

MEMO zum Thema Glaubwürdigkeit des Fairen Handels

Die Glaubwürdigkeit gegenüber Kunden und der Öffentlichkeit ist die entscheidende Basis für den Fairen Handel. Darin stimmen wohl alle Akteure überein.

Unterschiedliche Ansichten gibt es darüber, wie diese Glaubwürdigkeit konstituiert werden kann.

Einflussreiche Stimmen im Fairen Handel glauben (immer noch), dass man nur durch „Kontrollen“ und „Überprüfungen“ glaubwürdig ist. Diese Einstellung stammt noch aus dem vorigen Jahrhundert. Man orientierte sich damals stark an der Einführung des Bio-Siegels nach der EU-Bioverordnung.

Vom WFTO Label, der Teilnahme am „Guarantee System“ oder einfach von der Mitgliedschaft in der WFTO wird heute immer noch die Glaubwürdigkeit des Fairen Handels hergeleitet. Man glaubt, mit dem Konzept der WFTO ein ähnliches Instrumentarium wie die EG-Bioverordnung bieten zu können.

Dabei wird verkannt, dass die WFTO außerhalb des engeren Bereichs des Fairen Handels und der Weltläden keinerlei Bekanntheitsgrad aufweist. Die WFTO ist lediglich ein Nischenkonzept, sogar eines aus der eigenen Nische – sozusagen eine Selbstbewertung.

Ein durchschnittlicher CONTIGO Fairtrade Shop hat pro Jahr 34.000 (zahlende) Kundenbesuche (in 2017). Noch nie hat eine Kundin oder ein Kunde in einem CONTIGO Laden sich nach „Kontrollen“ erkundigt oder nach dem WFTO-Label gefragt

Die Gesamtzahl der (kaufenden) Kundenbesuche in der CONTIGO Gruppe pro Jahr beträgt 507.000 (in 2017). Niemand kennt die WFTO. Niemand basiert seine Kaufentscheidung auf der WFTO oder anderer „Kontrollen“, sondern auf der Glaubwürdigkeit von CONTIGO und der Kompetenz seiner Mitarbeiter/innen.

Es würde verwundern, wenn die Situation in den Weltläden wesentlich anders wäre.

Daraus würde folgen, dass die Geschäfte des Fairen Handels diese „Kontrollen“ für ihren Markterfolg gar nicht brauchen. Darüber hinaus wurde schon häufig und deutlich ausgeführt, dass die „Kontrollen“ des sog. „Guarantee Systems“ angreifbar, wenig leistungsfähig und im Prinzip gar nicht machbar sind.

.....

Angesichts des Wertewandels in der Gesellschaft und der um sich greifenden Veränderungen durch den Internethandel muss der Faire Handel seine **dringend benötigte Glaubwürdigkeit** neu aufstellen. Jeder Laden, jede/r Mitarbeiter/in muss den Kunden substantielle Antworten geben können, z.B. auf die Fragen:

- Woher stammt mein Produkt?
- Wer sind die Hersteller?
- Gibt es Zwischenhändler?
- Wie sind die Arbeits-, Entlohnungs- und Sicherheitsverhältnisse dort?
- Was haben die Produzenten und seine Mitarbeiter davon, wenn ich das Produkt kaufe? Was bewirkt mein Einkauf?
- Wie sieht die bisherige Entwicklung beim Produzenten aus?

Es wäre wünschenswert, wenn alle diese verkaufsrelevanten Informationen als Präsenzwissen bei allen Mitarbeitern in den Läden vorhanden wären. Aufgrund der Mitarbeiterstruktur, der Vielzahl von Produkten und Importeuren ist davon aber nicht auszugehen.

Deswegen muss das Wissen des Fairen Handels in Form von gut auffindbaren und leicht zu bedienenden Medien in allen Läden vorhanden sein.

Das würde eine alleinstellende Kompetenz und damit die Glaubwürdigkeit begründen, die der Faire Handel in den Jahren 2020 ff. dringend benötigt.

Selbstverständlich und unabhängig von der Ursprungskompetenz muss zur Abrundung der Glaubwürdigkeit vorhanden sein:

- Zugewandtheit
- sichere Warenkunde zu den Produkten selbst
- Kenntnis der Materialien
- Pflegehinweise
- Informationen zur Produktsicherheit

Das ist für jede Art von Fachhandel selbstverständlich.

Die Zukunft hat schon begonnen. Seit etlichen Jahren investiert CONTIGO ein beachtliches Budget in die Aus- und Weiterbildung seiner Laden-Mitarbeiter (Voll- und Teilzeit). Das Wissen um die Ursprünge und die Fairtrade Bezüge stehen dabei im Mittelpunkt.

Im Laufe des Jahres 2019 werden in allen Läden komplett artikelgenaue Ursprungsinformationen medial zur Verfügung stehen.

Bereits im Geschäftsjahr 2018 hatte die CONTIGO Gruppe trotz ruhiger gewordener Innenstädte keinen Umsatzrückgang zu verzeichnen.