

**BUY.
FAIR**

**BUY FAIR - Ein Leitfaden für die öffentliche
Beschaffung von Produkten aus Fairem Handel**

inVent

Internationale Weiterbildung
und Entwicklung gGmbH

SERVICESTELLE
KOMMUNEN IN DER EINEN WELT

**FAIR
TRADE
ORIGINAL**

IDEAS
TIENDAS DE LA SOLIDARIDAD
COMERCIO JUSTO
Y SOLIDARIO

FETA
European Fair Trade Association

**Oxfam
Wereldwinkels**

altromercato
FARMACIA DI NOSTRA SOSTA

Das Projekt wurde finanziert
durch das Niederländische
Ministerium für Wohnungsbau,
Raumplanung und Umwelt

VROM





Photo: "Fairtrade Austria"

Worum geht es beim Buy Fair Leitfaden?

Diese Broschüre soll ein klarer und einfacher Ratgeber für öffentliche Verwaltungen sein, die fair gehandelte Produkte kaufen möchten. Sie beinhaltet:

- Eine Einführung in den Fairen Handel
- Hinweise zur Minimierung rechtlicher Unklarheiten in der Beschaffung
- Textbeispiele, die konkret für Ausschreibungen genutzt werden können
- Vorschläge für weiterführende Aktivitäten

Eine CD-ROM mit detaillierten Informationen zur Beschaffung von Produkten aus Fairem Handel finden Sie in der Broschüre. Alle Informationen gibt es auch im Internet unter www.iclei-europe.org/buyfair.

Warum FAIR kaufen?

Der internationale Handel begünstigt nicht jeden in der Welt. Viele Menschen leben in Armut, werden nicht mit Würde behandelt und erhalten keinen gerechten Lohn für ihre Arbeit. *Fairer Handel* heißt, dass Produzenten in Entwicklungsländern einen fairen Preis für ihre Produkte erhalten, der nicht nur die realen Kosten ihrer Arbeit und ihrer Produktion widerspiegelt, sondern auch eine sozial gerechte und umweltverträgliche Produktionsweise ermöglicht.

Eine immer größer werdende Anzahl von Produkten aus Fairem Handel, wie Kaffee, Früchte, Säfte, Snacks und Kunsthandwerk sind auf den europäischen Märkten erhältlich. Die EU stellt den größten Markt für Produkte aus Fairem Handel und ist für 60 % bis 70 % des weltweiten Verkaufs verantwortlich. Seit dem Jahr 2000 vergrößerte sich der Markt um 20 % pro Jahr, mit einem Gesamtumsatz von 660 Millionen Euro pro Jahr (Quelle: Fair Trade in Europe 2005, FINE).

Am 6. Juli 2006 nahm das Europäische Parlament die Resolution für Fairen Handel und Entwicklung an, die eine klare und allgemein akzeptierte Definition für *Fairen Handel* liefert. Öffentliche Verwaltungen in Europa benötigen riesige Mengen an Produkten, die in Kantinen und Getränkeautomaten, bei Arbeitsessen und -treffen und anderen besonderen Anlässen (z.B. Jubiläen) konsumiert werden. Diese Kaufkraft hat ein großes Potential, den Marktanteil von Produkten aus Fairem Handel zu vergrößern.

Die öffentliche Hand muss eine Schlüsselfunktion im Fairen Handel einnehmen

Vorteile für öffentliche Behörden

- **Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung** - *Fairer Handel* ist die Alternative zur Entwicklungshilfe, da Armut reduziert und Arbeitsbedingungen in den betroffenen Ländern verbessert werden
- **Gutes Image** - *Fairer Handel* hat einen hohen Stellenwert und findet breite Zustimmung in der Gesellschaft
- **Gutes Preis-Leistungsverhältnis** - Preisunterschiede sind oftmals sehr gering und Umfragen haben ergeben, dass Produkte aus Fairem Handel einfach besser schmecken!
- **Attraktive, stabile und transparente Marktverhältnisse** - der Markt für *Fairen Handel* wächst; aus Nischenprodukten wird Massenware mit einer transparenten Versorgungskette.

"Wir wollen keine Almosen;
Wir brauchen keine Hilfe.
Wir möchten Selbstachtung
und ein anständiges und
würdevolles Leben führen,
um für unsere Träume
zu arbeiten,
für unsere Mühen anerkannt
und geschätzt zu werden.
Genau wie du,
wollen wir eine fairere Welt."

Kunsthandwerkerinnen
aus Bangladesh in einem
Brief an IFAT

"Fairer Handel regt den
Konsumenten zum Denken
an und ist deshalb hoch
einzuschätzen. Wir brau-
chen kohärente politische
Rahmenbedingungen
und diese Resolution wird
dazu einen wertvollen Beitrag
leisten."

Peter Mandelson,
EU-Kommissar für den
Außenhandel, in einer
Stellungnahme zur neuen
Resolution des Europäischen
Parlaments.



Was bedeutet Fairer Handel?

Bewußt mit marginalisierten Produzenten und Arbeitern zusammenzuarbeiten, um ihnen aus einer Position der Schwäche zu mehr Sicherheit und wirtschaftlicher Autonomie zu verhelfen. Produzenten und Arbeiter in ihren lokalen Strukturen zu stärken, um ihnen eine aktive Rolle für eine gerechte Weltwirtschaft zu gewähren.

- Faire und echte Partnerschaft zwischen Produzenten und Konsumenten
- Einen fairer Preis für sozial- und umweltgerechte Arbeit
- Gesundheitsorientierte Arbeitsbedingungen
- Fairer Marktzugang für Armutsbekämpfung und nachhaltige Entwicklung
- Stabile, transparente und langfristige Arbeitsbeziehungen
- Garantierte Mindestlöhne und prompte Bezahlung
- Finanzielle Unterstützung, wenn notwendig (Vorernte- od. Vorproduktionsfinanzierung)
- Sonderzahlungen, wenn Produkte aus Fairem Handel dazu verwendet werden, lokale Gemeinschaftsprojekte zu entwickeln
- Unterstützung umweltverträglichen Handelns

Fair Trade Bewegung

Produkte aus Fairem Handel müssen im Einklang mit den Prinzipien und der Philosophie des Fairen Handels sein. Diese Produkte tragen ein Label für Fairen Handel und/oder werden von Organisationen für Fairen Handel importiert oder vertrieben.

Zertifizierte Organisationen (IFAT)



IFAT (The International Fair Trade Association) zeichnet keine Produkte aus, sondern Organisationen, die direkt Produkte von Produzenten und kleinen Kooperativen abnehmen, sie importieren und vermarkten.
www.ifat.org

Zertifizierte Produkte (FLO)



FLO (Fair Trade Labelling Organizations) International ist die weltweite Organisation für Standardisierung und Zertifizierung. FLO setzt sich aus 21 nationalen Zertifizierungsorganisationen wie Max Havelaar (versch. Länder), Fairtrade Foundation (UK), TransFair Deutschland etc., zusammen.
www.transfair.org



Photo: "The Fairtrade Foundation"

FAIR kaufen – Erste Schritte

Bevor öffentliche Einrichtungen Produkte aus und Kriterien für fair gehandelte Produkte in öffentliche Ausschreibungen aufnehmen, empfehlen wir einige Initiativen, die dem Vorhaben mehr Transparenz und Klarheit verleihen und somit rechtliche Bedenken minimieren.

Treten sie in Dialog mit allen Beteiligten

Eine effektive Umsetzung der Beschaffung von Produkten aus dem Fairen Handel verlangt den Einsatz aller Beteiligten, vom Politiker, der die Zielsetzungen festlegt, über die Verantwortlichen für Ausschreibungen, zu den Chefköchen in den Kantinen und nicht zuletzt den Nutzern, die das Produkt konsumieren.

Die Organisation von Seminaren, die sich mit Themen wie „Was ist Fairer Handel?“ und „Warum sollten wir fair gehandelte Produkte kaufen?“ beschäftigen, können dabei helfen das Ziel zu erreichen. Auf der beiliegenden CD-ROM finden Sie eine Powerpoint-Präsentation, die Ihnen dabei helfen kann.

Politische Absichtserklärung für den Kauf von Produkten aus Fairem Handel

Um die Transparenz ihrer Zielsetzungen an die Außenwelt zu vermitteln und um die Mitarbeiter in Ihrer Verwaltung in ihrem Handeln zu bestärken, ist es ratsam, auf kommunaler Ebene eine politische Absichtserklärung einzugehen, Produkten aus Fairem Handel den Vorzug zu geben. Eine solche Absichtserklärung könnte Teil einer allgemeinen politischen Strategie sein, die eine nachhaltige Beschaffungspolitik fordert oder eine spezifische Richtlinie für fair gehandelte Produkte sein. Sie sollte klare Ziele und Verantwortlichkeiten im Bezug auf die Umsetzung festlegen und einen klaren Bezug zu den Zielen des Fairen Handels aufweisen.

Ist eine gemeinschaftliche Beschaffung möglich?

Die gemeinsame Beschaffung von mehreren Kommunen (= Joint Procurement) hilft Geld sparen – durch das Erzielen besserer Preise und aufgrund der reduzierten Verwaltungskosten. Gemeinsame Beschaffung kann auch ein starkes Signal auf den Markt ausüben. Viele gute Beispiele zeigen, dass gemeinsame Beschaffung clevere Beschaffung ist.



Vier Zukunftsthemen und die vielfältigen Serviceangebote der **Servicestelle Kommunen in der Einen Welt** für Rathäuser und NROs haben zum Ziel, den bestehenden Handlungsspielraum der Kommunen „den der Entscheider in Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft“ zu beleben und zu erweitern. Sie werden als Chancen und Herausforderungen zur Stärkung der kommunalen Entwicklungszusammenarbeit angesehen „als Potenzial zur Entwicklung kommunaler Nachhaltigkeitsstrategien.“

Wir beraten Sie vor Ort u.a. zum Thema des Beschaffungswesens, der kommunalen Partnerschaften und des Bürgerhaushalts. Mehr Informationen unter: www.service-eine-welt.de, info@service-eine-welt.de

FAIR Kaufen – Rechtliche Gesichtspunkte

Detaillierte Informationen über rechtliche Aspekte bezüglich der Aufnahme von Kriterien für fair gehandelte Produkte in öffentliche Ausschreibungen finden Sie in der CD-ROM anbei.

Im Hinblick auf die europäischen Beschaffungsrichtlinien werden öfters rechtliche Bedenken für die Beschaffung von Produkten aus Fairem Handel geäußert. Absolute Aussagen sind in diesem Bereich immer schwierig, aber rechtliche Risiken können auf jeden Fall minimiert werden um eine faire Beschaffung erfolgreich zu ermöglichen.



"Fairer Handel verändert das Produkt selbst nicht"

Einige nationale Regierungen und die Europäische Kommission sind nachwievor skeptisch, fair gehandelte Produkte in öffentlichen Ausschreibungen zu akzeptieren. Sie argumentieren damit, dass in ihren Augen kein Unterschied zwischen „Kaffee“ und „Kaffee aus Fairem Handel“ besteht, da dieser nur im Verarbeitungsprozess liege. Soziale Kriterien werden demnach nicht auf das Produkt und den Handel als Ganzes bezogen.



"Die Europäische Kommission akzeptiert Ökostrom, obwohl kein Unterschied zu konventionellem Strom besteht."

Die Europäische Kommission befürwortet jedoch die Beschaffung von Ökostrom, vorausgesetzt, dass unter bestimmten Umständen aus einem diversen Herstellungsprozess ein diverses Produkt resultiert und somit als solches gekennzeichnet werden kann. Die Auflagen sind gerechtfertigt, wenn „das Wesen oder der Wert des Endprodukts durch den Herstellungsprozess und die Methode verändert wurde.“
(Europäische Kommission)



"Diskriminierung anderer Produzenten"

Auflagen an Produzenten, den Kriterien des Fairen Handels zu entsprechen, können Produzenten in bestimmten Ländern innerhalb und außerhalb Europas diskriminieren, in denen das Engagement und die Zertifizierung Fairen Handels weniger etabliert sind. Dies könnte die Diskriminierung von Produzenten in einigen Ländern zur Folge haben, was laut EU-Recht oder dem WTO Regierungsbeschaffungsabkommen (GPA) nicht zulässig ist.



"Rechtfertigung durch klare soziale Kriterien möglich"

Vorausgesetzt, dass die Kriterien für die Beschaffung von Produkten aus Fairem Handel in den Ausschreibungen transparent, klar und im Einklang mit den EU-Beschaffungsrichtlinien und nationalen Bestimmungen sind, können diese gerechtfertigt werden, auch wenn sie diskriminierend scheinen. Die Ausschreibungstexte sollten ausdrücklich auf die sozialen Zielsetzungen (die Förderung des Fairen Handels) hinweisen, und dass für das Angebot klare Kriterien vorgegeben sind.



Photo: "The Fairtrade Foundation"

FAIR kaufen – Schlüsselprinzipien für Ausschreibungen

Transparenz von Anfang an

Unabhängig davon, wie man die Beschaffung von Produkten aus Fairem Handel angeht, sollte von Anfang an darauf geachtet werden, dass die Zielsetzung klar sichtbar herausgestellt wird. Wie bereits erwähnt, sollte dies idealerweise mit einer politischen Verpflichtung für fair gehandelte Produkte beginnen, obwohl diese nicht unbedingt erforderlich ist.

- **Achten Sie darauf das „Fairer Handel“ bereits im Auftragsgegenstand (d.h. im Titel) enthalten ist** - wenn dies nicht der Fall ist, kann es rechtlich problematisch sein, die Auflagen für Fairen Handel im späteren Verlauf des Ausschreibungsprozess zu rechtfertigen. Hinweise im Bezug auf den genauen Wortlaut finden Sie auf den folgenden Seiten.
- **Machen Sie die Ausschreibung einem breiten Publikum zugänglich** - je bekannter Ihr konkretes Engagement für Fairen Handel ist, desdo höher ist der Grad der Transparenz. Wir empfehlen, Ihre Ausschreibung für fair gehandelte Produkte breitgefächert zu publizieren, mit einem klaren Hinweis auf Ihre politische Linie bzw. Ihre Absichtserklärung auf kommunaler Ebene.

Definition und Nachweis für Produkte aus Fairem Handel

Aus Gründen der Transparenz ist es wichtig, dass eine klare Definition für „Produkte aus Fairem Handel“ vorliegt und ein Nachweis für die Erfüllung der Kriterien verlangt wird. Wir empfehlen als allgemein akzeptierte Definition die **Resolution des Europäischen Parlaments über Fairen Handel und Entwicklung (A6-0207/2006)** als Grundlage zu verwenden (den vollen Text hierzu finden Sie auf der beiliegenden CD-ROM).

Ihre Definition sollte mit dieser übereinstimmen. Bei Produkten, die das

FLO- Label tragen oder durch Organisationen Fairen Handels (nach dem IFAT Schema) vertrieben werden, kann davon

ausgegangen werden, dass sie den Kriterien der

Resolution des Europäischen Parlaments entsprechen. Andere glaubwürdige Nachweismittel

müssen immer ausdrücklich zugelassen werden.

Ein zukünftiges *Fair Trade quality management system* zielt darauf ab, existierende

Nachweissysteme (IFAT und FLO) zu vereinheitlichen und einen gemeinsamen Standard für Fairen Handel zu entwickeln. Er wird Basiskriterien für Fairen

Handel definieren und auch offen für die Anerkennung von Nachweisen anderer

Zertifizierungsstellen sein.

Definition und Nachweis für Produkte aus Fairem Handel

Definition

"Produkte aus Fairem Handel müssen im Einklang mit den Kriterien der Resolution über Fairen Handel und Entwicklung des Europäischen Parlaments (A6-0207/2006) hergestellt werden."

Nachweis

"Wirtschaftsakteure (Anbieter) müssen den Nachweis durch einen glaubwürdigen Dritten erbringen, dass diese Kriterien erfüllt werden. Bei Produkten, die ein Label für Fairen Handel tragen, oder durch eine Organisation für Fairen Handel vertrieben werden, wird erwartet, dass sie diesen Richtlinien entsprechen. Wirtschaftsakteure können den Nachweis auch durch andere geeignete Mittel erbringen".

FAIR kaufen - Ausschreibungsmodelle

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, Kriterien des Fairen Handels in die öffentliche Beschaffung aufzunehmen - jede hat ihre Vor- und Nachteile. Vier Vorgehensweisen sind untenstehend aufgelistet, gefolgt von einem Abschnitt mit technischen Spezifikationen und Zuschlagskriterien, die konkret in Ausschreibungstexten übernommen werden können.

Fairer Handel in den TECHNISCHEN SPEZIFIKATIONEN

In der technischen Spezifikation zu verlangen, dass alle oder einige Produkte aus Fairem Handel stammen sollen, ist die direkteste und rechtlich sicherste Art um FAIR zu beschaffen. Die Europäische Kommission bevorzugt diesen Ansatz, da er sehr transparent ist und die Entscheidungsfreiheit öffentlicher Auftraggeber einschränkt. (Textbeispiele finden Sie S. 8)

Fairer Handel in der VERGABEPHASE (ZUSCHLAGSKRITERIEN)

Kriterien des Fairen Handels können auch in der Vergabephase der Ausschreibung neben dem Preis ein wichtiges Zuschlagskriterium darstellen. Wer Kriterien des Fairen Handels als Zuschlagskriterien - und nicht als technische Spezifikationen aufnimmt -, zeigt, dass diese Produkte „bevorzugt“ aber nicht „obligatorisch“ angeboten werden müssen. Wenn nicht-ökonomische (d.h. soziale) Vergabekriterien eingesetzt werden, müssen diese ausdrücklich in der Veröffentlichung der Ausschreibung genannt werden. (Textbeispiele finden Sie auf S. 10)

Fairer Handel in technischer Spezifikation & Vergabephase

Selbstverständlich ist es möglich - und empfehlenswert -, Kriterien des Fairen Handels in der technischen Spezifikation *und* in der Vergabephase einzubringen. Auf diese Weise können Sie sicher sein, dass ein bestimmter Prozentsatz der Produkte aus Fairem Handel stammen und ermutigen zudem die Bewerber, einen noch höheren Prozentsatz anzubieten. (Textbeispiele für dieses Ausschreibungsmodell finden Sie auf den nächsten Seiten)

Fairer Handel in VARIANTEN (NEBENANGEBOTE)

Falls Sie Produkte aus Fairem Handel als wesentlich teurer als herkömmliche Produkte einschätzen, können Sie auch Nebenangebote, d.h. so genannte Varianten ausdrücklich zuzulassen. Legen Sie ein Minimum an technischen Spezifikationen für das Produkt/Dienstleistung fest, die für das neutrale Angebot und eine „Variante“ relevant sind. Für das Nebenangebot geben sie spezielle Kriterien für Fairen Handel in der Spezifikation vor. Wenn die Angebote eingehen, können Sie alle Angebote auf der Basis der gleichen Vergabekriterien vergleichen. Dies erlaubt einen klaren Preisvergleich zwischen Produkten aus Fairem Handel und denen aus „herkömmlichen“ Handel. Dies ist aus rechtlicher und finanzieller Sicht der am wenigsten risikoreiche Ansatz, doch erfordert er einen höheren Verwaltungsaufwand und gibt wenig Sicherheit, dass letztendlich Produkte aus Fairem Handel beschafft werden.

In den Niederlanden hat eine Kooperation zwischen den Gemeinden Utrecht und Zuid-Holland zu einer innovativen Zusammenarbeit zwischen dem Getränkeautomatenbetreiber Maas und dem Kaffeeröster Peez dazu geführt, Getränke aus Fairem Handel in energieeffizienten Automaten anzubieten.



FAIR Kaufen - Beispiele für technische Spezifikation und Zuschlagskriterien

Dieser Abschnitt zeigt einige Beispiele für technische Spezifikation und Zuschlagskriterien, die direkt in Ausschreibungstexten aufgenommen werden können.

Diese Beispiele basieren auf zwei möglichen Aufträgen, in denen Kriterien des Fairen Handels aufgenommen werden können – erstens eine Ausschreibung für den direkten Kauf von Kaffee (z.B. für Großküchen, Kantinen und Getränkeautomaten) und zweitens ein Catering-Auftrag für öffentliche Einrichtungen und Events.

Sie können für verschiedene Ausschreibungen verwendet werden, in denen Sie Produkte aus Fairem Handel beschaffen möchten.

Fairer Handel in technischen Spezifikationen

Technische Spezifikationen benennen die Mindestanforderungen an das Produkt selbst, die eingehalten werden müssen. Unten finden Sie einige Beispiele, wie Kriterien des Fairen Handels in Ausschreibungen einfließen können.

Beispiel 1 - Direkter Ankauf von Kaffee

Option A - 100% Produkte aus Fairem Handel

Auftragsgegenstand:	Ankauf von Kaffee aus Fairem Handel
Spezifikation:	Alle Kaffeeprodukte müssen im Einklang mit den Kriterien der Resolution über Fairen Handel und Entwicklung des Europäischen Parlaments hergestellt werden (A6-0207/2006).
Nachweis:	Wirtschaftsakteure (Anbieter) müssen den Nachweis durch einen glaubwürdigen Dritten erbringen, dass diese Kriterien erfüllt werden. Bei Produkten, die ein Label für Fairen Handel tragen, oder durch eine Organisation für Fairen Handel vertrieben werden, wird erwartet, dass sie diesen Richtlinien entsprechen. Wirtschaftsakteure können den Nachweis auch durch andere geeignete Mittel erbringen.

Option B - Festgelegter Prozentsatz von Produkten aus Fairem Handel

Auftragsgegenstand:	Ankauf von Kaffee mit einem festgelegten Prozentsatz aus Fairem Handel
Spezifikation:	X % des Kaffees müssen im Einklang mit den Kriterien der Resolution über Fairen Handel und Entwicklung des Europäischen Parlaments hergestellt werden (A6-0207/2006).
Nachweis:	siehe oben



Beispiel 2 - Catering Service (Cafeteria am Arbeitsplatz, Schulmensa, Events...)

Option A - 100% Produkte aus Fairem Handel

Auftragsgegenstand:	„Catering-Auftrag einschließlich der Lieferung von Produkten aus Fairem Handel.“
Spezifikation:	„Kaffee, Tee, Schokolade, tropische Früchte und Säfte, sowie alle angebotenen Produkte müssen im Einklang mit den Kriterien der Resolution über Fairen Handel und Entwicklung des Europäischen Parlaments hergestellt werden (A6-0207/2006).“
Nachweis:	siehe oben

Option B - Festgelegter Prozentsatz von Produkten aus Fairem Handel

Auftragsgegenstand:	„Catering-Auftrag einschließlich der Lieferung von Produkten aus Fairem Handel.“
Spezifikation:	X % des Kaffees muss im Einklang mit den Kriterien der Resolution über Fairen Handel und Entwicklung des Europäischen Parlaments hergestellt werden (A6-0207/2006).
Nachweis:	siehe oben

Option C - Aufnahme bestimmter Produkte aus Fairem Handel im täglichen Menü-Angebot.

Auftragsgegenstand:	„Catering-Auftrag einschließlich der Lieferung von Produkten aus Fairem Handel.“
Spezifikation:	„Mindestens einmal pro Woche muss eine Banane aus Fairem Handel im Menü angeboten werden. Diese muss im Einklang mit den Kriterien der Resolution über Fairen Handel und Entwicklung des Europäischen Parlaments hergestellt worden sein (A6-0207/2006).“
Nachweis:	siehe oben

Option D - Angebot von Produkten aus Fairem Handel als Variante

Auftragsgegenstand:	„Catering-Auftrag einschließlich der Lieferung von Produkten aus Fairem Handel nutzt.“
Spezifikation:	Um den Vertrag zu erfüllen, muss das Catering den Organisatoren (oder Kunden) die Option bieten, Produkte aus Fairem Handel, wie Kaffee, Tee, Schokolade, tropische Früchte und Säfte, oder Produkte aus Nicht-Fairem-Handel zu wählen. Die Produkte aus Fairem Handel müssen im Einklang mit den Kriterien der Resolution über Fairen Handel und Entwicklung des Europäischen Parlaments hergestellt werden (A6-0207/2006).
Nachweis:	siehe oben



An der Unabhängigen Universität in Barcelona werden an 50 Automaten jährlich ca. 6500 Kilo Kaffee, die von drei verschiedenen Herstellern zur Verfügung gestellt werden, verkauft. Etwa 15 bis 20 Produzentenfamilien in Chiapas und Tanzania können durch den Verkauf dieses Kaffees ihr Leben bestreiten.

In italienischen Schulmensa bieten öffentliche Behörden mindestens 3 Millionen Kilo Bananen pro Jahr aus Fairem Handel an. Auf nationaler Ebene sind 15 % der verzehrten Bananen aus biologischem Anbau. In der technischen Spezifikation forderte Rom die Anbieter dazu auf, eine Banane aus Fairem Handel pro Woche pro Schüler zur Verfügung zu stellen.



Photo: "The Fairtrade Foundation"

Für alle Veranstaltungen anlässlich der österreichischen EU-Präsidentschaft im ersten Halbjahr 2006, musste der offizielle Caterer dem jeweiligen Ministerium auch eine Option für Kaffee, Schokolade, Tee und Orangensaft aus Fairem Handel anbieten. Diese wurden in mehr als 50 Prozent der Fälle genutzt.

Zuschlagskriterien

Ausschreibungen können nach verschiedenen Kriterien bewertet werden. Nach europäischem Vergaberecht kann der öffentliche Auftraggeber den Auftrag auf der Grundlage des „niedrigsten Preises“ oder des „wirtschaftlich günstigsten Angebots“ vergeben. Im letzten Fall kann das Kriterium des Fairen Handels als Zuschlagskriterium aufgenommen werden.

Oft wird bei der Bewertung eine Anzahl von Bonuspunkten für verschiedene Kriterien vergeben. Eine bestimmte Anzahl an Punkten (sagen wir 60 von 100) könnten zum Beispiel für den Preis des Catering Services vergeben werden. Weitere 30 Punkte könnten für die Qualität des Catering vergeben werden und die letzten 10 Punkte für den angebotenen Prozentsatz an Produkten aus Fairem Handel.

Hier finden Sie lediglich Vorschläge. Es liegt am öffentlichen Auftraggeber zu entscheiden, wie viele Punkte für die einzelnen Vergabekriterien vergeben werden.

Beispiel 1 - Direkter Ankauf von Kaffee

Option A - Vorzug für Produkte aus Fairem Handel

Auftragsgegenstand:	Ankauf von Kaffee, mit einem Vorzug für Produkte aus Fairem Handel
Zuschlagskriterien:	„Die Ausschreibung wird an das wirtschaftlich günstigste Angebot vergeben, und nach folgendem Schema bewertet:
Produkte aus FH:	10 Punkte (von 100) – je 1 Punkt wird für jede 10 % Kaffee aus Fairem Handel vergeben (auf das Volumen berechnet)*
Sonstige (inkl. Preis):	90 Punkte (von 100) Alle Produkte aus Fairem Handel müssen im Einklang mit den Kriterien der Resolution über Fairen Handel und Entwicklung des Europäischen Parlaments hergestellt werden(A6-0207/2006).
Nachweis:	siehe oben

Beispiel 2 - Catering Service (Cafeteria am Arbeitsplatz, Schulmensa, Events...)

Option A - Vorzug für Produkte aus Fairem Handel

Auftragsgegenstand:	„Catering-Auftrag mit Vorzug für Produkte aus Fairem Handel.“
Zuschlagskriterien:	„Der Auftrag wird an das wirtschaftlich günstigste Angebot vergeben, und nach folgendem Schema bewertet:
Produkte aus FH:	10 Punkte (von 100) – Die Punkte werden gemäß dem Prozentsatz (Volumen) der angebotenen Produkte aus Fairem Handel vergeben: 3 Punkte für Kaffee, 3 Punkte für tropische Früchte, 3 Punkte für tropische Säfte, 1 Punkt für Schokolade, 1 Punkt für Tee.
Sonstige (inkl. Preis):	90 Punkte (von 100) Alle angebotenen Produkte aus Fairem Handel müssen im Einklang mit den Kriterien der Resolution über Fairen Handel und Entwicklung des Europäischen Parlaments hergestellt werden (A6-0207/2006).
Nachweis:	siehe oben

Aufnahme von "Initiativen für Fairen Handel" in öffentliche Ausschreibungen

Werden (auch) Produkte aus Fairem Handel ausgeschrieben, könnten Sie die Bewerber anregen, auch Aktivitäten zur Unterstützung des *Fairen Handels* anzubieten, z.B.

Informationskurse für die Belegschaft von Behörden, Schulen etc.

Solche Initiativen können zu einem verantwortungsvollen Konsumverhalten ermutigen. In Italien gibt es bereits mehrere Beispiele für gute Zusammenarbeit zwischen Versorgern, Behörden und lokalen Organisationen, in denen Fairer-Handel-Kampagnen in öffentlichen Ausschreibungen aufgenommen worden sind (siehe z.B. die Fallstudie über Settimo Torinese in der beiliegenden CD-ROM).

Der Auftraggeber muss jedoch dafür sorgen, dass ein effizientes Monitoring für die Einhaltung der Sensibilisierungsinitiativen eingeplant und ausdrücklich festgelegt ist.

Lokalen Organisationen für Fairen Handel, wie z.B. die „Eine Welt Läden“ könnte die Rolle des Monitors (Kontrollorgan) zufallen und sie könnten zudem bei der Aufklärungsinitiativen mitwirken. "Sensibilisierungsinitiativen" (= *awareness raising*) sollten als zusätzliche Zielsetzung gleich zu Beginn des Vertrages, d.h. im Auftragsgegenstand, ausdrücklich spezifiziert werden. Sie können zusätzlich zu den Produkten aus Fairem Handel in die technische Spezifikation als auch in der Vergabephase aufgenommen werden. Hier zwei Beispiele:

"Initiativen für Fairen Handel" in technischen Spezifikationen

Auftragsgegenstand:	Einkauf von Kaffee aus Fairem Handel, mit Sensibilisierungsaktivitäten über Fairen Handel
Spezifikation:	„Wirtschaftakteure werden aufgefordert, ein Seminar über Fairen Handel für die Belegschaft der beauftragenden Behörde anzubieten.“
Nachweis:	siehe oben

"Initiativen für Fairen Handel" als Zuschlagskriterium

Auftragsgegenstand:	„Catering-Auftrag, der Produkte aus Fairem Handel bevorzugt, inklusive Sensibilisierungsarbeit.“
Zuschlagskriterium:	„Der Auftrag wird an das wirtschaftlich günstigste Angebot vergeben und nach folgendem Schema bewertet:
Aktionen für FH:	5 Punkte (von 100 Punkten) – werden auf der Basis des Umfangs und der zu erwartenden Auswirkung der angebotenen Aktivitäten mit Bezug auf Fairen Handel vergeben.
Produkte aus FH:	10 Punkte (von 100) – Die Punkte werden gemäß dem Prozentsatz (Volumen) der angebotenen Produkte aus Fairem Handel vergeben: 3 Punkte für Kaffee, 3 Punkte für tropische Früchte, 3 Punkte für tropische Säfte, 1 Punkt für Schokolade, 1 Punkt für Tee.
Sonstige (inkl. Preis):	85 Punkte (von 100) - Alle angebotenen Produkte aus Fairem Handel müssen im Einklang mit den Kriterien der Resolution über Fairen Handel und Entwicklung des Europäischen Parlaments hergestellt werden (A6-0207/2006).
Nachweis:	siehe oben

Weitere Maßnahmen zur Unterstützung Fairen Handels

Anbei finden Sie nur einige von vielen Initiativen, wie öffentliche Behörden den Fairen Handel unterstützen können. Viele Kommunen sind bereits sehr engagiert. (Einige gute Beispiele hierfür finden Sie unter den *Best Practice* Fallstudien in der beiliegenden CD-ROM).



Warum nicht Blumen aus Fairem Handel?

Bieten Sie bei Sitzungen und Konferenzen Produkte aus Fairem Handel, wie Kaffee, Tee, Schokolade und Snacks an. Lassen Sie die Teilnehmer wissen, warum Sie Produkte aus Fairem Handel anbieten. Die Teilnehmer werden vom Geschmack begeistert sein!

In den Eine-Welt-Läden finden Sie schöne Grußkarten für Ihre Partner und Angestellten. Geschenkkörbe mit Produkten aus Fairem Handel eignen sich auch hervorragend für Jubiläen, Feiertage, Auszeichnungen etc. Weitere schöne Geschenke sind Fußbälle aus Fairem Handel und Kunsthandwerk.

Organisieren Sie ein Fairer-Handel-Netzwerk für lokale Cafés und Bars.

Überzeugen Sie Ihre Behörde, einem Netzwerk für Fairen Handel beizutreten (wie z.B. Städte für Fairen Handel (Fair Trade Towns) in Großbritannien, Belgien, Irland und Italien. Mehr Informationen hierzu finden Sie in der CD-ROM).

Legen Sie Produkte aus Fairem Handel, z.B. Blei- oder Buntstifte, in die Business-Pakete bei Events.

Organisieren Sie eine Messe oder einen Markt in Ihrer Gemeinde mit Produkten aus Fairem Handel - vielleicht am Welttag für Fairen Handel (<http://www.wftday.org>), oder während der Wochen für Fairen Handel. Die Servicestelle Kommunen in der Einen Welt veranstaltet den landesweiten Wettbewerb "Hauptstadt des Fairen Handels".

Ermutigen Sie zu verantwortungsvollem Konsum und organisieren Sie ein Seminar über fairen Handel in Ihrer Gemeinde. Hinweise zur Fairen Woche in Deutschland finden Sie unter: www.fairewoche.de

Fairer Handel beginnt mit fairen Arbeitsbedingungen. Gehen Sie sicher, dass die Produkte, die Sie kaufen unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden (ILO Konvention; www.aktiv-gegen-kinderarbeit.de). STEP und Rugmark zertifizieren Teppiche, Fairwear (<http://en.fairwear.nl>) hat sich auf faire Kleidung spezialisiert.

Lancieren Sie einen „Fairen Schul- oder Kindergarten“-Preis für die beste Initiative zum Fairen Handel.

Weitere Informationen

Wenn Sie mehr über nachhaltige Beschaffung und Fairen Handel wissen möchten, besuchen Sie unsere Website: www.buyfair.org oder senden Sie eine Mail an: procurement@iclei-europe.org

Gerne würden wir mehr über Ihre Erfahrung mit fair gehandelten Produkten wissen, speziell wenn sie diese in Ausschreibungen aufgenommen haben.

Mehr erfahren Sie auch auf den folgenden Websites:

- Servicestelle Kommunen in der Einen Welt / InWEnt gGmbH - www.service-eine-welt.de
- Fair Trade Labelling Organizations International (FLO) - www.fairtrade.net
- International Fair Trade Association (IFAT) - www.ifat.org
- Network of European Worldshops (NEWS!) - www.worldshops.org/
- European Fair Trade Association (EFTA) - www.eftafairtrade.org/
- CTM altromercato (Italien) - www.altromercato.it/
- Fair Trade Organisatie (Niederlande) - <http://www.fairtrade.nl/>
- IDEAS (Spanien) - www.ideas.coop/
- Oxfam Wereldwinkels (Belgien) - www.oww.be/

ICLEI - Local Governments
for Sustainability

Leopoldring 3

D-79098 Freiburg

Germany

Telefon: +49-761 / 3 68 92-20

Fax: +49-761 / 3 68 92-29

www.buyfair.org

www.iclei.org

Herausgeber | ICLEI – Local Governments for Sustainability, Europasekretariat Gino van Begin (verantwortlich)

Redaktion | Simon Clement, Peter DeFranceschi und Renske Gerstel, ICLEI Europasekretariat, Team für nachhaltige Beschaffung, Michael Marwede, InWent

Photos | The Fairtrade Foundation (inkl. Titel und CD-Cover)

Design | Die Förderer Grafikwerkstatt, Jean-Olivier Dalphond und Stephan Köhler (ICLEI Europasekretariat) Logo | Firma helios, Italien Druck | Reprodienst Freiburg

Copyright © ICLEI Europasekretariat GmbH, Freiburg, Deutschland, 2006. Alle Rechte vorbehalten. Ohne schriftliche Genehmigung durch ICLEI darf kein Bestandteil dieses Leitfadens in jeglicher Form und mit jeglichen Mitteln reproduziert oder kopiert werden.

Übersetzung und Druck des deutschen Leitfadens wurden durch die Servicestelle Kommunen in der Einen Welt finanziert. Der Leitfaden ist hier erhältlich:



www.service-eine-welt.de

Das Projekt "Buy Fair" wurde finanziert durch das Niederländische Ministerium für Wohnungsbau, Raumplanung und Umwelt (VROM)

