

„Geiz ist geil“ – doch nicht im Fairen Handel?!

geschrieben von Andreas | 21. August 2024



Pressemitteilung WeltPartner eG
21.08.2024

Der alte Slogan „Geiz ist geil“ hat auf den ersten Blick nichts mit dem Fairen Handel (auch Fair Trade) zu tun. Firmen wie die Ravensburger WeltPartner eG fördern seit Jahrzehnten bewusst eine gegensätzliche Argumentation und Zielsetzung. Sie möchten hochwertigen fair+bio-Lebensmittelprodukten eine größtmögliche Wertschätzung geben. Dies gilt besonders für die Kleinbauernfamilien, die nach international anerkannten Fair Trade Standards für ihre harte Arbeit für Anbau und Ernte von landwirtschaftlichen Erzeugnissen fair entlohnt werden sollen.

Warum Fair Trade Produkte ihren Preis haben

Fair Trade und Bio zertifizierte Lebensmittel sind nicht nur aromatisch, sondern erzielen nachweislich einen positiven und nachhaltigen Erfolg in den Ursprungsländern. Hohe geschmackliche und soziale Qualitäten sind ihren Preis wert. Um Fair Trade und Bio zertifizierte Produkte zu etablieren, muss diese Preis-Philosophie auch bei den Konsumenten

verankert werden. Denn wenn die Kunden die Mehrwerte der Lebensmittel erkennen, sind sie letztlich bereit, dafür bewusst mehr zu bezahlen.

Menschenrechtsverletzungen sind noch Alltag

Leider ist es nicht die Regel, dass Menschenrechte in landwirtschaftlichen Betrieben in Asien, Afrika und Lateinamerika eingehalten werden. Kinderarbeit und ausbeuterische Arbeitsstrukturen sind im internationalen Handel nach wie vor verbreitet. Fair-Trade-Unternehmen, die bewusst einen anderen, menschenfreundlichen und gerechteren Weg für ihren Handel wählen, stellen jedoch eine absolute Minderheit dar. Diese Unternehmen haben sich in der Regel zu 100 % dem Fairen Handel und größtmöglicher Transparenz verschrieben. So setzen Unternehmen wie WeltPartner auch auf langfristige Partnerschaften auf Augenhöhe mit weltweit tätigen Kleinbauernfamilien, die vielfältig davon profitieren.

Es ist daher auch zu kurz gedacht, den Fairen Handel/Fair Trade auf den fairen Preis zu reduzieren, den die Kleinbauernfamilien im Globalen Süden erhalten – auch wenn dies als ein wesentliches Element dieser besonderen Idee eines sozial- und umweltverträglichen Handels in den Fair Trade Kriterien verankert ist.

Gesetzliches Verkaufsverbot von Lebensmitteln unter dem Einstandspreis

Ohne diese Reduzierung auf den fairen Preis ist das Thema Fair Trade komplexer, als viele Anbieter wahrhaben wollen. Es passt oft nicht in deren Unternehmens- und Vertriebsstrategien. Warum sollte ein Discounter sonst einen eigenen Weg mit einem riesigen Kundenrabatt gehen, der den Konsumenten bewusst oder unbewusst suggeriert, dass „Fair Trade à la Discounter“ auch billig sein kann und ein angebotener Fair Trade und Bio-Kaffee keinen höheren Preis als ein konventioneller Kaffee haben muss.

So hatte ein Discounter in seiner Aktionsbroschüre, gültig vom 29.7. bis 3.8.2024, ein unserer Meinung nach nicht kostendeckendes Sonderpreisangebot abgedruckt. Dort wurde ein Kilo eines Fairtrade- und Biozertifizierten Kaffees mit 50 % Rabatt zum Preis von 5,39 € angeboten.

Auch wenn der informierte Kunde unsicher ist, wie ein solch niedriger Preis zustande kommt, ist dessen Bewerbung nach geltendem Recht nur dann illegal, wenn ein Unternehmen seine Marktmacht missbraucht, um Mitbewerber mit unrealistischen Preisangeboten einer so genannten unbilligen Behinderung auszusetzen.

Der Aktionsverkaufspreis von 5,39 €/kg liegt unseres Erachtens in diesem Fall unter dem Einkaufspreis. Dieser setzt sich unter anderem aus dem garantierten Fairtrade Mindestpreis für die Kaffeebauern, der Seefracht, den Röst- und Verpackungskosten, den Kosten entstehend durch den Röstverlust, sowie der deutschen Kaffeesteuer – diese allein beträgt schon 2,19 €/kg – zusammen.

Die Überwachung durch ein strenges, unabhängiges Fairtrade-Kontrollsystem stellt sicher, dass der betreffende Discounter den Rohkaffee zu den geltenden Fairtrade Mindestpreisen eingekauft hat.

Zuständiges, lückenhaftes Gesetz schadet dem Fairen Handel

Leider ist das hierfür maßgebliche "Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen" (GWB) zu schwach und ermöglicht Discountern, nicht extern nachprüfbare Bezugsverguünstigungen, wie zum Beispiel Werbekostenzuschüsse des Lieferanten in Europa, von den Einkaufspreisen abzuziehen, was das GWB erlaubt. Im konkreten Fall könnte dies bedeuten, dass der Importeur/Zwischenhändler bei seinem Verkauf von Bio- und Fairtrade-Kaffee an den Discounter diesen Vergünstigungen gewährt, die den Preis künstlich unter die Herstellungskosten drückt. Dadurch könnte der Discounter seine große Marktmacht

ausspielen. Dies führt vermutlich dazu, dass Kunden von bisherigen Fair-Trade-Anbietern zu den extrem billigen Fairtrade-Angeboten des Discounters wechseln. Das ist zwar alles legal, aber unseres Erachtens für die Konsumenten undurchschaubar – so bleiben diese im Unklaren und freuen sich sogar vielmehr über den superbilligen Angebotspreis.

Auch wenn eine solche Vorgehensweise derzeit legal ist, verzerren sie nicht nur den Wettbewerb, sondern schaden auch dem gesamten Image und der visionären Fair Trade-Idee. Eine „Geiz-ist-geil“-Mentalität für Fair-Trade-Produkte passt nicht zu den Ansprüchen bewusster Konsumenten.

Zeichen ohne Leerzeichen: 4.476

Kontakt:

Thomas Hoyer
Vorstand der WeltPartner eG
Franz-Xaver-Honer-Str. 7/1
88213 Ravensburg
Telefon +49 (0) 751 36155-21
E-Mail hoyer@weltpartner.de

Der RESET App-Check: Korrekt einkaufen mit den richtigen Apps

geschrieben von RESET.org | 21. August 2024



Berlin, 20. September 2016. Mittlerweile gibt es eine Vielzahl von Apps, die einfache Hilfe beim nachhaltigen Einkauf versprechen. Doch was können sie wirklich? Das Redaktionsteam der Informations- und Aktionsplattform RESET.org hat einige der bekanntesten grünen Apps gecheckt.

Wie finde ich [fair gehandelte Produkte](#)? Welche Kosmetikartikel sollte ich meiden, weil sie Hormone oder [Mikroplastik](#) enthalten? Was sind besonders energieeffiziente [Haushaltsgeräte](#)? Und wie erkenne ich Kleidungsstücke, bei denen [Kinderarbeit](#) im Spiel war? Wer mit seinem Konsum Verantwortung für sich selbst, die Natur und seine Mitmenschen übernehmen möchte, steht vor vielen offenen Fragen. Aber mit ein wenig Hilfe kann jeder korrekt einkaufen.

Der erste Schritt zum bewussten Konsum ist Wissen. Das heißt aber nicht, dass jeder, der nachhaltig konsumieren möchte, gleich zu einem wandelnden Lexikon werden muss. Vor allem geht es darum zu wissen, wo hilfreiche Informationen zu finden sind. [RESET](#) hat es sich zur Aufgabe gemacht, diese Lücke zu schließen und bietet auf ihrer Plattform [Hintergrundinformationen](#) und [nützliche Tipps](#) zu allen Aspekten rund um einen bewussten Lebensstil.

Aber was tun, wenn man schon vor dem Regal steht und es schnell gehen muss? Zahlreiche Apps wollen hier unterstützen. „Die gesamte RESET-Redaktion hat einige der bekanntesten Anwendungen daraufhin getestet, wie hilfreich, nutzerfreundlich und transparent sie tatsächlich sind“, so Sarah-Indra Jungblut, Redaktionsleitung von RESET.org. „Wir

haben uns sehr gefreut, dass es so viele Apps im Bereich Green Lifestyle gibt. Wir mussten dabei allerdings feststellen, dass viele der Anwendungen noch Optimierungsbedarf haben. Dennoch können wir einige empfehlen.“

Oft sind die Apps nicht auf dem neuesten Stand oder zwar mit sehr guten Inhalten gefüllt, verschenken aber ihr Potenzial, da sie komplexe Informationen nicht optimal fürs Smartphone aufbereiten. Aber in den nächsten Jahren wird sich in diesem Bereich mit Sicherheit noch viel tun. „Vor allem Scanner-Apps könnten den nachhaltigen Alltag und das bewusste Konsumieren maßgeblich voranbringen. Hier liegt aus unserer Sicht das größte Potenzial“, sagt Uta Mühleis, Gründerin und Geschäftsführerin von RESET.

Wir haben folgende Apps unter die Lupe genommen: EcoGator, Buycott, Siegelcheck, ToxFox, den Nachhaltigen Warenkorb, aVOID und Codecheck. Überblick zu allen App-Checks: <https://reset.org/tags/app-check>

Pressekontakt: Sarah-Indra Jungblut via indra.jungblut@reset.org

RESET ist eine 2007 gegründete und von der UNESCO ausgezeichnete gemeinnützige Stiftungsgesellschaft. RESET informiert mit der Internet-Plattform [RESET.org](https://reset.org) täglich über innovative Lösungen im Bereich der nachhaltigen Entwicklung, vermittelt Hintergrundwissen, gibt Tipps für einen bewussten Lebensstil und unterstützt Projekte und Social Entrepreneurs, die mit neuen Technologien einen positiven Wandel vorantreiben.

Heute kaufe ich mit meinem Produkt auch das Image eines Unternehmens

geschrieben von Andreas | 21. August 2024



Reicht „bio“ als Alleinstellungsmerkmal heute noch?

„Bio“ ist heute eine erfolgreiche Marke und steht für natürlich, authentisch und verspricht gutes für Mensch und Umwelt. „Bio“ ist auch ein Wachstumsmarkt mit Umsätzen in zweistelliger Höhe und damit von hohem Interesse für immer neue Mitanbieter, nicht nur aus den typischen „Bio“ und „FairTrade“-Segmenten.

Von vielem gibt es bereit genug und täglich kommen immer neue Angebote hinzu, die eine erfolgreiche Positionierung und eine Markbehauptung vor immer neue unternehmerische Herausforderung stellen.

Erreicht meine Botschaft, mein Angebot die Zielgruppe überhaupt noch?

Welches sind starke Alleinstellungsmerkmale und was kann ich noch besser machen?

Wo steht mein Unternehmen 2019 und wie wachse ich erfolgreich auf neuen Marktsegmenten?

Habe ich bereits eine passende Strategie, die strategischen Partner, die mich bei meinen Ambitionen unterstützen?

Dies sind nur einige von vielen Fragen, die sich Unternehmer regelmäßig stellen. Lösungsansätze gibt es viele. Doch werden bereits die richtigen Fragen in den Firmen gestellt um ein

Geschäftsmodel erfolgreich voranzubringen?

Als „grüne“ Kommunikationsagentur für Unternehmen und Marken denken die „Grünen Helden“ über das „Bio von morgen“ nach und sind der Meinung, dass dieses „typische Alleinstellungsmerkmal“ heute längst nicht mehr genügt. Mit neuen Mehrwerten schaffen Unternehmer jedoch entscheidende Wettbewerbsvorteile gegenüber der größer werdenden Zahl an Mitanbietern.

Grüne Helden

Die Grünen Helden verstehen sich als Leuchtturm-Agentur des „öko-sozialen“ Nischensegments. „Werbung für die guten Dinge“. Die Themen nachhaltiges Wirtschaften, faires werteorientiertes Handeln, soziales Engagement leben die Kommunikationsstrategen und Öko-Visionäre und sehen darin auch ihre Kernkompetenzen. Ihr gut aufgestelltes Netzwerk baut die Agentur kontinuierlich aus. Für die strategische Online Kommunikation haben sie zusätzlich die Plattformen „EcoPress“ – die grüne Pressebox sowie den „Heldenblog“, das Konsumenten Online-Magazin, erfolgreich positioniert.

Die „Grünen Helden“ und „EcoPress“ treffen Sie übrigens im April auf der „Love Natural Love Organic“ 2016 in Berlin [Stand J14](#) aber auch im Internet unter: www.gruenehelden.de

Kontakt

Grüne Helden
strategische Unternehmens-,
Markenkommunikation für die guten Dinge

Ansprechpartner
Andreas Sauer

Auf dem Sandberg 7
D 23919 Rondeshagen

Telefon: 04544-890746

Büro Freiburg
Sonnenbergstraße 15
79117 Freiburg
Telefon: 0761-216097080

mail@gruenehelden.de
www.gruenehelden.de
Heldenblog: www.gruene-helden.de
www.twitter.com/gruenehelden
www.facebook.com/gruenehelden

Vorläufiger Abschlussbericht zur FAIR TRADE & FRIENDS 2015

geschrieben von Andreas | 21. August 2024
Medien-Information 133 / 2015

- **FAIR TRADE & FRIENDS liefert wichtige Markt-Impulse**
- Messe weitet Einzugsgebiet aus
- „Fairer Handel ist angewandte Friedenspolitik“
- Hohe fachliche Qualität der Besucher

Dortmund (Kh) – Die FAIR TRADE & FRIENDS (28.-30.08.2015) lieferte auch in diesem Jahr wichtige Impulse für den Fairen Handel und zog rund 3.500 Besucher an. Angesichts der hochsommerlichen Temperaturen ein zufriedenstellendes Ergebnis. Außerdem konnte die Messe durch eine hohe fachliche Qualität der Besucher überzeugen. „Gemeinsam mit unseren Förderern und Partnern ist es uns gelungen, die FAIR TRADE & FRIENDS zur Leitmesse des Fairen Handels auszubauen. In den kommenden Jahren werden wir konsequent daran arbeiten, weitere

Zielgruppen für die Messe zu generieren“, bilanziert Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der Westfalenhallen Dortmund GmbH. Zum sechsten Mal in Folge präsentierte die FAIR TRADE & FRIENDS der Zukunftsmarkt für Fairen Handel sowie ökologisch und sozial verträgliche Konsumgüter. 162 Aussteller aus 17 Nationen waren auf Deutschlands größter Messe zum Fairen Handel vertreten.

Die FAIR TRADE & FRIENDS präsentierte eine Vielfalt von Topthemen im Bereich ethischen Wirtschaftens. Dazu gehörten Themen wie Re- und Upcycling, öko-faire Mode, Ethische Geldanlagen und Gemeinschaftlicher Konsum. Geboten wird ein umfangreiches Programm mit Ausstellungen, Kochshows, Modenschauen, Re- und Upcycling-Workshops, Verkostungsaktionen, Schokoseminaren, Tauschbörsen und vielem mehr.

19 Produzenten aus Zentralasien und Nordafrika waren innerhalb der Sonderschau „Orient meets Occident“ vertreten, auch solche, die gerade auf dem Weg hin zu einer Fairtrade-Zertifizierung sind. „Dass die Messe ganz unmittelbar dazu beitragen kann, den Fairen Handel auch in Staaten zu unterstützen, in denen er sich erst noch etablieren muss, ist ein weiterer neuer und wichtiger Akzent“, sagte Dr. Marc Jan Eumann, Staatssekretär für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes NRW, in seinem Grußwort anlässlich der Eröffnung der FAIR TRADE & FRIENDS 2015.

„Die Messe FAIR TRADE & FRIENDS war für die 32 Teilnehmer der Sonderschau „Orient meets Occident“ eine großartige Chance, um den deutschen Markt des Fairen Handels kennen zu lernen und erste Kontakte zu knüpfen. Insbesondere die erfahreneren Produzenten aus der MENA Region haben bei der Messe vielversprechende neue Geschäftskontakte zu Fair Trade Importeuren in Deutschland aufbauen und Bestellungen platzieren können, die hoffentlich vielfach in langfristige Geschäftsbeziehungen münden. Den Produzenten aus Zentralasien

bot die Messe eine gute Gelegenheit, um erste Erfahrungen für einen Markteintritt in Deutschland zu erwerben. Bei Gesprächen auf der Messe lernten sie, was beim Kunden in Deutschland gefragt ist und wie sie ihre Produkte für den deutschen Markt anpassen müssen. Ein wichtiger erster Schritt für den Zugang zum Fairen Handel in Deutschland“, sagte Belinda Knörr, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.

„Fairer Handel ist angewandte Friedenspolitik“

Dortmund wurde neben den Städten Castrop Rauxel und Dinslaken auf der FAIR TRADE & FRIENDS als Fairtrade Town rezertifiziert. Hier stellte Dortmunds Oberbürgermeister Ullrich Sierau heraus: „Fairer Handel ist angewandte Friedenspolitik. Er bekämpft die Ursachen von Flucht, Bürgerkrieg und Verfolgung.“

Das ergänzende Rahmenprogramm wurde von den Besuchern insgesamt mit „gut“ bewertet. Vor allem Atmosphäre und Qualität überzeugten hier. Am beliebtesten zeigten sich die Schoko- Seminare, die Re- und Upcycling-Workshops und die Kochshows. Auch die Fachforen sind ein bedeutender Bestandteil der FAIR TRADE & FRIENDS. Acht von zehn Besuchern erachten diese für wichtig, davon knapp die Hälfte als sehr wichtig. Dies ergab eine Befragung durch ein unabhängiges Messe-Marktforschungsinstitut.

Die diesjährigen Fachforen richteten den Blick auf die Europäische Politik und deren globale Auswirkungen. „Großes Interesse fand das Thema öko-faire Mode“, resümiert Jürgen Sokoll, Fachkoordinator beim Eine Welt Netz NRW, Ideeller Träger der Messe. „Gut besucht war auch der Vortrag von Jan Spiele zum Thema öko-faires Gold. Eines der Highlights im Programm war natürlich der Besuch von Bruce Crowther, dem Gründer der weltweiten Fairtrade Town Bewegung.“

Die gefragtesten Angebotsbereiche der FAIR TRADE & FRIENDS 2015 waren: Bekleidung und Textilien, Lebensmittel, Re- und

Upcycling-Produkte sowie der Service für Weltläden und den „fairen“ Einzelhandel.

FAIR TRADE & FRIENDS: größeres Einzugsgebiet

Die Besucher kamen neben Nordrhein-Westfalen unter anderem aus Bayern, Berlin, Hamburg, Hessen, Niedersachsen, Rheinland-Pfalz Sachsen und Thüringen. Verglichen mit dem Vorjahr konnte die FAIR TRADE & FRIENDS ihr Einzugsgebiet erneut ausdehnen. 44 Prozent der Besucher legten 2015 für ihre Anreise über 50 bis über 300 Kilometer zurück. Auch ausländische Gäste waren unter den Besuchern – unter anderem aus den Niederlanden, Österreich und der Tschechischen Republik. Mehr als zwei Drittel der Besucher besuchen keine andere Messe vergleichbarer Thematik, sondern ausschließlich die FAIR TRADE & FRIENDS.

Wichtiges Forum für Fachleute und Endverbraucher

Mit einem Anteil von 52,4 Prozent Fachbesuchern kam die Messe auch in diesem Jahr ihrem Auftrag nach, die wirtschaftlichen Akteure des Fairen Handels zusammenzubringen. Vorrangig kamen die Besucher mit dem Ziel Informationen über bestimmte Produkte, Leistungen oder Techniken zu erhalten, sich über Neuheiten und Branchentrends zu informieren und für eine allgemeine Marktorientierung. Bei den reinen Fachbesuchern wurden Weiterbildung, Wissenserweiterung und Anregungen für die berufliche Tätigkeit ebenso als wichtige Beweggründe angesehen. Unter den Fachbesuchern befanden sich unter anderem Vertreter aus dem Einzelhandel, aus Weltläden, sonstigen Zweigen, dem Dienstleistungssektor und der Öffentlichen Hand. Acht von zehn Besuchern haben in diesem Jahr auf der Messe auch eingekauft beziehungsweise geordert.

93,7 Prozent der Besucher gaben bei der Befragung an, die Ziele, mit denen sie zur Messe gekommen waren, erreicht zu haben, davon gaben 19,9 Prozent an, diese sehr gut erreicht zu haben. Kein einziger unter ihnen konnte seine Ziele nicht erreichen.

FAIR & FRIENDS AWARD: die Preisträger

Eine Milliarde Euro gaben deutsche Verbraucherinnen und Verbraucher für fair gehandelte Produkte aus. Die Weltläden und auch der Lebensmitteleinzelhandel leisten einen wichtigen Beitrag dazu, die Sensibilität für den Fairen Handel nachhaltig zu stärken. Um Händlerinnen und Händler für ihr besonderes Engagement auszuzeichnen, verlieh die Messe Westfalenhalle Dortmund GmbH in Kooperation mit dem Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland, dem Eine Welt Netz NRW und dem Weltladen Dachverband am Messesfreitag den FAIR & FRIENDS AWARD. In der Kategorie „Einzelhandel“ ging der 1. Preis an „Georgs Fairkauf Findorff“ in Bremen. Den zweiten Platz machte das „Atelier Jordan“ in Berlin und Platz drei belegte „REWE Hennig“ in Münster. „Der FAIR & FRIENDS AWARD schafft einen wichtigen Anreiz für den stationären Einzelhandel, sich dem Fairen Handel mit noch mehr Engagement zu widmen“, sagte Thomas Schäfer, Hauptgeschäftsführer vom Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland e.V.

In der Kategorie „Weltladen“ gab es gleich vier Gewinner. Platz eins ging an den Weltladen Lübeck. Den zweiten Platz belegten der Weltladen Landau und der Weltladen Aachen und den dritten Preis erhielt der Weltladen Schwäbisch Hall.

Hohe Zufriedenheit und fachliche Qualität der Besucher

Die Besucher zeigten sich insgesamt rundum zufrieden. Bestnoten erhielten die Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft des Personals sowie die Informationsmöglichkeiten auf der Messe, der Messestandort Dortmund als Veranstaltungsort und der Messetermin der FAIR TRADE & FRIENDS.

Neun von zehn Besuchern sprachen sich bereits jetzt dafür aus, die Messe auch im kommenden Jahr zu besuchen.

2016 findet die FAIR TRADE & FRIENDS vom 2. bis 4. September statt.

Acht von zehn Ausstellern gaben bei der Befragung an, ihre Erwartungen seien ganz und teilweise erfüllt worden. Bei weiteren 3 Prozent wurden die Erwartungen sogar übertroffen. Die fachliche Qualität der Besucher wurde von den Ausstellern im Schnitt noch besser bewertet als 2014.

Breites Bündnis an Partnern und Förderern

Der Erfolg der FAIR TRADE & FRIENDS ist auch dem großen Engagement ihrer Förderer und Partner zu verdanken. Allen voran das Ministerium für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen, das NRW-EU Ziel 2-Programm sowie die Stadt Dortmund als Förderer, das Eine Welt Netz NRW als Ideeller Träger und der Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland als Kooperationspartner der Messe.

FAIR TRADE & FRIENDS 2015 – Das sagten die Aussteller

Jessica Reyes Rodriguez, Queen and Princess:

„Die Messe macht sehr viel Spaß. Wir hatten viele schöne Kontakte und gute Gespräche und die Besucher kamen von weit her. Für uns hat es sich sehr gelohnt.“

Jana Schüttpelz, Moogoo Creative Africa:

„Es ist gut gelaufen. Wir sind mit dem Umsatz zufrieden. Wir haben viele neue Kontakte gemacht und auch die Weltläden haben direkt bei uns eingekauft.“

Werner Helmich, Helmich Import <> Export:

Wir sind sehr zufrieden. Die Besucher zeigten sich sehr interessiert an unserem Olivenöl aus Albanien. Wir waren überrascht von der großen Resonanz und dem Umsatz, den wir hier machen konnten. Wir unterstützen die Bauern in Albanien bereits seit 1994. Gerade vor dem Hintergrund der derzeitigen Flüchtlingsproblematik ist es wichtig dafür zu sorgen, dass die Menschen dort Arbeit haben.“

Eva-Maria Knappe, Oikocredit Westdeutscher Förderkreis:

„Oikocredit wächst enorm. Auch auf der FAIR TRADE & FRIENDS

wurde deutlich, dass das Interesse an Ethischem Investment gewachsen ist.“

Edith Malzer, Karma Fair Trade:

„Von den Kontakten, die wir zu den Weltläden hatten, ist es noch besser als letztes Jahr. Dortmund ist, was die Fachbesucher angeht gut gewachsen. Für uns ist die Kontaktpflege sehr wichtig. Hier können wir direkt mit unseren Kunden in Interaktion treten und unsere neuen Produkte vorstellen. Wir hatten auch viele Bestellungen. Gefragt sind derzeit Upcycling-Produkte wie unsere Schlauchtaschen.“

Frank Metzler, Mitinhaber Planet Upcycling:

„Die FAIR TRADE & FRIENDS bietet ein vielfältiges Spektrum. Für uns ist es die größte Messe, die wir machen. Es wurde deutlich, dass die Weltläden gezielt auf der Suche nach neuen Produkten sind. Deshalb überlegen wir zukünftig mit unseren eigenen Produkten auch gezielt Weltläden und andere faire Läden anzusprechen. Sehr erfreulich war, dass unsere Upcycling-Workshops in der Nähwerkstatt sehr gut angenommen wurden.“

Ingo Schlotter, Vertrieb dwp:

„Wir sind zufrieden. Nach wie vor kommen viele Weltläden, auch über NRW hinaus. Wir konnten gezielt informieren und Aufträge schreiben. Es waren durchgehend sehr angenehme Kontakte. Es gab niemanden, mit dem wir gesprochen haben, der nichts gekauft hat.“

Daniel Duarte, Gründer koawach:

„Wir sind zum ersten Mal auf der FAIR TRADE & FRIENDS und sind zufrieden. Wenn man ein neues Produkt vorstellen will, ist man hier gut aufgehoben. Die Endverbraucher haben unsere Produkte gut angenommen. Der Umsatz war in Ordnung. Und wir sind hier auf der Messe mit REWE Dortmund in Kontakt getreten.“

Den Abschlussbericht zur FAIR TRADE & FRIENDS 2015 finden Sie hier als PDF:

<http://www.westfalenhallen.de/messen/fair/downloads/fair/FAIR133.15ap.pdf>

Honorarfreie Pressefotos können Sie hier downloaden, bitte auf die Box „Fotos zum Download“ klicken:
<http://www.westfalenhallen.de/messen/fair/2525.php>

Medienkontakt:

Karolin Heinrigs

Marketing- und Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 (0) 231 1204-556

Fax: +49 (0) 231 1204-724

Karolin.Heinrigs@westfalenhallen.de

Leitmesse des Fairen Handels mit Trendthemen FAIR TRADE & FRIENDS: 28. bis 30. August 2015

geschrieben von Andreas | 21. August 2024

Medien-Information 79 / 2015 22.04.2015

Dortmund (Kh) – 2014 bestätigte die FAIR TRADE & FRIENDS einmal mehr, dass sie die Leitmesse des Fairen Handels ist. Sie überzeugte die Branche nicht nur durch einen neuen Aussteller- sowie Besucherrekord, sondern ebenso durch ein qualitativ hochwertiges Fachprogramm und Angebot. Rund 160 Aussteller aus 15 Nationen lockten rund 4.000 Besucher nach Dortmund. In diesem Jahr startet Deutschlands größte Messe zum Fairen Handel bereits vom 28. bis 30. August 2015 in der Messe Westfalenhallen Dortmund. Sie bildet den Zukunftsmarkt des Fairen Handels und verwandter Wirtschaftszweige ab. Dazu

gehören Trendthemen wie Re- und Upcycling, öko-faire Mode, Ethische Geldanlagen, Gemeinschaftlicher Konsum sowie nachhaltiger Tourismus.

Die Messe greift topaktuelle Themen des Fairen Handels auf und liefert in den Fachforen interessante Experten- Beiträge zu fairen Produkten, Projekten und Kampagnen. Die FAIR TRADE & FRIENDS ist sowohl Fachmesse als auch Endverbraucherplattform. Sie ermöglicht nationalen und internationalen Produzenten, wertvolle Kontakte zu Händlern und Beschaffern zu knüpfen genauso wie sie Endverbrauchern eine attraktive Erlebnis- und Einkaufsmeile bietet. Ein wachsendes Segment der Messe ist der Bereich Re- und Upcycling. Dazu wird es auch in diesem Jahr eine eigene „Area“ geben. Was im Bereich öko-faire Mode gerade angesagt ist, stellt die Modenschau der FAIR TRADE & FRIENDS eindrucksvoll zur Schau. Auch der Genuss kommt auf der Messe nicht zu kurz. So gibt es Kochshows und Verkostungsaktionen rund um faire und nachhaltig produzierte Lebensmittel. Zum Programm gehören zudem weitere interaktive Sonderschauen, Workshops und Seminare. Bildungs- und Kampagnenakteure vermitteln außerdem aktuelle Entwicklungen und wichtige Hintergründe zum Fairen Handel.

Mehr Infos dazu gibt es unter www.fairandfriends.de

Die FAIR TRADE & FRIENDS findet von Freitag, dem 28., bis Sonntag, dem 30. August 2015, in der Messe Westfalenhallen Dortmund statt.

Veranstalter ist die Westfalenhallen Dortmund GmbH und Ideeller Träger das Eine Welt Netz NRW. Förderer sind das Ministerium für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein- Westfalen und das NRW-EU Ziel 2-Programm sowie die Stadt Dortmund. Der Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland e. V. ist Kooperationspartner der Messe.

Besucherzielgruppe der FAIR TRADE & FRIENDS sind all diejenigen, die sich für fair gehandelte und nachhaltige

Produkte interessieren und sich über Zukunftstrends in diesem Sektor informieren möchten; das betrifft Fachleute und Einkäufer für den Fach-, Einzel- und Großhandel, die Gastronomie und Institutionen ebenso wie öffentliche Beschaffer und Endverbraucher.

Weitere Informationen zur Messe unter www.fairandfriends.de und www.facebook.com/fair.dortmund

Medienkontakt

Westfalenhallen Dortmund GmbH

Marketing- und Unternehmenskommunikation Karolin Heinrigs

Tel.: 0231 / 12 04 – 556; Fax: – 724

E-Mail: karolin.heinrigs@westfalenhallen.de

FAIR TRADE & FRIENDS 2014: Leitmesse der Branche überzeugt durch Qualität. Neuer Aussteller- und Besucherrekord

geschrieben von Andreas | 21. August 2024

Medien-Information 109 / 2014 – Vorläufiger Schlussbericht

+++ FAIR TRADE & FRIENDS 2014: neuer Aussteller- und Besucherrekord +++

+++ In Dortmund ist der Zukunftsmarkt Fairer Handel zu Hause +++

+++ Leitmesse der Branche überzeugt durch Qualität +++

+++ Noch mehr Fachbesucher +++

Dortmund (Kh) – Die FAIR TRADE & FRIENDS 2014 überzeugte die Branche in diesem Jahr nicht nur durch Zuwächse bei Ausstellern und Besuchern, sondern auch durch die Qualität der Themen und des Angebots. Deutschlands größte Messe zum Fairen Handel verzeichnete vom 5. bis 7. September insgesamt rund 4.000 Besucher und damit 11 Prozent mehr als 2013 (3.600 Besucher). „Auf der FAIR TRADE & FRIENDS, dies wurde 2014 in besonderem Maße deutlich, ist der Zukunftsmarkt Fairer Handel zuhause. Hier in Dortmund, der Fairen Ruhr-Metropole, trifft sich die Branche, um sich über Trends zu informieren, mit Experten über zentrale Themen zu diskutieren und um zu netzwerken“, so das Fazit von Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der Westfalenhallen Dortmund GmbH. [...]

Den ausführlichen Bericht zur FAIR TRADE & FRIENDS 2014 und Pressefotos finden Sie im Anhang.

[FAIR109.14ap ausführlichen Bericht](#)



Bild 10404 und 10414: Stylishes Trend-Mode auf dem Laufsteg der FAIR TRADE & FRIENDS.



Bild 10437: Preisträger des FA!R-Handelpreises 2015 (von links): Margarete Riemer, Inhaberin Yavana, Düsseldorf, Lena Dümer mit Tochter Emma-Elisa, Geschäftsleitung Einzelhandel sowie Nora Dümer, Junior-Designerin des Modelabels hofius, Stefan Schlepütz vom Kornhaus Naturkost, Dortmund, Martina Herbers, Weltladen Lingen, Leo Evelt, Inhaber des Blumenstudio Evelt, Marianne Abeln und Verena Buchmann, Weltladen Lingen. Im Hintergrund: Moderator Hartmut Hering.



Bild 10416: Moritz Zielke im Workshop „Re- und Upcycling“.



Bild 10014: Save the Date: 2015 findet die FAIR TRADE & FRIENDS vom 28. Bis 30 August statt.



Bild: 10008:
Ministerin Dr. Angelika Schwall-Düren eröffnet die Ausstellung KonsumWandel.



Bild-10069:

Offizielle Eröffnung der FAIR TRADE & FRIENDS 2014:

Von links: Schauspielerin Inez Bjørg David, Prominente Unterstützerin der Messe, Jesús Augusto Estrella Espinosa, Präsident der WFTO Lateinamerika, Bernd Kowol, SchokoFAIR AG, Dieter Overath, Geschäftsführer Fairtrade Deutschland e.V., Gerd Deihle, Vorsitzender Eine Welt Netz NRW, Bernd Krupp, Geschäftsführer Engagement Global, Schauspieler Moritz Zielke, Prominenter Unterstützer der Messe, Ministerin Dr. Angelica Schwall-Düren, Michael Radau, Präsident Handelsverband NRW, Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin Westfalenhallen Dortmund GmbH und OB Ullrich Sierau. Im Vordergrund: Schüler der Montessori Hauptschule Düsseldorf (SchokoFAIR AG).

Karolin Heinrigs

Marketing- und Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 (0) 231 1204-556

Fax: +49 (0) 231 1204-724

Karolin.Heinrigs@westfalenhallen.de

Westfalenhallen Dortmund GmbH
Strobelallee 45, 44139 Dortmund
Telefon: +49 (0) 231 1204-0
www.westfalenhallen.de

Aufsichtsratsvorsitzender: Friedhelm Sohn,
Hauptgeschäftsführerin: Sabine Loos, Geschäftsführer: Frank
Weeke, Jochen Meschke, Sitz der Gesellschaft: Dortmund,
Registergericht: Amtsgericht Dortmund (HRB 2522), St.-Nr.
314/5700/0434

Leitmesse für den Fairen Handel baut Spitzenposition weiter aus

geschrieben von Andreas | 21. August 2024

FAIR TRADE & FRIENDS 2014: Unterlagen zur Vorab-
Pressekonferenz

Leitmesse für den Fairen Handel baut Spitzenposition weiter aus

Dortmund (Kh) – Die FAIR TRADE & FRIENDS (5. bis 7. September 2014) kann in diesem Jahr ihre nationale Spitzenposition mit rund 160 Ausstellern aus insgesamt 15 Nationen weiter ausbauen. Die Ausstellerzahl konnte im Vergleich zum Vorjahr um rund 20 Prozent übertroffen werden. 30 Prozent mehr Fläche wurde an die Aussteller vermietet. Außerdem wurde die FAIR TRADE & FRIENDS vom Land NRW im Rahmen der Initiative GERMANY AT ITS BEST offiziell als „Deutschlands größte Messe zum Fairen Handel“, ausgezeichnet. Mit dem modifizierten Konzept, das 2013 verwirklicht wurde, bahnt sich Deutschlands Leitmesse erfolgreich ihren Weg. Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der

Westfalahallen Dortmund GmbH, erklärt: „Mit unserem Messekonzept verfolgen wir das Ziel, den Fairen Handel und verwandte Wirtschaftszweige abzubilden und miteinander in den Dialog zu bringen. Kernangebot der FAIR TRADE & FRIENDS ist und bleibt natürlich der Faire Handel. Weitere Ansätze nachhaltigen Wirtschaftens wie Ethisches Investment, Gemeinschaftlicher Konsum und ökologisch wie sozial verantwortlicher Tourismus gehören jedoch für uns und auch für unsere Zielgruppe genauso zu einem nachhaltigen Lebensstil wie der Faire Handel.“ [...]

Inhalte Pressemappe:

*Vorbericht zur FAIR TRADE & FRIENDS 2014 *Trendbericht zum Fairen Handel *Informationen der Aussteller *Prominente Unterstützer *Grußworte Ideeller Träger, Förderer, Kooperationspartner, Veranstalter *Information zu den Fachforen (Eine Welt Netz NRW) *Kennzahlen zu fair gehandelten Produkten im konventionellen Einzelhandel (EHV WM) *Pressemitteilung zur Ausstellungseröffnung „KonsumWandel“ von Vamos e.V.
*Pressemitteilung SchokoFAIR AG

Die Presseunterlagen zur heutigen Pressekonferenz finden Sie hier zusammengefasst als PDF:
http://www.westfalahallen.de/messen/fair/downloads/fair/Pressemappe_zur_FAIR_TRADE_and_FRIENDS_2014.pdf

Für das Pressefoto bitte auf die Box Fotos zum Download klicken: <http://www.westfalahallen.de/messen/fair/2312.php>

Karolin Heinrigs

Marketing- und Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 (0) 231 1204-556

Fax: +49 (0) 231 1204-724

Karolin.Heinrigs@westfalahallen.de

Westfalahallen Dortmund GmbH

Strobelallee 45, 44139 Dortmund
Telefon: +49 (0) 231 1204-0
www.westfalenhallen.de

Aufsichtsratsvorsitzender: Friedhelm Sohn,
Hauptgeschäftsführerin: Sabine Loos, Geschäftsführer: Frank
Weeke, Jochen Meschke, Sitz der Gesellschaft: Dortmund,
Registergericht: Amtsgericht Dortmund (HRB 2522), St.-Nr.
314/5700/0434

Am Puls des Fairen Zukunftsmarktes – App zum Messestart

geschrieben von Redaktion | 21. August 2024
Medien-Information 105 / 2014

Aktuelle News zur FAIR TRADE & FRIENDS 2014 (5. bis 7.
September 2014)

**+++ Am Puls des Fairen Zukunftsmarktes – App zum Messestart
+++**

Dortmund (saM/ Kh) – Die FAIR TRADE & FRIENDS (5. bis 7.
September 2014), bringt erstmals eine App zum Start der Messe
heraus. So können sich Nutzer von mobilen iOS- und Android-
Geräten stets über die Messe auf dem Laufenden halten.
Optional kann per Push-Benachrichtigung jede Information rund
um die FAIR TRADE & FRIENDS direkt auf dem Mobiltelefon
angezeigt werden. Zudem gibt es Direktlinks zum Messe-Blog,
dem Ausstellerverzeichnis oder den Fachforen. Deutschlands
Leitmesse zum Fairen Handel präsentiert in der Messe

Westfalahallen Dortmund den Zukunftsmarkt für fair gehandelte Produkte und Dienstleistungen sowie ökologisch und sozial verträgliche Konsumgüter. [...]

Die ausführliche Meldung finden Sie hier als PDF:
<http://www.westfalahallen.de/messen/fair/downloads/fair/FAIR103.14.pdf>

+++ Eröffnungstalk mit Sina Trinkwalder – Gründerin des preisgekrönten Social Business „manomama“ +++

Dortmund (EWN, Angela Schmitz) – „Wir lehnen die textile Kalkulationsverarsche ab, welche bedingt, dass der Endpreis weit über dem eigentlichen Wert eines Produktes liegt.“ Mit diesen starken Worten setzt die Querdenkerin Sina Trinkwalder, Gründerin von manomama, neue erfolgreiche Maßstäbe im ökosozial verantwortlichen Unternehmerdenken. Ihr Eröffnungstalk am Messesfreitag zum Thema: „Mit Erfolg gegen den Mainstream“ macht den Auftakt der dreitägigen Fachforen der FAIR TRADE & FRIENDS. [...]

Die ausführliche Meldung finden Sie hier als PDF:
http://www.westfalahallen.de/messen/fair/downloads/fair/PM_EWN_Eroeffnungstalk_5.9.14_Trinkwalder.pdf

+++ Prominente im Einsatz für die FAIR TRADE & FRIENDS +++

Dortmund (Kh) – Die FAIR TRADE & FRIENDS wird in diesem Jahr prominent unterstützt: Schauspieler wie die Dietmar Bär und Klaus J. Behrendt (Kölner Tatort), Gründer des Tatort-Vereins, Moritz Zielke (Lindenstraße), Mitbegründer des Kölner Planungsbüros „wiederverwandt.de“ für nachhaltiges Design und ökologische Innen- & Architektur, Inez Bjørg David (Verbotene Liebe), Inhaberin des Online-Shops „miwai.de“ für öko-faire Mode und Jascha Rust (GZSZ) sowie Spitzenkoch Johann Lafer

setzen sich für Deutschlands größte Messe zum Fairen Handel ein. Zwei von Ihnen kann man direkt auf der Messe erleben. Moritz Zielke, alias „Momo“ aus der Lindenstraße, wird in der Re- und Upcycling Area der Messe (Halle 2, Stand: 2.B30) gemeinsam mit der Architektin Wibke Schaeffer Vorträge und Workshops zum Thema „Nachhaltiges Bauen & Wohnen“ anbieten. Inez Bjørg David kommt mit öko-fairer Mode für Damen, Herren, Kinder und Babys. In ihrem Shop führt sie 22 Labels, die entweder fair handeln oder auch GOTS-zertifiziert sind (Halle 3 A, Stand: 3.A34).

Prominente Unterstützer zum Fairen Handel und zur FAIR TRADE & FRIENDS:

http://www.westfalenhallen.de/messen/fair/downloads/fair/Prominente_Unterstuetzer.pdf

Weiterführende Infos zu Moritz Zielke und Inez Bjørg David im Messe-Blog:

– Nachhaltige Architektur mit „Momo“:
<http://fair.messeblogs.de/2014/nachhaltige-architektur-mit-momo>

– Miwai will die Welt retten:
<http://fair.messeblogs.de/2014/miwai-will-die-welt-retten>

Pressefotos zu den Meldungen in der Box „Fotos zum Download“:
<http://www.westfalenhallen.de/messen/fair/2324.php>

Karolin Heinrigs

Marketing- und Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 (0) 231 1204-556

Fax: +49 (0) 231 1204-724

Karolin.Heinrigs@westfalenhallen.de

Westfalenhallen Dortmund GmbH

Strobelallee 45, 44139 Dortmund

Telefon: +49 (0) 231 1204-0

www.westfalenhallen.de

Aufsichtsratsvorsitzender: Friedhelm Sohn,
Hauptgeschäftsführerin: Sabine Loos, Geschäftsführer: Frank
Weeke, Jochen Meschke, Sitz der Gesellschaft: Dortmund,
Registergericht: Amtsgericht Dortmund (HRB 2522), St.-Nr.
314/5700/0434

Vorbericht zur FAIR TRADE & FRIENDS 2014 Leitmesse für den Fairen Handel baut ihre Position weiter aus

geschrieben von Andreas | 21. August 2024

Die FAIR TRADE & FRIENDS (5. bis 7. September 2014) wird in diesem Jahr größer als jemals zuvor: Rund 160 Aussteller aus insgesamt 15 Nationen, darunter Brasilien, Chile, Costa Rica, Deutschland, die Dominikanische Republik, Ecuador, Großbritannien, Kolumbien, Mexico, Nicaragua und Peru, sind vertreten. Deutschlands größte Messe zum Fairen Handel präsentiert bereits zum fünften Mal in der Messe Westfalenhallen Dortmund den Zukunftsmarkt Fairer Handel. Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der Westfalenhallen Dortmund GmbH, erklärt: „Mit unserem Messekonzept verfolgen wir das Ziel, den Fairen Handel und verwandte Wirtschaftszweige abzubilden und miteinander in den Dialog zu bringen. Kernangebot der FAIR TRADE & FRIENDS ist und bleibt natürlich der Faire Handel. Weitere Ansätze nachhaltigen Wirtschaftens wie Ethisches Investment, Gemeinschaftlicher Konsum und ökologisch wie sozial verantwortlicher Tourismus gehören jedoch für uns und auch für unsere Zielgruppe genauso zu einem nachhaltigen Lebensstil wie der Faire Handel.“

Die FAIR TRADE & FRIENDS, die bis 2012 unter dem Kurztitel „FA!R“ in der Messe Westfalenhallen Dortmund stattfand, hat 2013 den Bereich „FRIENDS“ hinzubekommen, der sich seitdem auch im Messenamen wiederfindet. In diesem Ausstellungssegment werden Produkte und Dienstleistungen zu Themengebieten wie Gemeinschaftlicher Konsum (Collaborative Consumption), Re- und Upcycling, Ethische Geldanlagen und Nachhaltiger Tourismus vorgestellt.

FAIR TRADE & FRIENDS wächst weiter

Zu ihrer fünften Auflage in der Messe Westfalenhallen Dortmund wird die FAIR TRADE & FRIENDS ihre Position als Deutschlands größte Messe zum Fairen Handel weiter ausbauen. Was 2010 in einer Halle begann, wird sich nun auf insgesamt vier Messehallen ausdehnen. Deutschlands Leitmesse für Fairen Handel präsentiert in den Westfalenhallen 2, 2N, 3A und 3B den Zukunftsmarkt für fair gehandelte Produkte und Dienstleistungen sowie ökologisch und sozial verträgliche Konsumgüter. Dabei ist es ein Auftrag, Eco-Fashion, also Mode, die unter ethisch angemessenen Bedingungen produziert wurde, bekannter zu machen und ihre unterschiedlichen Ansätze abzubilden. Fachleute wie Endverbraucherinnen und Endverbraucher finden auf der Messe etablierte Anbieter ebenso wie junge Designerinnen und Designer, die ihre Textilien aus Fair Trade zertifizierter Baumwolle konfektionieren. Die FAIR TRADE & FRIENDS ist eine erfolgreiche Plattform für Unternehmen, Institutionen und Kampagnen, die sich dem Fairen Handel und verwandten Wirtschaftszweigen verschrieben haben, und versammelt eine Community in Dortmund, die sich für ökologisch und sozial verantwortlichen Konsum interessiert.

Florierender Handel in Lateinamerika

Gastkontinent der FAIR TRADE & FRIENDS 2014 ist Lateinamerika. Vertreten sind 18 Teilnehmer aus Bolivien, Brasilien, Chile, Costa Rica, der Dominikanischen Republik, Ecuador, Guatemala, Kolumbien, Mexico, Nicaragua und Peru. Neben hochwertigen

Lebensmitteln wie Gewürzen, Weinen, Kaffee, Kakao und Ölen werden Kunsthandwerk, Kosmetik, Wohndekoration und Schmuck sowie Taschen, Bekleidung und Accessoires präsentiert. Die Sonderschau „Lateinamerika zu Gast“ wird in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH (GIZ) durchgeführt und von der Landesregierung NRW gefördert. Sie ermöglicht den Produzenten, Zugang zum deutschen Markt zu erhalten und langfristige Beziehungen zu Importeuren und weiteren Vertriebspartnern in Deutschland und Europa aufzubauen.

Offizielle Eröffnung der Ausstellung „KonsumWandel“ von Vamos e.V.

Die neue Ausstellung „KonsumWandel – Mit Kopf, Herz und Hand die Welt gestalten“, die offiziell auf der FAIR TRADE & FRIENDS eröffnet wird, will Vamos e. V. die Menschen für verantwortungsbewussten Konsum sensibilisieren und aufzeigen, welche Wege nötig und möglich sind, um den Verbrauch von Ressourcen zu verringern.

Verleihung des 5. FA!R-Handelspreises

Die Preisträger des FA!R-Handelspreises zeigen jedes Jahr aufs Neue, dass sich der Handel mit fairen Produkten zu einer echten Erfolgsstory entwickeln kann. 2014 wird die Auszeichnung zum fünften Mal an diejenigen Händler vergeben, die sich um den Fairen Handel verdient gemacht haben. Die Verleihung findet am Abend des ersten Messetages statt. Der Preis richtet sich an Händler aus den Bereichen Lebensmitteleinzelhandel/ Drogeriemärkte, Textilien und Weltläden.

Weitere Informationen zur Messe unter fairandfriends.de, fair.messeblogs.de und facebook.com/fair.dortmund
Tickets im Online-Shop!

Aussteller und Besucher

Rund 160 Aussteller (Unternehmen, Institutionen, Kampagnen) aus 15 Nationen sind auf der FAIR TRADE & FRIENDS 2014 vertreten (2013: 137). Im Vorjahr wurden 3.300 Besucherinnen und Besucher auf der Messe gezählt.

Basisinformationen zur Messe im Überblick

Name:

FAIR TRADE & FRIENDS, Deutschlands größte Messe zum Fairen Handel

Datum:

5. – 7. September 2014

Veranstalter:

Westfalahallen Dortmund GmbH

Förderer und Partner:

Ideeller Träger: Eine Welt Netz NRW

Förderer: Ministerium für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen, NRW-EU Ziel 2-Programm, Stadt Dortmund

Kooperationspartner: Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland e. V., Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Besucherzielgruppe:

Fachleute und EinkäuferInnen für den Fach-, Einzel- und Großhandel, Weltläden, die Gastronomie und Institutionen ebenso wie öffentliche BeschafferInnen und EndverbraucherInnen

Belegte Hallen:

Westfalahallen 2, 2N, 3A und 3B

Thematische Schwerpunkte:

Ziel der Messe: Eco-Fashion, also Mode, die unter ethisch angemessenen Bedingungen produziert wurde, bekannter zu machen und ihre unterschiedlichen Ansätze abzubilden.

Programm/ Aktionsflächen/ Fachforen:

- # Modenschau
- # Young Fashion Area: Siebdruck-Aktion & Kleidertauschbörse
- # Science Area
- # Re-und Upcycling Area mit Workshops
- # Kochshow
- # Info-Shops – Vorträge und Diskussionsrunden der Aussteller
- # B2B-Forum exklusiv für Fachbesucher aus Einzelhandel, Weltläden Gastronomie und Öffentliche Beschaffung
- # Weltladen-Forum: Vorträge u. Diskussionsrunden für Weltladen- Akteure
- # Fachforen des Eine Welt NRW e.V. zu Global verantwortungsvollem Wirtschaften

Sonderschauen:

- # „Lateinamerika zu Gast“
- # Ausstellungseröffnung “KonsumWandel” von Vamos e. V.

Prominente Unterstützer:

- # Ullrich Sierau, Oberbürgermeister der Stadt Dortmund
- # Dietmar Bär und Klaus-Jürgen Behrendt, Tatort-Kommissare und Gründer des Vereins Tatort – Straßen der Welt e.V.
- # Moritz Zielke, Schauspieler („Lindenstraße“)
- # Inez Bjørg David, Schauspielerin (u. a. „Verbotene Liebe“)
- # Johann Lafer, Österreichischer Spitzenkoch
- # Jascha Rust, Schauspieler („Gute Zeiten, Schlechte Zeiten“)

Karolin Heinrigs

Marketing- und Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 (0) 231 1204-556

Fax: +49 (0) 231 1204-724

Karolin.Heinrigs@westfalenhallen.de

Westfalenhallen Dortmund GmbH

Strobelallee 45, 44139 Dortmund

Telefon: +49 (0) 231 1204-0

www.westfalenhallen.de

Aufsichtsratsvorsitzender: Friedhelm Sohn,
Hauptgeschäftsführerin: Sabine Loos, Geschäftsführer: Frank

Weeke, Jochen Meschke, Sitz der Gesellschaft: Dortmund,
Registergericht: Amtsgericht Dortmund (HRB 2522), St.-Nr.
314/5700/0434

Trendbericht zur FAIR TRADE & FRIENDS 2014 Fairer Handel und Nachhaltigkeit: Wo geht die Reise hin?

geschrieben von Andreas | 21. August 2024

Die FAIR TRADE & FRIENDS (5.-7. September 2014) wird einen Überblick über den Wachstumsmarkt Fairer Handel und verwandte Wirtschaftszweige geben. Deutschlands Leitmesse für den Fairen Handel präsentiert Trendprodukte und -themen wie Fair-Fashion, Gemeinschaftskonsum, Re- und Upcycling, Ethische Geldanlagen sowie Nachhaltiger Tourismus. Zahlreiche Fachforen, Aktionsflächen und Workshops lassen Raum, mit Experten die aktuelle Marktsituation zu diskutieren und neue Impulse zu erhalten. Wohin entwickelt sich derzeit der Markt für Faire Produkte? Eines ist klar: Der Faire Handel allein wird die drängenden Probleme der heutigen Zeit wie Ressourcenverschwendung, Umweltverschmutzung und Ausbeutung von Menschen nicht lösen können. Deshalb muss ein Dialog entstehen, der weitere Ansätze nachhaltigen Wirtschaftens miteinbezieht.

Die Zukunft denkt nachhaltig

Die Zeiten, in denen Fairer Handel eher Nischengängern bekannt war und man fair gehandelte Produkte fast ausschließlich in Weltläden kaufen konnte, sind längst vorbei. Nachhaltigkeit,

Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards, transparente Herstellungsprozesse – diese Schlagworte sind derzeit in aller Munde. Wer früher noch als „Müsli“ oder „Öko“ verschrien war, gehört heute zur anerkannten LOHAS-Zielgruppe und bildet einen neuen kritischen Konsumententypus aus. Produzenten und Händler, die faire Rohstoffe verarbeiten respektive fair gehandelte, nachhaltige, regionale und ökologische Produkte in ihrem Sortiment führen und die Herkunft der Waren lückenlos dokumentieren können, stoßen bei ihm auf offene Ohren. Unternehmen, die mit der Zeit gehen wollen, kommen am Thema Nachhaltigkeit nicht mehr vorbei. Auf den meisten Internetseiten bekannter Marken und renommierter Unternehmen gehört es heute zum „guten Ton“, einen Button zur „Nachhaltigkeit“, „Corporate Social Responsibility (CSR)“ oder wenigstens zur „Unternehmerischen Verantwortung bzw. „Integrität“ einzurichten. Mittlerweile gibt es zahlreiche Agenturen, die sich auf das Thema CSR und Nachhaltigkeit spezialisiert haben und Firmen darin beraten, wie sie ihre Unternehmensstrategie sinnvoll am Thema Nachhaltigkeit ausrichten. Heute basiert der Erfolg von Märkten mehr denn je auf Verkaufskonzepten, die den Austausch zwischen Nutzern, Konsumenten und Produzenten zur Grundvoraussetzung haben. Und nachhaltige Produkte und nachhaltiges Engagement können ungleich stärker als andere von diesem Dialogprinzip profitieren. Voraussetzung dafür ist natürlich Glaubwürdigkeit. Die heutigen Konsumenten wünschen Transparenz, Authentizität und Ehrlichkeit. Das sind die weichen Faktoren, die den wirtschaftlichen Erfolg langfristig steigern können. Demgegenüber steht allerdings: Unklare Kommunikation und unglaubliche Statements treffen bei heutigen mündigen und sensiblen Verbrauchern auf Gegenwehr. Und über die Social Media-Kanäle kann sich dies binnen kürzester Zeit zu einem „Buschfeuer“ entwickeln, das nicht mehr zu stoppen ist.

Absatz mit fair gehandelten Produkten weiter steigend

Wie das Forum Fairer Handel kürzlich meldete, wächst der Absatz mit fair gehandelten Produkten Jahr für Jahr. Die Wachstumsraten lägen seit einigen Jahren im zweistelligen Bereich. Im Geschäftsjahr 2013 seien gut 784 Millionen Euro erwirtschaften worden, eine Steigerung von 21 Prozent gegenüber dem Vorjahr und eine Verdopplung innerhalb der letzten vier Jahre. In absoluten Zahlen sei ein Plus von zirka 134 Millionen Euro erreicht worden. Inzwischen kaufe fast jeder zweite Deutsche fair gehandelte Produkte und gäbe pro Kopf zirka 25 Euro jährlich allein für fair gehandelte Produkte aus. Zudem sei eine Steigerung der Unternehmen zu verzeichnen, die Produkte aus Fairem Handel anbieten. Von den insgesamt 57 anerkannten Fair-Handels-Importeuren seien 13 im abgelaufenen Geschäftsjahr 2013 hinzugekommen, die insgesamt mehr als 780 Handelspartnerschaften weltweit unterhielten – eine erstaunliche Entwicklung. Der größte Absatz seitens der Deutschen Alternative Handelsorganisationen wie GEPA, EL PUENTE, dwp etc. mit Produktkategorien wie Kaffee, Kunsthandwerk und Kakao/ Schokolade wird übrigens nach wie vor in den rund 800 Weltläden generiert. Mit einem Anteil von 42 Prozent am Gesamtabsatz fair gehandelter Waren zu Endverbraucherpreisen blieben sie der bedeutendste Vertriebsweg für diese Fair-Händler. Ein ebenfalls kontinuierliches Wachstum, mit einer Steigerung von 40 Prozent allein in 2013 gegenüber dem Vorjahr, verzeichne außerdem der Bereich Gastronomie. 20,7 Millionen Euro wurden auf diesem Vertriebsweg mit fair gehandelten Waren umgesetzt. Und auch der Online-Handel wächst stetig. 2013 habe sich der dortige Absatz mit fair gehandelten Produkten auf rund vier Millionen Euro verdoppelt. Als der bedeutendste Vertriebsweg für Fair gehandelte Produkte insgesamt gilt allerdings der konventionelle Einzelhandel mit dem wachsenden Angebot an Fairtrade zertifizierten Produkten: 2013 setzten Lebensmitteleinzelhandel und Discounter rund 436 Millionen Euro um und erwirtschafteten damit mehr als die Hälfte (55,6 %) des Gesamtumsatzes fair gehandelter Produkte.

Karolin Heinrigs

Marketing- und Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 (0) 231 1204-556

Fax: +49 (0) 231 1204-724

Karolin.Heinrigs@westfalenhallen.de

Westfalenhallen Dortmund GmbH

Strobelallee 45, 44139 Dortmund

Telefon: +49 (0) 231 1204-0

www.westfalenhallen.de

Aufsichtsratsvorsitzender: Friedhelm Sohn,

Hauptgeschäftsführerin: Sabine Loos, Geschäftsführer: Frank

Weeke, Jochen Meschke, Sitz der Gesellschaft: Dortmund,

Registergericht: Amtsgericht Dortmund (HRB 2522), St.-Nr.

314/5700/0434