



# Konvention der Weltläden

Kriterien für den Fairen Handel  
der Weltläden

## Informations- und Bildungsarbeit

Informations- und Bildungsarbeit zu den Problemen des Welthandels hat einen hohen Stellenwert in der Arbeit der Weltläden. Neben der Information zu Produkten und ProduzentInnen beteiligen sie sich an Kampagnen und politischen Aktionen und arbeiten dabei mit anderen Initiativen zusammen. Weltläden bevorzugen „politische“ Produkte, an denen sich die Situation der Herkunftsländer im Welthandel beispielhaft darstellen lässt.

## Kontinuität

Kontinuität der (Handels-)Beziehungen ist die Grundlage für eine echte Partnerschaft im Fairen Handel der Weltläden: Sie schafft die Verlässlichkeit, die der Welthandel nicht bietet. Kontinuität zeigt sich etwa in langfristigen Lieferverträgen, intensiver Beratung zur Weiterentwicklung von Produkten oder interner Weiterbildung auf allen Ebenen.

## Regeln für Ergänzungsprodukte

Ergänzungsprodukte sind Produkte, deren Hauptrohstoffe nicht von HandelspartnerInnen in sog. Entwicklungsländern stammen, z.B. Umweltschutzpapier. Für sie gelten ähnliche Kriterien wie für die Produkte aus dem Süden. Ein inhaltlicher Bezug zu diesen Produkten und den Zielen der Weltläden muss gegeben sein. Ergänzungsprodukte müssen als solche kenntlich gemacht werden.

**Nähere Informationen erhalten Sie  
in Ihrem Weltladen.**



## Weltläden – anders als andere

Seit Anfang der 70er Jahre ist bekannt, dass die Länder des Südens im Welthandel entscheidend benachteiligt werden – und das dies ihre Entwicklung entscheidend bremst oder gar verhindert.

Eine große Zahl kirchlicher und sozialer Gruppen reagierte darauf mit dem Konzept des Fairen Handels, einer partnerschaftlichen Handelsbeziehung mit KleinproduzentInnen rund um den Globus.

Heute gibt es rund 800 Weltläden in Deutschland und etwa 2.500 in Europa, die fair gehandelte Waren verkaufen. Hinzu kommen einige tausend Aktionsgruppen ohne festes Ladenlokal.

Im Unterschied zu anderen Anbietern „fair gehandelter“ Produkte bezieht sich der Anspruch der Weltläden an Fairen Handel auf alle, die an diesem Handel beteiligt sind:

- die ProduzentInnen und ihre Organisationen,
- die von den Weltläden akzeptierten Importeure und
- Weltläden und Aktionsgruppen selbst.

## Demokratische Strukturen

Ein partnerschaftliches Verständnis ist auch innerhalb der beteiligten Organisationen maßgeblich. ProduzentInnen, Importorganisationen und Weltläden gewährleisten unabhängig von formalrechtlichen Strukturen eine ausreichende Mitbestimmung aller MitarbeiterInnen.

## Non-Profit-Orientierung

Gewinnmaximierung (die Unterordnung anderer Aspekte unter die Erzielung eines höchstmöglichen Gewinns) ist kein Ziel des Fairen Handels der Weltläden.

Auf allen Ebenen des Handels werden Erlöse für Gemeinschaftsaufgaben und die Stärkung des Fairen Handels verwendet (z.B. Bildung, Zukunftsinvestitionen und Öffentlichkeitsarbeit).

## Sozial und Umweltverträglichkeit

Im Fairen Handel stehen die Menschen und ihre elementaren Bedürfnisse im Vordergrund. Seine Qualität besteht nicht nur in der Hochwertigkeit der gehandelten Produkte, sondern ganz besonders in sozialen Arbeitsbedingungen, in Handelskonditionen, die dazu beitragen, die Existenz der ProduzentInnen zu sichern und im Respekt für Mensch und Umwelt. Höhere Erlöse für die ProduzentInnen, Vorfinanzierung der Produktion/der Ernte und die finanzielle Förderung sozialer Verbesserungen unterscheiden ihn vom „Normal“-Handel.

## Transparenz

Der Faire Handel der Weltläden bezieht seine Glaubwürdigkeit vor allem aus umfassender und wechselseitiger Transparenz: ProduzentInnen, Importeure und Weltläden geben Einblick in ihre Zielsetzung, Arbeitsweise, Besitzverhältnisse, finanzielle Situation, Handelswege und Kriterien für die Auswahl ihrer Handelspartner.

**PARTNERSCHAFT  
FAIRPFLICHTET**