Firmen mit Fair-Holder-Value

Link Ethical Trade

- Verbesserung der Beziehungen Produzent/Arbeitnehmer und Absatz/Konsument
- Verbesserung der Sicherheit (auf beiden Seiten)
- Arbeitsbedingungen verbessern: Arbeitszeit, Ueberzeit, Lead Time

Vorteile/Erfolge:

- Höhere Produktivität
- Gesetzliche Durchsetzbarkeit
- Besseres Arbeitsklima
- Schaffung von Mindestlöhne

⇒ **Ziel ist eine Win-Win Situation für alle!**

gebana ag

Schwierigkeiten und Herausforderungen:

- Umgang mit den Retailern
- Unterschied CH/EU: In der Schweiz dominiert Migros und Coop, während in Europa zahlreiche Akteure den Markt beherrschen
- Preisdruck, Konkurrenzkampf
- Der Begriff fairer Handel selbst ist ein Dilemma
- Produktelabel schaffen
- Firmen vom Fairholder Value überzeugen

⇒ Marktrealität und Glaubwürdigkeit

⇒ Erkennungszeichen

⇒ Produzenten und Handelspartner sitzen im gleichen Boot

⇒ Betrieblichen Stakeholder-Management

Caferos AG

Anliegen:

- Preise
- Qualität
- Faire Entlohnung
- Rückverfolgbarkeit (bis zur Plantage)
- Beispiel Planatage Dezale (Kaffee): nachvollziehbar ökologisch und nachhaltig; Unterstützung lokal
- Glaubwürdigkeit beim Kaffeekonzept für McDonalds
- Anpassung

Herausforderungen:

- Bewusstsein fördern
- Mehrwert (höherer Preis) rechtfertigen
- Integration des fairen Handels in bestehende Konzepte

Möbel Pfister

Shareholder-Value versus Fairholder-Value ?

Möbel Pfister ist ein traditionelles Geschäft, das bemüht ist, beides unter ein Dach zu bringen. Möbel Pfister hat folgendes Leitbild

- Freude am Wohnen
- Fair & partnerschaftlich
- Angemessener Gewinn
- Respekt von Mensch & Natur

Engagement: Beispiel STEP Engagement (zertifizierte fair gehandelte Teppiche)

- Arbeitsbedingungen, Teppichprodukte
- Pfister als Direkteinkäufer
- Faire Produkte, marktberechtigt
- Pfister ist Lizenznehmer bei STEP
- Pfister geht klare Verpflichtungen ein

Wirkung:

- Förderung der Frauenausbildung
- Ökologische Anliegen
- Kinderausbildung
- Überdurchschnittliches Einkommen der Produzenten