



Informations- und Bildungsarbeit

Information und Bildungsarbeit zu den Problemen des Welthandels hat einen hohen Stellenwert in der Arbeit der Weltläden. Neben der Information zu Produkten und Produzenten 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 und ihrer Präsentation oder interner Weiterbildung.



Regeln für Ergänzungsprodukte


Ergänzungsprodukte sind Produkte, deren Hauptrohstoffe nicht von HandelspartnerInnen in sog. "Entwicklungsländern" stammen. 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.



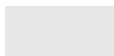

Nähere Informationen erhalten Sie in Ihrem Weltladen:



Konvention der Weltläden



Kriterien für den Fairen Handel der Weltläden



herausgegeben vom



Weltläden: ein Stück Welt von Morgen

Anfang der 70er Jahre griff die Einsicht um sich, daß die Länder des Südens im Welthandel entscheidend benachteiligt werden - und daß dies für viele Entwicklungsprobleme mitverantwortlich ist. Eine große Zahl kirchlicher und sozialer Gruppen reagierte auf diese Erkenntnis mit dem Konzept des "Fairen Handels", einer partnerschaftlichen Handelsbeziehung mit KleinproduzentInnen rund um den Globus. Heute gibt es rund 700 Weltläden in Deutschland und rund 2.500 in Europa, nach wie vor überwiegend von Ehrenamtlichen getragen. Hinzu kommen einige Tausend Aktionsgruppen ohne festes Ladenlokal.

Im Unterschied zu anderen Anbietern "fair gehandelter" Produkte bezieht sich unser Anspruch 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.

Die folgenden Kriterien sind charakteristisch für unser Modell von Fairem Handel:

Sozial- und Umweltverträglichkeit

Im Fairen Handel stehen die Menschen und ihre elementaren Bedürfnisse im Vordergrund. Qualität bezieht sich nicht nur auf die Hochwertigkeit der gehandelten Produkte, sondern auch auf die Sozial- und Umweltverträglichkeit im Herstellungs- und Vermarktungsprozeß. Fairer Handel darf sich nicht an der Ausblendung sozialer und ökologischer Kosten beteiligen.

Sein Preis spiegelt vielmehr auch die Kostenfaktoren wieder, die durch Einhaltung bzw. Erreichen bestimmter Sozial- und Umweltstandards entstehen.

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.

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 auch für Gemeinschaftsaufgaben und die Stärkung des Fairen Handels verwendet (z.B. Bildung, Zukunftsinvestitionen und Öffentlichkeitsarbeit).