards der beiden Organisationen Reichweite entfalten werden, können wir nicht einschätzen.

2. Standards für fairen Umgang mit Erzeugern, die Bio einschließen

In dieser Gruppe sehen wir vor allem die neuen Standards der Bio-Zertifizierer IMO, ECOCERT, SoilAssociation und für seinen Südteil auch den neuen Naturland-Standard, obwohl dieser ebenso in die letzte Gruppe gehört, weil er auch für Akteure im Norden angewendet werden kann.

Alle neuen Standards sind von Bio-Zertifizierungsorganisationen entwickelt worden und stellen eine Alternative zu FairTrade/FLOCERT dar.

In diese Gruppe fällt auch EcoSocial, eine Initiative aus Brasilien, die mittlerweile in vielen Ländern arbeitet und die von Anfang an Bio- und Sozialstandards integriert hat.

Einen Sonderfall stellt IMO Fair for Life dar, weil IMO seine Fair for Life Zertifizierung nicht zwangsweise mit Bio verkoppelt, sondern auch Module auf der Basis anderer ökologischer Mindeststandards wie FSC, MSC und anderen anbietet (siehe unten). Außerdem werden die IMO-Standards momentan in Verbindung mit einer öffentlichen Konsultation überarbeitet, die dargestellte Form wird also in kurzer Zeit nicht mehr aktuell sein.

IMO fair for life - social + fairtrade (momentan in Überarbeitung)



- **Schwerpunkt:** Fair-Zertifizierung der modular mit Bio-Zertifizierung oder anderen ökologischen bzw. Qualitätsstandards wie FSC, MSC, Rainforest Alliance, GlobalGap, Utz Certified zertifiziert werden kann. Berücksichtigt alle Teile der Produktion, Kriterien basieren auf ILO Konventionen, dem FLO Fairtrade Standard, SA 8000 und den IFOAM Sozial Kriterien.
- **Sozialstandards:** grundlegende Arbeiterrechte auf allen Produktionsstufen, keine Kinderarbeit, keine Zwangsarbeit, keine Diskriminierung, sichere Arbeitsbedingungen, anständige Löhne, vernünftige Arbeitszeiten und mindestens einfache soziale Absicherung, Gewerkschaftsfreiheit, Mitspracherecht, faire Produzentenbezahlung
- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:** Fairtrade-Prämie, direkt investiert in soziale Projekte der Gemeinschaft
- **Handelsbeziehungen:** Keine Fokussierung auf Kleinproduzenten, sondern auch Lohnproduktion, kein Mindestpreis: fairer Preis und Höhe d. Fairtrade-Prämie direkt zwischen Lieferant und Käufer ausgehandelt, Fairness d. Betrages wird von IMO kontrolliert, Mindest-Kriterien plus Entwicklungs-Ziele, Internes Kontrollsystem zur Sicherung d. Kriterien, Veröffentlichung d. Entwicklungsleistung, die durch die FT-Prämie erzielt wurde. Bei Textilien soll auch in den arbeitsintensiven Verarbeitungs-Stätten eine FT-Prämie an die Arbeiter gezahlt werden.
Bei Zertifizierung von Eigenmarken muss der brand-owner gewisse Kriterien (z.B. social sourcing policy) erfüllen.
- **Rest der Wertschöpfungskette:** nur bis zum brand-owner
- **Regionalität:** nein
- **Umweltschutz/Ökologie:** Der Standard kann nicht nur auf das Bio-Siegel aufgesetzt werden, sondern modular auch auf stärker ökologisch ausgerichtete Standards wie GOTS, FSC, Utz Certified, MSC und auch auf Qualitätsstandards wie GlobalGap oder eigene Kriterien zu "Integrierter Produktion".
Wasser-Sparmaßnahmen, Energiemanagement, Klima- und Ökosystem-Verantwortungsbewußtsein, Abfallwirtschaft, keine Lebensraum-Zerstörung, kontinuierliche Verminderung d. Energieverbrauchs, kontinuierliche Verbesserung
- **Kontrolle:** jährliche Kontrolle durch IMO nach ISEAL
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** nein

EcoCert FairTrade



- **Schwerpunkt:** Ziele d. FairTrade-Labels gemäß FINE-Verständnis, Entwicklung eines Standards für die ganze Produktkette und für bio+fair
Kernwerte: Nachhaltigkeit, Entwicklung, Partnerschaft, Transparenz
- **Sozialstandards:** ILO-Normen, Partizipatorische und demokratische Struktur d. Produzenten-Organisation, Sicherheit und Gesundheit für alle, sozial-verantwortlicher Transport, existenzsichernde Löhne

- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:**
Prämie, direkt investiert in soziale Projekte der Gemeinschaft
- **Handelsbeziehungen:** Garantierter Mindestpreis, langfristige Handelsbeziehungen, Vorfinanzierung, Unterstützung d. Produzenten-Gemeinschaften, Ausgleichen d. Gewinnmargen entlang d. Güterkette
Transparenz ggü. dem Verbraucher durch detaillierte Informationen über Produkt und Projekt auf der Homepage, Kontrolle der ganzen Güterkette von Produzent und Verarbeiter zu Exporteur und Importeur, Unterstützung kleiner, benachteiligter Produzenten, Export d. Produkte darf den heimischen Markt nicht destabilisieren, Fachliche Unterstützung und Weiterbildung, Wertschöpfung im Produzenten-Land
- **Rest der Wertschöpfungskette:** nein, nur bis zum BrandOwner
- **Regionalität:** nein
- **Umweltschutz/Ökologie:** Öko-Landbau (EcoCert-Biolabel), Nachhaltige Energie- und Abfallwirtschaft, Schutz d. Artenvielfalt, keine GVO, Minimierung d. Verpackung, regional angepasste Pflanzensorten
- **Kontrolle:** Jährliche Kontrolle durch EcoCert nach ISEAL
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** nein

IBD EcoSocial



- **Schwerpunkt:** kein Agrar- sondern soziologischer Standard, kein Einstiegsprogramm. Soll zur kontinuierlichen Verbesserung der sozialen und ökologischen Entwicklung beitragen und über Minimal-Kriterien und individuell im Dialog aufgestellte Entwicklungsziele die kontinuierliche Verbesserung fördern. Keine Mindestpreise.
- **Sozialstandards:** Verpflichtung zu Transparenz, Raumplanung, Einhaltung d. Arbeitsgesetze, Förderung von Gewerkschaften, Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz, Gleiche Löhne für feste und Zeit-Arbeiter, Ergebnisbeteiligung, Ausbildung d. Angestellten, Ausbildung für die Leiter d. Produzentengruppen, Weiterbildung, verbesserte Lebens-, Ernährungs- und Gesundheitsbedingungen, Unterstützung für Arbeiterinnen, Älteren, Süchtigen. Anreiz zu gesellschaftlicher Organisation und Teilnahme, weitere individuelle soziale Aspekte
- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:**
Firmenbezogene Entwicklungsprojekte über EcoSocial-Prämie
- **Handelsbeziehungen:**
keine Mindestpreise, keine festgesetzten Prämien, Anreiz zu offenen, transparenten und tragfähigen Verhandlungen zwischen den Partnern, Förderung von sozialer und ökologischer Entwicklung in d. Produktionskette durch die EcoSocial-Prämie, "Best Production Practices", faire und transparente Preise, EcoSocial-Prämie für Projekte
- **Rest der Wertschöpfungskette:** keine Kriterien
- **Regionalität:** nein
- **Umweltschutz/Ökologie:** EcoSocial-Bio-Kriterien, Befolgen d. Umweltgesetze, Erhalt und Regeneration d. Umwelt, Förderung von Umwelt-Bildung,

Angemessener Umgang mit Ressourcen und Emissionen, Erhalt d. Artenvielfalt, keine unerlaubte Waldrodung, keine Nutzung Genveränderter Organismen, weitere Umwelt-Aspekte, individuell der Firma angepasst.

- **Kontrolle:** Jährliche Kontrolle durch IBD, nach ISO 65
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** Nein

SoilAssociation Ethical Trade



- **Schwerpunkt:** Soll faire und ethische Handelsbeziehungen, sozial verantwortliches Handeln und faire und ethische Arbeitsbedingungen sichern und das in der ganzen biologischen Nahrungskette, vom Produzenten bis zum Einzelhändler, in entwickelten und Entwicklungsländern. Als Ergänzung zu den FairTrade-Siegeln, die sich um die Produzenten im Süden kümmern.
- **Sozialstandards:** Einhaltung d. ILO-Kernarbeitsnormen bzw. d. nationalen Gesetzgebung wenn diese höher ist, zumutbare Arbeitszeiten, sichere u. Gesunde Arbeitsbedingungen, Mitbestimmung, schriftliche Arbeitsverträge und Arbeitsbeschreibungen, keine Diskriminierung, keine Arbeit unter 15, keine gefährliche Arbeit unter 18, Zahlung d. nationalen Mindestlöhne , Gewerkschaftsfreiheit, gleiche Bezahlung für gleiche Arbeit, Verwarnungssystem, Krankenversicherung und Versicherung bei Arbeitsunfällen, nach 1 Jahr Anstellung bezahlter Urlaub, Weiterbildungsprogramm, Übernahme von Zeitarbeitern nach 2 Jahren
- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:**Übernehmen von sozialer und kultureller Verantwortung im und außerhalb d. Unternehmens (über gesetzl. Vorschriften hinaus), aktive Teilhabe und Engagement in Kultur und Gesellschaft in der lokalen Gemeinschaft und darüber hinaus.
- **Handelsbeziehungen:** Nachhaltige Handelsbeziehungen basierend auf Vertrauen, Gleichheit, Verantwortlichkeit, Kontinuität, Preisstabilität, beiderseitigem Vorteil, Markeninhaber müssen offizielle Grundsatzerklärung für ihren Einkauf haben, der sich auf die gesamte Lieferkette bezieht, Exklusiv-Verträge nur, wenn diese fair für die Produzenten sind, notwendig zur beiderseitigen Risikominimierung sind und faire Preise sichern
- **Rest der Wertschöpfungskette:** nur wenn Einzelhändler auch brandowner ist
- **Regionalität:** Bevorzugung von Handelspartnern vor Ort wo möglich (aus sozialen, weniger aus ökologischen Gründen)
- **Umweltschutz/Ökologie:**
Bio-Pflicht: Soil Association organic standard
- **Kontrolle:** Ja, durch externe Zertifizierungsorganisationen nach ISO 65 und ISO 62
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** Ja

Naturland Fair

siehe Punkt 3 (Standards, die (auch) Akteure im Norden zertifizieren)

Mit dem Eintritt der Bio-Zertifizierer in die Fairhandelszertifizierung haben sich die Möglichkeiten der Akteure zur Fair-Zertifizierung enorm erweitert. Da keines der neuen Siegel produktspezifisch arbeitet (im Gegensatz zu FLO), sondern Organisation und Prozesse zertifiziert werden, können beliebige Produkte zertifiziert werden. Für Produzenten, Verarbeiter, Händler und letztlich auch für den Endkunden wird dadurch das Produktspektrum, das fair zertifiziert erzeugt, angeboten und gekauft werden kann, deutlich erweitert.

Viele der neuen Siegel und auch viele Initiativen aus dem Süden lehnen festgelegte Mindestezeugerpreise ab

Mindestpreise von vielen Initiativen aus dem Süden als nicht zielführend abgelehnt werden, während viele Initiativen aus dem Norden festgelegte Mindestpreise für den zentralen Kern des fairen Handels halten. Wir hielten es für sinnvoll, wenn die Akteure über die Frage der Sinnhaftigkeit und Nützlichkeit festgelegter Mindestpreise in einen konstruktiven Dialog eintreten würden. Es liegen genügend Erfahrungen und (leider nur wenige ernsthafte) Wirkungsstudien vor, die eine gute Basis für einen Dialog über diese so wichtige Frage darstellen würden.

Interessanterweise enthalten die meisten der neuen Zertifizierungen keine festgelegten Mindestezeugerpreise. Manche der Siegel verlangen die Mindestpreise dann, wenn es für die entsprechenden Produkte einen FLO-Mindestpreis gibt. Andere, wie IBD/ Ecosocial lehnen festgelegte Mindestpreise grundsätzlich ab. Momentan scheint es so zu sein, daß festgelegte

Häufig keine klare Trennung zwischen Standardsetzung, Zertifizierung und Siegelvergabe

Kombination der Fair-Zertifizierung wahlweise mit Bio- als auch mit anderen ökologischen oder Qualitätsstandards ermöglicht.

Die Kombination der FairHandels-Zertifizierung mit der Bio-Zertifizierung kann einerseits für viele Produzenten den Zertifizierungs-Aufwand reduzieren. Andererseits setzt die Kombination aus Bio und Sozialstandards die Schwelle für bislang noch gar nicht zertifizierte Kleinproduzenten höher als Fairtrade-Siegel ohne Bio, bzw. Bio ohne Sozialstandards. Hier liegt nur mit IMO Fair for Life eine Alternativzertifizierung vor, die eine

Noch haben die meisten Siegel haben keine klare Trennung zwischen Standardsetzung, Zertifizierung und Siegelvergabe umgesetzt. Außerdem erlauben die meisten Siegel keine Zertifizierung durch andere Zertifizierer. Hier besteht aus unserer Sicht dringender Handlungsbedarf um schwerwiegende Interessenskonflikte zu vermeiden und um auch zukünftig Glaubwürdigkeit sicherzustellen.

Wir erwarten, daß die meisten der hier genannten Organisationen Schritte zur Weiterentwicklung ihrer Fairzertifizierung in Richtung Nord-Nord-Handel unternehmen werden, da fast alle ihr Kerngeschäft in der Biozertifizierung im Norden haben. Insofern ist wahrscheinlich der Schritt von Naturland, gepa, dwp und banafair beispielhaft für weitere Fair-Standards für den Nord-Nord-Handel (siehe Punkt 3).

3. Standards, die (auch) Akteure im Norden zertifizieren

Es gibt inzwischen auch Fair-Siegel für Produkte und Unternehmen aus OECD-Ländern. Alle wurden von Bio-Akteuren entwickelt, zum Teil mit Beteiligung von Fairhandelsakteuren, z.B. bei der Naturland Fair Zertifizierung, bei deren Entwicklung die GEPA, dwp und banafair mitgewirkt haben.

Die anderen Initiativen sind bio-regio-fair Initiativen aus Deutschland, die national oder regional beschränkt sind und sich nur auf Produkte aus Deutschland oder aus einer engeren Region beziehen.

Bestes Bio - Fair für Alle



- **Schwerpunkt:** Bio mit Mehrwert für Handelsakteure und Kunden
- **Sozialstandards:** Mindestlöhne für Stammpersonal, Förderung der Mitarbeiterqualifikation
- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:** gesellschaftliches Engagement der Firmen
- **Handelsbeziehungen:** Einvernehmliche Preisfindung im oberen Drittel des Marktdurchschnitts
- **Rest der Wertschöpfungskette:** Lieferung nur in qualitätsorientierten Handel, keine Discounter
- **Regionalität:** Region ist Deutschland (in grenznahen Gebieten Umkreis 200km) & Rohstoffe müssen zu mindestens 60% aus dieser Region kommen.
- **Umweltschutz/Ökologie:** Kriterien für Umweltschutz und Ökologie (jenseits von Bio)
- **Kontrolle:** Zertifizierung jährlich gemeinsam mit der Biokontrolle, Veröffentlichung des gesellschaftlichen Engagements. Kriterien werden regelmäßig überprüft.
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** ja

Bio & Regional Berlin-Brandenburg



- **Schwerpunkt:** Bio aus der Region und fairer Umgang der Handelsakteure miteinander
- **Sozialstandards:** nur versicherungspflichtige Beschäftigung, regelmäßig Weiterbildung der Mitarbeiter
- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:** Initiierung oder Unterstützung gesellschaftlicher/sozialer Projekte, Wissens- und Erfahrungsvermittlung des ökologischen Gedankens an Interessierte und Junge
- **Handelsbeziehungen:** Längerfristige Abnahme- und Lieferverträge, Anbau-, Mengen- und Produktionsentwicklungspläne, verbindliche Preisabsprachen im oberen Drittel des Marktdurchschnittspreises, nachvollziehbare Preisgestaltung, Gesprächsrunden, Vereinbarung von Zahlungszielen, Unterstützung in betrieblichen Notsituationen
- **Rest der Wertschöpfungskette:** ?

- **Regionalität:** Region=Berlin-Brandenburg, pflanzliche Produkte müssen zu 100% aus der Region kommen, differenzierte Regeln für tierische Produkte, max. 20% der Hauptzutat eines Produktes darf von außerhalb der Region kommen, wenn es nicht in BB vorhanden ist, Verarbeitungsstätten müssen in BB liegen.
- **Umweltschutz/Ökologie:** Aktiver Umweltschutz im Unternehmen, vor allem Müllreduktion, Verwendung umweltfreundlicher Verpackungsmaterialien, Unterstützung und Nutzung erneuerbarer Energien
- **Kontrolle:** Selbstverpflichtung der Partner, keine externen Kontrollen. Jährliche Berichte, umfassende Verbraucherkommunikation, Produktionsbesichtigungen, Veröffentlichung von Umweltaktivitäten
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** nein, es gibt keine Zertifizierung

copino-Ziele



- **Schwerpunkt:** Faire Handelsbeziehungen & Mehrwert für Handelsakteure und Kunden im Süd-Nord Handel & im Nord-Nord Handel
- **Sozialstandards:** noch zu definieren. Ziel: Sozialstandards für die gesamte Handelskette sowohl für Süd-Nord Handel als auch für Nord-Nord-Handel
- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:** Keine Aussage
- **Handelsbeziehungen:** noch zu definieren. Ziel: Faire Handelsbeziehungen für die gesamte Handelskette.
- **Rest der Wertschöpfungskette:** Kernpunkt bei copino
- **Regionalität:** noch zu definieren. Ziel: Regionalitätskriterien für Vermarktung und für Einkauf/Verarbeitung
- **Umweltschutz/Ökologie:** keine Aussage
- **Kontrolle:** Noch nicht festgelegt
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** Noch nicht festgelegt

BioSuisse



- **Schwerpunkt:** Faire Handelsbeziehungen zwischen Handelsakteuren in der Schweiz
- **Sozialstandards:** Sind bereits seit 2006 Bestandteil der Bio Suisse Richtlinien (Kapitel 8), werden bis 2011 überarbeitet.
- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:** evtl. Aussagen im Verhaltenskodex bis 2011
- **Handelsbeziehungen:** gegenseitige Wertschätzung, Respekt und Vertrauen unter den Marktpartnern der Wertschöpfungskette partnerschaftliche und langfristige Zusammenarbeit und Verantwortung in Vertragsverhandlungen gerechte Preisgestaltung
- **Rest der Wertschöpfungskette:** der partnerschaftlich ausgearbeitete Verhaltenskodex zum Handel mit Knospe Produkten gilt für alle beteiligten Handelsakteure
- **Regionalität:** Fokus vorerst auf die Schweiz, Details werden im Verhaltenskodex spezifiziert

- **Umweltschutz/Ökologie:** evtl. bis 2011 im Verhaltenskodex spezifiziert
- **Kontrolle:** ein Ausschuss Fairer Handel kann bei Streitfällen zur Beurteilung der Situation einberufen werden. Erfolgskontrolle wird erstmals 2011 durchgeführt (z.B. Erhebung der Zufriedenheit mit den Handelsbeziehungen) um die Entwicklung über die kommenden Jahre beurteilen zu können.
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** noch offen, im Moment keine Zertifizierung.

Naturland Fair / Naturland Faire Partnerschaft



- **Schwerpunkt:** Faire Handelsbeziehungen & Mehrwert für Handelsakteure und Kunden im Süd-Nord Handel & im Nord-Nord Handel
- **Sozialstandards:** Einhaltung der Menschenrechte, Verbot von Zwangsarbeit, Versammlungsfreiheit, Zugang zu Gewerkschaften, Gleichstellung, Verbot von Kinderarbeit, Gesundheit und Sicherheit, Arbeitsverträge, Gleichbehandlung, Löhne, Zahlungen für Kost und Logis, geregelte Arbeitszeit, Sozialleistungen
Nach Möglichkeit Schaffung von Arbeitsplätzen und Ausbildungsplätzen, z.B. für Menschen mit Behinderung oder in Lebenskrisen
gesellschaftliches Engagement betriebsintern
- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:** Förderung von Projekten für "lebendiges Miteinander vor Ort"
Fair Prämien für „Benachteiligte Regionen“
- **Handelsbeziehungen:** Verlässliche Handelsbeziehungen mit regelmäßigem Austausch, gegenseitiger Information, gemeinsamer Jahres- und Mengenplanung und gemeinschaftlicher Qualitätssicherung
Vorfinanzierung für „Benachteiligte Regionen“
Faire Erzeugerpreise (ermöglichen Erhaltung der Existenzgrundlage und Gewinn für Zukunftsinvestitionen), partnerschaftlich ausgehandelt
Bevorzugung von Kleinbauern aus „benachteiligten Regionen“
- **Rest der Wertschöpfungskette:** Keine Zertifizierung von Discounter-Eigenmarken (aber ggf. LEH-Eigenmarken wenn das Unternehmen gewisse Unternehmensstandards erfüllt). Keine Vorgabe für Markenprodukte, d.h. MarkenproduktHersteller entscheiden selbst über den weiteren Vertrieb. Über weitergehende Bedingungen wird nachgedacht.
- **Regionalität:** Mindestens 80 Prozent der landwirtschaftlichen Rohstoffe kommen aus der Region oder aus Fairem Handel, auch bei weiterer Verarbeitung und Zukauf von Betriebsmitteln werden Partner aus der Region bevorzugt.
- **Umweltschutz/Ökologie:** Naturland Bio standards
- **Kontrolle:** Zertifizierung gemeinsam mit der Naturland Bio-Zertifizierung.
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** Ja. Allerdings werden nur Naturland-Mitglieder zertifiziert.
- **Besonderheit:** Es können sowohl nur einzelne Produkte zertifiziert werden als auch das gesamte Unternehmen. Auch bei der reinen Produktzertifizierung muß das Unternehmen gewisse Unternehmensmindeststandards einhalten.

Die aktuellen Diskurse in der Biobranche und international deuten darauf hin, daß "Domestic Fair Trade" als immer wichtiger eingeschätzt wird und auch international immer stärker gewünscht und verfolgt wird.

Ähnlich wie im Süd-Nord Fairen Handel, endet die Reichweite der Siegel zumeist beim brand-owner obwohl sich viele Siegel wünschen, daß die gesamte Handelskette in die Zertifizierung einbezogen wird. Hier sind allerdings alle Akteure noch auf der Suche nach den richtigen Mitteln. Es gibt allerdings kleine Schritte in diese Richtung und verschiedene Ansätze, den Rest der Handelskette mit einzubeziehen:

- Ausschluß von Verkauf bei Discountern (bestes Bio - Fair für alle)
- Keine Zertifizierung von Discounter-Eigenmarken (Naturland-Fair)
- ausschließliche Vermarktung im Bio-Fachhandel (fair & regional Berlin-Brandenburg)
- IMO fair for life zertifiziert auch Eigenmarken von Discountern sofern diese eine "social resourcing policy" mit bestimmten Standards haben (momentan Bananen für Aldi Suisse)
- Bio Suisse: Einbeziehung von Vertretern der Wertschöpfungskette beim Erarbeiten eines Verhaltenskodex und zukünftig in Gesprächsrunden zur Reflektion der Prinzipien aus dem Kodex, Discounter dürfen momentan nur (nicht-discounterspezifische) Markenprodukte unter der Knospe vermarkten.

4. Standards, die Fabrikationsstätten und Einkaufsketten zertifizieren

In diese Gruppe schließen wir Standards bzw. Unternehmenskodizes ein, die das Ziel haben, Mindestanforderungen bezüglich Sozialstandards und Arbeitsbedingungen in produzierenden Unternehmen und deren Produktionsstätten und ggf. auch bei deren Zulieferern umzusetzen. Sie richten sich deswegen besonders an international einkaufende Unternehmen bzw. direkt an die produzierenden Unternehmen (SA8000). Die meisten dieser Initiativen kommen aus der Textilbranche.

SA8000



- **Schwerpunkt:** internationaler Standard (erarbeitet von Multistakeholder-Organisation bestehend aus Gewerkschaften, NGOs, Multistakeholder-Initiativen, Öko-, FairTrade- und Umweltorganisationen, Regierungsstellen und Anti-Korruptionsgruppen) mit dem Ziel, die Arbeitsbedingungen von Arbeitnehmern zu verbessern. Dient vor allem international tätigen Unternehmen als Mindestmass betreffend Anstellungs- und Arbeitsplatzbedingungen.
- **Sozialstandards:** keine Kinderarbeit unter 15, keine Zwangsarbeit, keine Diskriminierung, Mindeststandards im Bereich Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit, Gewerkschaftsfreiheit, keine physischen oder psychischen Bestrafungen, Beschränkungen der Arbeitszeit
Lohn, der die Lebenshaltung deckt, weitere Anforderungen an das Management
- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:** keines
- **Handelsbeziehungen:** keine
- **Rest der Wertschöpfungskette:** nein
- **Regionalität:** nein
- **Umweltschutz/Ökologie:** nein

- **Kontrolle:** Kontrolle durch externe, akkreditierte Zertifizierungsorganisationen
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** Ja

BSCI (Business Social Compliance Initiative)



- **Schwerpunkt:** Branchenorganisation mit Verhaltenskodex, der die gleichen Kriterien wie SA8000 (s.o.) enthält, schreibt aber nur ein einfaches Managementsystem zur Einhaltung der Kriterien vor und hat keine Methoden zur Verifizierung der Kodexeinhaltung.

Fair Labour Association (FLA)



- **Schwerpunkt:** Zusammenschluss verschiedener Stakeholder in einer Multistakeholder Initiative zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Industrie, Arbeitsbedingungen basierend auf ILO, sowie ein Monitoring, um die Standards laufend verbessern zu können. Durch die Mitgliedschaft verpflichtet sich ein Unternehmen die FLA Standards einzuhalten.
- **Sozialstandards:** ILO Kernkonventionen
- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:** nein
- **Handelsbeziehungen:** nein
- **Rest der Wertschöpfungskette:** Fokus auf der Produktion
- **Regionalität:** nein
- **Umweltschutz/Ökologie:** keine Kriterien
- **Kontrolle:** Independent External Monitoring (IEM) dient zur Überprüfung der Einhaltung der Richtlinien, darauffolgend wird ein Bericht veröffentlicht.
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** keine Zertifizierung, aber stichproben-artige Verifizierung der Einhaltung des Kodex durch unabhängige Organisationen.

Ethical Trading Initiative



- **Schwerpunkt:** Beachtung von internationalen Arbeitsstandards und Gewährung von Menschenrechten in der gesamten Beschaffungskette und Verbesserung der Lebensbedingungen von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern weltweit durch einen Kodex. Entspricht dem Kodex der Clean Clothes Campaign
- **Sozialstandards:** Recht auf Vereinigungsfreiheit und auf kollektive Verhandlungen
Verbot von Zwangsarbeit, Kinderarbeit, Diskriminierung und menschenunwürdiger Behandlung
Entgelt, das für den Lebensunterhalt ausreicht
Arbeits- und Gesundheitsschutz, zumutbare Arbeitszeiten
Geregelte Beschäftigungsbeziehung
- **Weiteres gesellschaftliches Engagement:** nein
- **Handelsbeziehungen:** kein Mehrpreis / Mindestpreis vorgeschrieben
Ausbildungsprogramme für ArbeitnehmerInnen in Entwicklungsländern
Ethical Sourcing Policy verlangt

- **Rest der Wertschöpfungskette: nein**
- **Regionalität: nein**
- **Umweltschutz/Ökologie: nein**
- **Kontrolle:** unabhängige Kontrollen in enger Abstimmung mit Partnernetzwerken in den Herstellungsländern.
Jährliche Berichterstattung über die Umsetzung des Basiskodex
Beschwerdesystem für ArbeitnehmerInnen.
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** keine Zertifizierung, Verifizierung des Kodizes durch unabhängige Organisationen

Fair Wear Foundation (FWF)



- **Schwerpunkt:**
Multistakeholder Initiative: Förderung weltweit fairer, gesetzlicher und menschenwürdige Arbeitsbedingungen in Betrieben. Die Arbeitsbedingungen sollen den jeweiligen Mindeststandards der ILO sowie den örtlichen Gesetzen und Vorschriften entsprechen. Die Grundsätze des FWF-Verhaltenskodex entsprechen dem Kodex der Clean Clothes Campaign und beinhalten die Verantwortung für die Lieferkette, international anerkannte Arbeitsnormen und die Verifizierung des Kodex. Keine "Zertifizierung"
- **Sozialstandards:**
keine Zwangsarbeit, keine Diskriminierung, keine Kinderarbeit
Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen
Zahlung eines Entgelts, das zum Leben ausreicht, zumutbare Arbeitszeiten, Sicherheit+Gesundheit am Arbeitsplatz, rechtsverbindliche Beschäftigungsbeziehung
- **Weiteres gesellschaftliches Engagement: nein**
- **Handelsbeziehungen:** Lieferketten-Verantwortlichkeit: Etablierung eines Management-Systems im Unternehmen, das die Einhaltung d. Kodex unterstützt.
Schrittweiser Aufbau von funktionierenden Arbeitsverhältnissen um dadurch nachhaltige Verbesserungen d. Arbeitsbedingungen zu erreichen.
Einbeziehen d. Interessensvertreter aus der Produktion vor Ort
Transparenz und Information aller Prozess-Teilnehmer
Wandel durch Kooperation aller Parteien in der Textilindustrie
Neumitglieder erhalten im ersten Jahr Support durch ein FWF-Team
- **Rest der Wertschöpfungskette:** Fokus auf der Konfektion
- **Regionalität: nein**
- **Umweltschutz/Ökologie:** keine Kriterien
- **Kontrolle:** Einmal jährlich überprüft ein internes Gremium der Mitgliedsunternehmen die Einhaltung der Arbeitsstandards (internes Monitoring).
Alle drei Jahre führt die FWF eine externe und unabhängige Kontrolle über die Umsetzung der Arbeitsbedingungen durch.
- **Trennung von Standardsetzung & Zertifizierung:** keine Zertifizierung, Verifizierung des Kodizes durch Unabhängige Organisationen

Die Grenzen zwischen reiner Fabrikationsstättenzertifizierung und der Überprüfung der ganzen Einkaufskette sind in dieser Gruppe fließend. Die meisten dieser Standards werden von Multistakeholder-Organisationen entwickelt, mit Ausnahme von BSCI, einer Business- Initiative. Multistakeholder-Organisationen setzen sich aus den verschiedenen beteiligten Interessensgruppen zusammen, meistens Unternehmen, NGOs und Gewerkschaften, die zusammen an den Richtlinien arbeiten und Erfahrungen austauschen.

ETI, FWF, FairLabourAssociation arbeiten nicht mit Zertifizierungen sondern mit Unternehmenskodizes, deren Einhaltung durch externe Organisationen verifiziert und kommuniziert wird.

Eine sogenannte "ethical sourcing policy", die die Verantwortung des einkaufenden Unternehmens für die gesamte Lieferkette berücksichtigt, fokussieren laut den vorliegenden Informationen nur die Ethical

Ethical Sourcing Policy wird als essentiell betrachtet

Trading Initiative und die FearWearFoundation. Dieser Ansatz wird als essentiell betrachtet, da sich Sozialstandards und angemessene Arbeitsbedingungen nicht einzig durch Kontrolle der Produzenten umsetzen

lassen, dadurch würde die Verantwortung auf die produzierenden Unternehmen abgeschoben. Dabei gehört immer auch die entsprechende Einkaufspolitik des einkaufenden Unternehmens dazu, die maßgeblich die Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten bestimmt.

Beide Initiativen setzen bei der Verifizierung auf eine starke Beteiligung von Organisationen und Vertrauenspersonen vor Ort, was realistische Ergebnisse verspricht. Bei einer Zertifizierung durch zwar unabhängige aber lokal nicht vernetzte externe Prüforganisationen wie bei SA8000 und FLA besteht dagegen laut Experten die Gefahr, dass die ArbeiterInnen den Prüfern nicht vertrauen und Mißstände verschwiegen werden.

Folglich schätzen wir in der aktuellen Kodex-Landschaft die Ansätze von ETI und FWF am glaubwürdigsten und weitreichendsten ein, die sich aber leider nur auf die Textilindustrie beziehen. Für Branchen wie die Spielwaren- oder Elektronikindustrie gibt es erste Ansätze für Kodizes, die aber im Rahmen dieser Untersuchung nicht betrachtet werden konnten.

Da das Thema Sozialstandards und Arbeitsbedingungen in der internationalen Beschaffung gesellschaftlich an Bedeutung gewinnt und durch entsprechende Skandale auch immer wieder im Fokus der Medien steht, ist anzunehmen, dass auch hier die Anzahl der mehr und auch die der weniger glaubwürdigen Kodizes, Siegel und Zertifizierungen zukünftig zunehmen wird.

Zusammenfassende Bewertung und Ausblick

Handelsbeziehungs- und Sozialstandards

Wie weiter oben bereits angesprochen, ist die Standardlandschaft fast unüberschaubar geworden. Für Verbraucher ist es im Prinzip unmöglich, die Unterschiede zwischen den verschiedenen Standards und ihrer Umsetzung zu kennen und zu beurteilen.

Dennoch gibt es neben der Markenpositionierung und den Eigeninteressen der Organisationen auch gute Gründe für die Entwicklung der verschiedenen Standards. Zum einen entsteht die Notwendigkeit durch

Ausdifferenzierung des Marktes und Schwächen der eingeführten Standards sind Gründe für die Entwicklung verschiedener Standards

die starke Ausdifferenzierung am Markt, zum anderen durch verschiedene Schwächen der eingeführten Standards. Da viele Fairhandelsakteure nicht bereit, bzw. nicht in der Lage dazu waren, über die Weiterentwicklung und Umstrukturierung der Standards und der Zertifizierung mit den anderen interessierten Akteuren in einen ernsthaften Diskurs zu treten, entstanden in kurzer Zeit die oben dargestellten neuen Fairhandelsstandards.

Bei den zu diskutierenden Schwächen sind vor allem die heute nur mehr schwer nachzuvollziehende Fixierung auf Produkte bei FLO, Rainforest Alliance und Utz zu nennen, die dem Kerngedanken von Fairtrade nicht gerecht wird (Handelsbeziehungen und Unternehmensprozesse), sowie die fehlende, bzw. nicht zu Ende geführte Trennung von Standardsetzung, Zertifizierung und Siegelvergabe. Ein weiterer Grund für die Diversifizierung der Standards sind die immer stärker auseinanderlaufenden Handelsschienen, in denen Fairtradeprodukte mittlerweile gehandelt werden: Weltläden & Bioläden auf der einen Seite und LEH & Discounter auf der anderen Seite.

Die Neuentwicklungen, die zu beobachten sind, haben dementsprechend unterschiedliche Schwerpunkte:

- die Biozertifizierer haben vor allem Fairhandels- und Sozialstandards entwickelt, die ihre jeweilige Biozertifizierung ergänzen. Dies beschränkt sich zumeist auf den Süden, nur Naturland hat gemeinsam mit der gepa, dwp und banafair einen Fair-Standard entwickelt, der auch im Norden angewandt werden kann.
- die WFTO entwickelt einen Standard, der sich nicht auf Produkte bezieht, sondern auf die handelnden Organisationen, die dann wiederum ihre Produkte labeln können.
- FairTSA versteht sich als Standardentwickler, der die Zertifizierung und Kontrolle anderen Akteuren überläßt.
- bis auf copino konzentrieren sich die Bio-Regio-Fair Initiativen ausschließlich auf den Nord-Nord-Handel und verfolgen sehr unterschiedliche Ansätze was Zertifizierung und Kontrolle angeht.

- schwer einzuschätzen sind die vielfältigen Ansätze zur Produktionsstätten- und Einkaufsstättenzertifizierung, die vor allem aus der Textilbranche kommen. Hier erscheinen die Multistakeholderinitiativen als am erfolgversprechendsten.
- noch sehr schwach und für den Verbraucher wenig glaubwürdig sind die Ansätze zur Zertifizierung von Akteuren jenseits des brand-owners, bzw. der Fertigstellung des Produkts. Hier sehen wir in erster Linie eine konzeptionell-organisatorische Entwicklungsaufgabe für diejenigen Akteure im Biohandel und im fairen Handel, die sich mit Fairness in der gesamten Handelskette deutlich gegenüber anderen Anbietern positionieren wollen.
- die Ansätze, die ohne (Fair-)Zertifizierung arbeiten, wie demeter, Bio mit Gesicht, Trust Organic Small Farmers, u.a. greifen auf unterschiedliche Weise wichtige Aspekte der Thematik auf, die bei den weiteren Diskussionen mitberücksichtigt werden sollten.

Bisher ist der Diskurs und Austausch zwischen diesen beschriebenen Ansätzen noch relativ beschränkt und eher punktueller Natur. Wir halten es für wünschenswert, daß dieser Diskurs intensiver wird, um die verschiedenen Erfahrungen konstruktiver als bisher miteinander in Verbindung zu bringen.

Intensiver Austausch und Diskurs zwischen den Akteuren ist wünschenswert geschieht aber bisher nur punktuell

Wir halten eine proaktive Weiterentwicklung der Standards auch insbesondere deswegen für zentral, weil erwartet werden kann, daß der Markt für fair und ethisch hergestellte und gehandelte Produkte auch weiter deutlich wachsen wird.

Dabei wird einerseits der Marktanteil der über die FLO/FairTrade-Schiene gehandelten Produkte deutlich wachsen, andererseits werden sich die Akteure, die seither den fairen Handel gefördert haben und diejenigen, die klassisch fair eingekauft haben, zunehmend von FairTrade abwenden und nach Alternativen suchen, die ihren Vorstellungen von fairem Handel besser entsprechen.

Eine fast identische Entwicklung ist auch im Biobereich zu beobachten, wobei der klassische Biohandel neben einer qualitativen Abgrenzung gegenüber EU-Bio (das zunehmend als "Bio-light" empfunden wird) auch verstärkt auf faire Handels- und Arbeitsbedingungen setzt.

Nach den Entwicklungen der letzten Monate sowie aus Expertengesprächen mutmaßen wir, daß sich der klassische Biohandel auch weiterhin wesentlich dynamischer mit dem Thema befassen wird als der

Klassischer Biohandel wird sich vermutlich stärker mit dem Thema befassen

klassische Fairhandelsbereich. Dies nicht zuletzt deswegen, weil die Integration von fairen Handelsbedingungen und Sozialstandards genau den ehemals integrierten und jetzt weitgehend verloren gegangenen ideellen Werten der Bio-Idealisten entspricht, wohingegen

viele klassische Fairhandelsakteure den Kern des fairen Handels in der fairen Erzeugerbezahlung sehen und weniger in fairen Handelsbedingungen für alle, bzw. in Sozialstandards für alle Akteure.

Dabei geht es allerdings aus unserer Sicht keinesfalls darum, verschiedene strategische Ausrichtungen gegeneinander zu positionieren, als vielmehr darum, anzuerkennen, dass die schon jetzt realisierte Ausdifferenzierung am Markt zu manifesten Interessensunterschieden geführt hat, die unterschiedliche Handlungsstrategien erfordern.

Dabei halten wir es für einen wichtigen ersten Schritt, anzuerkennen, dass die Zeit vorbei ist, in der „wir doch alle das gleiche wollen“. In der ausdifferenzierten Bio- und Fairhandelswelt gibt es zwar noch gemeinsame Teilziele zwischen manchen Akteuren, zu denen zusammengearbeitet werden kann, aber keine allgemeine Übereinstimmung aus der generell gemeinsames Handeln abgeleitet werden kann oder

Wichtig, sich die Interessensunterschiede bewusst zu machen

sollte. In aller Regel sind es die stärker ethisch motivierten und gleichzeitig wirtschaftlich schwächeren Akteure, die aus Rücksicht auf das (nicht mehr existente) gemeinsame Ziel ihre Interessen hinten anstellen und dabei wirtschaftlich unter die Räder kommen. Uns scheint, dass es für alle Akteure

hilfreicher wäre, sich ihrer Interessen und ihrer Interessensunterschiede klarer bewusst zu werden und dementsprechende Handlungsstrategien zu entwickeln. Auf dieser Basis kann dann auch Kooperation untereinander wieder offener und konstruktiver gestaltet werden.

Eine weitere Fragestellung wird immer wieder in den Raum gestellt: Ist es sinnvoll oder notwendig, dem Siegeldschungel (bei Bio, Fairem Handel und Regionalität) noch weitere Siegel hinzuzufügen oder wäre es hilfreicher ein Dachsiegel für das rundum gute Produkt zu entwickeln und damit alle anderen Siegel zu ersetzen?

Klare Kriterien in den einzelnen Bereichen sinnvoller als neues allumfassendes "all-inclusive"-Siegel

Wir halten die letztere Strategie weder für durchsetzbar noch für wünschenswert. Alle guten Standards sind bereits jetzt schon so komplex und aufwendig, daß es schwer vorstellbar erscheint, ein Siegel zu entwickeln, daß alle ethischen Komponenten enthält, die der Verbraucher erwartet und dennoch praktikabel und bezahlbar bleibt und gleichzeitig glaubwürdig. Das all-inclusive Siegel müßte so komplex sein, daß es weder in der Erzeugung und im Handel umsetzbar noch dem Verbraucher vermittelbar wäre.

Wir halten es für sinnvoller, wenn für jeden Bereich klar benennbare und nachvollziehbare Kriterien entwickelt, überprüft und vermittelt werden:

- Bio: Bio existiert bereits,
- Handelsbeziehungs- und Sozialstandards: es existieren ebenfalls die oben beschriebenen konkurrierenden Standards, Standards für den Rest der Handelskette müssen allerdings noch ergänzend entwickelt werden
- Regionalität: hier müssen ebenfalls noch gut durchdachte, praktikable und glaubwürdige Standards entwickelt werden (siehe unten)
- Weitere Ethikstandards: eine Reihe weiterer ethischer Standards sind denkbar und können nach diesem Konzept bei Bedarf hinzukommen: CO₂-Bilanz, ökologischer Fußabdruck, Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe, etc

Selbstverständlich könnten diese Standards auf Wunsch gemeinsam abgeprüft werden, wenn Unternehmen mehrere dieser Standards umsetzen wollen. Die Produkte enthalten dann dementsprechend

zwar mehrere Siegel, jedes der Siegel hat aber klar abgegrenzte Inhalte, die verständlich und vermittelbar sind.

Perspektivisch halten wir es auch für notwendig, daß für Handelsbeziehungsstandards und für Sozialstandards eine ähnliche Entwicklungsrichtung eingeschlagen wird wie für die Biostandards: Es sollte eine Art Dachstandard entwickelt werden, der gemeinsame Mindestkriterien festlegt, ähnlich wie das EU-Biosiegel. Da es unrealistisch erscheint, daß dieses Dach eine EU-Verordnung sein könnte, ist es vermutlich realistischer, daß sich die wichtigen Akteure auf einen eigenen Dachstandard einigen, der beispielsweise bei der WFTO oder bei FairTSA angesiedelt sein könnte.

Regionalität

Wie weiter oben angesprochen, läßt sich Regionalität durch zwei sich ergänzende Definitionen beschreiben:

1. Produkte, die in der jeweiligen Region aus regional angebauten Rohstoffen produziert werden und auch in dieser Region verkauft werden ("Regionale Vermarktung").
2. Produkte, die aus Rohstoffen einer definierten Region in eben dieser Region produziert werden, also einen hohen Anteil an regionaler Wertschöpfung haben, aber national und international verkauft werden (Regional Sourcing).

Beide Varianten reduzieren Transportwege, stärken die lokalen statt der globalen Handelsbeziehungen und ermöglichen eine vereinfachte Zusammenarbeit von Rohstoff-Produzent und Verarbeiter.



Foto 6: viernullvier auf www.flickr.com

Wir halten es für wichtig, dass ein möglichst großer Teil der Wertschöpfung in der jeweiligen Region stattfindet. Dabei muß berücksichtigt werden, daß viele Produkte aus mehreren Inhaltsstoffen bestehen und möglicherweise nur für die Verarbeitung zusätzliche Transportwege zurückgelegt wurden. Auf längere Sicht sollte darauf hingearbeitet werden, daß sowohl die Herstellung, die Verarbeitung als auch die Logistik wieder dezentraler und regionaler aufgestellt wird.

Für Verbraucher bedeutet Regionalität meist die Variante "Regionale Vermarktung", also Produkte, die aus dem unmittelbaren Umfeld des

Ladens kommen und sie fragen diese Produkte auch immer stärker nach. Der Kunde hat mit dem Einkauf lokal erzeugter Produkte wieder mehr Bezug zur Produktion der konsumierten Waren, die dadurch auch transparenter werden. Neben den oben genannten Pluspunkten werden damit auch die Förderung der Wirtschaft, der Kulturlandschaft und der fairen Handelsbeziehungen in der eigenen Umgebung verbunden. Vor allem bei frischen Produkten erhofft sich der Verbraucher regionalen Geschmack, Saisonalität und besondere Frische.

Es wird jedoch immer nur ein Teil der nachgefragten Produkte aus der unmittelbaren Umgebung verfügbar sein. Zudem ist aus globaler Sicht die Stärkung regionaler Strukturen weltweit wichtig, insbesondere auch in den Ländern des Südens. Deswegen besteht zwischen der enger gefassten Regionalität als unmittelbare Umgebung ("Regionale Vermarktung"), wie sie von den meisten Verbrauchern verstanden wird und der global verstandenen "regionalen Wertschöpfung" kein Widerspruch, solange die jeweilige Definition der Region klar kommuniziert wird.

***Regionalität konzeptionell
besser fassen und
glaubwürdig umsetzen***

Für diejenigen Akteure, für die Regionalität wichtig ist und die sie glaubwürdig umsetzen und kommunizieren wollen, halten wir es für zentral, Regionalität wesentlich besser konzeptionell zu fassen und praktikable und glaubwürdige Umsetzungen zu entwickeln.

Da dies in der heutigen Handelslandschaft eine hochkomplexe Herausforderung ist, halten wir es für wichtig, daß sich hierfür relevante Akteure zusammenschließen und gemeinsam agieren. Hierzu auch unsere unten aufgeführten Empfehlung für copino.

Empfehlungen für (bio-regio)-fair Akteure in Kurzform

- der Diskurs zwischen Fairhandels- und Bioakteuren (bzw. bio-regio-fair Akteuren) sollte intensiviert werden, um bei der Weiterentwicklung der bio-regio-fair Standards und der Sozial- und Handelsbeziehungsstandards mehr Synergien zu entwickeln. Dabei sollte auch offener über Schwachpunkte und Glaubwürdigkeitsdefizite wie produktbezogene Standards, mangelhafte Trennung von Standardsetzung, Zertifizierung & Siegelvergabe, mangelnde Transparenz und über Streitpunkte wie Mindestpreise diskutiert werden.
- die erfolgte und weiter fortschreitende Marktdifferenzierung und ihre Konsequenzen sollten stärker zur Kenntnis genommen werden und passende Strategien für die jeweiligen Wertschöpfungsketten sollten entwickelt und umgesetzt werden
- Für jedes wichtige Thema sollten eigenständige Standards und Kriterien entwickelt werden. Wir halten weder die Integration aller Themen in alle vorhanden Siegel, noch ein allumfassendes Siegel (Bio & Regio & Sozialstandards & faire Handelsbeziehungen & Ökologisch & CO₂ & noch weitere) für sinnvoll.
- Die Sozial- und Handelsbeziehungsstandards sollten für den Rest der Handelskette weiterentwickelt werden
- Konzepte für die Förderung, Umsetzung und Kommunikation einer differenzierter verstandenen Regionalität sollten entwickelt werden
- Integrationsmöglichkeiten der verschiedenen und sich weiter ausdifferenzierenden Standards & Siegel unter ein gemeinsames Dach sollte ausgelotet werden, z.B. über die Definition von zu erfüllenden Mindeststandards.

Grundsätzliche Empfehlungen für copino

... für den Umgang mit Standards und der weiteren Standardentwicklung

Eine Teilaufgabe des Projektes war es, Vorschläge für copino zu entwickeln, wie copino mit Standards umgehen könnte.

Wir schlagen vor, daß copino keine eigenen Standards entwickelt, sondern

- einerseits ausgewählte vorhandene Standards nutzt, mit denen copino glaubwürdig seine inhaltlichen Vorstellungen zum bio-regio-fairen Handel umsetzen kann
- andererseits daran mitwirkt, daß Standards in Richtung höherer Glaubwürdigkeit weiterentwickelt werden, insbesondere für den Rest der Handelskette nach dem brand owner und für eine differenziert verstandene Regionalität
- sich aktiv in den Dialog mit den Akteuren begibt, die daran arbeiten wollen, wie die vorhandenen glaubwürdigeren Siegel unter einem Dach integriert werden können, beispielsweise bei der WFTO oder bei der FTSA

Welche Standards wir in welcher Kombination aktuell für copino als nutzbar empfehlen, wird detailliert in einer Tabelle im Anhang dargestellt. Wir stellen diesen Vorschlag in den Anhang, weil er möglicherweise auch für andere Akteure als Anregungen dienen mag. Der Vorschlag ist eine Arbeitsgrundlage und sollte im weiteren Prozess aktualisiert und erweitert werden. Die generelle Richtung dieser Empfehlungen möchten an dieser Stelle in Kurzform darstellen:

- Nutzung ausgewählter vorhandenen Siegel, ggf. in Verbindung mit Zusatzkriterien, unter klarer & leicht verständlicher Kommunikation der Gründe für die Nutzung/mittelfristige Nutzung/Nichtnutzung bestimmter Standards und die Nutzung eines immer aktuell zu haltenden Leitfadens im Internet, der die entsprechenden Siegel und ihre Kombinationen auflistet.
- In der Regel sollten nur Produkte mit Siegel aufgenommen werden, wenn für das jeweilige Kriterium (bio-regio-fair) und Produkt überhaupt eine Zertifizierung möglich ist. Bei vergleichbaren Produkten sollte jeweils das Produkt mit dem strengsten Siegel ausgewählt werden.
- Für Siegel, die den copino-Kriterien nicht zu 100% entsprechen, ist eine Art "Ampel"-Kennzeichnung denkbar, in Form von "erfüllt / teilweise erfüllt / nicht erfüllt".

In gut begründbaren Ausnahmefällen sollten auch Produkte ohne Siegel (gilt auch für fehlende Bio-Zertifizierung), vor allem von kleinen und nahen Produzenten zugelassen werden können. Dann sollte mit diesen Produzenten statt Zertifizierung eine Vereinbarung getroffen werden, die gewisse (noch zu definierende) Mindest-Kriterien festlegt und Entwicklungsziele niederschreibt, ähnlich wie dies EcoSocial/IBD handhabt. Es ist denkbar, dass diese Vereinbarung von einer externen Organisation geprüft wird. Die aktive Kommunikation und Begründung dieser Ausnahmen ist dabei essentiell.

- Aufstellung und Nutzung von eigenen Kriterien für den Rest der Handelskette. Da copino als Großhändler und Einzelhändler selbst einen wichtigen Teil dieses "Restes der Handelskette"

darstellt, hat copino eine besondere Chance hier wichtige Impulse zu geben. Dies stellt sich für Akteure, deren Einfluss beim Brandowner endet, schwieriger dar. Copino sollte für das eigene Handeln Kriterien aufbauen, mit Lieferanten und Logistikern weiter entwickeln und umsetzen und dieses Modell auch Partnern wie z.B. Weltläden und Bioläden nahebringen. Außerdem sollte sich copino am Dialog beteiligen, wie die vorhandenen Siegel in Richtung Rest der Handelskette weiterentwickelt werden können bzw. wie eigene Siegel dafür entwickelt werden können.

... für den Umgang mit Regionalität

Wie oben dargestellt, halten wir die beiden unterschiedlichen Zugänge zu Regionalität für legitim und sinnvoll. Für schwierig halten wir die Vermischung, die zum Teil bewußt, zum Teil unbewußt betrieben wird und die vor allem die Glaubwürdigkeit insgesamt in Frage stellt.

“Regionale Vermarktung” und “Regional Sourcing” gleichermaßen verfolgen

Deswegen schlagen wir für copino vor, sowohl die "Regionale Vermarktung" als auch das "Regionale Sourcing" zu verfolgen.

Für die Kommunikation dieser beiden unterschiedlichen Ansätze zur Förderung regionaler Produktion, Verarbeitung

und Vermarktung sollte mit Vermarktungsprofis ein verständlicher und glaubwürdiger Weg sowie griffige und differenzierende Begriffe entwickelt werden. Erste Ideen gehen in Richtung "Lokaler Rohstoffbezug", "Produktion der kurzen Wege" oder "Global-Lokal".

Möglicherweise können andere Akteure aus der Fairhandels- und der Biohandelskette gewonnen werden, die an der konzeptionellen Umsetzung dieser Frage mitwirken wollen weil ihnen an einer Förderung und einer sinnvollen Definition und Vermarktung lokaler/regionaler Wertschöpfungsketten gelegen ist.

Mitüberlegt werden sollte, ob copino überregional vermarktende Anbieter nur dann ins Sortiment nimmt, wenn insgesamt der Schwerpunkt der Vermarktung dieser Anbieter regional ist. Dies wäre auch eine sinnvolle Forderung im internationalen fairen Handel an die Importorganisationen, um zu verhindern, daß Produzenten nur für den Export arbeiten, wie z.B. im konventionellen Handel üblich - mit den bekannten verheerenden lokalen Auswirkungen.

Vorschlag für eine Definition "Regionale Vermarktung" / "Aus der Region"

Für den Standort Stuttgart schlagen wir vor, einen Kreis um Stuttgart von 50 bis 100km zu definieren und dies als "aus der Region" zu kennzeichnen, mit einem Hinweis auf die genaue Herkunft und ggf. dem Prozentsatz der regionalen Zutaten für Mischprodukte.

Gleichzeitig darf die weitere Kennzeichnung der nicht-regionalen Waren nicht vernachlässigt werden, das heißt Herkunftsland (z.B. Italien, Ghana, etc) bzw. Herkunftsregion (z.B. Schwäbische Alb) sollten zusätzlich genannt werden.

Vorschlag für eine Definition "Aus regionalen Wertschöpfungs- partnerschaften - global" und "Regional Sourcing"

Rohstoffanbau, Herstellung, die Verarbeitung und Verpackung passieren in einer Region, die durch einen Umkreis um den Verarbeiter definiert wird. Idealerweise sollte dafür die gleiche Regionalitätsgrenze von ca. 100km gesetzt werden.

Anhänge

Anhang 1: Leitfaden-Vorschlag für copino zur Nutzung vorhandener Standards

Anhang 2: creative commons Lizenzbedingungen

Leitfaden-Vorschlag für copino zur Nutzung vorhandener Standards

Die Tabelle gibt einen Überblick, welche Standards wir in welcher Kombination für copino für aktuell nutzbar empfehlen. Wir schlagen sie als Arbeitsgrundlage vor und zur Aktualisierung und Erweiterung im weiteren Prozess.

copino Ziele	BIO		FAIR			REGIO		
	BIO	ÖKO	FAIR SOZIAL			REGIONAL Regio-Stgt-100	Produktion der kurzen Wege (Lokaler Rohstoffbezug)	
			Außerdem: Sozialstandards für die gesamte Handelskette					
		CO2-Bilanz Öko-Bilanz Energiebilanz cradle-2-cradle ...weitere (Beobachtung der zukünftigen Entwicklung)	Sonstige ökologische Kriterien + Siegel	Klassischer FairTrade	Domestic FairTrade (Nord-Nord)	Weitere Kriterien: z.B. Soziale Werkstätten	Unverarbeitete Produkte: Anbau 100km Umkreis um Stuttgart (Stuttgart100) Verarbeitete Produkte: Verarbeiter/Verpacker aus Stuttgart100, Rohstoffe min. zu 50% aus einem Umkreis von 100km um den Verarbeiter	Rohstoffe stammen min. zu 50% aus einem Umkreis von 100km um den Verarbeiter, weitere Verarbeitungsschritte liegen ebenfalls in diesem Umkreis

Dafür heute verfügbare und verwendbare Siegel / Kriterien

Lebensmittel	Naturland	Fairtrade (FLO)	Entwicklung eigener Kriterien bzw. Mitwirkung an der Entwicklung neuer Standards notwendig	
	Gää e.V.			
	Ecoland			
	Ecovin			
	Demeter			
	Bioland			
	Biopark			
	Biokreis			
	EcoCert Fairtrade (nur EU-Bio)			
	Fair Trade Sustainability Alliance (nur EU-Bio)			
Soil Association Ethical Trade				
Demeter SozialCharta - Gerechtes Wirtschaften Fehlt: Nachprüfbar „harte“ Kriterien für Sozialstandards und Handelsbeziehungsstandards, es ist kein zusätzliches, klar erkennbares Siegel. → „fair“ ist hier dem Kunden nur über viel Hintergrund-Wissen und gute Informationsarbeit kommunizierbar. → Vorschlag: hauptsächlich im bio+regio-Sortiment verwenden, da bei regionalen Waren die notwendige Transparenz am besten gelebt und gezeigt werden kann.				
Bestes Bio – Fair für alle				
Naturland Fair / Naturland Faire Partnerschaft (das Siegel schreibt vor, dass der Verarbeiter 80% d. Rohstoffe aus der eigenen Region oder aus fairem Handel bezieht)				

Kleidung	GOTS			<i>Dafür existieren nach unserem Wissen keine Regionalitätssiegel, wir schlagen aber die. gesonderte Kennzeichnung der in der Region getätigten Verarbeitungsschritte vor</i>	
	IVNbest				
	Naturland (beinhaltet auch soziale Standards in Anbau und Produktion)				
	IMO fair for life - social + fairtrade (schreibt GOTS-Zertifizierung vor) FairTrade-Prämie soll auch an die Arbeiterinnen in den Verarbeitungsfabriken gezahlt werden				
	EcoCert Fairtrade (schreibt GOTS-Zertifizierung vor) keine Kriterien für die Verarbeitung, es wird nur von den Fasern gesprochen				
		FairWearFoundation-Mitgliedschaft (ist kein Produktsiegel)			
		Ethical Trading Initiative-Mitgliedschaft (ist kein Produktsiegel)			
		FairTrade (FLO) Fehlt: Sozialstandards für die Konfektion: FLO-FairTrade-Kriterien nur für Anbau der Baumwolle, Weiterverarbeiter und Konfektionäre verpflichten sich nur über Selbstverpflichtung, die ILO-Kernarbeitsnormen einzuhalten. → zusätzliche Mitgliedschaft in FWF o. ETI wünschenswert			
Handwerksprodukte	<i>Für ökologische Handwerksprodukte gibt es wenig anwendbare Siegel. Vorgeschlagene Kriterien sind:</i> • aus nachwachsenden und nachhaltig oder biologisch angebauten / produzierten Inhaltsstoffen und Materialien → möglichst nachgewiesen durch Siegel z.B. bei Holz: Der Blaue Engel, NaturePlus, FSC100%, PEFC, Naturland, ecolnstitut bei Papier: Blauer Engel, Europäisches Umweltzeichen bzw. durch eigene Dokumentation / Erklärung	<i>Für Handwerksprodukte gibt es noch keine unabhängig zertifizierten Fairhandels-Siegel.</i> Ein vorderstes Kriterium könnte die Mitgliedschaft bei WFTO oder eza sein. (Die Entwicklung ist zu beobachten)	in sozialen Werkstätten/ Betrieben / Projekten produziert	<i>Bisher gibt es hierfür kein Siegel - vorgeschlagene copino-Kriterien:</i> Verarbeiter aus Stuttgart100, Hauptsächlicher Rohstoff aus 100km Umkreis um den Verarbeiter	<i>Bisher gibt es hierfür kein Siegel - vorgeschlagene copino-Kriterien:</i> Rohstoffgewinnung und weitere Verarbeitung passieren in 100km Umkreis um den Verarbeiter
	• Aus recycelten Materialien				
	• Produkt recyclebar bzw. gemäß cradle-to-cradle in Stoffkreislauf einbezogen oder kompostierbar				
	• besonders energieeffizient / CO2-neutral / Ressourcenschonend / Schadstoffarm produziert (inkl. d. Rohstoffe) • bzw. energieeffizient / ressourcenschonend im Betrieb oder bei Nutzung				

Anhang 2: creative commons Lizenzbedingungen

Diese Arbeit ist unter der folgenden Lizenz veröffentlicht:



creativecommons Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland

Sie dürfen



das Werk bzw. den Inhalt vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen

Abwandlungen und Bearbeitungen des Werkes bzw. Inhaltes anfertigen

Zu folgenden Bedingungen



Namensnennung — Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen.



Weitergabe unter gleichen Bedingungen — Wenn Sie das lizenzierte Werk bzw. den lizenzierten Inhalt bearbeiten, abwandeln oder in anderer Weise erkennbar als Grundlage für eigenes Schaffen verwenden, dürfen Sie die daraufhin neu entstandenen Werke bzw. Inhalte nur unter Verwendung von Lizenzbedingungen weitergeben, die mit denen dieses Lizenzvertrages identisch, vergleichbar oder kompatibel sind.

Wobei gilt:

Verzichtserklärung — Jede der vorgenannten Bedingungen kann aufgehoben werden, sofern Sie die ausdrückliche Einwilligung des Rechteinhabers dazu erhalten.

Sonstige Rechte — Die Lizenz hat keinerlei Einfluss auf die folgenden Rechte:

Die gesetzlichen Schranken des Urheberrechts und sonstigen Befugnisse zur privaten Nutzung;

Das Urheberpersönlichkeitsrecht des Rechteinhabers;

Rechte anderer Personen, entweder am Lizenzgegenstand selber oder bezüglich seiner Verwendung, zum Beispiel Persönlichkeitsrechte abgebildeter Personen.

Hinweis — Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen alle Lizenzbedingungen mitteilen, die für dieses Werk gelten. Am einfachsten ist es, an entsprechender Stelle einen Link auf diese Seite einzubinden.

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de>