

# Inhalt

Weltpolitiker mit dem Einkaufskorb Gerd Billen	9
Fair ändert die Welt Vorwort	11
<b>1. Fairer Handel</b>	15
Gerechter Handel im Aufwind	15
Der Welthandel – eine tickende Zeitbombe	20
»Who is Who« im Fairen Handel	32
INTERNATIONALE ORGANISATIONEN	32
NATIONALE ORGANISATIONEN UND INITIATIVEN	34
BUND, LÄNDER UND KOMMUNEN	36
ENTWICKLUNGSZUSAMMENARBEIT	42
Woran erkennt der Kunde faire Produkte?	46
FAIRE SIEGEL	47
NACHHALTIGKEITSSIEGEL MIT SOZIALER KOMPONENTE	55
Wer kontrolliert den Fairen Handel?	58
Wo bekommt man Produkte aus Fairem Handel?	66
SUPERMÄRKTE, DISCOUNTER UND COFFEE HOUSES	67
WELTLÄDEN, FAIRE HANDELSHÄUSER UND IMPORTEURE	76
Warum passt der Faire Handel zu Bio und Regional?	82
Was bedeutet eigentlich ... ?	88
... EINE FAIRE PRÄMIE?	88
... MENGENAUSGLEICH?	90
... DAS FAIRTRADE-PROGRAMM?	93
... DIE 20-PROZENT-REGELUNG BEI MISCHPRODUKTEN?	96
... EIN EXISTENZSICHERNDER LOHN?	97
Was Sie sonst noch über den Fairen Handel wissen sollten	101
FÜNFZEHN ANTWORTEN AUF FÜNFZEHN UNBEQUEME FRAGEN	101
<b>2. Fair gehandeltes von A-Z</b>	107
ANANAS	107
BÄLLE	112
BANANEN	114
BLUMEN	120
DIAMANTEN UND EDELSTEINE	126
EISCREME	130

FISCH	132
FRUCHTSÄFTE UND LIMONADEN	138
GEWÜRZE	141
GOLD	142
GUMMI	148
HOLZ UND MÖBEL	152
KAFFEE	157
KAKAO UND SCHOKOLADE	166
KOSMETIK	176
KUNSTHANDWERK	181
NATURSTEINE	185
NÜSSE	191
OLIVENÖL	196
PALMÖL	200
REIS	207
SOJA	209
SPIELZEUG	212
TABAK	216
TEE	220
TEPPICHE	223
TROCKENFRÜCHTE	226
WEIN UND ANDERE ALKOHOLIKA	230
ZUCKER	234
<b>3. Fair gehandelte Kleidung – Mode mit Tiefgang</b>	237
Moderne Sklaverei in den Nähfabriken	240
Den Profit streichen die Unternehmen ein	248
Massiver Preisdruck	250
Faires T-Shirt kaum teurer	251
Der runde Tisch des Ministers	255
Green Fashion: Grün, aber unfair	259
Reine Kosmetik der Modehäuser?	262
Klamotten aus fair erzeugter Baumwolle	267
Einkaufshilfen für den Verbraucher	270
Knackpunkt bleibt die Kontrolle	276
<b>4. Fairer Tourismus – Licht am Horizont</b>	279
Tourismus hat zwei Gesichter	279
Siegel, Normen, Kodizes – es tut sich was im Tourismus	291

Ferntourismus und Klimaschutz – passt das?	298
Fair unterwegs	305
DEUTSCHLAND	307
ÖSTERREICH	309
SCHWEIZ	310
<b>5. Faire Elektronik – knifflig, aber machbar</b>	<b>313</b>
Apple im Visier	313
Faire Initiativen	320
Reparieren, recyceln, rüsten – das kann jeder tun	327
<b>6. Faire Geldanlagen – das ungenutzte Potential</b>	<b>329</b>
Nachhaltiges Investment ist »in«	329
Von sin stocks zur nachhaltigen Geldanlage	333
Fair investieren von A-Z	350
AKTIEN	350
ALTERNATIVBANKEN	351
ANLEIHEN	355
CROWDFUNDING UND CROWDINVESTING	356
DIREKTANLAGEN UND BETEILIGUNGEN	357
FONDS	360
GOLD	361
MIKROKREDITE UND SOZIAL VERANTWORTLICHE KREDITE	361
PRIVATE ALTERSVORSORGE	364
ZERTIFIKATE	366
<b>Infoteil</b>	<b>367</b>
Fairer Handel und nachhaltiger Konsum	367
Globalisierung und Konsumkritik	368
Faire und nachhaltige Messen	368
Faire Kleidung	369
Faire Reisen	370
Faire Elektronik	371
Faire Geldanlagen	372
Webadressen der Hersteller/Anbieter fairer Produkte aus den A-Z-Kapiteln	374
Webadressen der Organisationen und Institutionen	379
Register	382