

The future is fair



ANWENDUNGSPFLICHT

Diese Richtlinien
sind global und gelten
für alle Märkte, in denen
Fairtrade-Produkte
lizenziert sind

Richtlinien für das Fairtrade-Produktsiegel

Ausgabe 5 – Frühjahr 2026
FAIRTRADE INTERNATIONAL



EINLEITUNG

ÜBER DIESE RICHTLINIEN



Das FAIRTRADE-Produktsiegel ist das weltweit bekannteste Gütesiegel für fairen Handel. Diese Richtlinien sollen eine Orientierungshilfe zur Verwendung des FAIRTRADE-Produktsiegels und des Begriffs „FAIRTRADE“ bieten. Sie wurden geschaffen, um die Integrität und Werte des FAIRTRADE-Produktsiegels zu schützen. Das FAIRTRADE-Produktsiegel sendet eine Botschaft von positivem Einfluss und Befähigung der Produzent:innen und ermöglicht diesen ein besseres Leben für Ihre Familien und Gemeinschaften. Die korrekte Verwendung dieses Sieges ist wichtig.

Die Richtlinien sind ein detailliertes Nachschlagewerk. Daher ist es unerlässlich, den ersten Teil der Richtlinien zur allgemeinen Verwendung des Siegels und des Begriffs „FAIRTRADE“ sowie die für den jeweiligen Bedarf relevanten Abschnitte zu lesen. Bitte beachten Sie, dass dasselbe Thema in verschiedenen Teilen der Richtlinien behandelt werden kann und dass alle Teile sich gegenseitig ergänzen.

Diese Richtlinien enthalten Abschnitte, welche die meisten Arten der Verpackung und der Nutzung für Werbezwecke regeln, können jedoch nicht sämtliche Fälle abdecken. Sollten Sie Fragen haben oder weitere Hinweise zur Verwendung des FAIRTRADE-Produktsiegels benötigen, nutzen Sie bitte die Kontaktdaten, die Sie auf der letzten Seite dieser Richtlinien vorfinden.

Die Anweisungen aus diesen Richtlinien müssen befolgt werden.



Anwendungspflicht

Die Anweisungen aus diesen Richtlinien müssen befolgt werden.



Inhalt

TEILEINS ALLGEMEINE RICHTLINIEN

1.1 Über FAIRTRADE	04
Die Vision von FAIRTRADE	05
Die Werte von FAIRTRADE	06
Die FAIRTRADE-Organisation	07
Das FAIRTRADE-System	08
Das FAIRTRADE-Produktsiegel	09
Das FAIRTRADE-Rohstoff-Siegel	10
1.2 FAIRTRADE-Produktsiegel	11
Bedeutung des Produktsiegels	12
Mindestabstand	13
Farben	14
Internationale Versionen	15
Max Havelaar-Versionen	17
Integrität des Siegels	19
Verwendung auf verschiedenen Hintergründen	20
Verhältnis zu anderen Siegeln	21
Größe und Proportionen	22
Größenleitfaden	23

TEIL ZWEI VERPACKUNGS- RICHTLINIEN

2.1 Wichtige Verpackungselemente	25
Hauptelemente auf Produktverpackungen	26
Übersicht der Verpackungsangaben	28
Platzierung des Siegels – Markenhierarchie	29
Platzierung des Siegels – Vorderseite der Verpackung	30
Platzierung des Siegels – Rand der Verpackung	31
Produktbezeichnung und Produktbeschreibung	32
Für Konsumenten bestimmte Gebindepackungen	33
Transport	34
Verpackungsangaben – Checkliste	35
2.2 Spezifische Anforderungen	36
Lebensmittel und Getränke	
Obst und Gemüse	37
Getränke	42
Alkoholhaltige Getränke	44
Non-Food	
Blumen	47
Pflanzen und Bäume	50
Blumenzwiebeln	51
Jungpflanzenmaterial	52
Sportbälle	53

TEIL ZWEI FORTSETZUNG

2.3 FAIRTRADE-Produktsiegel mit Begleittext auf Verpackungen	55
Übersicht	56
Physische Rückverfolgbarkeit	57
Mengenausgleich	58
Mengenausgleich (Fortsetzung) & gemischte Rückverfolgbarkeit	59
Produkte mit mehr als 50 % Flüssigkeitsanteil	60
Optionale Begleittexte	61
TEIL DREI WERBERICHTLINIEN	
3.1 Werbung für FAIRTRADE-Produkte	63
Übersicht	64
Außer-Haus-Bereich	65
Außer-Haus-Bereich, Einzelhandel	67
Einzelhandel	68
Einzelhandel, gemischtes Angebot	69
Außer-Haus-Bereich, gemischtes Angebot	70
Außer-Haus-Bereich / Lose verkaufte Produkte	71
Warenautomaten	72
Print- und Online-Werbung	75
Presse und Events	76
Digitale Nutzung	77

TEIL VIER GRUNDLEGENDE INFORMATIONEN

4.1 Anhänge	79
Designfreigabe, Pflichten von Lizenznehmer:innen, Prozess, Fristen, Begleittexte über FAIRTRADE, Übergangsfrist	80
Haftungsausschluss, Verantwortlichkeiten von Lizenznehmer:innen	81
Siegelschutz, Missbrauch, Urheberrecht	82
FAIRTRADE-Begriffe und Druckvorlagen-Terminologie	83
Glossar	84
Kontaktdaten	85

01

Teil eins 1.1. ÜBER FAIRTRADE

**In diesem Abschnitt wird erklärt,
wie FAIRTRADE weltweit gesehen
und verstanden werden möchte.**

ÜBER FAIRTRADE

VISION UND MISSION VON FAIRTRADE

Die Vision von FAIRTRADE

Die Vision von FAIRTRADE ist eine Welt, in der alle Produzentinnen und Produzenten sichere und nachhaltige Lebensgrundlagen genießen, ihr Potenzial ausschöpfen und über ihre Zukunft selbst entscheiden können.

Mit unserem Siegel verwirklichen wir diese Vision, indem wir eine Welt schaffen, die auf sozialer Gerechtigkeit basiert und in der alle gemeinsam eine bessere Zukunft für die Menschheit gestalten.

Unser Ziel ist es, den Welthandel zu transformieren, indem wir fairere Handelsbedingungen fördern. Um dies zu erreichen, wird FAIRTRADE als Wegweiser für nachhaltige Entwicklung positioniert und hat somit mehr Einfluss auf mehr Menschen als jedes andere ethische Zertifizierungssystem.



Wie man FAIRTRADE versteht und darüber spricht

FAIRTRADE ist eine globale Organisation, die sich für bessere Bedingungen für Bäuerinnen und Bauern und Arbeiterinnen und Arbeiter einsetzt.

FAIRTRADE ist überzeugt von der Wirkung des gerechten Handels als Mittel zur Armutsbekämpfung und einer starken nachhaltigen Entwicklung. Fairness und Transparenz müssen dabei stärker verankert werden, als es derzeit der Fall ist.

Menschen können einen Weg aus Ausgrenzung und Benachteiligung finden, wenn ihre Stellung gestärkt wird, sodass sie Kontrolle über ihr Leben und ihre Arbeit haben, wenn sie besser organisiert, ausgestattet und unterstützt werden und ihnen Zugang zu breiten Märkten unter fairen Bedingungen gewährt wird.



Konsument:innen, Industrie, Handel und Zivilgesellschaft werden diesen Gedanken vermehrt unterstützen, wenn Bedürfnisse auf Produzentenseite verstanden werden und die Chancen auf ein besseres Leben, die FAIRTRADE bietet, gesehen und anerkannt werden.

Die Arbeit von FAIRTRADE wird vorangetrieben durch die Entscheidungen aufgeklärter Konsument:innen und das Bestreben von Industrie und Handel, die Erwartungen ihrer Kundschaft zu erfüllen. Konsument:innen, Industrie und Handel können einen entscheidenden Beitrag zur Änderung bestehender Handelsgesetze und zum Aufbau eines

gerechteren Wirtschaftssystems leisten. Wir schaffen mehr Möglichkeiten, mit FAIRTRADE zusammenzuarbeiten und unsere Wirkung und Reichweite zu erweitern und damit gleichzeitig die Wiedererkennung unseres Siegels zu stärken. Dazu zählt auch mehr Transparenz für unsere Konsument:innen im Hinblick auf die Zusammensetzung der FAIRTRADE-Produkte, die sie kaufen.



ÜBER FAIRTRADE

DIE WERTE VON FAIRTRADE

Die Werte von FAIRTRADE

Die Werte von FAIRTRADE orientieren sich an den im Kodex der FAIRTRADE-Organisation festgelegten Grundsätzen: Verantwortlichkeit, Respekt, Integrität und Partnerschaft.

Unsere Markenwerte sind die Grundüberzeugungen, die alles untermauern, wofür wir bei FAIRTRADE stehen. Sie bestimmen unser Handeln, bieten einen klaren Bezugspunkt, um die Ausrichtung auf unser Ziel sicherzustellen, und leiten uns auf dem Weg in eine faire Zukunft für alle.

Zusammenarbeit

Inklusion

Hoffnung

Integrität

Respekt



Gemeinsame Überzeugung schaffen

Wir glauben, dass wir gemeinsam die Menschheit besser machen können. Wir glauben an eine faire Zukunft.

Die menschliche Eigenschaft, die soziale Gerechtigkeit ermöglicht, existiert in uns allen – der Wunsch nach Fairness. Wir möchten fair behandelt werden und wünschen uns, dass auch andere fair behandelt werden.

Als Wegbereiter des Wandels machen wir soziale Gerechtigkeit genauso selbstverständlich wie die Luft zum Atmen. Wir sind ein sozialer Impulsgeber für die Gestaltung einer besseren Lebensweise – wir bringen Produzent:innen, Verbraucher:innen, Unternehmen und Regierungen zusammen, indem wir die Fairness, die in jedem von uns steckt, wertschätzen und fördern.

Zusammenarbeit

Wir glauben, dass wir gemeinsam unser Handeln für eine gerechtere Gesellschaft vorantreiben können.

Inklusion

Wir glauben, dass jede(r) Produzent:in, Arbeiter*in und Bäuerin und Bauer Zugang zu einem besseren System und einer besseren Lebensweise haben und davon profitieren sollte.

Hoffnung

Wir sind davon überzeugt, dass wir das Leben von Menschen verbessern können, und suchen nach Möglichkeiten der Zusammenarbeit, um langfristige Verbesserungen zu erzielen.

Integrität

Um Fairness und Gerechtigkeit im Handel zu fördern, arbeiten wir mit absoluter Integrität nach den höchsten ethischen Standards und sind dabei aufrichtig, vertrauenswürdig und transparent.

Respekt

Wir behandeln jeden mit Respekt und Würde. Wir zeigen Verständnis und Wertschätzung für die Verschiedenartigkeit unserer Mitarbeitenden und der Menschen, mit denen wir in Beziehung stehen.



ÜBER FAIRTRADE

DIE ORGANISATIONS- STRUKTUR VON FAIRTRADE

Die FAIRTRADE Bewegung und das FAIRTRADE-System

FAIRTRADE ist eine Alternative zu konventionellem Handel und beruht auf einer Partnerschaft zwischen Produzent:innen und Konsument:innen. FAIRTRADE bietet Produzentinnen und Produzenten die Chance auf bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen durch gerechtere Handelsbedingungen und versetzt sie in die Lage, ihre Zukunft eigenverantwortlich zu gestalten. FAIRTRADE bietet Konsument:innen die Möglichkeit, durch ihren täglichen Einkauf einen wirkungsvollen Beitrag zur Armutsbekämpfung zu leisten.

Das FAIRTRADE-Siegel auf einem Produkt bedeutet, dass alle Beteiligten in der Lieferkette die FAIRTRADE-Standards eingehalten haben. Die Standards sind so konzipiert, dass sie der Instabilität globaler Märkte, der ungleichen Verteilung von Macht in Handelsbeziehungen und der Ungerechtigkeit im konventionellen Handel

entgegenwirken. Die Bewegung für gerechteren Handel ist von Land zu Land verschieden und repräsentiert die gemeinsame Stimme von Konsument:innen, die über das Ungleichgewicht in der Lieferkette besorgt sind und den Status quo verändern möchten. Angefangen bei Freunden, die im kleinen Kreis darüber sprechen, warum sie bestimmte Waren kaufen, über zivilgesellschaftliche Bewegungen, die sich in den Gemeinden organisieren, bis hin zu Wählern, die Petitionen an ihre Regierung senden, treten sie für einen gerechteren Handel ein, der den Menschen zugute kommt, welche die von uns konsumierten Produkte anpflanzen und ernten.

FAIRTRADE International (FI)

FAIRTRADE International ist eine gemeinnützige Multistakeholder-Organisation, verantwortlich für die strategische Ausrichtung von FAIRTRADE, die Entwicklung der FAIRTRADE-Standards und die Betreuung

Die FAIRTRADE-Organisation setzt sich aus folgenden Einheiten zusammen:

der Produzentengruppen. FI ist Inhaberin der FAIRTRADE-Siegel und Zertifizierungssiegel und vergibt sie in Unterlizenz an die Nationalen FAIRTRADE-Organisationen, die Mitglieder von FI sind.

FAIRTRADE- Produzentennetzwerke

FAIRTRADE-Produzentennetzwerke sind Verbände, denen FAIRTRADE-zertifizierte Produzent:innen beitreten können. Zurzeit gibt es drei Produzentennetzwerke, welche die Interessen der Produzent:innen in Afrika, Asien und Lateinamerika/Karibik vertreten. FAIRTRADE-Produzent:innen können innerhalb dieser Verbände mitentscheiden, um ihre Zukunft selbst zu gestalten.

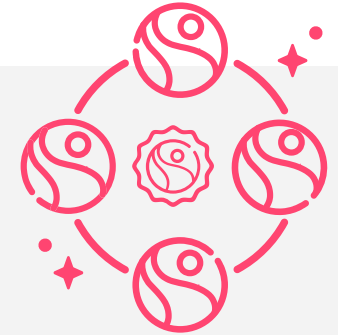
Nationale FAIRTRADE- Organisation (NFO)

Dies sind nationale Organisationen, die FAIRTRADE in ihrem Land vermarkten.

Aktuell gibt es 19 Nationale FAIRTRADE Organisationen, die 25 Länder in Europa, Nordamerika, Japan, Australien und Neuseeland vertreten. Die NFOs lizenzieren das FAIRTRADE-Siegel auf Produkten und fördern FAIRTRADE in ihrem Zuständigkeitsbereich. Als Gründungsmitglieder halfen viele dieser Organisationen 1997 bei der Gründung von FAIRTRADE International.

FAIRTRADE-Marketing- Organisationen (FMO)

Dies sind nationale Organisationen, die FAIRTRADE in ihrem Land vermarkten und fördern, ähnlich wie Nationale FAIRTRADE-Organisationen. FI oder eine NFO erteilt Unternehmen in diesen Ländern direkt die Lizenz zur Nutzung der FAIRTRADE-Siegel. Derzeit gibt es FAIRTRADE-Marketingorganisationen in Tschechien und der Slowakei, Hongkong, Indien, Polen, Südkorea und Taiwan.



ÜBER FAIRTRADE

DAS FAIRTRADE- SYSTEM

Das FAIRTRADE-Produktsiegel bedeutet, dass Produkte die sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Standards von FAIRTRADE International erfüllen. Das Siegel zertifiziert Produkte, nicht Unternehmen. Es bezieht sich nicht auf die Unternehmen oder Organisationen, die die Produkte verkaufen.

Das FAIRTRADE-Produktsiegel steht für ein internationales System des fairen Handels zur Gewährleistung eines fairen Preises, der die Kosten für eine nachhaltige Produktion und eine FAIRTRADE-Prämie für Produzent:innen und Bäuer:innen deckt, damit diese in den Ausbau ihrer Betriebe investieren und die Lebensqualität in ihren Gemeinschaften verbessern können. Diese Prämie wird zusätzlich zum vereinbarten FAIRTRADE-Preis gezahlt, und die Produzent:innen entscheiden demokratisch, wie sie sie verwenden.

Im Zuge der Weiterentwicklung ihres Ansatzes seit 1997 hat FAIRTRADE fünf Schlüsselbereiche hervorgehoben, die für Bäuerinnen und Bauern, Arbeiterinnen und Arbeitern sowie Verbraucher:innen entscheidend sind: Geschlechterungleichheit, Arbeitnehmerrechte, Klimawandel, Schutz von Kindern und schutzbedürftigen Erwachsenen sowie existenzsicherndes Einkommen/existenzsichernder Lohn. FAIRTRADE geht diese Herausforderungen durch die Entwicklung und Überwachung von FAIRTRADE-Standards, die Umsetzung gezielter Maßnahmen und die Bereitstellung zusätzlicher Finanzmittel aus privaten und öffentlichen Quellen an.



ÜBER FAIRTRADE – Die FAIRTRADE-Siegel

Das FAIRTRADE-Produktsiegel

Das FAIRTRADE-Produktsiegel ist eine unabhängige, vertrauenswürdige und weithin anerkannte Produktzertifizierung, welche die Botschaft unterstreicht, dass FAIRTRADE-Produzent:innen ihre Produkte zu FAIRTRADE-Bedingungen verkauft haben.

Das FAIRTRADE-Produktsiegel auf der Verpackung stellt sicher, dass Produkte im Einzelhandel anhand internationaler FAIRTRADE-Standards überprüft wurden und dass diese Standards erfüllt wurden. Das FAIRTRADE-Produktsiegel bietet Konsument:innen eine positive Möglichkeit, Produkte in Solidarität mit denjenigen zu kaufen, die sie hergestellt haben. Der Kauf von FAIRTRADE-Produkten hilft Produzent:innen, ihre Lebensgrundlagen und Gemeinschaften zu verbessern. Produkte mit dem FAIRTRADE-Produktsiegel sind inzwischen in über 50 Ländern erhältlich.

Wir haben das bekannte FAIRTRADE-Produktsiegel aktualisiert, indem wir das ®-Symbol in das Logo integriert haben. Das Siegel oben links (01) bedeutet, dass das Produkt zu 100 % fair gehandelt und physisch rückverfolgbar ist, etwa Kaffee. Das Siegel unten links (02) bedeutet, dass das zu 100 % fair gehandelte Produkt, etwa Tee, nach den Bedingungen des Mengenausgleichs gehandelt wurde. Bei einem aus mehreren Zutaten bestehenden Produkt wie etwa Schokolade werden alle Produktzutaten, bei denen dies möglich ist, zu fairen Bedingungen gekauft, nach dem Motto: „Alles, was FAIRTRADE sein kann, ist FAIRTRADE“, unabhängig vom Rückverfolgbarkeitsmodell.

In diesem Fall veranlasst das Siegel unten links (02) Konsument:innen, auf der Rückseite der Verpackung nach weiteren Informationen über das Siegel und die FAIRTRADE-Zutaten zu schauen, wo der Pfeil (oder ein ähnliches Symbol) neben dem FAIRTRADE-Begleittext erneut erscheint.

Hinweis zur Anwendbarkeit: Die oben genannte Unterscheidung gilt nicht für Nicht-Lebensmittelprodukte.



01 Diese Version des FAIRTRADE-Produktsiegels wird für Produkte verwendet, die zu 100 % aus fairem Handel stammen und physisch rückverfolgbar sind

02 Die Version des FAIRTRADE-Produktsiegels mit Pfeil wird für zusammengesetzte Produkte verwendet, unabhängig vom Rückverfolgbarkeitsmodell, sowie für Produkte, die Zutaten enthalten, die nach den Bedingungen des Mengenausgleichs gehandelt wurden



ÜBER FAIRTRADE – Die FAIRTRADE-Siegel

Das FAIRTRADE-Rohstoff-Siegel

Das FAIRTRADE-Rohstoff-Siegel (FAIRTRADE Sourced Ingredients – FSI) dient der Auszeichnung einzelner FAIRTRADE-Zutaten und lehnt sich an das FAIRTRADE-Produktsiegel an. Dadurch wird es für Konsument:innen leichter wiedererkennbar, lässt sich von Letzterem aber als Ausdruck eines innovativen FAIRTRADE-Modells unterscheiden. Das Design ist auch eine Weiterentwicklung der früheren FAIRTRADE-Programm-Siegel und reflektiert deren Übergang in das FAIRTRADE-Rohstoff-Modell. Das separate Zusatzfeld bietet genügend Flexibilität, um das Modell für alle FAIRTRADE-Rohstoffe anzuwenden, außer Bananen.

Produkte dürfen nur dann das FAIRTRADE-Rohstoff-Siegel tragen, wenn das Unternehmen einen FAIRTRADE-Rohstoff-Lizenzvertrag abgeschlossen hat und die Produkte durch eine NFO oder durch FI genehmigt wurden. Vor der Verwendung des FAIRTRADE-Rohstoff-Siegels in B2B-Anwendungen und der Off-Pack-Kommunikation müssen die entsprechenden Warenmengen überprüft werden.

Der Pfeil auf dem Feld weist Konsument:innen darauf hin, dass sie hinten oder seitlich auf der Verpackung weitere Informationen finden. Hier bezieht sich der Pfeil auf die im Rahmen eines Mengenausgleichs gehandelte Zutat.

Überall dort, wo FAIRTRADE-Rohstoffprodukte eingeführt wurden, können das FAIRTRADE-Rohstoff-Siegel und das FAIRTRADE-Produktsiegel beide in den Regalen auftauchen.

Bitte beachten Sie, dass die FAIRTRADE-Programm-Siegel ab 2025 vollständig abgeschafft werden.



Produkt mit mehreren Zutaten und einer FAIRTRADE-Zutat, gekennzeichnet mit dem FAIRTRADE-Rohstoff-Siegel



01

Teil eins

1.2 FAIRTRADE- PRODUKTSIEGEL

Dieser Abschnitt gibt einen Überblick darüber, wie das FAIRTRADE-Produktsiegel verwendet werden muss.

Das FAIRTRADE-Produktsiegel und dessen Bedeutung

Das FAIRTRADE-Produktsiegel

Das FAIRTRADE-Produktsiegel wurde 2002 entwickelt, um die einheitliche Kennzeichnung von FAIRTRADE-Produkten durch alle nationalen FAIRTRADE-Organisationen zu gewährleisten. Im Januar 2011 wurde das Design verfeinert und vereinfacht, um durch eine bessere Erkennbarkeit auf der Verpackung eine noch höhere Aufmerksamkeit für FAIRTRADE zu erzielen. Im Frühling 2018 wurde es erneut aktualisiert, um im Hinblick auf den Produktinhalt mehr Transparenz zu bieten (siehe [Seite 9](#)).

Das FAIRTRADE-Produktsiegel symbolisiert den Optimismus des Produzenten, der mit erhobenem Arm Stärke und Entschlossenheit ausstrahlt und mit dieser Bewegung die Beharrlichkeit der Menschen in Ländern des globalen Südens mit dem weltweiten Streben der Konsumenten nach positiven Veränderungen verbindet. Der blaue Himmel steht für das Potenzial der Produzenten, während die grüne Farbe das neue Wachstum symbolisiert.

Eingetragenes Zertifizierungssiegel und Markenzeichen

Das FAIRTRADE-Produktsiegel ist das geistige Eigentum von FAIRTRADE International (FAIRTRADE Labelling Organizations International e.V., FI). Es ist in der Europäischen Union als Zertifizierungssiegel und international als Markenzeichen registriert. Das FAIRTRADE-Produktsiegel darf ohne vorherige schriftliche Zustimmung von FAIRTRADE International oder der von ihr benannten Lizenzgeber (der Nationalen FAIRTRADE-Organisationen NFOs) nicht verändert, kopiert, vervielfältigt oder anderweitig verwendet werden.



FAIRTRADE-Produktsiegel – Mindestabstand

Mindestabstand

Um die visuelle Unabhängigkeit des neben Text- oder Grafikelementen platzierten FAIRTRADE-Produktsiegels zu gewährleisten, muss ein Mindestabstand um das Siegel eingehalten werden, der die Hälfte der Breite X des Siegels beträgt.

Um die Wirkung des FAIRTRADE-Produktsiegels nicht durch andere Designelemente oder Logos zu beeinträchtigen, dürfen weder Text noch Grafik das Siegel berühren oder in den Mindestabstand hineinragen. Das Siegel darf nicht von anderen Elementen überlagert werden. Es darf nicht in Bild-, Text- oder Grafikelemente integriert werden, auch nicht unter Einhaltung des Mindestabstandes.

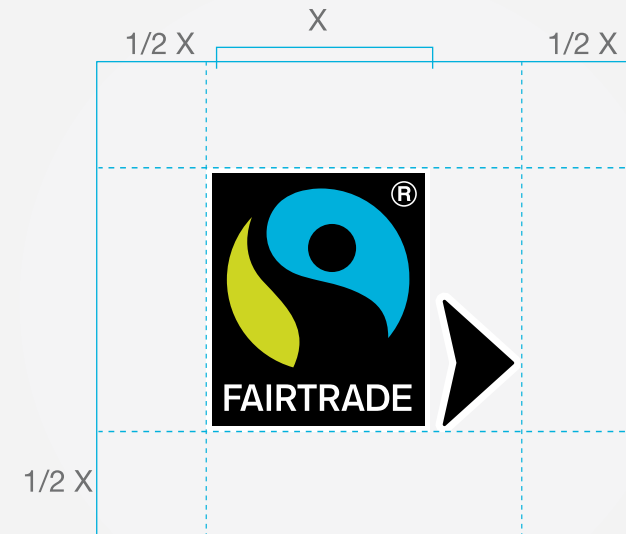
Ausnahmen

Wenn der Platz begrenzt ist, z. B. auf kleinen Verpackungen, Anhängern oder Etiketten, kann der Mindestabstand auf $\frac{1}{4} X$ reduziert werden.



Maße des FAIRTRADE-Produktsiegels

Die Breite des FAIRTRADE-Produktsiegels wird von Rand zu Rand gemessen, einschließlich der weißen Kontur



FAIRTRADE-Produktsiegel mit Pfeil

Der Pfeil muss beim Mindestabstand berücksichtigt werden, d. h. der Mindestabstand beginnt rechts vom Pfeil

FAIRTRADE-Produktsiegel – Farben

FAIRTRADE-Farben

Es wird unbedingt empfohlen, die vollfarbige Version des FAIRTRADE-Produktsiegels zu verwenden. Bei Nutzung der vollfarbigen Version des FAIRTRADE-Produktsiegels müssen die hier spezifizierten Farben verwendet werden. Die präzise Verwendung der Farben ist ausschlaggebend für den Wiedererkennungswert des FAIRTRADE-Produktsiegels auf Verpackungen.

Wenn eine Marke oder Untermarke neu ist oder neu entwickelt wird (z. B. für ein FAIRTRADE-Produktsortiment oder für andere Zwecke), dürfen Farben, die Leaf Green oder Sky Blue entsprechen oder zu ähnlich sind, nicht auf Verpackungen oder Werbematerialien verwendet werden, um die Integrität des Siegels zu bewahren. Wenn die Produktmarke bereits Grün- und Blautöne, einschließlich Farben, die Leaf Green oder Sky Blue ähnlich sind, verwendet werden, muss das schwarz-weiße Siegel verwendet werden.

Wenn Einschränkungen für Farben gelten, darf ebenfalls das schwarz-weiße Siegel verwendet werden.

Farben anpassen

Farben können je nach Papierqualität und Drucker variieren. Bitte passen Sie die Farben so weit wie möglich den beschichteten PMS-Mustern an.

Sky Blue
CMYK 79 0 7 0
RGB 15 192 252
Pantone 306C, 306U
HTML 0FC0FC

Leaf Green
CMYK 28 0 92 0
RGB 212 255 71
Pantone 382C, 380U
HTML D4FF47

White
CMYK 0 0 0 0
RGB 255 255 255
Pantone N/A
HTML FFFFFFFF

Rich Black
CMYK 50 50 50 100
RGB 30 30 30
Pantone Process Black
HTML 1E1E1E



FAIRTRADE-Produktsiegel – Internationale Versionen

Standard-Versionen

Das FAIRTRADE-Produktsiegel ist in den Versionen «vollfarbig» und «schwarz-weiß» verfügbar. Die Version «vollfarbig» wird von Konsument:innen am besten erkannt und ist die von uns empfohlene Version. Wenn die Version «vollfarbig» des Siegels technische Schwierigkeiten verursacht oder Designüberlegungen dies erfordern, kann die Version «schwarz-weiß» verwendet werden. Wenn die Farben des Markenprodukts vor Verwendung des Siegels den FAIRTRADE-Farben bereits ähnlich waren, muss das schwarz-weiße Siegel verwendet werden (siehe vorherige Seite).

Druck auf farbigem Hintergrund

Wenn das Siegel auf farbigem oder transparentem Hintergrund gedruckt wird, müssen der weiße Rahmen und die weiße FAIRTRADE-Wortmarke als Volltonfarbe gedruckt werden.

Die von FAIRTRADE International zur Verfügung gestellten Dateien mit den verschiedenen Versionen der FAIRTRADE-Produktsiegel sind die einzig zulässigen. Die Verwendung anderer Farben oder Adaptionen ist nicht gestattet.

Für Versionen mit „Max Havelaar“-Unterzeile siehe [Seite 17](#).

Für eine Illustrator-EPS-Datei des FAIRTRADE-Produktsiegels wenden Sie sich bitte an den Kontakt auf der letzten Seite.

FAIRTRADE-Produktsiegel mit Pfeil

Der dem FAIRTRADE-Produktsiegel hinzugefügte Pfeil weist Konsument:innen darauf hin, dass sie mehr Informationen zu dem mit einem Siegel versehenen Produkt hinten oder seitlich auf der Verpackung finden, wo der Pfeil wiederholt wird.



Farbiges Siegel

EPS-Dateien
FM_CMYK
FM_RGB
FM_PMS



Schwarz-Weiß-Siegel

EPS-Dateien
FM_BW



Farbiges Siegel

EPS-Dateien
FM_Arrow_CMYK
FM_Arrow_RGB
FM_Arrow_PMS



Schwarz-Weiß-Siegel

EPS-Dateien
FM_Arrow_BW

FAIRTRADE-Produktsiegel – Internationale Versionen

Bedingt einsetzbare Versionen

Möglicherweise kann das FAIRTRADE-Produktsiegel nicht immer vollfarbig gedruckt werden, wenn beispielsweise der Druck auf eine Farbe beschränkt ist oder auf rauen oder absorbierenden Oberflächen wie Transportverpackungen oder Textilien erfolgt.

Die FAIRTRADE-Produktsiegel «schwarz» und «weiß» wurden für Ausnahmefälle entwickelt, in denen die Farbauswahl für den gesamten Druck auf Schwarz oder Weiß beschränkt ist. Die Version «vollfarbig» bleibt die von uns empfohlene Version.

Die FAIRTRADE-Produktsiegel «schwarz» und «weiß» dürfen nur in Schwarz oder Weiß gedruckt werden. Sie dürfen in keiner anderen Farbe gedruckt werden.

Druck auf farbigem Hintergrund

Beide Siegel können auf farbigem, vorzugsweise neutralem Hintergrund gedruckt werden, solange ein ausreichender Kontrast zwischen der Hintergrundfarbe und allen Siegel-Elementen gegeben ist. Das Siegel darf nicht auf gemustertem, unruhigem oder farbintensivem Hintergrund gedruckt werden.

Für eine Illustrator-EPS-Datei des FAIRTRADE-Produktsiegels «schwarz» oder des FAIRTRADE-Produktsiegels «weiß» wenden Sie sich bitte an den Kontakt auf der letzten Seite dieser Richtlinien.



Schwarzes Siegel
Einfarbiges Siegel – Schwarz



EPS-Dateien
FM_Black, FM_Arrow_Black



Weißes Siegel
Einfarbiges Siegel – Weiß



EPS-Dateien
FM_Black, FM_Arrow_White



Zu vermeiden
Das schwarze Siegel darf nicht in Weiß gedruckt werden, da dies zu einer Negativ-Version des Siegels führen würde.



Zu vermeiden
Das schwarze Siegel oder das weiße Siegel dürfen in keiner anderen Farbe als Schwarz oder Weiß gedruckt werden.



Zu vermeiden
Das schwarze Siegel oder das weiße Siegel dürfen nicht auf leuchtende Hintergrundfarben gedruckt werden.



Zu vermeiden
Das schwarze Siegel darf nicht auf Muster oder belebte Hintergründe gedruckt werden.

FAIRTRADE-Produktsiegel – Max Havelaar Versionen

Länderspezifische Versionen

Das FAIRTRADE-Produktsiegel mit dem Zusatz «Max Havelaar» als Hinweis auf die gleichnamige Bewegung ist in den Versionen «vollfarbig» und «schwarz-weiß» verfügbar.

Diese Versionen dürfen nur für Produkte verwendet werden, die überwiegend in Frankreich, den Niederlanden und der Schweiz von dort ansässigen Unternehmen verkauft werden.

Die von FAIRTRADE International zur Verfügung gestellten Dateien mit den verschiedenen Versionen des FAIRTRADE-Produktsiegels «Max Havelaar» sind die einzig zulässigen. Die Verwendung anderer Farben oder Adaptionen ist nicht gestattet.

Alle Richtlinien für die (internationalen) Standard-Versionen des Siegels gelten auch hier.

Für eine Illustrator-EPS-Datei des FAIRTRADE-Produktsiegels «Max Havelaar» wenden Sie sich bitte an den Kontakt auf der letzten Seite dieser Richtlinien.



MH-Siegel in Farbe

EPS-Dateien
FM_MH_CMYK
FM_MH_RGB
FM_MH_PMS



MH-Siegel in Schwarz-Weiß

EPS-Dateien
FM_MH_BW



MH-Siegel in Farbe

EPS-Dateien
FM_MH_Arrow_CMYK
FM_MH_Arrow_RGB
FM_MH_Arrow_PMS



MH-Siegel in Schwarz-Weiß

EPS-Dateien
FM_MH_Arrow_BW

FAIRTRADE-Produktsiegel – Max Havelaar Versionen

Bedingt einsetzbare Versionen

Möglicherweise kann das FAIRTRADE-Produktsiegel nicht immer vollfarbig gedruckt werden, wenn beispielsweise der Druck auf eine Farbe beschränkt ist oder auf rauen oder absorbierenden Oberflächen wie Transportverpackungen oder Textilien erfolgt.

Die FAIRTRADE-Produktsiegel «schwarz» und «weiß» wurden für Ausnahmefälle entwickelt, in denen die Farbauswahl für den gesamten Druck auf Schwarz oder Weiß beschränkt ist. Die Version «vollfarbig» bleibt die von uns empfohlene Version.

Die FAIRTRADE-Produktsiegel «schwarz» und «weiß» dürfen nur in Schwarz oder Weiß gedruckt werden. Sie dürfen in keiner anderen Farbe gedruckt werden.

Druck auf farbigem Hintergrund

Beide Siegel können auf farbigem, vorzugsweise neutralem Hintergrund gedruckt werden, solange ein ausreichender Kontrast zwischen der Hintergrundfarbe und allen Siegel-Elementen gegeben ist. Das Siegel darf nicht auf gemustertem, unruhigem oder farbintensivem Hintergrund gedruckt werden.

Für eine Illustrator-EPS-Datei des FAIRTRADE-Produktsiegels «schwarz» oder des FAIRTRADE-Produktsiegels «weiß» wenden Sie sich bitte an den Kontakt auf der letzten Seite dieser Richtlinien.



Schwarzes MH-Siegel
Einfarbiges Siegel – Schwarz



EPS-Dateien
FM_MH_Black, FM_Arrow_Black



Weißes MH-Siegel
Einfarbiges Siegel – Weiß



EPS-Dateien
FM_MH_Black,
FM_MH_Arrow_White



Zu vermeiden
Das schwarze MH-Siegel darf nicht in Weiß gedruckt werden, da dies zu einer Negativ-Version des Siegels führen würde.



Zu vermeiden
Das schwarze MH-Siegel oder das weiße MH-Siegel dürfen in keiner anderen Farbe als Schwarz oder Weiß gedruckt werden.



Zu vermeiden
Das schwarze MH-Siegel oder das weiße MH-Siegel dürfen nicht auf leuchtende Hintergrundfarben gedruckt werden.



Zu vermeiden
Das schwarze MH-Siegel darf nicht auf Muster oder belebte Hintergründe gedruckt werden.

FAIRTRADE-Produktsiegel – Integrität des Siegels

Unzulässige Verwendung des Siegels

Das Erscheinungsbild des FAIRTRADE-Produktsiegels muss zu jeder Zeit gewahrt bleiben. Das Siegel darf nicht verändert, nachempfunden oder in sonstiger Form verfälscht werden.

Das Siegel erscheint immer in Verbindung mit dem Symbol zur Kennzeichnung von eingetragenen Markenzeichen®, das nun innerhalb des schwarzen Rechtecks statt außerhalb platziert werden muss.

Die von FAIRTRADE International zur Verfügung gestellten Dateien mit den verschiedenen Versionen der FAIRTRADE-Produktsiegel sind die einzig zulässigen.

Alte Versionen des Siegels

Bitte achten Sie darauf, die aktuellste Version des Siegels zu verwenden. Das FAIRTRADE-Produktsiegel wurde 2018 aktualisiert und alle bisherigen Versionen des Siegels müssen mittlerweile ersetzt worden sein (Frist war 2020).



Verwenden Sie nicht die veralteten Versionen mit der schwarzen Umrandung innerhalb des Rundlogos (seit Jan. 2011 eingestellt).



Farben, Schrifttyp und das «Eingetragenes Markenzeichen»-Symbol® dürfen nicht verändert werden.



Das Siegel muss immer aufrecht platziert und darf nicht gekippt werden.
Einzige Ausnahme: Wenn das gesamte Layout in dieselbe Richtung gekippt ist.



Das Siegel darf in keiner Weise verändert werden, um in eine Form oder ein Design zu passen.



Das Siegel darf nicht gestreckt, verzerrt oder in seinen Proportionen verändert werden. Die Ecken dürfen nicht gerundet werden.



Das Siegel darf in keiner anderen einfarbigen Version als schwarz oder weiß nachgebildet werden.



Das Siegel darf nicht umrahmt oder in ein anderes Design eingebettet werden. Es dürfen keine Elemente hinzugefügt werden.



Einzelne Elemente des Siegels dürfen nicht entfernt werden.

FAIRTRADE-Produktsiegel – Verwendung auf verschiedenen

Verwendung auf verschiedenfarbigen und gemusterten Hintergründen

Das FAIRTRADE-Produktsiegel einschließlich des ®-Zeichens muss immer gut erkennbar sein und sich von grafischen Elementen oder Bildern im Hintergrund abheben. Sobald das Siegel auf einem anderen Hintergrund als weiß gedruckt wird, muss das Siegel weiß umrahmt sein und es muss darauf geachtet werden, dass das ®-Zeichen gut erkennbar ist.

Bei der richtigen Verwendung des Siegels auf verschiedenen Hintergründen muss die Version gewählt werden, die den höchstmöglichen Kontrast zwischen dem Siegel, dem ®-Zeichen und dem Hintergrund erzeugt.

Unruhiger Hintergrund

Wenn das Siegel auf einem sehr unruhigen Hintergrund gedruckt wird, muss ein gleichmäßiger Rahmen das Siegel umgeben. Der Rahmen sollte die Hälfte des Mindestabstands betragen ($\frac{1}{4} X$, siehe [Seite 13](#)) und kann zur maximalen Wirkung durchgehend weiß oder weiß mit abgestufter Transparenz sein. Der Rahmen kann auch schwarz sein, aber andere Farben sind nicht zulässig.



Das Siegel auf einem dunklen, aber gleichmäßigen Hintergrund



Weißer halbtransparenter Rand auf einem unruhigen Hintergrund



Extrem unruhiger Hintergrund, das Siegel verliert an Klarheit



Das Siegel auf einem hellen, gleichmäßigen Hintergrund



Weißer halbtransparenter Rand auf einem unruhigen Hintergrund



Extrem unruhiger Hintergrund, das Siegel verliert an Klarheit

FAIRTRADE-Produktsiegel – Mehrfach gesiegelte Produkte

Verhältnis zu anderen Siegeln

Für die Verwendung des FAIRTRADE-Produktsiegels in Verbindung mit anderen ethischen Marken oder Siegeln sind bestimmte Vorgaben zu beachten.

Wenn das FAIRTRADE-Produktsiegel zusammen mit anderen Siegeln abgebildet werden soll, ist verstärkt auf das klare, unabhängige Erscheinungsbild des FAIRTRADE-Produktsiegels zu achten, damit es nicht zu einer Vermischung verschiedener Siegel-Botschaften und dadurch zu einer Verunsicherung der Konsument:innen kommt.

Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss als eigenständiges Element wahrgenommen werden und darf nicht einer anderen Firma oder Organisation als FAIRTRADE International oder einem ihrer Mitglieder zugeordnet werden.

Das FAIRTRADE-Produktsiegel darf nicht kleiner als andere Zertifizierungssiegel oder ethische Siegel auf der gleichen Verpackung gedruckt werden und muss immer den Größenvorgaben in diesen Richtlinien entsprechen. Siehe dazu Größen und Proportionen auf der nächsten Seite.

Der Abstand zwischen dem FAIRTRADE-Produktsiegel und anderen Zertifizierungssiegeln oder ethischen Siegeln sollte mindestens die Hälfte der Siegelbreite ($1/2 X$) betragen, sodass das FAIRTRADE-Produktsiegel zu jeder Zeit seinen unabhängigen Charakter bewahrt.

Horizontale Platzierung



Vertikale Platzierung



FAIRTRADE-Produktsiegel – Größe und Proportion

Größe des Siegels

Die Größe des FAIRTRADE-Produktsiegels muss im Verhältnis zur Größe der Verpackung oder des Werbeartikels stehen. Der Größenleitfaden auf dieser Seite dient zur Orientierung bei der Auswahl der richtigen Größe unter Beachtung der für verschiedene Verpackungen und Werbeartikel empfohlenen minimalen und maximalen Größen.

Die minimalen Größen auf dieser Seite sind so berechnet, dass sie noch in einer guten Qualität gedruckt werden können und angemessen wahrgenommen werden. Bei bestimmten Produkten oder Werbemitteln kann die Größenbestimmung von dieser Matrix abweichen. In diesem Fall kann eine Durchschnittsgröße verwendet werden.

Mindestgröße

Bei der Verwendung des FAIRTRADE-Produktsiegels in kleinen Versionen muss besondere Sorgfalt auf die Erkennbarkeit des Siegels gelegt werden. Das Siegel sollte auf Druckmaterialien nicht kleiner als 7 mm in der Breite gedruckt werden, wobei in diesem Fall verstärkt auf die Lesbarkeit der Wortmarke geachtet werden muss.

Maße des FAIRTRADE-Produktsiegels

Die Breite des Siegels wird von Kante zu Kante gemessen, einschließlich des weißen Rahmens, siehe [Seite 13](#).

A4: 21 mm



A5: 17 mm



A6: 15 mm



A7: 13 mm



A8: 11 mm



Min: 7 mm



Größenleitfaden

Beispiel

Maximale
Abbildungsgröße

Minimale
Abbildungsgröße

(ISO 216 – DIN A-Reihe)

Anwendungsbeispiele

(Breite)

(Breite)

A1 (594 x 841 mm)

Poster, Displays

66 mm

60 mm

A2 (420 x 594 mm)

Displays, POS

46 mm

42 mm

A3 (297 x 420 mm)

Poster, POS, Blumensträuße

33 mm

31 mm

A4 (210 x 297 mm)

Große Packungen, 1-Liter-Kartons

21 mm

19 mm

A5 (148 x 210 mm)

Packungen und Etiketten

17 mm

15 mm

A6 (105 x 148 mm)

20-50 Teebeutel-Packung

15 mm

13 mm

A7 (74 x 105 mm)

750-ml-Flaschenetiketten

13 mm

11 mm

A8 (52 x 74 mm)

Etiketten und Hang-Tags

11 mm

7 mm

FAIRTRADE-Produktsiegel – Größenleitfaden

A4

297 mm x 210 mm

A5

210 mm x 148 mm

A6

148 mm x 105 mm

A7

105 mm x 74 mm

A8

74 mm x 52 mm

TEIL ZWEI

VERPACKUNGS- RICHTLINIEN



02

Teil zwei

2.1 WICHTIGE VERPACKUNGS- ELEMENTE

Dieser Abschnitt gibt einen Überblick darüber, wie und wo das FAIRTRADE-Produktsiegel auf Verpackungen angebracht wird. Die folgenden einzelnen Abschnitte widmen sich der Verpackung spezifischer Produkttypen.

Produktverpackung – Hauptelemente auf Verpackungen

Hauptelemente auf Verpackungen

Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss auf einer Verpackung so platziert werden, dass es von Konsument:innen als unabhängig von der Marke wahrgenommen wird.

Auf den folgenden Seiten finden Sie Vorgaben, die bei der Verwendung des FAIRTRADE-Produktsiegels und des Begriffes FAIRTRADE auf allen Verpackungsarten beachtet werden müssen.

Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss so auf der Vorderseite des Produkts platziert werden, dass es am Verkaufsort für Konsument:innen klar sichtbar ist.

Der FAIRTRADE-Begleittext kann neben dem Siegel oder hinten oder seitlich auf der Verpackung platziert werden.

Elemente auf der Verpackung

- 1 Marke (verpflichtend)
- 2 Untermarke (optional)
- 3 Produktbezeichnung (verpflichtend)
- 4 Produktbeschreibung (optional). Die Bezeichnung „FAIRTRADE“ ist nur erlaubt, wenn die Zutaten physisch rückverfolgbar sind
- 5 FAIRTRADE-Produktsiegel (verpflichtend)
- 6 FAIRTRADE-Begleittext und URL (verpflichtend)
- 7 Optionaler FAIRTRADE-Begleittext (optional)

Siehe nächste Seite für Mischprodukte und Zutaten, die gemäß Mengenausgleich behandelt werden



Produktverpackung – Hauptelemente auf Verpackungen

Hauptelemente auf Verpackungen

Bei Produkten, die nach den Bedingungen des Mengenausgleichs gehandelt wurden oder die aus mehreren Zutaten bestehen, muss das FAIRTRADE-Produktsiegel mit Pfeil verwendet werden. Dies veranlasst Konsument:innen, auf der Rückseite der Verpackung nach weiteren Informationen zu suchen.

Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss so auf der Vorderseite des Produkts platziert werden, dass es am Verkaufsort für Konsument:innen klar sichtbar ist.

Der FAIRTRADE-Begleittext kann neben dem Siegel oder hinten oder seitlich auf der Verpackung platziert werden.

Angaben auf der Verpackung

- 1 Marke (verpflichtend)
- 2 Untermarke (optional)
- 3 Produktbezeichnung (verpflichtend)
- 4 Produktbeschreibung (optional). Die Bezeichnung „FAIRTRADE“ ist nicht erlaubt, wenn die Zutaten mit den Bedingungen des Mengenausgleichs gehandelt wurden.
- 5 FAIRTRADE-Produktsiegel (verpflichtend)
- 6 FAIRTRADE-Begleittext und URL (verpflichtend)
- 7 Optionaler FAIRTRADE-Begleittext (optional)
- 8 Siegelpfeil (verpflichtend)*

* Wenn es nicht möglich ist, den Pfeil des Siegels einzufügen, ist ein generischer Pfeil oder ein Dreieck, das auf den FAIRTRADE-Begleittext hinweist, erlaubt.



Produktverpackung – Übersicht

Übersicht der Verpackungsangaben

Die Tabelle rechts stellt eine Übersicht aller zu berücksichtigenden Angaben auf Verpackungen dar.

Pflichtangaben

Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss auf der Verpackungsvorderseite in Verbindung mit der Marke abgebildet werden. Die FAIRTRADE-Zutaten und der FAIRTRADE-Begleittext müssen auf derselben Seite wie die Zutatenliste abgedruckt werden. Der FAIRTRADE-Begleittext einschließlich der FAIRTRADE-URL ist auf allen FAIRTRADE-zertifizierten verpackten Endkonsumentenprodukten verpflichtend.

Der Referenzcode des FAIRTRADE-NFO-Lizenznehmers bzw. FAIRTRADE-Code, oder die FLO-ID des Produzenten sind Pflichtangaben für bestimmte Produkte und Absatzmärkte. Bitte wenden Sie sich mit Fragen an Ihre NFO oder FI.

So ist Beispielsweise nur in Großbritannien der NFO-Referenzcode «FFL-Code» verpflichtend, wenn der Lizenznehmer nicht der Markeninhaber ist.

Freigabe von Designs

FAIRTRADE muss in den Gestaltungsprozess der Verpackung eingebunden werden und die Druckvorlage freigeben. Bei Fragen zur Freigabe von Druckvorlagen wenden Sie sich bitte an den Kontakt auf der letzten Seite dieser Richtlinien.

Bitte beachten Sie, dass für ein Produkt erst dann geworben werden kann, wenn es bei der Lizenzierungsstelle registriert und die Verpackung freigegeben wurde.

ELEMENT	FÜR KONSUMENTEN BESTIMMTE VERPACKUNG		NICHT FÜR KONSUMENTEN BESTIMMTE VERPACKUNG
Markenname	Pflicht	Seite 26	Pflicht
FAIRTRADE-Produktsiegel	Pflicht	Seite 26	Pflicht
FAIRTRADE in der Produktbezeichnung	Nur wenn FAIRTRADE-Zutaten physisch rückverfolgbar sind	Seiten 26, 27, 32	Nur wenn FAIRTRADE-Zutaten physisch rückverfolgbar sind
Firmenname des/der Lizenznehmer:in	empfehlenswert	Seite 26	Pflicht
FLO-ID des Produzenten	empfehlenswert (Pflicht für frisches Obst)	Seite 33, 37	Pflicht
NFO-Referenzcode bzw. FAIRTRADE-Code	Pflicht für einige Märkte	Siehe links und Seite 85	Pflicht für einige Märkte
FAIRTRADE-Zutatenliste	Pflicht	Seite 57	empfehlenswert
FAIRTRADE-Begleittext	Pflicht (+ optional)	Seite 55-62	empfehlenswert
FAIRTRADE-URL	Pflicht	Seite 55-62	Pflicht

Produktverpackung – Platzierung des FAIRTRADE-Produktsiegels

Markenhierarchie

Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss immer in Verbindung mit der Marke und der Produktbezeichnung/Produktbeschreibung auf der Vorderseite der Verpackung abgedruckt werden. Zwischen FAIRTRADE-Produktsiegel und der Marke ist eine klare Hierarchie einzuhalten. Es darf nicht so platziert werden, dass es als Siegel eines anderen Unternehmens oder einer anderen Organisation als FAIRTRADE International oder eins ihrer Mitglieder missverstanden werden könnte.

Die Marke muss immer größer oder zumindest auffälliger als das Siegel gedruckt werden. Das Siegel sollte idealerweise im unteren Teil der Verpackung mit Abstand zur Marke platziert werden, damit die beiden Elemente als unabhängig voneinander wahrgenommen werden. Es ist nicht zulässig, FAIRTRADE oder den Namen einer Nationalen FAIRTRADE-Organisation (NFO) als Teil der Marke zu verwenden. Das FAIRTRADE-Produktsiegel darf nie auf Produkte gedruckt werden, auf denen keine Produkt- oder Herstellermarke gedruckt ist.

Zu verwendendes Siegel

Siegel ohne Pfeil für Produkte mit einer Zutat, die physisch rückverfolgbar ist.

Siegel mit Pfeil für Produkte mit einer Zutat, die im Rahmen eines Mengenausgleichs gehandelt wird.

Siegel mit Pfeil für Produkte mit mehreren Zutaten, unabhängig vom Handelsmodell, physischer Rückverfolgbarkeit oder Mengenausgleich (siehe [Seite 12](#)).

Markenfarben

Wenn die Marken- oder entscheidenden Verpackungsfarben den Farben des FAIRTRADE-Produktsiegels ähneln, darf die vollfarbige Version des Siegels nicht genutzt werden. Stattdessen ist die schwarz-weiße Version zu verwenden. Die Farben FAIRTRADE Leaf Green und FAIRTRADE Sky Blue des Siegels dürfen nicht in der Marke oder Untermarke auftauchen oder als entscheidende Farbe der Verpackung verwendet werden (weitere Informationen finden Sie auf [Seite 14](#)).



01 Korrekte Verwendung

Das Siegel muss auf der Vorderseite der Verpackung, abseits der Marke, platziert werden.



02 Hierarchie

Das Siegel darf nicht auffälliger als die Marke sein.



03 Produkte ohne Produkt- oder Herstellermarke

Das Siegel darf nicht auf Produkte ohne Produkt- oder Herstellermarke gedruckt werden.

Produktverpackung – Platzierung des FAIRTRADE-Produktsiegels

Vorderseite der Verpackung

Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss immer auf die Verpackungsvorderseite gedruckt werden, um für Konsument:innen von vorne sichtbar zu sein. Bei der Platzierung des Siegels sind die Regeln für die Markenhierarchien einzuhalten.

Das Siegel muss weniger auffallend als die Marke dargestellt werden und mit Abstand zu dieser stehen. Es sollte im rechten oder linken unteren Bereich der Verpackung platziert werden, kann aber auch horizontal zentriert werden.

Hinweis

Wenn das Produkt in einem Verkaufsdisplay angeboten werden soll, muss das Siegel so platziert werden, dass es von dem Display nicht verdeckt wird, oder zusätzlich auf das Display gedruckt werden (siehe dazu auch [Seite 33](#)).

Rückseite der Verpackung

Zusätzlich zur Verpackungsvorderseite kann das FAIRTRADE-Produktsiegel auch auf der Verpackungsrückseite neben dem FAIRTRADE-Begleittext platziert werden.



01 Platzierung des Siegels

Das Siegel sollte vorzugsweise im linken oder rechten unteren Bereich abgebildet werden, kann aber auch horizontal zentriert werden.



02 Zylinderförmige Produkte

Auf runden oder zylinderförmigen Produkten ist es zulässig, das Siegel zur Hälfte außerhalb des Sichtfeldes zu platzieren, wobei mindestens die Hälfte des Siegels von vorne sichtbar sein muss.



03 Mehrere Stirnseiten

Auf Packungen oder Kisten mit mehreren Stirnseiten muss das Siegel auf allen Seiten der Verpackung abgebildet werden, die als Vorderseite wahrgenommen werden könnten. Dies unter Berücksichtigung des Größenleitfadens [Seite 22](#).

Produktverpackung – Platzierung des FAIRTRADE-Produktsiegels

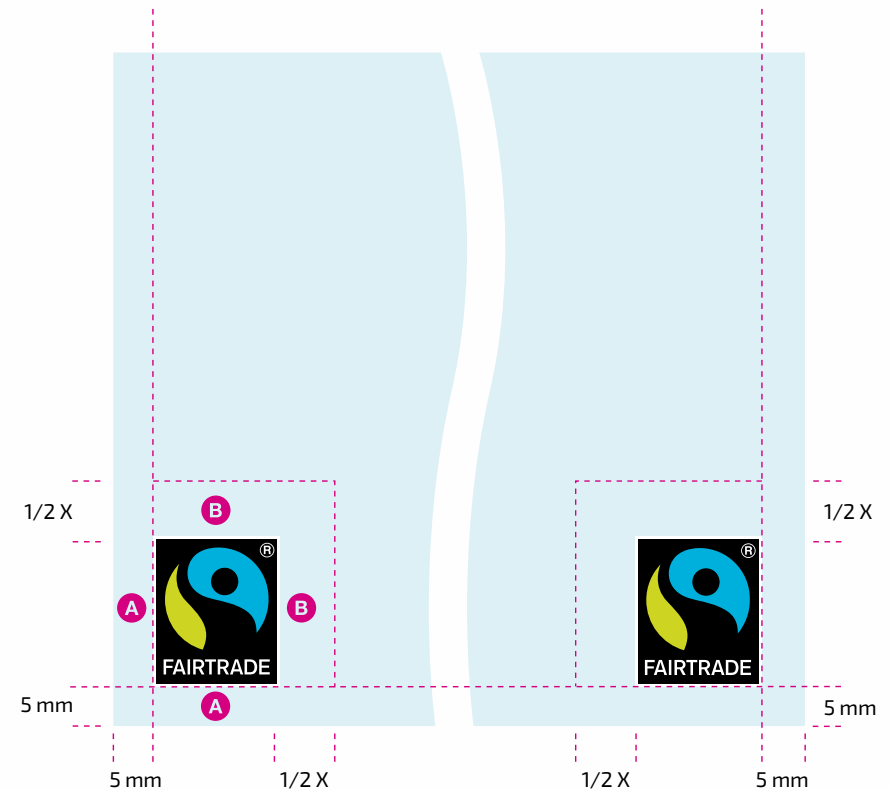
Für die Gewährleistung der gewünschten optischen Wirkung und der Erkennbarkeit des FAIRTRADE-Produktsiegels ist der Abstand zum Verpackungsrand sorgfältig zu wählen. Die Markenhierarchie muss eingehalten werden. Das Siegel darf nicht zu nah an Bereiche der Verpackung platziert werden, die noch gefalzt, versiegelt oder geschnitten werden. Wenn keine andere Platzierung möglich ist, darf das Siegel dort platziert werden, solange es am Verkaufsort perfekt sichtbar ist. Es darf nicht deformiert oder geknittert sein.

Abstand vom Verpackungsrand

Beim Platzieren des FAIRTRADE-Produktsiegels auf der Verpackung sollte zur Berücksichtigung von Fertigungstoleranzen immer ein Mindestabstand von 5 mm zwischen dem Siegel und dem Rand der Verpackung (A) oder etwaigen Versiegelungen, Nähten oder Falzlinien eingehalten werden. Der Mindestabstand ($\frac{1}{2} X$) gilt für alle anderen Seiten des FAIRTRADE-Produktsiegels (B), siehe [Seite 13](#).

Das «Eingetragenes Markenzeichen»-Symbol®

Alle Versionen des FAIRTRADE-Produktsiegels tragen das Symbol für ein eingetragenes Markenzeichen (®), das weder verschoben noch gelöscht werden darf.



Produktverpackung – Produktbezeichnung und Produktbeschreibung

Produktbezeichnung und Produktbeschreibung

Der Begriff FAIRTRADE darf in Verbindung mit der Produktbezeichnung oder der Produktbeschreibung, nicht aber in Verbindung mit der Marke oder Unter Marke verwendet werden. So darf der Name einer NFO, zum Beispiel «Max Havelaar», nicht Bestandteil der Produktbezeichnung sein.

Produkte aus einer Zutat

Produkte, die nur mit einer physisch nachverfolgbaren Zutat hergestellt werden und diese Zutat ist FAIRTRADE, z. B. Kaffee. **Bezeichnung: FAIRTRADE-Kaffee**

Mischprodukt mit 100 % physisch rückverfolgbaren FAIRTRADE-Zutaten

Zertifizierte Mischprodukte, die gemäß dem FAIRTRADE-Standard ausschließlich aus physisch rückverfolgbaren FAIRTRADE-Zutaten hergestellt werden, z. B. Schokolade (hergestellt mit FAIRTRADE-Kakao, FAIRTRADE-Zucker und anderen relevanten Zutaten). **Bezeichnung: FAIRTRADE-Schokolade**

Mischprodukt mit einem Anteil an physisch rückverfolgbaren FAIRTRADE-Zutaten

Produkte mit FAIRTRADE-Zutaten und Zutaten, die nicht FAIRTRADE sind, z. B. Schokoladenkuchen. Der Begriff „FAIRTRADE“ darf in der Produktbezeichnung/Produktbeschreibung nur verwendet werden, um die wesentlichen oder charakteristischen, physisch rückverfolgbaren FAIRTRADE-Zutaten zu kennzeichnen. **Bezeichnung: Kuchen mit FAIRTRADE-Kakao und Zucker**

Produktbezeichnung bei Mengenausgleich

Wenn Kakao, Zucker, Tee und/oder Fruchtsäfte unter Anwendung des Mengenausgleichs gehandelt wurden, darf der Begriff „FAIRTRADE“ nicht verwendet werden.

Angaben zur Herkunft

Herkunftsangaben über die Zutaten können nur dann gemacht werden, wenn diese mit physischer Rückverfolgbarkeit gehandelt wurden.

Auf der FAIRTRADE-Zertifizierung dürfen für Kakao und Zucker keine Begleittexte zum Ursprung angegeben werden. Die Zutaten werden immer noch auf der Grundlage des Gruppenmengenausgleichs gehandelt, sodass der zertifizierte Kakao und/oder Zucker möglicherweise nicht in der Produktverpackung enthalten ist.

FAIRTRADE-Produkte aus einer Zutat

Zulässige Produktbezeichnungen:

FAIRTRADE-Bananen
FAIRTRADE Cabernet Sauvignon
FAIRTRADE-Kaffee, stark geröstet
FAIRTRADE-Schwarztee aus Ceylon *

Nicht zulässige Produktbezeichnungen:

Die Verwendung des Begriffs „FAIRTRADE“ ist nicht zulässig, wenn er als Marke oder Unter-marke verwendet wird:

- ✗ FAIRTRADE (Markenname) Cabernet Sauvignon
- ✗ Max Havelaar Kaffee

Die Verwendung des Begriffs „FAIRTRADE“ ist nicht zulässig, wenn die genannte(n) Zutat(en) gemäß Mengenausgleich gehandelt wurde(n):

- ✗ Kekse mit FAIRTRADE-Kakao
- ✗ Müsli mit FAIRTRADE-Kakaoflocken
- ✗ FAIRTRADE-Tee
- ✗ FAIRTRADE-Orangensaft

*** Nur wenn die Lieferkette des Tees physisch rückverfolgbar ist**

FAIRTRADE-Produkte aus mehreren Zutaten

Zulässige Produktbezeichnungen:

Cappuccino mit FAIRTRADE-Kaffee
Rum mit FAIRTRADE-Zucker *
Muffin mit FAIRTRADE-Kakao, Zucker und Bananen *
Getränk mit FAIRTRADE-Schokolade *

Nicht zulässige Produktbezeichnungen:

Die Verwendung des Begriffs „FAIRTRADE“ ist nicht erlaubt, wenn nicht klar ist, welche Zutat FAIRTRADE-zertifiziert ist:

- ✗ FAIRTRADE-Cappuccino
- ✗ FAIRTRADE [Name des alkoholischen Getränks]
- ✗ FAIRTRADE-Muffin mit Schokolade

Ausnahme:

Wenn die einzige Zutat im Rum zu 100 % aus FAIRTRADE-Rohrzucker oder dessen Derivaten besteht, kann das Produkt „FAIRTRADE-Rum“ genannt werden, **vorausgesetzt, der Zucker ist physisch rückverfolgbar.**

*** Nur wenn die Zutaten unter Verwendung physischer Rückverfolgbarkeit gehandelt wurden**

Produktverpackung – Gebindeverpackungen für Endverbraucher

Verkaufsverpackungen

Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss auf allen für Konsument:innen sichtbaren Verkaufsdisplays und Behältern für lose FAIRTRADE-zertifizierte Ware aufgedruckt werden. Es darf jedoch nur benutzt werden, wenn alle in den Behältern enthaltenen Produkte FAIRTRADE-zertifiziert sind.

Regal-Displays und Verkaufshilfen

Wenn das FAIRTRADE-Produktsiegel auf Verkaufshilfen platziert wird, müssen dieselbe Marke und die Produktbezeichnung/Produktbeschreibung auf dem Produkt ebenfalls auf der Verkaufshilfe erscheinen.

Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss nicht auf die Verkaufshilfe gedruckt werden, wenn es auf mindestens einem Produkt in der Verkaufshilfe zu erkennen ist.

Weitere Informationen finden Sie im Abschnitt Point of Sale auf [Seite 69](#).

Behälter für den Offenverkauf

Auf allen für den Offenverkauf an Endkonsument:innen bestimmten Kartons und Behältern müssen der Markenname und das FAIRTRADE-Produktsiegel erscheinen. Es wird empfohlen, die Produktbezeichnung/Produktbeschreibung, FLO-ID oder den NFO-Referenzcode, den Namen des Lizenznehmers sowie das Herkunftsland zu nennen. (Auf einigen Märkten ist ein NFO-Referenzcode verpflichtend.)

Einige Lieferketten fordern außerdem die Aufführung von mindestens 3 FLO-IDs: die des Packers sowie jeweils eine in der Lieferkette vor- und nachgelagerte ID.

Sie erhalten diese Informationen bei Ihrer Lizenzierungsstelle oder FLOCERT. Diese Angaben müssen auch stehen, wenn die einzelnen Produkte selbst mit dem FAIRTRADE-Produktsiegel ausgezeichnet sind. Dies gilt Beispielsweise für Versandbehälter, die auch im Einzelhandel verwendet werden, z. B. für Bananen. Das Siegel darf nicht verwendet werden, wenn nicht alle Produkte FAIRTRADE-zertifiziert sind.



01



02

01 Verkaufshilfen

Wenn das Siegel auf der Produktverpackung von der Verkaufshilfe verdeckt wird, müssen das Siegel, die Marke und die Produktbezeichnung/Produktbeschreibung auf die Verkaufshilfe gedruckt werden.

02 Verkaufshilfen

Wenn auf mindestens einer Packung das Siegel sichtbar ist, muss es nicht zusätzlich auf die Verkaufshilfe gedruckt werden. In diesem Beispiel wird der Markenname von der Verkaufshilfe verdeckt.



03



04

03 Behälter für den Offenverkauf

Kartons und Behälter für den Offenverkauf von FAIRTRADE-zertifizierten Produkten an Endkonsument:innen müssen mit dem Siegel versehen werden.

04 Zertifizierte und nicht zertifizierte Produkte

Die Verwendung des FAIRTRADE-Produktsiegels ist nicht erlaubt, wenn nicht alle Produkte in einem Behälter FAIRTRADE-zertifiziert sind.

Produktverpackung – Transport

Transportverpackungen und Gebindeverpackungen

Alle Kartons oder Behälter, die für den Transport von FAIRTRADE-zertifizierten Produkten verwendet werden und in einem für Verbraucher sichtbaren Bereich aufgestellt werden, müssen Folgendes aufweisen: Den/Die Marken- oder Produktinhaber:in, die Marke sowie einen Produkttitel oder eine Produktbeschreibung. Empfohlen: FAIRTRADE-Begleittext und URL. Die oben genannten Angaben können direkt auf den Karton gedruckt oder auf Klebeetiketten aufgebracht werden, die dann auf der Schachtel angebracht werden.

In einigen Märkten ist die Angabe eines/einer Lizenznehmer:in oder eines NFO-Referenzcodes erforderlich. Bitte wenden Sie sich an Ihre NFO.

Die FLO ID kann in einigen Lieferketten vorgeschrieben sein. Bitte stellen Sie daher sicher, dass die Transportverpackung oder die Etiketten den FLOCERT-Audit-Anforderungen entsprechen.

Ausnahmen

Die Verwendung des einfarbigen schwarzen Siegels ist auf Umverpackungen, die für den Verkauf an Endkonsument:innen bestimmt sind, nur dann zulässig, wenn sie auf einen hellen oder neutralen Hintergrund gedruckt werden (siehe [Seite 16](#)).

Um darauf hinzuweisen, dass Versandverpackungen oder Versandbehälter FAIRTRADE-zertifizierte Ware enthalten, kann anstelle des FAIRTRADE-Produktsiegels eine entsprechende Aussage, z. B. 100 % FAIRTRADE-Kaffee oder FAIRTRADE-zertifizierte Bananen, verwendet werden.

01 Gebindeverpackung

Auf Transportverpackungen, die auch für die Vermarktung der Produkte verwendet werden, z. B. Weingebinde, sollte das vollfarbige Siegel gedruckt werden.



02 Transportverpackungen

Das einfarbige schwarze Siegel darf auf Verpackungen, die für den Verkauf an Endkonsument:innen bestimmt sind, nur dann verwendet werden, wenn es auf helle oder neutrale Hintergründe gedruckt wird.

Produktverpackung – Verpackungsangaben

Freigabe der Druckvorlage

Jede Verpackung, die das FAIRTRADE-Produktsiegel trägt, muss vor dem Druck oder der Auslieferung von Ihrer Nationalen FAIRTRADE-Organisation oder dem entsprechenden FAIRTRADE International-Team schriftlich freigegeben werden.

In den meisten Märkten ist die Verpackungsfreigabe Teil des Arbeitsablaufs im Connect-System.

Prüfen Sie die Druckvorlage, bevor Sie sie zur Freigabe vorlegen, um Wiedervorlagen und dadurch verursachte Verzögerungen im Freigabeprozess gering zu halten. Die Richtlinien in diesem Handbuch können für die meisten Verpackungsarten umgesetzt werden, können jedoch nicht alle Einzelfälle abdecken. Bei offenen Fragen zur korrekten Nutzung des FAIRTRADE-Produktsiegels oder für weitere Beratung wenden Sie sich bitte an den Kontakt auf der letzten Seite dieser Richtlinien.

Produktverpackungen – Checkliste

- Produkte, die als FAIRTRADE-zertifizierte Ware angeboten oder verkauft werden, müssen das FAIRTRADE-Produktsiegel tragen. Dabei wird immer die vollfarbige Version empfohlen. [Seite 13](#).
- Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss auf die Vorderseite der Verpackung oder des Produktes gedruckt werden und für Endkonsument:innen gut sichtbar sein. Es sollte vorzugsweise im linken oder rechten unteren Bereich platziert werden. [Seite 26](#) und [Seite 27](#).
- Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss immer seinen unabhängigen Charakter als Produktzertifizierung bewahren. Es darf nicht als Markenname oder Markenidentität aufgefasst werden. Es muss weniger auffallend als die Marke dargestellt werden und mit Abstand zu dieser stehen. [Seite 26](#), [Seite 27](#) und [Seite 29](#).
- Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss in einer Größe aufgedruckt werden, die in einem passenden Verhältnis zur Größe der Verpackung und den anderen Elementen auf der Verpackungsvorderseite steht. [Seite 22](#) und [Seite 23](#).
- Zusätzlich empfohlene Angaben auf der Verpackung wie Produktbezeichnung und Produktbeschreibung, Produktinhaber:in (z. B. Lizenznehmer:in) und die FLO-ID des Produzenten oder der FAIRTRADE-Code werden empfohlen. Ein NFO-Referenzcode ist auf einigen Märkten Pflicht. Ausnahmen, bei denen die FLO-ID verpflichtend ist, sind auf den entsprechenden Seiten vermerkt.
- Der FAIRTRADE-Begleittext ist auf allen FAIRTRADE-zertifizierten verpackten Endkonsumentenprodukten verpflichtend. [Seite 26](#) und [Seite 27](#). Der Abschnitt über Begleittexte beginnt ab [Seite 55](#).
- Bitte beachten Sie, dass das FAIRTRADE-Produktsiegel in keiner Form verändert werden darf.
- Für die Freigabe von Designs wenden Sie sich zuerst an FAIRTRADE International, wenn Ihr Land keine NFO hat. Die meisten NFOs und FAIRTRADE International verwalten die Freigabe von Verpackungsdesigns über ein System namens „Connect“. Bitte wenden Sie sich an Ihre Lizenzierungsstelle (NFO oder FI). [Ihre lokale NFO](#) unter www.fairtrade.at

02

Teil zwei

2.2 SPEZIFISCHE ANFORDERUNGEN

Dieser Abschnitt enthält Richtlinien zur Nutzung des FAIRTRADE-Produktsiegels auf Lebensmitteln und Getränken. Richtlinien für Non-Food-Produkte wie Blumen und Pflanzen sowie Sportbälle folgen im nächsten Abschnitt.

Lebensmittel und Getränke – Lose verkaufte Obst und Gemüse

Lose verkaufte Obst und Gemüse (einzeln oder mehrere Produkte der gleichen Art) muss einzeln mit dem FAIRTRADE-Produktsiegel gekennzeichnet werden. Wenn mehrere Früchte als Einheit verkauft werden, wie z. B. Bananen in einer Hand, muss mindestens eine Frucht mit einer Klebeetikette versehen werden. Die Klebeetiketten dürfen zu keinem anderen Zweck verwendet werden (siehe auch nächste Seite).

Klebeetiketten ohne Marke

Klebeetiketten können die Form eines abgerundeten Rechtecks oder Ovals haben, wobei das Siegel in keinem dieser Fälle verändert werden darf. Sie dürfen zu keinem anderen Zweck verwendet werden.

Pflichtangaben

- FAIRTRADE-Produktsiegel
- FLO-ID Produzentenorganisation*
- FLO-ID für Händler in einigen Märkten*

Das Siegel und seine Größe

Das Siegel muss genau und klar mit den korrekten Farbreferenzen wiedergegeben werden (siehe [Seite 14](#)). Nur die von FAIRTRADE bereitgestellten Siegeldateien dürfen verwendet werden. Sie dürfen nicht geändert werden. Das Siegel darf nicht weniger als 7 mm breit und nicht mehr als 11 mm breit sein, wobei von Kante zu Kante einschließlich des weißen Rahmens gemessen wird. Die Wortmarke FAIRTRADE und gegebenenfalls MAX HAVELAAR müssen lesbar sein.

Anbringung

Die Produzentenorganisationen dürfen Etiketten nur für FAIRTRADE-Verkäufe und im Namen eines Lizenznehmers anbringen (Näheres dazu im FAIRTRADE-Standard).

* Überdrucken ist gegebenenfalls zulässig

X



01 Größe

Abhängig von der Größe der Klebeetikette eine Breite von 7 mm bis 11 mm, einschließlich des weißen Rahmens (X).

X



Mindestens 12 % von X

Mindestens 12 % von X

02 Ausnahme

Nur für Klebeetiketten auf Obst: ein Mindestabstand von mindestens 12 % der Siegelbreite (gemessen von schwarzer Kante zu schwarzer Kante) zwischen Siegel und Text.

Layout-Beispiel einer Klebeetikette von 28,4 mm x 19 mm, nur zu Darstellungszwecken. Vorlagen für Klebeetiketten können von der zuständigen NFO zur Verfügung gestellt werden.



03 Beispieleriketten

FAIRTRADE- und FAIRTRADE Max Havelaar-Beispieleriketten mit dem Ländernamen in einer oder zwei Zeilen auf einem abgerundeten Rechteck.

Abhängig vom Ländernamen kann Arial oder Arial Narrow als Schrift verwendet werden. Die Größe der Schrift kann entsprechend angepasst werden. Die Schriftfarbe muss schwarz oder dunkelgrau sein.



04 Beispieleriketten

FAIRTRADE- und FAIRTRADE Max Havelaar-Beispieleriketten mit dem Ländernamen in einer oder zwei Zeilen auf einem Oval.

Lebensmittel und Getränke – Lose verkaufte Obst und Gemüse

Klebeetiketten für Bananen

Diese Etiketten können mit einer Marke versehen sein oder nicht. Die bevorzugte Form für Klebeetiketten für Bananen ohne Produkt- oder Herstellermarke ist ein abgerundetes Rechteck. Ihre NFO kann Ihnen die Druckvorlage für diese Etiketten zur Verfügung stellen.

Jede Einheit einer Hand von Bananen muss mit mindestens einer Klebeetikette versehen sein. Die Klebeetiketten dürfen zu keinem anderen Zweck verwendet werden. Eine Hand Bananen kann auch mit mehreren Etiketten versehen werden. Es sollten jedoch nicht mehr als 3 sein, es sei denn, dass die Hand mit Klebeband zusammengehalten wird (siehe rechts).

Für die Verwendung von Flowpacks finden Sie weitere Informationen auf [Seite 41](#).

Pflichtangaben

- FAIRTRADE-Produktsiegel
- FLO-ID Produzentenorganisation *
- FLO-ID für Händler in einigen Märkten *

Das Siegel und seine Größe

Das Siegel muss genau und klar mit den korrekten Farbreferenzen wiedergegeben werden (siehe [Seite 14](#)). Nur die von FAIRTRADE bereitgestellten Siegeldateien dürfen verwendet werden. Sie dürfen nicht geändert werden. Das Siegel darf nicht weniger als 7 mm breit und nicht mehr als 11 mm breit sein, wobei von Kante zu Kante einschließlich des weißen Rahmens gemessen wird. Die Wortmarke FAIRTRADE und gegebenenfalls MAX HAVELAAR müssen lesbar sein.

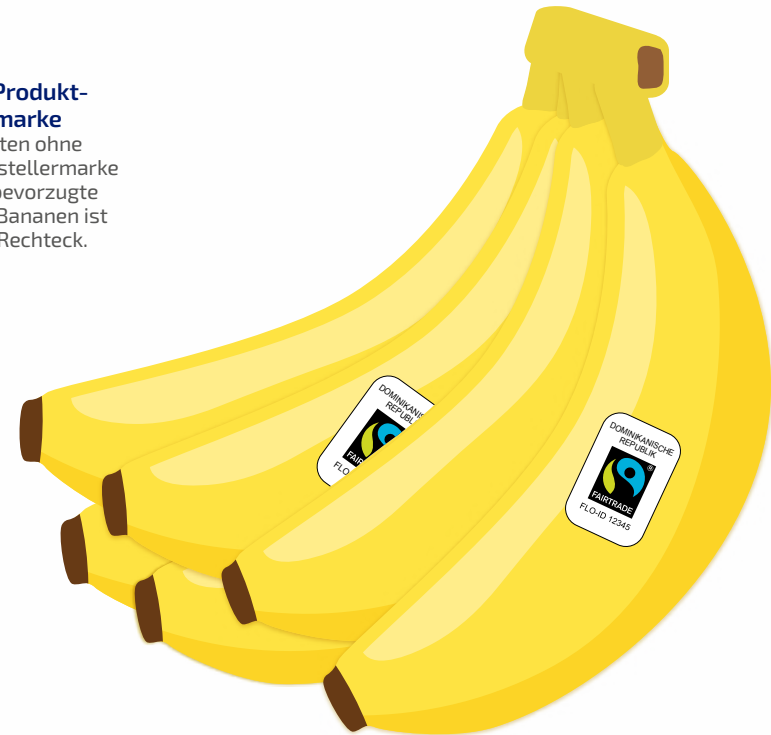
Anbringung

Die Produzentenorganisationen dürfen Etiketten nur für FAIRTRADE-Verkäufe und im Namen eines Lizenznehmers anbringen (Näheres dazu im FAIRTRADE-Standard).

* Überdrucken ist gegebenenfalls zulässig.

Etiketten ohne Produkt- oder Herstellermarke

Beispiel von Etiketten ohne Produkt- oder Herstellermarke auf Bananen. Die bevorzugte Etikettenform für Bananen ist ein abgerundetes Rechteck.



Verwendung von Klebeband, um Bananen zusammenzuhalten

Klebeband, mit dem eine Hand von Bananen zusammengehalten wird, kann die Verwendung von Plastiktüten reduzieren und ist zulässig. Das FAIRTRADE-Produktsiegel, der Begleittext, die FLO-ID und der NFO-Code (falls erforderlich) müssen zusammen in lesbarer Größe, die in einem Regal klar erkennbar ist, auf dem Klebeband angebracht werden.

Wenn Einzelhändler die Herausnahme einzelner Bananen aus einer Hand mit Klebeband erlauben, wird empfohlen, jede Banane mit einer Etikette zu versehen, welche das FAIRTRADE-Produktsiegel, das Ursprungsland und die FLO-ID enthält, damit das Produkt an der Kasse richtig identifiziert wird.

Lebensmittel und Getränke – Lose verkaufte Obst und Gemüse

Klebeetiketten mit Marke

Klebeetiketten können die Form eines abgerundeten Rechtecks oder Ovals haben, wobei das Siegel in keinem dieser Fälle verändert werden darf. Wenn mehrere Früchte als Einheit verkauft werden, wie z. B. Bananen in einer Hand, muss jede Einheit mit mindestens einer Klebeetikette versehen werden (siehe vorherige Seite). Das Design dieser Klebeetiketten darf zu keinem anderen Zweck verwendet werden. Informationen zu Etiketten mit Markenangabe auf Flowpacks oder anderen Verpackungsformen finden Sie auf [Seite 41](#).

Pflichtangaben

- Markenname (kein Produzentename)
- Teilendes Grafikelement, z. B. eine Linie
- FAIRTRADE-Produktsiegel
- FLO-ID Produzentenorganisation *
- FLO-ID für Händler in einigen Märkten *

Empfohlene Zusatzangaben: Produktbezeichnung

Das Siegel und seine Größe

Das Siegel muss genau und klar mit den korrekten Farbpräferenzen wiedergegeben werden (siehe [Seite 14](#)). Nur die von FAIRTRADE bereitgestellten Siegeldateien dürfen verwendet werden. Sie dürfen nicht geändert werden. Das Siegel darf nicht weniger als 7 mm breit und nicht mehr als 11 mm breit sein, wobei von Kante zu Kante einschließlich des weißen Rahmens gemessen wird. Die Wortmarke FAIRTRADE und gegebenenfalls MAX HAVELAAR müssen lesbar sein.

Anbringung

Die Produzentenorganisationen dürfen Etiketten nur für FAIRTRADE-Verkäufe und im Namen eines Lizenznehmers anbringen (Näheres dazu im FAIRTRADE-Standard).

* Gegebenenfalls kann ein Überdruck verwendet werden.



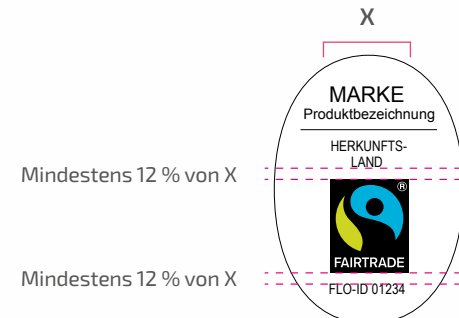
01 Größe

Abhängig von der Größe der Klebeetikette eine Breite von 7 mm bis 11 mm, einschließlich des weißen Rahmens (X).



03 Beispielerkennung

Beispielerkennung mit Produkt- oder Herstellermarken (FAIRTRADE und Max Havelaar) mit dem Ländernamen in einer oder zwei Zeilen.



02 Ausnahme

Nur für Klebeetiketten auf Obst: ein Mindestabstand von mindestens 12 % der Siegelbreite (gemessen von schwarzer Kante zu schwarzer Kante einschließlich des weißen Rahmens) zwischen Siegel und Text.

Layout-Beispiel einer Etikette mit Produkt- oder Herstellermarken, nur zu Darstellungszwecken. Vorlagen für Klebeetiketten können von der zuständigen NFO zur Verfügung gestellt werden.



Etiketten mit Produkt- oder Herstellermarken

Beispiel von Etiketten mit Produkt- oder Herstellermarken auf Früchten.

Lebensmittel und Getränke – Obst und Gemüse von kleiner Größe und/oder mit rauer Oberfläche

FAIRTRADE-zertifiziertes Obst und Gemüse, das für eine Einzelkennzeichnung zu klein oder rau ist, z. B. Weintrauben oder Lychees, muss in einer Kiste, Schale oder einem Beutel zum Verkauf angeboten werden. Obst und Gemüse mit einer rauen Oberfläche, wie z. B. Ananas, muss mit einer Hängeetikette versehen werden. Es gelten die Richtlinien für Gebindeverpackungen (siehe [Seite 33](#) und [Seite 34](#)).

Pflichtangaben

- Markenname oder Name des Produktinhabers
- FAIRTRADE-Produktsiegel
- Der FAIRTRADE-Begleittext für Verpackungen (siehe [Seite 57](#))
- Die Angaben können auf die Rückseite der Hängeetikette gedruckt werden.
- Händler-FLO-ID in einigen Märkten *

Empfohlene Zusatzangaben: FLO-ID des Produzenten*, Herkunftsland* und Produktbezeichnung. Ein NFO Referenzcode kann ebenfalls verwendet werden. Dieser Referenzcode ist auf manchen Märkten verpflichtend. Ihre NFO kann Sie diesbezüglich beraten.

Siegelgröße

Die Breite des Siegels wird von Kante zu Kante einschließlich des weißen Rahmens gemessen, siehe [Seite 22](#) für eine Größentabelle. Die Wortmarke FAIRTRADE (und gegebenenfalls MAX HAVELAAR) muss lesbar sein.

Das Siegel

Das Siegel muss genau und klar mit den korrekten Farbreferenzen wiedergegeben werden (siehe [Seite 14](#)). Nur die von FAIRTRADE bereitgestellten Siegeldateien dürfen verwendet werden. Sie dürfen nicht geändert werden.

Anbringung

Die Produzentenorganisationen dürfen diese Beispiele nur für FAIRTRADE-Verkäufe und im Namen eines Lizenznehmers anbringen (Näheres dazu im FAIRTRADE-Standard).

* Überdrucken ist gegebenenfalls zulässig.



01 Sonstige Angaben

Sonstige Angaben, z. B. Produktinformationen, Barcodes usw. können auf dem Verkaufsdisplay hinzugefügt werden, wenn sie eindeutig und vom Siegel getrennt sind. Bei Hängeetiketten dürfen diese Angaben nur seitlich oder auf einer anderen Seite angebracht werden, wenn eine Faltetikette verwendet wird.

02 Hängeetikette

Obst und Gemüse mit einer rauen Oberfläche (z. B. Ananas) muss mit einer Hängeetikette versehen werden.



03 Verkaufsdisplay

Obst und Gemüse, das für eine Einzelkennzeichnung zu klein oder rau ist, muss in einer Kiste, Schale oder einem Beutel verkauft werden. FAIRTRADE-Begleittext und FLO-ID des Produzenten können auf derselben Seite wie die Marke oder auf einer anderen Seite gedruckt werden.



Lebensmittel und Getränke – verpacktes Obst und Gemüse

Verpacktes Obst und Gemüse muss je nach Verpackungsart auf dem Netz, der Verpackung, dem Beutel oder der Kiste mit dem FAIRTRADE-Produktsiegel gekennzeichnet werden. Bei allen Verpackungsarten muss das Siegel mindestens einmal auf die Vorderseite der Verpackung gedruckt werden.

Pflichtangaben

- Markenname oder Name des Produktinhabers
- FAIRTRADE-Produktsiegel
- Der FAIRTRADE-Begleittext für Verpackungen (siehe [Seite 55](#))
- FLO-ID für Händler in einigen Märkten *

Empfohlene Zusatzangaben: FLO-ID des Produzenten, Herkunftsland und Produktbezeichnung. Ein NFO-Referenzcode kann ebenfalls verwendet werden. Dieser Referenzcode ist auf manchen Märkten verpflichtend. Ihre NFO kann Sie diesbezüglich beraten.

Das Siegel und seine Größe (siehe vorherige Seite).

Verpacktes oder unverpacktes Obst und Gemüse

Wenn Obst oder Gemüse in einer durchsichtigen Tüte, einem Flowpack oder Ähnlichem umverpackt werden, müssen die Einheiten bereits Etiketten mit der FLO-ID des/der Produzent*in aufweisen, sodass Letzteres bei der Umverpackung nicht verpflichtend ist.

Klarsichtbeutel

Bei direktem Druck auf einem transparenten Substrat, z. B. einem Plastikbeutel, müssen die weißen Teile des Siegels gedruckt werden; siehe [Seite 12](#) und [Seite 14](#).

Ausnahme

Mehrere vollfarbige FAIRTRADE-Produktsiegel können wie ein «Tapetenmuster» auf Plastikbeutel aufgedruckt werden oder Etiketten können entsprechend maschinell angebracht werden. Die Vorgabe, das FAIRTRADE-Produktsiegel auf dem Hauptetikettenbereich vorn zu drucken, wird dadurch nicht ersetzt. Ein Mindestabstand von mindestens 200 % der Siegelbreite zwischen den einzelnen Siegeln muss gewahrt werden.

Anbringung

Es gilt die gleiche Vorgabe wie auf den vorherigen Seiten zu Obst und Gemüse.



01



02



03



04

01 Netzbänderole
Auf Bänderolen, die um ein Netz gewickelt werden, können das Siegel und Pflichtangaben auf der ganzen Bänderolenlänge wiederholt werden.

02 Plastikbeutel
Das Siegel mit dem FAIRTRADE-Begleittext kann direkt auf den Beutel oder auf eine Klebeetikette oder auf eine Kombination von Beutel und Kleber gedruckt werden.

04 Ausnahme
Mehrere FAIRTRADE-Produktsiegel können auf Obst- und Gemüsebeutel gedruckt werden. Eine diagonale Ausrichtung ist zulässig, solange alle Siegel in dieselbe Richtung gekippt sind.

03 Kisten oder Schachteln

Sonstige Angaben, z. B. Produktinformationen, Barcodes usw., können der Verkaufsschachtel hinzugefügt werden, sofern sie klar und getrennt vom FAIRTRADE-Produktsiegel aufgeführt werden; bei Hänge- oder Kragenetiketten dürfen diese Informationen nur an der Seite oder auf einer anderen Seite stehen, wenn ein Faltetikett verwendet wird.

Lebensmittel und Getränke – Getränke

Getränke

Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss auf allen Verpackungen und Behältern, in denen Getränke verkauft werden können, gedruckt werden. Das können z. B. Flaschen, Getränkebeutel, Tetra-Packs, Kisten oder Dosen sein. Das Siegel muss stets auf der Vorderseite der Verpackung platziert werden. Dabei ist zu beachten, dass das Siegel mit Abstand zur Marke und zu Falzkanten oder Siegelnähten platziert werden muss.

Diese Richtlinien gelten auch für alle anderen Verpackungen wie Geschenkkartons und Gebindeverpackungen, die für den Verkauf an Endkonsument:innen bestimmt sind.

Die Etiketten mit dem Siegel müssen auf Flaschen oder Packungen maschinell (nicht von Hand) angebracht werden.

Pflichtangaben

- Verpackungsvorderseite: FAIRTRADE-Produktsiegel, Marke, Produktbezeichnung/Produktbeschreibung
- Verpackungsrückseite: FAIRTRADE-Begleittext, NFO-Referenzcode (auf manchen Märkten)

Optionale Angaben

FLO-ID Produzent:in



Falzkanten, Labelnähte oder Schnittkanten

Auf Getränkebeuteln, Kisten oder Tetra-Packs muss das Siegel auf die Verpackungsvorderseite mit Abstand zu Falzkanten oder Labelnähten platziert werden.



Flaschen oder zylinderförmige Behälter

Auf Flaschen muss das Siegel von vorne gut erkennbar sein. Es kann auf die Haupt-Klebeetikette gedruckt werden (siehe auch [Seite 30](#)).



Mehrere Stirnseiten

Auf Packungen oder Kisten mit mehreren Stirnseiten muss das Siegel auf allen Seiten der Verpackung abgebildet werden, die als Vorderseite wahrgenommen werden könnten.

Lebensmittel und Getränke – Getränke

Getränke

Das FAIRTRADE-Produktsiegel kann auf mehreren Stirnseiten abgebildet werden, aber es muss auf allen Seiten abgebildet werden, die als Vorderseite wahrgenommen werden können. Dies ist abhängig von den Display-Optionen und vom Verpackungsdesign.

Wenn die Verpackung das FAIRTRADE-Produktsiegel auf den Flaschen selbst verdeckt, muss mindestens ein Siegel auf die Vorderseite gedruckt werden.

Wenn Recyclingmaterial in heller oder neutraler Farbe verwendet wird und Farbeinschränkungen gelten, kann ausnahmsweise das Siegel «weiß» oder das Siegel «schwarz» verwendet werden. Farbeinschränkungen müssen der Lizenzierungsstelle auf Anfrage vorgelegt werden.

Das Siegel kann vollfarbig, schwarz-weiß oder einfarbig schwarz oder weiß direkt auf Glas- oder Plastikflaschen gedruckt werden. Es dürfen keine anderen Farben verwendet werden.

Andere Farben dürfen nur dann verwendet werden, wenn die Lizenzierungsstelle diese Verwendung des FAIRTRADE-Produktsiegels aufgrund von Einschränkungen beim Drucken oder bei der Aufbringung in Ausnahmefällen genehmigt.

Der FAIRTRADE-Begleittext ist auf der Außenverpackung oder auf der Flasche verpflichtend. Er kann vorne, seitlich oder hinten gedruckt werden. Klebeetiketten können ebenfalls verwendet werden.



Außenverpackung für Getränke

Das Siegel kann auf der Vorderseite oder auf mehrere Seiten gedruckt werden. Es muss aufgedruckt werden, wenn das Siegel auf den Getränken selbst nicht sichtbar ist. Das Siegel «schwarz» darf auf Recyclingmaterialien in hellen oder neutralen Farben verwendet werden.



Glas- und Plastikflaschen

Das Siegel kann direkt auf Glas oder Plastik gedruckt werden.

Essen und Getränke – Alkoholhaltige Getränke

Flaschenetiketten

Das FAIRTRADE-Produktsiegel kann bei (Wein-) Flaschen direkt auf die Front- oder die Rückenetikette gedruckt werden. Alternativ dazu kann es auch auf einer separaten Banderole platziert werden (Einzelheiten dazu auf der nächsten Seite).

Frontetikette

Auf der Vorderseite der Flasche sollte das Siegel auf die Hauptetikette mit Abstand zur Marke gedruckt werden. Das Siegel muss von vorne deutlich zu erkennen sein. Das Siegel kann auch auf einer separaten Banderole unmittelbar unter der Hauptetikette platziert werden.

Rückenetikette

Der FAIRTRADE-Begleittext und die URL müssen auf der Rückenetikette angegeben werden und von der Produktbeschreibung klar abgegrenzt sein. Siehe [Seite 55](#). Das Siegel kann zusätzlich zur Frontetikette auch auf die Rückenetikette gedruckt werden; dies ist jedoch nicht zwingend.

Pflichtangaben

- Verpackungsvorderseite: FAIRTRADE-Produktsiegel, Marke, Produktbezeichnung/Produktbeschreibung
- Verpackungsrückseite: FAIRTRADE-Begleittext

Größe

Das Siegel muss Etiketten für 750-ml-Flaschen zwischen 11 mm bis 13 mm breit sein. Für kleinere Größen beachten Sie bitte den Größenleitfaden auf [Seite 22](#).



01 Flaschen-vorderseite

Das Siegel muss von vorne gut erkennbar sein.

02 FAIRTRADE-Begleittext

Der FAIRTRADE-Begleittext muss stets erscheinen, sowohl auf der Rückenetikette als auch vorne oder auf der Banderole.

03 Flaschenhals-etikette

Das Siegel darf auf einer Flaschenhals-etikette nur dann verwendet werden, wenn der Markenname und das Siegel auch auf die Flaschenetikette gedruckt sind. Die FLO-ID des Produzenten und (gegebenenfalls) der NFO-Referenzcode müssen ebenfalls auf der Flaschenhals-etikette enthalten sein.

Essen und Getränke – Alkoholhaltige Getränke

Banderolen

Wenn der Druck des FAIRTRADE-Produktsiegels auf der Produktetikette, z. B. bei Weinflaschen, nicht möglich ist, kann es auch auf eine separate Banderole unter der Produktetikette platziert werden.

Die Höhe der Banderole wird durch die Mindestabstandsvorgaben für das Siegel bestimmt, während die Breite der Banderole der Breite der Produktetikette entsprechen muss.

Das Siegel darf nicht auf einer Banderole um den Flaschenhals platziert werden, da dies die Hierarchie verändert.

Eine rechteckige oder quadratische Klebeetikette, auf der nur das Siegel enthalten ist, ist nicht zulässig.

Größe

Beim Druck auf der Banderole einer 750-ml-Flasche sollte das Siegel nicht breiter als 13 mm sein.

Pflichtangaben

- Frontetikette: FAIRTRADE-Produktsiegel, Marke, Produktbezeichnung/Produktbeschreibung
- Rücketikette: Der FAIRTRADE-Begleittext muss auf der Rücketikette erscheinen, kann aber auch auf eine separate Banderole gedruckt werden.

Optional

Das FAIRTRADE-Produktsiegel auf dem rückseitigen Etikett.

Anbringung

Die Banderolen vorne und hinten müssen maschinell, nicht von Hand aufgebracht werden.



01 Frontetikette

Wenn das Siegel auf einer separaten Banderole gedruckt wird, muss diese unter der Hauptetikette angebracht werden.

02 Rückenetikette

Der FAIRTRADE-Begleittext darf auf einer Banderole hinten auf der Flasche erscheinen.

03 Platzierung des Siegels

Das Siegel darf nicht um den Flaschenhals herum platziert werden. Eine rechteckige oder quadratische Klebeetikette, auf der nur das Siegel enthalten ist, ist nicht zulässig.

Essen und Getränke – Alkoholhaltige Getränke

Alkoholhaltige Getränke, bei denen es sich um Mischprodukte handelt

Alkoholhaltige Getränke, bei denen es sich um Mischprodukte handelt und alle Zutaten, die FAIRTRADE-zertifiziert werden können, FAIRTRADE-zertifiziert sind, müssen das FAIRTRADE-Produktsiegel mit Pfeil und dem entsprechenden FAIRTRADE-Begleittext, abhängig vom Rückverfolgbarkeitstyp der Zutaten, verwenden. Siehe [Seite 56](#) und [Seite 57](#).

Dabei kann es sich um Mischprodukte wie aromatisiertes Bier, Apfelwein, aromatisierte Sangria, vorgemischte Cocktails in Flaschen, perlende alkoholische Getränke, Cooler usw. handeln.

Wenn das alkoholische Getränk nur eine FAIRTRADE-Zutat enthält, fragen Sie bitte Ihre Lizenzierungsstelle nach dem FAIRTRADE-Rohstoff-Modell (siehe [Seite 10](#)).

Wenn das Branding in sehr hellen Farben gehalten ist, darf das Siegel «schwarz» oder das Siegel «weiß» auf Flaschenetiketten nicht verwendet werden. Siehe [Seite 16](#).

Es gelten andere relevante Regeln.



Alkoholhaltiges Mischprodukt mit dem Siegel «vollfarbig».



Alkoholhaltiges Mischprodukt mit dem schwarz-weißen Siegel.



Auf der Rückseite (Etikette oder Aufdruck) muss der FAIRTRADE-Begleittext erscheinen.

Non-Food – Blumen

Einzelne Blumenstiele

Einzelne Blumenstiele oder Blattwerk, die als FAIRTRADE-zertifizierte Ware angeboten und verkauft werden, müssen mit einer Klebeetikette für Einzelstiele versehen werden, die das FAIRTRADE-Produktsiegel zeigt. Das gilt für den Einzelverkauf sowie für den Verkauf in einem gebundenen Strauß.

Auf der Einzelstieleetikette müssen zusätzlich die FLO-ID des Produzenten und auf einigen Märkten zusätzlich der NFO-Referenzcode angegeben werden. Empfohlene Zusatzangaben sind das Herkunftsland, eine Marke oder die Produktbezeichnung/Produktbeschreibung.

FAIRTRADE-Begleittext

Wenn Platz vorhanden ist, sollte der FAIRTRADE-Begleittext auf der Einzelstieleetikette angegeben werden (siehe [Seite 49](#)). Aufgrund des begrenzten Platzes ist der Aufdruck des FAIRTRADE-Begleittext auf kleinen Etiketten nicht Pflicht.

Pflichtangaben

Auf der Einzelstieletikette: FLO-ID des Produzenten oder NFO-Referenzcode (auf manchen Märkten).

Optionale Angaben

FAIRTRADE-Begleittext oder nur die FAIRTRADE-URL.

Anbringung

Die Produzentenorganisationen dürfen diese Beispiele nur für FAIRTRADE-Verkäufe und im Namen eines Lizenznehmers anbringen (Näheres dazu im FAIRTRADE-Standard).



Klebeetikette

Die Einzelstieleetikette muss die FLO-ID des Produzenten enthalten. Ein NFOReferenzcode kann ebenfalls aufgenommen werden (dies ist auf einigen Märkten Pflicht).

Die Einzelstieleetikette muss vom Lizenznehmer selbst oder von der Produzentenorganisation in dessen Auftrag angebracht werden.

Non-Food – Sträuße oder Blattwerk mit 100 % FAIRTRADE

Zertifizierte Blumen und Blattwerk (Stiele)

Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss auf alle Verpackungen für einzeln oder im Bund angebotene und verkaufte FAIRTRADE-zertifizierte Blumen oder Blattwerk abgedruckt werden.

Die Pflichtangaben können direkt auf die Blumentüte oder auf einer Etikette, die auf die Blumentüte geklebt wird, oder einer Kombination aus Etikette und Blumentüte gedruckt werden. Dabei müssen das Siegel und der FAIRTRADE-Begleittext (einschließlich FAIRTRADE-URL) immer als Einheit abgebildet werden.

Sträuße

Dabei handelt es sich um vorgefertigte Sträuße, die von den FAIRTRADE-Produzent:innen über eine FAIRTRADE-Lieferkette kommen. Das Siegel darf nicht auf Sträußen verwendet werden, die z. B. bei einem Einzelhändler oder Floristen neu zusammengestellt wurden und nicht zertifizierte Blumen oder Blattwerk enthalten. Sie dürfen nicht als FAIRTRADE gekennzeichnet werden.

Pflichtangaben

Auf der Verpackung: FAIRTRADE-Produktsiegel, Marke, Produktbezeichnung/Produktbeschreibung, FLO-ID des Produzenten und gegebenenfalls NFO-Referenzcode, FAIRTRADE-Begleittext:

Alle Stiele in diesem Strauß wurden von FAIRTRADE-Produzent:innen angebaut, nach FAIRTRADE-Standards zertifiziert und gehandelt. {Mehr Info}: fairtrade.at/siegel

Optionale Angaben

Produktinhaber:in (z. B. Lizenznehmer:in)



01

MARKE
PRODUKTBEZEICHNUNG

FLO-ID 12345



Alle Stiele in diesem Strauß wurden von FAIRTRADE-Produzent:innen angebaut, nach FAIRTRADE-Standards zertifiziert und gehandelt. Mehr Info: fairtrade.at/siegel

02

01 Platzierung des FAIRTRADE-Produktsiegels

Um die Sichtbarkeit des Siegels bei einem Bund oder Strauß, der in einem Eimer zum Verkauf angeboten wird, sicherzustellen, muss das Siegel im oberen Drittel der Verpackung platziert werden.

02 Klebeetikette

Alle Pflichtangaben müssen auf die Blumentüte oder auf eine Etikette, die auf die Blumentüte geklebt wird, gedruckt werden.

Non-Food – Blumen – Übersicht zu Begleittexten

FAIRTRADE-Begleittext neben dem FAIRTRADE-Produktsiegel

Der FAIRTRADE-Begleittext für Blumen muss die Zusammensetzung des Straußes widerspiegeln und den zertifizierten Inhalt eindeutig angeben:

01- 100% FAIRTRADE-Zusammensetzung (vorherige Seite).

Alle Stiele in diesem Strauß wurden von FAIRTRADE-Produzent:innen angebaut, nach FAIRTRADE-Standards zertifiziert und gehandelt. {Mehr Info}: fairtrade.at/siegel

Sträuße mit gemischten Inhalten

Sträuße, bei denen ein oder zwei Blumensorten FAIRTRADE sind, der Rest jedoch nicht, unterliegen den Vorschriften des FAIRTRADE-Rohstoff-Modells. Bitte beachten Sie die [Richtlinien zum FAIRTRADE-Rohstoff-Siegel](#).



MARKE PRODUKTBEZEICHNUNG



Alle Stiele in diesem Strauß wurden von FAIRTRADE-Produzent:innen angebaut, nach FAIRTRADE-Standards zertifiziert und gehandelt. Mehr Info: fairtrade.at/siegel
FLO-ID 12345

01

MARKE PRODUKTBEZEICHNUNG

Blattwerk von konventionellen Betrieben

FLO ID 12345



Alle Stiele in diesem Strauß wurden von FAIRTRADE-Produzent:innen angebaut, nach FAIRTRADE-Standards zertifiziert und gehandelt. Mehr Info: fairtrade.at/siegel

02

Non-Food – Pflanzen und Bäume

Pflanzen und Bäume

FAIRTRADE-zertifizierte Pflanzen und Bäume mit oder ohne Behälter müssen auf dem Behälter, der Verpackung oder dem Pflanzenschild mit dem FAIRTRADE-Produktsiegel gekennzeichnet werden.

Pflichtangaben

Auf der Verpackung oder dem Pflanzenschild: FAIRTRADE-Produktsiegel, Marke, Produktbezeichnung/Produktbeschreibung, FLO-ID des/der Produzent:in und NFO-Referenzcode in Märkten, in denen dieser vorgeschrieben ist, sowie der FAIRTRADE-Begleittext für Pflanzen.

Optionale Angaben

Herkunftsland.

FAIRTRADE-Begleittext für Pflanzen

[Name der Pflanze] wurde von FAIRTRADE-Produzent:innen angebaut, nach FAIRTRADE-Standards zertifiziert und gehandelt. Mehr Info: fairtrade.at/siegel
FLO-ID 12345

Der FAIRTRADE-Begleittext für Pflanzen kann auf derselben Seite wie das FAIRTRADE-Produktsiegel oder auf die Rückseite des Schilds oder der Etikette gedruckt werden.

Die FLO-ID-Nummer kann neben dem Begleittext oder an einer anderen Stelle auf dem Schild oder der Etikette platziert werden, auch auf der Rückseite.



01 Pflanzenschilder

Wenn der Platz begrenzt ist, kann der FAIRTRADE-Begleittext für Pflanzen auf die Rückseite des Pflanzenschilds gedruckt werden.



02 Klebeetiketten

Das FAIRTRADE-Produktsiegel und der FAIRTRADE-Begleittext für Pflanzen können auf eine Etikette gedruckt werden.

Non-Food – Blumenzwiebeln

Blumenzwiebeln

Bei FAIRTRADE-zertifizierten Blumenzwiebeln, die entweder lose oder verpackt zum Verkauf angeboten werden, müssen das FAIRTRADE-Produktsiegel und der FAIRTRADE-Begleittext auf die Kiste gedruckt werden. Die einzelnen Zwiebeln werden nicht ausgezeichnet.

Verpackte Blumenzwiebeln

Bei Blumenzwiebeln, die in einem Netz oder Beutel verkauft werden, müssen alle verpflichtenden und optionalen Angaben auf eine Klebeetikette oder auf die Netzbanderole gedruckt werden.

Pflichtangaben

- Auf der Kiste oder der Verpackung: FAIRTRADE-Produktsiegel, Marke, Produktbezeichnung/Produktbeschreibung, FLO-ID des/der Produzent:in und gegebenenfalls NFO-Referenzcode
- FAIRTRADE-Begleittext darunter.

Optionale Angaben

Herkunftsland.

FAIRTRADE-Begleittext für Blumenzwiebeln

[Name der Blumenzwiebel] wurde von FAIRTRADE-Produzent:innen angebaut, nach FAIRTRADE-Standards zertifiziert und gehandelt. Mehr Info: fairtrade.at/siegel FLO-ID 12345

Der FAIRTRADE-Begleittext für Blumenzwiebeln kann auf die gleiche Seite wie das FAIRTRADE-Produktsiegel oder auf die Seite der Kiste gedruckt werden.

Die FLO-ID-Nummer kann neben dem Begleittext oder an anderer Stelle auf der Kiste mit anderen Angaben zur Rückverfolgbarkeit platziert werden.



01 Lose Zwiebeln

Lose Blumenzwiebeln müssen in einer Kiste angeboten werden. Die einzelnen Zwiebeln werden nicht ausgezeichnet.

02 Verpackte Blumenzwiebeln

Bei Blumenzwiebeln, die in einem Beutel oder Netz zum Verkauf angeboten werden, muss die Etikette oder die Banderole das FAIRTRADE-Produktsiegel und den FAIRTRADE-Begleittext enthalten.



Non-Food – Jungpflanzenmaterial

In den Konsumländern fertig kultivierte Pflanzen

Die Zertifizierung von Jungpflanzenmaterial bietet FAIRTRADE-Produzent:innen eine große Chance, mehr Erzeugnisse zu fairen Bedingungen zu verkaufen. Jungpflanzenmaterial wird von FAIRTRADE-Produzentenorganisationen produziert und anschließend von Händler:innen, die von FAIRTRADE zu diesem Zweck zertifiziert sind, im Import- oder Konsumland fertig kultiviert, bevor es als voll ausgewachsene Pflanze an die Konsument:innen verkauft wird.

Zu FAIRTRADE-Jungpflanzenmaterial gehören:

- Jungpflanzen
- Pflanzenstecklinge (mit und ohne Wurzeln)
- Schößlinge

Da nur das Jungpflanzenmaterial FAIRTRADE-zertifiziert ist, wurde ein anderer FAIRTRADE-Begleittext entwickelt. Das FAIRTRADE-Produktsiegel und dieser verpflichtende Begleittext müssen zusammen auf Verpackung und Werbematerialien verwendet werden.

Pflichtangaben

- Das FAIRTRADE-Produktsiegel, die Marke oder der Name des/der Produktinhaber:in, die FLO-ID des/der Produzent:in und gegebenenfalls der NFO-Referenzcode.
- FAIRTRADE-Begleittext für Jungpflanzenmaterial.

FAIRTRADE-Begleittext für Jungpflanzenmaterial:

[Jungpflanze/Steckling/Schößling, Optional: Name der Pflanze] von Arbeiter:innen auf FAIRTRADE-Farmen in Entwicklungsländern (oder Region oder Land) produziert und [optional: Name der voll ausgewachsenen Pflanze] in [Land/EU] fertig kultiviert.
Mehr Info: fairtrade.at/siegel

Hinweis: Die optionalen Teile des verpflichtenden Begleittextes in den eckigen Klammern [] können zur Angabe der Jungpflanze, der voll ausgewachsenen Pflanze sowie des Herkunfts- und Ziellandes verwendet werden.



01 Pflanzenschilder

Beispiel für das FAIRTRADE-Produktsiegel auf der Vorderseite und den verpflichtenden Begleittext auf der Rückseite eines Pflanzenschildes. Siegel und Begleittext können auf derselben Seite platziert werden.



02 Klebeetiketten

Das FAIRTRADE-Produktsiegel und der FAIRTRADE-Begleittext für Jungpflanzenmaterial können auf eine Etikette gedruckt werden.

Non-Food – Sportbälle

Sportbälle

Bei Sportbällen, die in FAIRTRADE-zertifizierten Betrieben genäht oder zusammengefügt wurden, müssen die Marke oder ein Vereinsname, das FAIRTRADE-Produktsiegel, ein Siegelbegleitsatz und (gegebenenfalls) der NFO-Referenzcode direkt auf die Waben gedruckt werden. Das Siegel sollte von allen Seiten sichtbar sein und darf höchstens dreimal auf dem Ball abgebildet werden.

Pflichtangaben

Die Marke oder der Vereinsname müssen auf dem Ball stärker hervortretend als das FAIRTRADE-Produktsiegel abgebildet werden. Das Siegel muss einen Begleitsatz haben, der die Art des Sportballs angibt:

Unter FAIRTRADE-Bedingungen hergestellter (Art des Balls).

Beispiel: Unter FAIRTRADE-Bedingungen hergestellter Fußball. Mehr Info: fairtrade.at/siegel.

Optionale Angaben

Der FAIRTRADE-Begleittext für Sportbälle ist optional.

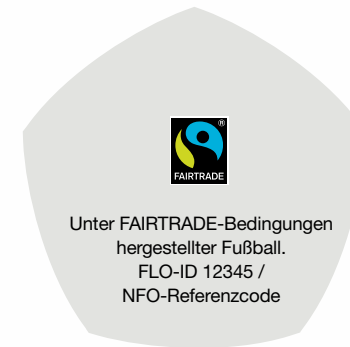
Die FLO-ID des/der Produzent:in und/oder der NFO-Referenzcode kann unter dem Siegelbegleitsatz auf dem Sportball platziert werden. Eine oder beide Angaben sind auf manchen Märkten Pflichtangaben.

FAIRTRADE-Begleittext für Sportbälle

Unter FAIRTRADE-Bedingungen hergestellter (Art des Balls). {Mehr Info:} fairtrade.at/siegel



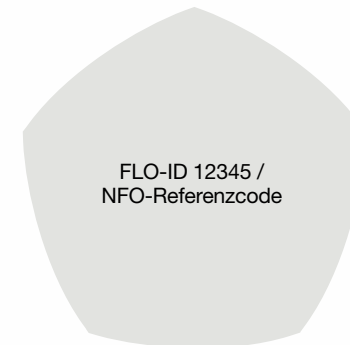
01



01 FAIRTRADE-Begleittext für Sportbälle

Der Begleitsatz muss direkt unter jedes Siegel gedruckt werden.

02



02 Referenzcode

Die FLO-ID oder der NFO-Referenzcode kann auf den Sportball unter dem FAIRTRADE-Begleittext oder auf eine separate Wabe aufgedruckt werden. FLO-ID und/oder NFO-Referenzcode sind in einigen Ländern Pflichtangaben.

Non-Food – verpackte Sportbälle

Verpackte Sportbälle

Auf die Verpackung (Kiste, Netz, Plastik usw.) von FAIRTRADE-zertifizierten Sportbällen müssen die Marke oder ein Vereinsname, das FAIRTRADE-Produktsiegel, der FAIRTRADE-Begleittext für Sportbälle und/oder ein Verweis auf die FAIRTRADE-URL aufgedruckt werden. Optional kann zusätzlich die FLO-ID oder der NFO-Referenzcode angegeben werden.

Wenn der Markenname und das FAIRTRADE-Produktsiegel auf dem Ball gut sichtbar sind, müssen sie nicht erneut auf die Verpackung gedruckt werden.

Pflichtangaben

Marke oder Vereinsname, FAIRTRADE-Produktsiegel, FAIRTRADE-Begleittext für Sportbälle.

FAIRTRADE-Begleittext für Sportbälle

Unter FAIRTRADE-Bedingungen hergestellter (Art des Balls). {Mehr Info:} fairtrade.at/siegel

Optionale Informationen

Die FLO-ID des/der Produzent:in und/oder der NFO-Referenzcode kann unter dem FAIRTRADE-Begleittext auf dem Sportball platziert werden. Eine oder beide Angaben sind auf einigen Märkten Pflichtangaben.



01 Verpackung

Wenn der Markenname und das Siegel auf dem Ball gut sichtbar sind, müssen sie nicht erneut auf die Verpackung gedruckt werden, können jedoch verwendet werden.

02 Verpackung

Wenn der Markenname gut sichtbar ist, das Siegel jedoch nicht, darf das Siegel zusammen mit dem Begleittext für Sportbälle auf die Verpackung gedruckt werden. Wenn der Markenname ebenfalls nicht gut sichtbar ist, muss er auf die Verpackung gedruckt werden.



02

Teil zwei

2.3 DIE FAIRTRADE- BEGLEITTEXTE

Bei dem FAIRTRADE-Begleittext handelt es sich um einen kurzen Text, der den Verbraucher:innen die Bedeutung des FAIRTRADE-Produktsiegels und der FAIRTRADE-Zertifizierung erklärt. Ein FAIRTRADE-Begleittext und eine URL sind auf jeder Verpackung verpflichtend. Zusätzlich gibt es eine Reihe optionaler Begleittexte zur Auswahl.

FAIRTRADE-Begleittext – Übersicht

FAIRTRADE-Begleittext

Für Verpackungen von physisch rückverfolgbaren und im Rahmen eines Mengenausgleichs gehandelten Zutaten in Mischprodukten oder in Produkten aus einer Zutat.

Das FAIRTRADE-Zertifizierungssystem und seine Zertifizierungssiegel haben ihren Sitz in Europa und sind daher in ihrer Anwendung an europäisches Recht gebunden.

Aufgrund von EU-Vorschriften, **müssen FAIRTRADE-Zutaten und/oder Anteile von FAIRTRADE-Zutaten in einer von der Zutatenliste separaten Liste identifiziert werden**. Identifizierende Elemente in Schrift- oder Bildform wie Fettdruck oder Symbole dürfen in der Hauptzutatenliste zur Kennzeichnung von FAIRTRADE-Zutaten und/oder prozentualen Anteilen von Zutaten **nicht** verwendet werden.

Wie in Absatz 2.2.3 des FAIRTRADE Trader Standards angegeben, muss der FAIRTRADE-Anteil von Mischprodukten auf der Verpackung als prozentualer Anteil angegeben werden, es sei denn, dass dies dem Landesrecht widerspricht. Für FAIRTRADE-Zutaten, denen eine Ausnahmeregelung gewährt wird (Absatz 2.2.4), kann eine gesonderte Kennzeichnung auf der Verpackung verlangt werden.

Es wird empfohlen, Informationen über die FAIRTRADE-Zutaten und/oder die prozentualen Anteile der Zutaten in einem Produkt auf der URL des/der Lizenznehmer:in und/oder des/der Markeninhaber:in bereitzustellen. Die Inhalte der entsprechenden Seite müssen der zuständigen Lizenzierungsstelle zur Freigabe vorgelegt werden.

Die folgenden FAIRTRADE-Begleittexte sind für Produkte aus physisch rückverfolgbaren Zutaten und für Produkte aus Zutaten mit Mengenausgleich anzuwenden. Der FAIRTRADE-Begleittext muss in mindestens einer Sprache angeführt werden.

Bitte beachten Sie, dass die folgenden Hinweise keine Rechtsberatung darstellen, sondern lediglich **Hinweise zu Nachhaltigkeitsansprüchen sind, die sich auf FAIRTRADE beziehen**. Die Änderungen sollen es Lizenznehmer:innen ermöglichen, weiterhin Begleittexte auf der Verpackung zu platzieren, aus denen hervorgeht, dass das Produkt den Standards von FAIRTRADE International und außerdem den gesetzlichen Anforderungen entspricht.

Es liegt in der **Verantwortung des/der Lizenznehmer:in**, sicherzustellen, dass die Produktverpackung allen geltenden Gesetzen innerhalb der jeweiligen Gerichtsbarkeit der Gebiete entspricht, in denen das Produkt verkauft wird.

Lizenznehmer:innen sind letztlich dafür verantwortlich, die geltenden nationalen Gesetze einzuhalten.

FAIRTRADE-Mitarbeitende werden keine **Nachhaltigkeitsangaben von Lizenznehmer:innen** überprüfen, die nicht mit FAIRTRADE zusammenhängen (ob nun von Marken, Unternehmen, Konzernen, Produktinhabern oder zertifizierten Händlern).

Eine Reihe optionaler Begleittexte über FAIRTRADE wurden geändert. Diese sind einzusehen auf [Seite 61](#).

2025–2026 überarbeitete FAIRTRADE-Begleittexte

FAIRTRADE hat die Verpackungsangaben angepasst, um sie an die Anforderungen der EU-Richtlinie [European Union's Empowering Consumers for the Green Transition Directive](#) auszurichten. Die Richtlinie muss bis März 2026 in nationales Recht der EU-Mitgliedstaaten umgesetzt werden und tritt am 27. September 2026 in Kraft.

Zweck der Richtlinie ist es, die Verwendung unbegründeter oder irreführender Begleittexte in Bezug auf die Nachhaltigkeit zu verbieten. Die Richtlinie regelt außerdem, dass die Nachhaltigkeitsetiketten auf einem Zertifizierungsplan mit einer Verifizierung durch unabhängige Dritte oder einer etablierten öffentlichen Behörde beruhen müssen. Eine weitere Anforderung der Richtlinie betrifft die Formulierung von Nachhaltigkeitsaussagen von Unternehmen. Diese müssen klar, wahrheitsgemäß, nicht irreführend und leicht verständlich für Verbraucher:innen sein. Die Nachhaltigkeitsaussagen müssen sich auf das Produkt in der Verpackung beziehen, auf der sie abgedruckt sind.

Anwendbarkeit/Umfang

Diese allgemeine Aktualisierung der FAIRTRADE-Begleittexte betrifft alle gewerblichen Partner von FAIRTRADE, die eine Lizenzvereinbarung mit einer Lizenzierungsstelle von FAIRTRADE abgeschlossen haben – unabhängig davon, ob sie in der EU tätig sind oder nicht.

Pflichtangaben

Der FAIRTRADE-Begleittext zur Spezifizierung der FAIRTRADE-zertifizierten Zutaten einschließlich der entsprechenden FAIRTRADE-URL

sind Pflichtangaben auf jeder Verpackung. Er muss in mindestens einer Sprache, vorzugsweise deutsch, zusammen mit der FAIRTRADE-URL fairtrade.at/siegel auf jeder Verpackung aufgeführt werden. Der erste Satz ist verpflichtend (Kurzfassung), der zweite Satz ist optional (bevorzugte Fassung).

FAIRTRADE-URL

Die FAIRTRADE-URL ist Bestandteil des FAIRTRADE-Begleittextes und gibt Konsument:innen die Möglichkeit, mehr über FAIRTRADE zu erfahren. **Für internationale Verkäufe muss die internationale URL www.info.FAIRTRADE.net/sourcing verwendet werden.**

Wird ein Produkt ausschließlich in einem Land verkauft, in dem es eine Nationale FAIRTRADE-Organisation (NFO) oder FAIRTRADE-Marketing-Organisation (FMO) gibt, kann die national URL verwendet werden. Für Österreich: www.fairtrade.at/siegel.

Rückverfolgbarkeitstyp

Es gibt zwei Begleittexte, die sich auf die Rückverfolgbarkeit beziehen: physische Rückverfolgbarkeit und Mengenausgleich. Abhängig vom verfügbaren Platz sind die Begleittexte in zwei Längen verfügbar. Die Formulierung der Begleittexte erfüllen die Anforderungen der Europäischen Union an die Transparenz von Verpackungen.

Optionale Angaben

Wenn ausreichend Platz vorhanden ist, kann das FAIRTRADE-Produktsiegel zusätzlich auf die Rückseite einer Verpackung aufgedruckt werden; dies ist jedoch nicht zwingend vorgeschrieben.

Übersetzungen der FAIRTRADE-Begleittexte

Übersetzungen der FAIRTRADE-Begleittexte für physische Rückverfolgbarkeit oder den Mengenausgleich finden Sie in einem separaten Dokument. Auf den nächsten Seiten finden Sie die deutschen Versionen.

FAIRTRADE-Begleittext – Physische Rückverfolgbarkeit

Physische Rückverfolgbarkeit

Anwendbar für:

Mischprodukte oder Produkte aus einer Zutat.

Bitte beachten Sie die vorherige Seite für einen Überblick über einige Aspekte der FAIRTRADE-Begleittexte.

Bitte beachten Sie Folgendes: Es liegt in der Verantwortung des/der Lizenznehmer:in, dass die Produktverpackung alle relevanten Gesetze zur Kennzeichnung innerhalb des Rechtssystems der Gebiete erfüllt, in denen das Produkt verkauft wird.

- * Text in **{geschweiften Klammern}** ist optional.
- * Der Text in **[eckigen Klammern]** wird durch die Bezeichnung oder Angabe ersetzt.
- * Text in **(runden Klammern)** ist verpflichtend, z. B. (Mengenausgleich)

Die gendergerechte Schreibweise wird empfohlen, ist aber nicht verpflichtend.

FAIRTRADE-Begleittext

Verpflichtend auf der Verpackung

Für Zutaten mit physischer Rückverfolgbarkeit

[Name der Zutat/en mit physischer Rückverfolgbarkeit] wurde/n von FAIRTRADE-Produzent:innen angebaut, nach FAIRTRADE-Standards zertifiziert und gehandelt. Gesamt{anteil} XX %. {Mehr} {Info}: fairtrade.at/siegel

Beispiel: Kaffee wurde von FAIRTRADE-Produzent:innen angebaut, nach FAIRTRADE-Standards zertifiziert und gehandelt. Gesamt 100 %. Mehr Info: fairtrade.at/siegel

Anwendung

Die FAIRTRADE-Begleittexte, die FAIRTRADE-zertifizierte Zutaten angeben müssen, einschließlich der entsprechenden FAIRTRADE-URL, sind auf der **Verpackung verpflichtend** und unverändert anzuwenden.

Ein verpflichtender FAIRTRADE-Begleittext muss auf der Verpackung in mindestens einer Sprache, vorzugsweise Englisch, sowie zusammen mit der FAIRTRADE-URL fairtrade.at/siegel aufgeführt sein.

Diese Begleittexte können auch außerhalb der Verpackung (Off-Pack) verwendet werden.

Die neuen Begleittexte und Richtlinien treten sofort in Kraft und müssen von allen FAIRTRADE-Mitgliedern und ihren Lizenznehmer:innen umgesetzt werden. Das bedeutet, dass neue Lizenznehmer:innen die aktualisierten Richtlinien mit sofortiger Wirkung anwenden und Lizenznehmer:innen, die bereits vor der Veröffentlichung der geänderten Angaben und Richtlinien bestanden, diese in jedem neuen Design, das sie entwickeln, aktualisieren und umsetzen müssen.

Übergangszeit

Hinsichtlich der Richtlinie der Europäischen Union zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel (EmpCo) wurde beschlossen, das Umsetzungsdatum ohne zusätzliche Übergangsfristen auf den **27. September 2026** zu setzen, um die rechtlich bindende Frist der EmpCo zu berücksichtigen.

Optionale Begleittexte

Einige optionale Begleittexte zur Verwendung auf und außerhalb von Verpackungen wurden angepasst und sind auf [Seite 61](#) vorzufinden.

FAIRTRADE-Begleittext – Mengenausgleich

Mengenausgleich

Der Mengenausgleich ist nur beim Handel mit FAIRTRADE-Kakao, Zucker, Tee und Fruchtsäften zulässig. Der Gruppen-Mengenausgleich (Multi-Site) ist nur für Kakao und Zucker erlaubt.

Anwendbar für:

1. Mischprodukt (z. B. Schokoladenriegel) oder Produkte aus einer Zutat (z. B. Tee, Fruchtsaft).
2. Mischprodukte mit einer Mischung aus rückverfolgbaren und nicht rückverfolgbaren Zutaten.

Der Begriff «zertifiziert» im Zusammenhang mit einer Zutat beinhaltet physische Rückverfolgbarkeit und darf daher nicht verwendet werden..

Die FAIRTRADE-Zutat, die als FAIRTRADE bezogen wird, aber aus einer Lieferkette mit Mengenausgleich stammt, darf nicht als „FAIRTRADE“ bezeichnet werden, z. B. „FAIRTRADE-Kakao“, da FAIRTRADE-zertifizierter Kakao möglicherweise überhaupt nicht im Endprodukt enthalten ist. Siehe [Seite 32](#).

Die FAIRTRADE-Zutaten, die im Begleittext hinsichtlich des Mengenausgleichs auf der Verpackung angegeben sind, sind die Zutaten, die zu FAIRTRADE-Bedingungen bezogen wurden. Der Begleittext oder die Verpackung **darf weder implizit noch explizit darauf hinweisen, dass eine mit Mengenausgleich bezogene Zutat physisch im Produkt mit dem FAIRTRADE-Produktsiegel enthalten ist.**

Bitte beachten Sie für weitere Informationen zu den regulatorischen Aspekten der FAIRTRADE-Begleittexte auf der Verpackung [Seite 56](#).

Es wird empfohlen, Informationen über die FAIRTRADE-Zutaten und/oder die prozentualen Anteile der FAIRTRADE-Zutaten an einem Produkt auf der URL des/der Lizenznehmer:in und/oder des/der Markeninhaber:in bereitzustellen. Die Inhalte der entsprechenden Seite müssen der zuständigen Lizenzierungsstelle zur Freigabe vorgelegt werden.

FAIRTRADE-Begleittext

Verpflichtend auf der Verpackung

Für Zutaten mit Mengenausgleich

Kurzversion: Der/Die gesamte/n FAIRTRADE-[Mengenausgleich-Zutat/en] kann/können als Mengenausgleich durch nicht zertifizierte/n [Mengenausgleich-Zutat/en] ersetzt oder mit diesem/diesen vermischt werden. Gesamt{anteil} xx %. {Mehr Info}: fairtrade.at/siegel

Kurzversion Beispiel: Der gesamte FAIRTRADE-Kakao und -Zucker können als Mengenausgleich durch nicht zertifizierten Kakao und Zucker ersetzt oder mit diesen vermischt werden. Gesamt 65 %. Mehr Info: fairtrade.at/siegel

Langversion: Der/Die gesamte/n FAIRTRADE-[Mengenausgleich-Zutat/en], xx %, kann/können als Mengenausgleich {während der Verarbeitung} durch nicht zertifizierte/n [Mengenausgleich-Zutat/en] ersetzt oder mit diesem/diesen vermischt werden. Das bedeutet, dass die als FAIRTRADE eingekaufte Menge [Mengenausgleich-Zutat/en] der Menge entspricht, die für dieses gesiegelte Produkt benötigt wird. {Mehr Info}: fairtrade.at/siegel

Langversion Beispiel: Der gesamte FAIRTRADE-Kakao, 71%, kann als Mengenausgleich durch nicht zertifizierten Kakao ersetzt oder mit diesem vermischt werden. Das bedeutet, dass die als FAIRTRADE eingekaufte Menge Kakao der Menge entspricht, die für dieses gesiegelte Produkt benötigt wird. Mehr Info: fairtrade.at/siegel

Mengenausgleich, extra-kurz: nur erlaubt, wenn der Platz sehr begrenzt ist, einschließlich wenn viele Sprachen genutzt werden:

Extra-kurze Version: Der/Die gesamte/n FAIRTRADE-[Mengenausgleich-Zutat/en] kann/können durch nicht zertifizierte/n [Mengenausgleich-Zutat/en] ersetzt oder mit diesem/diesen vermischt werden (Mengenausgleich). Gesamt{anteil} xx %. {Mehr Info}: fairtrade.at/siegel

Extra-kurze Version Beispiel: Der gesamte FAIRTRADE-Kakao und -Zucker können durch nicht zertifizierten Kakao und Zucker ersetzt oder mit diesen vermischt werden (Mengenausgleich). Gesamt 56 %. fairtrade.at/siegel

Ausnahme auf Antrag, wenn die Verwendung der extra-kurzen Version nicht möglich ist:

Gesamte/r [Mengenausgleich-Zutat/en] {wurde/n} mit Mengenausgleich gehandelt. fairtrade.at/siegel

Beispiel: Gesamter Zucker mit Mengenausgleich gehandelt. Mehr: fairtrade.at/siegel

FAIRTRADE-Begleittext – Mengenausgleich und Mischformen

Mengenausgleich-Begleittexte – Fortsetzung

Angaben zur physischen Rückverfolgbarkeit für eine oder mehrere Zutaten

Wenn ein(e) Lizenznehmer:in bei einer oder mehreren Zutaten oder nur bei einer Zutat physische Rückverfolgbarkeit angeben kann, während für die übrigen Zutaten das Prinzip des Mengenausgleichs gilt, kann die gemischte Rückverfolgbarkeitsangabe verwendet werden (siehe nächste Spalte). Die Angabe einer physischen Rückverfolgbarkeit ist nur möglich, wenn für die Lieferkette des Produkts eine freiwillige physische Rückverfolgbarkeit (VPT) bei FLOCERT/INTACT registriert ist.

Optionale Begleittexte

Siehe [Seite 61](#) für eine Reihe optionaler Begleittexte, die auf der Verpackung und außerhalb der Verpackung verwendet werden können.

Weitere Angaben

Es ist nicht erlaubt, auf Produkten oder in Verbindung mit Produkten die Vorteile für FAIRTRADE-Produzent:innen in einem bestimmten Land für Kakao, Zucker, Tee oder Fruchtsaft (Mengenausgleich-Zutaten) zu kommunizieren. Außerdem darf kein ausdrücklicher oder stillschweigender Hinweis darauf erfolgen, dass die unter Mengenausgleich beschaffene Zutat physisch in der Verpackung vorhanden ist.

Angaben zur Herkunft

Auf der FAIRTRADE-Zertifizierung dürfen für Kakao und Zucker keine Begleittexte zur Herkunft angegeben werden. Die Zutaten werden nach wie vor auf der Grundlage des Mengenausgleichs gehandelt, sodass der zertifizierte Kakao und/oder Zucker möglicherweise nicht in der Produktverpackung enthalten ist.

Mischformen

Zutaten mit und ohne Mengenausgleich im selben Produkt

Kurzversion: [Name der Zutat/en mit physischer Rückverfolgbarkeit] ist/sind FAIRTRADE-zertifiziert, gesamt xx %. Der/Die gesamte/n FAIRTRADE-[Mengenausgleich-Zutat/en], xx %, kann/können als Mengenausgleich durch nicht zertifizierte/n [Mengenausgleich-Zutat/en] ersetzt oder mit diesem/diesen vermischt werden. {Mehr Info}: fairtrade.at/siegel

Kurzversion Beispiel: FAIRTRADE-Vanille und Zimt sind FAIRTRADE-zertifiziert, gesamt 4 %. Der gesamte FAIRTRADE-Kakao, 46 %, kann als Mengenausgleich durch nicht zertifiziertem Kakao ersetzt oder mit diesem vermischt werden. Mehr Info: fairtrade.at/siegel

Langversion: FAIRTRADE-[Name der Zutat/en mit physischer Rückverfolgbarkeit] wurde/n von FAIRTRADE-Produzent:innen angebaut, nach FAIRTRADE-Standards zertifiziert und gehandelt, gesamt xx %. Der/Die gesamte/n FAIRTRADE-[Mengenausgleich-Zutat/en], xx %, kann/können {während der Verarbeitung} als Mengenausgleich durch nicht zertifizierte/n [Mengenausgleich-Zutat/en] ersetzt oder mit diesem/diesen vermischt werden. Das bedeutet, dass die als FAIRTRADE eingekaufte Menge [Mengenausgleich-Zutat/en] der Menge entspricht, die für dieses gesiegelte Produkt benötigt wird. Mehr Info: fairtrade.at/siegel

Langversion Beispiel: Vanille und Zimt wurden von FAIRTRADE-Produzent:innen angebaut, nach FAIRTRADE-Standards zertifiziert und gehandelt, gesamt 4 %. Der gesamte FAIRTRADE-Kakao, 57 %, kann als Mengenausgleich durch nicht zertifizierten Kakao ersetzt oder mit diesem vermischt werden. Das bedeutet, dass die als FAIRTRADE eingekaufte Menge Kakao der Menge entspricht, die für dieses gesiegelte Produkt benötigt wird. Mehr Info: fairtrade.at/siegel

Ausnahme

Wenn Schokoladenbestandteile wie Kakaomasse und Kakaobutter unterschiedliche Rückverfolgbarkeitsarten haben, und eine davon Mengenausgleich ist, kann allein der Mengenausgleich Begleittext verwendet werden, um Verwirrung beim Verbraucher zu vermeiden.

FAIRTRADE-Begleittext – Produkte mit mehr als 50 % Flüssigkeitsanteil

Produkte mit mehr als 50 % Flüssigkeitsanteil

Für Produkte mit >50 % hinzugefügtem Wasser- oder Milchanteil

Bei Produkten mit > 50 % hinzugefügtem Wasser- oder Milchanteil dürfen Lizenznehmer:innen diesen Anteil bei den Berechnungen des prozentualen Anteils weglassen. Dies gilt auch für Säfte aus Konzentrat, aber nicht für frische Fruchtsäfte.

Beispiel:

Wenn die Berechnung des prozentualen Anteils von Zucker in einem Erfrischungsgetränk ohne hinzugefügtes Wasser 85 % ergibt, muss auf der Verpackung angegeben werden, dass die Berechnung dieses Anteils ohne Wasser erfolgt ist.

«Ohne Wasser», «ohne Milchprodukte», «ohne Milch», «ohne Joghurt», «ohne (Bezeichnung der ausgenommenen Flüssigkeit)» muss neben dem prozentualen Anteil der FAIRTRADE-Zutaten angegeben werden, wenn dieser ohne den hinzugefügten Wasser- oder Milchanteil berechnet wird.

Näheres dazu im Trader Standard, Absatz 2.2.2.

Es ist der FAIRTRADE-Begleittext für den entsprechenden Rückverfolgbarkeitstyp zu verwenden.

Eine Erinnerung:

- * Text in {geschweiften Klammern} ist optional.
- * Der Text in [eckigen Klammern] wird durch die Bezeichnung oder Angabe ersetzt.
- * Text in (runden Klammern) ist verpflichtend, z. B. (Mengenausgleich).

Für physisch rückverfolgbare Zutaten

[Name der Zutat/en mit physischer Rückverfolgbarkeit] wurde/n von FAIRTRADE-Produzent:innen angebaut, nach FAIRTRADE-Standards zertifiziert und gehandelt. Gesamt{anteil} xx%, ohne Wasser/Milch. {Mehr Info}: fairtrade.at/siegel

Beispiel: Kaffee wurde von FAIRTRADE-Produzent:innen angebaut, nach FAIRTRADE-Standards zertifiziert und gehandelt. Gesamt 84 %, ohne Milch. Mehr Info: fairtrade.at/siegel

Für Zutaten mit Mengenausgleich

Kurzversion: Der/Die gesamte/ FAIRTRADE-[Mengenausgleich-Zutat/en] kann/können als Mengenausgleich durch nicht zertifizierte/n [Mengenausgleich-Zutat/en] ersetzt oder mit diesem/diesen vermischt werden, gesamt xx % ohne Wasser/Milch. {Mehr Info}: fairtrade.at/siegel

Beispiel: Der gesamte FAIRTRADE-Zucker kann als Mengenausgleich durch nicht zertifizierten Zucker ersetzt oder mit diesem vermischt werden. Gesamt 67 %, ohne Wasser. Mehr Info: fairtrade.at/siegel

Langversion: Der/Die gesamte/n FAIRTRADE-[Mengenausgleich-Zutat/en] kann/können {während der Verarbeitung} durch nicht zertifizierte/n [Mengenausgleich-Zutat/en] ersetzt oder mit diesem/diesen vermischt werden, gesamt xx % ohne Wasser/Milch. Die als FAIRTRADE gehandelte Menge [Mengenausgleich-Zutat/en] (Mengenausgleich) entspricht der Menge, die für dieses gesiegelte Produkt benötigt wird. {Mehr Info}: fairtrade.at/siegel

Beispiel: Der gesamte FAIRTRADE-Zucker kann durch nicht zertifizierten Zucker ersetzt oder mit diesem vermischt werden, gesamt 84 % ohne Wasser. Die als FAIRTRADE gehandelte Menge Zucker (Mengenausgleich) entspricht der Menge, die für dieses gesiegelte Produkt benötigt wird. Mehr Info: fairtrade.at/siegel

>50% Flüssigkeitsanteil und gemischte Rückverfolgbarkeit

“Alle Prozentangaben ohne Wasser/ Milch/ Bezeichnung der ausgenommenen Flüssigkeit“ ans Ende des Begleittextes für Gemischte Rückverfolgbarkeit vor die URL platzieren.

Anwendungsbereich

Absatz «2.1 Rückverfolgbarkeit» des Trader Standards gilt für alle FAIRTRADE-Akteure.

Absatz «2.2 Produkt Zusammensetzung» trifft auf alle Zusammengesetzten Nahrungsmittel zu, die ab dem 01. Juli 2011 zertifiziert wurden.

Bei Änderungen der FAIRTRADE-Standards wird die Übergangsfrist für die Siegelnutzung gemäß dem aktuellen Trader Standard auf der Grundlage des Lizenzvertrages geregelt. Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte Ihre Lizenzierungsstelle.

FAIRTRADE-Begleittext – Optional

Optionale Begleittexte

Die folgenden optionalen Begleittexte können auf oder außerhalb der Verpackung angebracht werden. Sie sind in der vorliegenden Form zu verwenden.

Die FAIRTRADE-URL geht mit dem verpflichtenden Begleittext einher. Sie muss daher nicht mit einem optionalen Begleittext wiederholt werden, es sei denn, sie wird Off-Pack kommuniziert und es gibt keinen weiteren Verweis.

Die optionalen Begleittexte enthalten vier verschiedene Themen:

Allgemeine Nachhaltigkeit

Standard Compliance und Zertifizierung

Unternehmens- oder Marken-Engagement

FAIRTRADE-Produzent:innen

Wie bei den verpflichtenden Begleittexten stellt das Folgende keine Rechtsberatung dar, **sondern bietet lediglich eine Orientierung zu Nachhaltigkeitsaussagen im Zusammenhang mit FAIRTRADE**. Die optionalen Claims sollen es Lizenznehmer:innen ermöglichen, weiterhin Angaben auf der Verpackung zu machen, die nicht mit der Einhaltung der Standards von FAIRTRADE International durch das Produkt zusammenhängen, aber dennoch regulatorischen Anforderungen entsprechen.

Lizenznehmer:innen sind letztlich dafür verantwortlich, die geltenden nationalen Gesetze einzuhalten.

Mitarbeitende von FAIRTRADE beteiligen sich nicht an der Überprüfung von Nachhaltigkeitsaussagen der Lizenznehmer:in, die nicht mit FAIRTRADE zusammenhängen (Marken, Unternehmen, Konzernen, Produktinhabern oder zertifizierten Händlern).

Optionale Claims

Auf (on-pack) oder außerhalb (offpack) der Verpackung

Allgemeine Nachhaltigkeit

Langversion: Das FAIRTRADE-Siegel steht für das gemeinsame Engagement von Bäuerinnen und Bauern, Arbeiter:innen, Unternehmen und Konsument:innen. Auf Grundlage der FAIRTRADE-Standards arbeitet diese Gemeinschaft gemeinsam daran, einen nachhaltigen und verantwortungsvollen Handel zu fördern.

Kurzversion: Das FAIRTRADE-Siegel steht für das gemeinsame Engagement von Bäuerinnen und Bauern, Arbeiter:innen, Unternehmen und Konsument:innen für einen nachhaltigen und verantwortungsvollen Handel.

Standard Compliance und Zertifizierung

Langversion: FAIRTRADE-(Zutaten) stammen von FAIRTRADE-zertifizierten Produzent:innen, welche die FAIRTRADE-Standards erfüllen, einschließlich der Anforderungen an bessere Preise und Arbeitsbedingungen.

Kurzversion: FAIRTRADE unterstützt Bäuerinnen und Bauern sowie Arbeiter:innen durch bessere Preise und Arbeitsbedingungen.

FAIRTRADE setzt Standards in den Bereichen wirtschaftliche und soziale Entwicklung sowie ökologische Nachhaltigkeit.

Unternehmens- oder Marken-Engagement

Langversion: Mit der Entscheidung für dieses Produkt unterstützen Sie unser Engagement für FAIRTRADE. Für uns bedeutet die Entscheidung für FAIRTRADE, sich gemeinsam mit den Bäuerinnen und Bauern für Fairness, Gleichheit und Nachhaltigkeit einzusetzen.

Kurzversion: Für uns bedeutet die Entscheidung für FAIRTRADE, sich gemeinsam mit den Bäuerinnen und Bauern für Fairness, Gleichheit und Nachhaltigkeit einzusetzen.

FAIRTRADE Produzent:innen

Langversion: Der Verkauf von mehr [Zutaten] zu FAIRTRADE-Bedingungen unterstützt FAIRTRADE-Produzent:innen dabei, stärkere Organisationen aufzubauen und fairere Handels- und Arbeitsbedingungen zu fördern.

Kurzversion: FAIRTRADE arbeitet mit Produzent:innen zusammen, um bessere soziale Praktiken zu fördern.

* Text in **[eckigen Klammern]** wird durch die Bezeichnung oder Angabe ersetzt.

* Begleittexte, die bessere Preise erwähnen nur für Produkte verwenden, die einen Mindestpreis haben.

TEIL DREI WERBE- RICHTLINIEN



03

Teil drei

3.1 WERBUNG FÜR FAIRTRADE - PRODUKTE

Dieser Abschnitt erklärt, wie das FAIRTRADE-Produktsiegel für die Werbung von FAIRTRADE in den Bereichen Handel, Außer-Haus, Presse und Online zu verwenden ist.

Werbematerial – Übersicht

Übersicht

Bitte denken Sie daran, dass alle Produkte, die als FAIRTRADE gekennzeichnet und beworben werden, FAIRTRADE-zertifiziert sein und das entsprechende FAIRTRADE-Produktsiegel tragen müssen. Die Anwendung des FAIRTRADE-Produktsiegels auf Werbeatikeln, die in Hotels, Restaurants, Cafés, unabhängigen Konditoreien und an Warenautomaten verwendet werden, wird in diesem Abschnitt behandelt.

Positionierung

Die verschiedenen FAIRTRADE-Angaben müssen in der Werbung zusammen platziert oder gruppiert werden, siehe [Seite 28](#). Sie müssen grundsätzlich weniger auffällig als die Marke sein und dürfen nie als Empfehlung oder Sponsoring eines Ereignisses oder einer Marke durch FI oder die NFO verwendet werden, außer dies wurde schriftlich genehmigt.

Die Werbung darf nicht den Eindruck erwecken, dass FI oder die NFO Anbieter des beworbenen Produktes ist oder Verantwortung für Begleittexte in Verbindung mit den Produkten übernimmt. Werbung muss so platziert werden, dass sie in engem Zusammenhang mit den angebotenen FAIRTRADE-Produkten steht und diesen zugeordnet werden kann.

Co-Siegelung mit anderen ethischen Kennzeichen

Die Eigenständigkeit der FAIRTRADE-Pflichtangaben und die Unabhängigkeit von anderen ethischen Siegeln müssen sichergestellt werden (siehe dazu auch [Seite 21](#)). Das Siegel darf nicht durch eine zu beherrschende Darstellung als «Inhaber» des Werbematerials missverstanden werden.

Hinweis: Bei einem gemischten Angebot von physisch rückverfolgbaren Produkten wie Kaffee und Produkten, die im Rahmen eines Mengenausgleichs gehandelt werden, beispielsweise Produkte auf der Basis von Tee und Kakao, darf nur das Siegel mit Pfeil verwendet werden. Siehe [Seite 9](#) und [Seite 12](#).

01



01

02



02

03



03

01 FAIRTRADE-Angaben
Die FAIRTRADE-Angaben müssen als Einheit und weniger auffallend als die Marke abgebildet werden.

02 Markenname
Auf Werbematerialien muss immer die Marke und/oder das Markenlogo klar abgebildet werden.

03 Botschaften
Der Bezug zum FAIRTRADE-Produkt muss eindeutig sein.

Werbematerial – Außer-Haus-Bereich

Werbung für FAIRTRADE-Produkte

Cafés und Restaurants

Die nachfolgenden Richtlinien sollen die korrekte Werbung für FAIRTRADE-Produkte im Außer-Haus-Bereich sicherstellen. Das Siegel muss den angebotenen FAIRTRADE-Produkten klar zugeordnet sein und von einem Schriftzug begleitet werden, der die verfügbaren Produkte identifiziert, z. B. einem beschreibenden Hinweis oder einer Handlungsaufforderung wie «Unser Kaffee und English Breakfast-Tee sind FAIRTRADE-zertifiziert».

Das FAIRTRADE-Produktsiegel darf jeweils nur einmal auf Werbematerialien, wie z. B. Menütafeln, Becher oder Treuekarten, abgedruckt werden.

Becher oder Bechermanschetten

Auf Einwegbechern oder Bechermanschetten darf das Siegel nur aufgedruckt werden, wenn unter der entsprechenden Marke oder innerhalb der entsprechenden Produktkategorie ausschließlich FAIRTRADE-zertifizierte Produkte angeboten werden. Die Marke oder die Unternehmensmarke muss auf dem Becher immer gut zu erkennen sein.

Beispiele für Claims

- Unser gesamter Kaffee ist FAIRTRADE-zertifiziert
- Die (Namen der relevanten Teesorten) sind FAIRTRADE-zertifiziert
- Der bei uns angebotene Kaffee und Tee ist FAIRTRADE-zertifiziert

Optionale Angaben

Die FAIRTRADE-URL:

Mehr Info: fairtrade.at/siegel

Hinweis: Bei einem gemischten Angebot von physisch rückverfolgbaren Produkten wie Kaffee und Produkten, die im Rahmen eines Mengenausgleichs gehandelt werden, beispielsweise Produkte auf der Basis von Tee und Kakao, darf nur das Siegel mit Pfeil verwendet werden. Siehe [Seite 9](#) und [Seite 12](#).



01



02



03

01 FAIRTRADE-Angaben

Die FAIRTRADE-Angaben müssen als Einheit und weniger auffallend als die Marke abgebildet werden.

02 Markenname

Auf Werbematerialien muss immer ein Markenname oder Markenlogo klar abgebildet werden.

03 Botschaften

Die Botschaften zum FAIRTRADE-Produkt müssen eindeutig sein.

Werbematerial – Außer-Haus-Bereich

Der Gebrauch des Begriffes FAIRTRADE

Der Begriff «FAIRTRADE» darf nur in Verbindung mit dem FAIRTRADE-zertifizierten Produkt verwendet werden – z. B. «FAIRTRADE-zertifizierter Kaffee» – und nicht in einem allgemeinen Bezug auf FAIRTRADE, bei dem die FAIRTRADE-zertifizierte Zutat fehlt.

Bezeichnungen wie «FAIRTRADE-Cappuccino» oder «FAIRTRADE-Latte» sind demnach nicht zulässig, da der Kaffee in den Produkten FAIRTRADE-zertifiziert ist und nicht der ganze Cappuccino. Ebenso sind Bezeichnungen wie «FAIRTRADE-Menü» oder «Wir sind ein FAIRTRADE-Café» nicht erlaubt.

Damit die Aussage «Unser gesamter Kaffee ist FAIRTRADE-zertifiziert» verwendet werden kann, muss das gesamte Kaffeeangebot, einschließlich des Filterkaffees und des koffeinfreien Kaffees, FAIRTRADE-zertifiziert sein und mit dem FAIRTRADE-Produktsiegel ausgezeichnet werden.

Dasselbe gilt für andere angebotene Produkte wie Tee oder Trinkschokolade.

Das Siegel darf nicht in Verbindung mit nicht FAIRTRADE-zertifizierten Produkten gebraucht werden.

GESCHÄFTSNAME		CAFÉKARTE
KAFFEES	TEES	SÄFTE
Americano *	English Breakfast	Apfelsaft
Cappuccino *	Grüner Tee	Orangensaft
Espresso *	Oolong-Tee *	Grapefruitsaft
Latte *		
Mocha *		
Macchiato *		

 * FAIRTRADE-zertifizierter Kaffee und Oolong-Tee

Korrekte Verwendung

Das Siegel muss den angebotenen FAIRTRADE-Produkten klar zugeordnet sein.

FAIRTRADE-Produkte müssen durch ein Sternchen kenntlich gemacht und von einem beschreibenden Slogan begleitet werden, der die verfügbaren Produkte angibt.

1	GESCHÄFTSNAME	FAIRTRADE -MENÜ
2	FAIRTRADE Americano FAIRTRADE Cappuccino FAIRTRADE Espresso	Apfelsaft Orangensaft Grapefruitsaft
3	FAIRTRADE Schokoladenmuffin FAIRTRADE Blaubeermuffin FAIRTRADE Schokoladenmilchshake	Orangensaft Apfelsaft Cranberrysaft
4	 Wir verkaufen FAIRTRADE-zertifizierte Produkte	

Zu vermeiden

1 Verwenden Sie keine Begriffe wie «FAIRTRADE-Menü» oder «FAIRTRADE-Café».

2 Verwenden Sie den Begriff FAIRTRADE nicht für Produkte, die nicht zu 100 % aus FAIRTRADE-zertifizierten Zu-

taten bestehen.

3 FAIRTRADE- und Nicht-FAIRTRADE-Produkte müssen klar getrennt werden.

4 Verwenden Sie den Begriff FAIRTRADE nicht in allgemeinen Hinweisen, in denen das FAIRTRADE-Angebot nicht

Werbematerial – Außer-Haus-Bereich, Einzelhandel

Verkaufsort im Einzelhandel

Geschäfte und andere Verkaufsstellen können mit Plakaten, Schildern, Aufklebern und anderen Werbematerialien auf FAIRTRADE-Produkte aufmerksam machen.

Auf solchen Materialien muss das FAIRTRADE-Produktsiegel immer von einer Handlungsaufforderung begleitet werden, z. B.:

- Fragen Sie nach FAIRTRADE-Produkten
- Kaufen Sie hier Produkte mit dem FAIRTRADE-Produktsiegel
- Kaufen Sie Produkte mit diesem Siegel

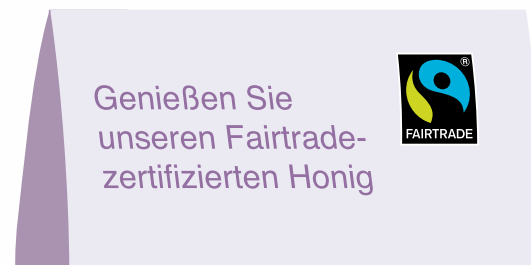
Hotels und Selbstbedienungsrestaurants

Bei 100 % FAIRTRADE-zertifizierten Produkten, wie z. B. Honig, die in Restaurants oder Hotels unverpackt serviert werden, kann der Hinweis auf FAIRTRADE beispielsweise durch einen Tischsteller gegeben und so das FAIRTRADE-Engagement des Hotels oder Restaurants unterstrichen werden.

Spezialisierte Schokoladengeschäfte und Chocolatiers

Bitte fragen Sie das zuständige Artwork-Team um Rat.

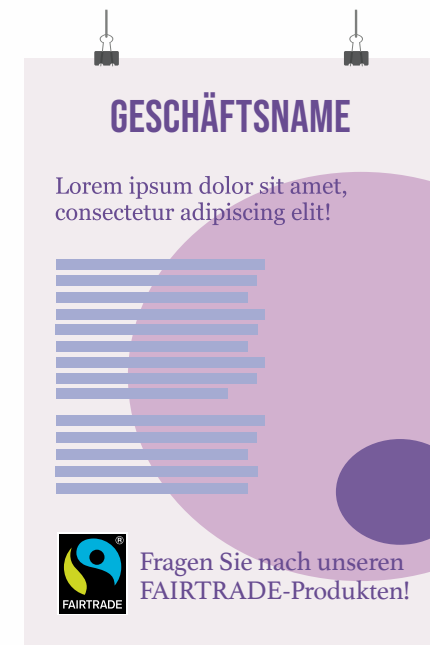
Hinweis: Bei einem gemischten Angebot von physisch rückverfolgbaren Produkten wie Kaffee und Produkten, die im Rahmen eines Mengenausgleichs gehandelt werden, beispielsweise Produkte auf der Basis von Tee und Kakao, darf nur das Siegel mit Pfeil verwendet werden. Siehe [Seite 9](#) und [Seite 12](#).



02



01



01

01 Plakate, Aufsteller

Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss auf Plakaten zusammen mit einer Handlungsaufforderung oder einer qualifizierenden Aussage zum FAIRTRADE-Angebot erscheinen.

02 Tischsteller

Hotels, Restaurants und Cafés (auch Cafés in Einzelhandelsgeschäften) können mit Flyern, Plakaten oder Tischstellern auf ihre FAIRTRADE-Produkte aufmerksam machen.

Werbematerial – Einzelhandel

Werbung für FAIRTRADE-Produkte

Für FAIRTRADE-Produkte mit dem FAIRTRADE-Produktsiegel darf im Einzelhandel geworben werden, wenn der/die betreffende Einzelhändler:in selbst Lizenznehmer:in und Produktinhaber:in ist und/oder wenn verschiedene FAIRTRADE-Produkte von verschiedenen Marken verkauft werden.

Es muss klar sein, bei welchen Produkten es sich um FAIRTRADE-Produkte handelt, indem Regalfahnen, Regalstopper, Wippen, Preisschilder und POS-Materialien in der Nähe der Produkte sowie das entsprechende FAIRTRADE-Produktsiegel und die Produktbezeichnung verwendet werden. Bitte beachten Sie, dass mehrere FAIRTRADE-Produktsiegel für verschiedene Beschaffungsmodelle für Produkte auf demselben Regal verwendet werden können. Informationen zu Regalverpackungen finden Sie auf [Seite 33](#).

Bei POS-Materialien in der Nähe des Geschäftseingangs und nicht in Produktnähe sollten Konsument:innen in den entsprechenden Bereich mit den FAIRTRADE-Produkten geführt werden.

Hinweis: Bei einem gemischten Angebot von physisch rückverfolgbaren Produkten wie Kaffee und Produkten, die im Rahmen eines Mengenausgleichs gehandelt werden, beispielsweise Produkte auf der Basis von Tee und Kakao, darf nur das Siegel mit Pfeil auf den Werbematerialien verwendet werden. Siehe [Seite 9](#) und [Seite 12](#).



Werbematerial – Einzelhandel, gemischtes FAIRTRADE-Angebot

Materialien, die ein gemischtes FAIRTRADE-Angebot enthalten

Abgesehen von dem FAIRTRADE-Produktsiegel, das Gegenstand dieser Richtlinien ist, umfasst die FAIRTRADE-Markenarchitektur noch weitere FAIRTRADE-Siegel. Dazu zählen beispielsweise das FAIRTRADE-Baumwollsiegel für Produkte, die FAIRTRADE-Baumwolle enthalten, sowie das FAIRTRADE-Rohstoff-Siegel (FAIRTRADE Sourced Ingredient), das Produkte identifiziert, die nur eine oder zwei FAIRTRADE-Zutaten enthalten.

Geschäfte oder Marken, die ein diversifiziertes FAIRTRADE-Angebot haben und die von ihnen verkauften Produkte bewerben möchten, können dies auf zwei Arten tun:

- Verwendung des relevanten FAIRTRADE-Siegels zur Identifizierung von Produkten, wie in 01 zu sehen, sofern Platz und Layout es erlauben. Ein Aufruf zum Handeln oder eine relevante Aussage muss irgendwo auf dem Material platziert werden.
- Verwendung des FAIRTRADE-Siegels ohne Pfeil für das gesamte Angebot und Verwendung des FAIRTRADE-Rohstoff-Siegels ohne Zutatenfeld, aber mit einer schriftlichen Auflistung der Zutaten, wenn das Angebot auch Produkte dieses FAIRTRADE-Modells enthält, wie in 02 zu sehen – wenn der Platz begrenzt ist und es aufgrund des Layouts schwierig ist, das Siegel direkt neben jedem Produkt oder Sortiment zu platzieren. Ein Handlungsaufforderung oder eine relevante Aussage müssen neben dem Siegel oder den Siegeln platziert werden.

Die oben genannten Optionen können je nach Bedarf kombiniert werden. Dies gilt beispielsweise für Poster, Anzeigen, Flyer, Banner, online oder digitale Werbung usw.



01 Wenn Platz verfügbar ist und das Layout es zulässt
Relevantes Siegel neben dem Produkt platzieren.

02 Wenn Platz oder das Layout es nicht zulassen

Verwenden Sie nur das FAIRTRADE-Produktsiegel ohne Pfeil und, falls zutreffend, das FAIRTRADE-Rohstoff-Siegel ohne Zusatzfeld, mit einer schriftlichen Auflistung der Zutaten.



Werbematerial – Außer-Haus -Bereich, gemischtes Angebot

Bei gemischtem FAIRTRADE-Angebot

Es gibt Fälle, in denen die Außenverkaufsstelle ein gemischtes Angebot an FAIRTRADE-Produkten anbietet, darunter Kaffee, der mit dem FAIRTRADE-Produktsiegel ohne Pfeil gekennzeichnet ist, sowie Schokolade, Teeprodukte und Produkte mit mehreren Zutaten, die mit einem Pfeil auf der Verpackung mit dem FAIRTRADE-Siegel gekennzeichnet sind. In anderen Fällen ist Kaffee das Hauptprodukt, mit einem kleineren Angebot an Schokolade- und Teeprodukten. Wenn die Unterscheidung der Materialien für Außenverkaufsstellen durch die beiden unterschiedlichen Siegel schwierig ist, kann das FAIRTRADE-Produktsiegel ohne Pfeil zu Werbezwecken verwendet werden.

Wenn hingegen das Hauptangebot der Außenverkaufsstelle Tee und/oder Schokolade mit einem kleinen Kaffeeangebot ist, wird das FAIRTRADE-Siegel mit dem Pfeil für alle Werbemaßnahmen verwendet.

Die gleichen Regeln wie auf den vorherigen Seiten gelten. Konsument:innen dürfen nicht dahingehend in die Irre geführt werden, dass der Eindruck entsteht, Nicht-FAIRTRADE-Produkte seien in der Tat FAIRTRADE.

Ein Handlungsaufruf oder eine Aussage neben dem Siegel wird verwendet, um das FAIRTRADE-Angebot zu kennzeichnen, siehe **03**.

Das FAIRTRADE-Produktsiegel darf auf Einwegbechern oder -hüllen verwendet werden, sofern das darin servierte Produkt zu 100 % FAIRTRADE ist, siehe **01** und **02**.

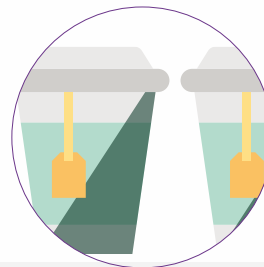
Wenn das jeweilige Produktangebot nicht zu 100 % aus FAIRTRADE-Produkten besteht, können die jeweiligen Produkte dieser Kategorie auf der Speisekarte mit dem FAIRTRADE-Produktsiegel gekennzeichnet werden, siehe **04**.

Für die Verwendung auf der Verpackung gilt unvermindert die Vorschrift, das FAIRTRADE-Produktsiegel mit oder ohne Pfeil je nach Vorgabe zu verwenden (siehe [Seite 9](#) und [Seite 12](#)).



01 Einwegbecher ohne Siegel

Wenn nicht 100 % des relevanten Produktangebots FAIRTRADE sind, dürfen Einwegbecher oder -hüllen das FAIRTRADE-Produktsiegel nicht tragen.



02 Einwegbecher mit Siegel

Wenn 100 % des relevanten Produktangebots FAIRTRADE sind, ist es erlaubt, das FAIRTRADE-Produktsiegel mit einer entsprechenden Angabe auf Einwegbechern oder -hüllen anzubringen.

Werbematerial – Lose verkaufte Produkte

Wenn Produkte lose, ohne vorverpackte Lösung, an den Verbraucher verkauft werden

In kleinen Märkten, Eckläden oder kleinen handwerklichen Geschäften, in denen FAIRTRADE-Produkte in großen Mengen von einem/einer lizenzierten Betreiber:in gekauft und dann lose an Konsument:innen vertrieben werden, kann das FAIRTRADE-Produktsiegel für Werbematerialien und als Kennzeichen des FAIRTRADE-Angebots verwendet werden.

Dies gilt nur, wenn das betreffende Geschäft die FAIRTRADE-Produkte von einem Unternehmen bezogen hat, das einen Lizenzvertrag mit einer Lizenzierungsstelle von FAIRTRADE International (NFO oder FI) abgeschlossen hat. Das bedeutet, dass die Produkte – zwar als Großware, aber lizenziert – bis zu diesem Punkt hin zertifiziert und geprüft wurden.

Großpackungen Kaffee, die von einem lizenzierten Unternehmen bezogen wurden, tragen möglicherweise bereits das FAIRTRADE-Produktsiegel, und es ist in Ordnung, wenn das Geschäft diese Verpackung sichtbar ausstellt (siehe 04 rechts).

Das FAIRTRADE-Produktsiegel kann verwendet werden, um die FAIRTRADE-Produkte zu kennzeichnen, wo sie präsentiert werden, sowie auf Plakaten, Kreidetafeln oder Postern, mit einer Aussage zum FAIRTRADE-Angebot und/oder einem Handlungsaufruf.

Lose verkaufte Bananen, Obst und Gemüse müssen die FAIRTRADE-Etikette für Obst tragen. Schalen oder Flowpacks sind mit dem entsprechenden Siegel versehen. Bitte beachten Sie die Seiten 37 bis 41.

Da kleine Geschäfte nicht geprüft oder kontrolliert werden, dürfen lose verkaufte FAIRTRADE-Produkte nicht in eine mit dem FAIRTRADE-Produktsiegel gekennzeichnete Verpackung umgepackt werden. Papiertüten oder andere Behältnisse zur Abgabe der losen Produkte an Konsument:innen dürfen nicht das FAIRTRADE-Produktsiegel tragen.

Es liegt in der Verantwortung von Ladenbesitzer:innen oder Geschäftsmanager:innen, sicherzustellen, dass nur die von FAIRTRADE lizenzierten Produkte als solche gekennzeichnet sind.



01 Das FAIRTRADE-Siegel auf Plakaten oder Tafeln

Mit einer Aussage zum FAIRTRADE-Angebot, z. B. „Unser gesamter Kaffee ist FAIRTRADE“ oder „XYZ-Kaffee ist FAIRTRADE“ und einer Aufforderung, nach weiteren FAIRTRADE-Produkten zu fragen, sofern verfügbar.

02 Frucht, gekennzeichnet mit dem FAIRTRADE-Siegel und mit der dazugehörigen Etikette

FAIRTRADE-Bananenhand werden mit der FAIRTRADE-Bananen-Etikette versehen, wenn sie in großen Mengen bei einem lizenzierten Unternehmen gekauft werden.

03 Produkte wie Nüsse oder Kaffee werden lose verkauft, ohne mit dem FAIRTRADE-Siegel versehen zu sein

Beim Verkauf in einem Papier- oder anderen Art von Beutel darf dieser das FAIRTRADE-Siegel nicht aufweisen.

04 Lose verkaufter FAIRTRADE-Kaffee, gekennzeichnet mit dem Siegel

Ein FAIRTRADE-Siegel kann auch auf der Großverpackung angebracht sein, wenn diese so vom lizenzierten Unternehmen gekauft wurde.

05 FAIRTRADE-Wein, bereits mit dem FAIRTRADE-Siegel gekennzeichnet

Das Geschäft kann auch vorverpackte, lizenzierte FAIRTRADE-Produkte anbieten, wie zum Beispiel Wein.

Werbematerial – Warenautomaten

Markenautomaten mit Glasfront

FAIRTRADE- und nicht FAIRTRADE-zertifiziert

Damit das FAIRTRADE-Produktsiegel auf einem Automaten abgebildet werden darf, muss der Automat mindestens zu 50 % mit FAIRTRADE-zertifizierten Produkten befüllt sein.

Handlungsaufforderung

Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss in Verbindung mit einer Aufforderung stehen, z. B.:

- Entscheiden Sie sich für Produkte mit diesem Siegel
- Erfahren Sie mehr über FAIRTRADE mit einem (optional) FAIRTRADE-Begleittext (siehe Beginn des entsprechenden Abschnitts [Seite 55](#)). Eine nationale FAIRTRADE-URL kann anstelle der internationalen verwendet werden.
- Achten Sie auf Produkte mit dem FAIRTRADE-Produktsiegel mit einem (optional) FAIRTRADE-Begleittext (siehe Beginn des entsprechenden Abschnitts [Seite 55](#)). Eine nationale FAIRTRADE-URL kann anstelle der internationalen verwendet werden.
- Halten Sie Ausschau nach diesem Siegel
- Suchen Sie nach dem FAIRTRADE-Siegel
- Achten Sie beim Einkaufen auf das FAIRTRADE-Siegel



01 Markenname

Auf dem Warenautomaten muss der Markenname bzw. das Markenlogo klar abgebildet werden.

02 Siegel und Produkthinweis

Das FAIRTRADE-Produktsiegel muss unabhängig vom Markennamen des Automaten stehen und von einer Handlungsaufforderung begleitet werden.

Werbematerial – Warenautomaten

Markenautomaten mit FAIRTRADE-zertifizierten Produkten

Wenn ein Automat ausschließlich mit FAIRTRADE-Produkten befüllt ist, müssen die folgenden Vorgaben eingehalten werden:

- Abbildungen von Produktpackungen auf dem Automaten müssen den für den Handel freigegebenen Packungen entsprechen.
- Die auf dem Automaten abgebildeten FAIRTRADE-Produkte müssen im Automatenortiment auch enthalten sein.

Wenn das FAIRTRADE-Produktsiegel noch an anderer Stelle erscheint, muss es zusammen mit einem Hinweis abgedruckt werden, wie z. B.: Dieser Automat enthält ausschließlich FAIRTRADE-zertifizierte Schokolade.

Handlungsaufforderung

Eine Handlungsaufforderung wie «Kaufen Sie Produkte mit diesem Siegel» kann ebenfalls verwendet werden.

Verwendung von Abbildungen von FAIRTRADE-Produzent:innen

Um Abbildungen mit Produzent:innen an einem Warenautomaten zu verwenden, wenden Sie sich zur Freigabe an Ihre Lizenzierungsstelle.



01 Produkthinweis

Wenn das FAIRTRADE-Produktsiegel separat vom Siegel auf der FAIRTRADE-Produktverpackung auf dem Automaten abgebildet wird, muss es von einem Hinweis begleitet werden.

02 Abbildung von Produktpackungen

Abbildung von Produktpackungen müssen den für den Handel freigegebenen Packungen entsprechen.

Werbematerial – Warenautomaten

Getränkeautomaten und Table-Top-Automaten

Das FAIRTRADE-Produktsiegel darf auf Heißgetränke-Automaten abgebildet werden, die überwiegend FAIRTRADE-Produkte ausgeben, von denen einige nicht FAIRTRADE-zertifizierte Nebenzutaten enthalten (z. B. FAIRTRADE-Kakao mit nicht FAIRTRADE-zertifizierter Milch).

Auf diesen Automaten kann:

- ein FAIRTRADE-zertifiziertes Markenprodukt abgebildet werden
- die Marke eines Drittherstellers abgebildet werden, wobei in diesem Fall die FAIRTRADE-Produkte auf/neben den Auswahlkosten benannt werden müssen
- ein Produkt ohne Produkt- oder Herstellermarke (abgesehen vom Namen des Automatenbesitzers oder Automatenbetreibers) abgebildet werden, wobei die FAIRTRADE-Produkte auf/neben den Auswahlkosten benannt werden müssen

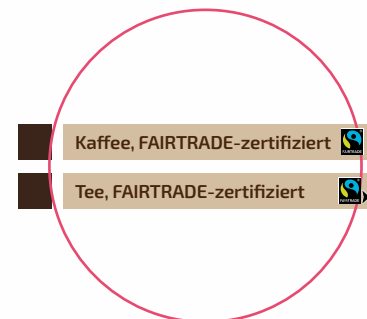
Auf diesen Automaten muss:

- die Marke oder Abbildung eines der im Automaten enthaltenen FAIRTRADE-Produkte abgedruckt werden
- neben dem Siegel ein Hinweis zu den enthaltenen FAIRTRADE-Produkten erfolgen, z. B.: **Der Kaffee in allen Kaffeeprodukten ist FAIRTRADE-zertifiziert.**

Handlungsaufforderung

Eine Handlungsaufforderung wie «**Wählen Sie Produkte mit diesem Siegel**» kann ebenfalls verwendet werden.

Hinweis: Bei einem gemischten Angebot von physisch rückverfolgbaren Produkten wie Kaffee und Produkten, die im Rahmen eines Mengenausgleichs gehandelt werden, beispielsweise Produkte auf der Basis von Tee und Kakao, darf nur das Siegel mit Pfeil verwendet werden. Siehe [Seite 9](#) und [Seite 12](#).



02



03



01

01 Markenname

Auf dem Warenautomaten muss der Markenname bzw. das Markenlogo klar abgebildet werden.

02 FAIRTRADE-Produkte

FAIRTRADE-Produkte müssen klar benannt werden, z. B. neben den Auswahlkosten.

03 Produkthinweis

Das Siegel muss von einem Hinweis zu den enthaltenen FAIRTRADE-Produkten begleitet werden.

Werbematerial – Werbung

Print- und Online-Werbung

Das FAIRTRADE-Produktsiegel kann in Anzeigen, Werbespots und Advertorials unter Einhaltung der nachfolgenden Richtlinien genutzt werden.

Das Unternehmen oder die Marke müssen deutlich zu erkennen sein. Das Siegel muss eindeutig seinen unabhängigen Charakter als Produktzertifizierung bewahren. Es darf nicht als unterstützendes Element der Unternehmensmarke missverstanden oder anstelle der Unternehmensmarke verwendet werden.

Unternehmen sollten das Siegel nicht in der rechten unteren Ecke einer Seite oder eines Bildschirms platzieren, da FAIRTRADE dadurch als Absender der Werbung missverstanden werden könnte.

Begleittexte und Aussagen über FAIRTRADE

Alle Begleittexte über das FAIRTRADE-System müssen inhaltlich korrekt sein und Aussagen über FAIRTRADE müssen von der Lizenzierungsstelle freigegeben werden. Dies können Texte aus einer Liste freigegebener Texte sein oder Texte, die FAIRTRADE zur Freigabe vorgelegt werden.

Hinweis: Wenn es ein gemischtes Angebot aus physisch rückverfolgbaren Produkten mit nur einer Zutat wie Kaffee sowie Mischprodukten oder Produkten mit Zutaten, die über den Mengenausgleich gehandelt werden, wie Tee und kakaobasierte Produkte, gibt, darf das Siegel ohne Pfeil für alle Werbemaßnahmen verwendet werden. Wenn das Angebot Mischprodukte und/oder Produkte umfasst, die nach dem Verfahren des Mengenausgleichs gehandelt werden, wie Tee, Kakao und Fruchtsaft, muss das Siegel mit dem Pfeil verwendet werden. Siehe [Seite 9](#) und [Seite 12](#).



01 Printwerbung

Das FAIRTRADE-Siegel kann in Anzeigen und Advertorials eingesetzt werden.



02 Bewegtbildwerbung

In Bewegtbildwerbung (z. B. Online-Animation, TV, Film) ist ein Slogan (Aussage) zum FAIRTRADE-Inhalt der Werbung nicht erforderlich, wenn dieser Inhalt klar vermittelt wird.

Werbematerial – Presse und Events

Presseartikel

Wenn in Presseartikeln das FAIRTRADE-Produktsiegel genutzt wird, muss es an den betreffenden Artikel über FAIRTRADE angrenzen.

FAIRTRADE Events oder Werbeaktionen

Für den Einsatz bei besonderen Werbeaktionen, bei denen FAIRTRADE-Produkte im Vordergrund stehen, können diese auf Displays und Ständen, Bannern, Tischdecken oder Hintergründen abgebildet werden.

Das FAIRTRADE-Produktsiegel darf nicht so eingesetzt werden, dass FAIRTRADE International, eine Nationale FAIRTRADE-Organisation oder eine FAIRTRADE Marketing-Organisation als Sponsor einer Aktion erscheinen könnte. Hierfür muss vorgängig eine schriftliche Genehmigung erfolgen.

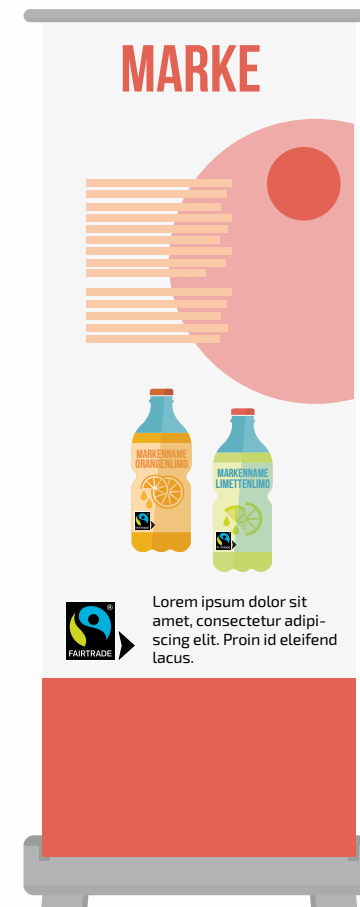
Die Verwendung des FAIRTRADE-Produktsiegels und -Begleittextes auf den betreffenden Werbematerialien muss von FAIRTRADE freigegeben werden, damit FAIRTRADE einen klaren Überblick über den Umfang des Events, der Werbeaktion oder Kampagne hat.

Hinweis: Wenn es ein gemischtes Angebot aus physisch rückverfolgbaren Produkten mit nur einer Zutat wie Kaffee sowie Mischprodukten oder Produkten mit Zutaten, die über den Mengenausgleich gehandelt werden, wie Tee und kakaobasierte Produkte, gibt, darf das Siegel ohne Pfeil für alle Werbemaßnahmen verwendet werden. Wenn das Angebot Mischprodukte und/oder Produkte umfasst, die nach dem Verfahren des Mengenausgleichs gehandelt werden, wie Tee, Kakao und Fruchtsaft, muss das Siegel mit dem Pfeil verwendet werden. Siehe [Seite 9](#) und [Seite 12](#).



Presseartikel

In Presseartikeln muss das Siegel an den Abschnitt über FAIRTRADE angrenzen.



Events und Werbeaktionen

Das Siegel kann bei Events oder Werbeaktionen auf Bannern oder Display-Einheiten abgebildet werden. Es muss auch hier als unabhängiges Produktsiegel wahrgenommen werden.

Werbematerial – Digitale Nutzung

Internetseiten Dritter

Das FAIRTRADE-Produktsiegel kann grundsätzlich auf den Internetseiten der FAIRTRADE-Lizenznehmer:innen verwendet werden, darf aber nicht im Kopfbild oder als fester Bestandteil der oberen Navigationsleiste abgebildet werden. Der /die Betreiber:in der Internetseite muss klar erkennbar sein und das Siegel so dargestellt werden, dass es nicht als Auszeichnung eines Unternehmens aufgefasst wird. Wenn das Siegel oder ein Werbebanner (siehe unten) auf der Startseite verwendet wird, müssen die betreffenden FAIRTRADE-Produkte in den Seiteninhalten als solche gekennzeichnet werden.

Werbebanner

FAIRTRADE-Webbanner können in einer seitlichen oder in der unteren Navigationsleiste stehen. Es darf nicht der Eindruck entstehen, dass auf der Seite mehr FAIRTRADE-Produkte angeboten werden, als dies der Fall ist, oder dass das Unternehmen durch das Siegel ausgezeichnet wird.

Begleitende Slogans

Ein Slogan in Siegelnähe kann eine Handlungsaufforderung oder Aussage über das FAIRTRADE-Angebot sein, z. B.:

- Achten Sie auf unsere FAIRTRADE-zertifizierten Produkte
- Achten Sie auf unser FAIRTRADE-Kaffee-Sortiment
- Wir bieten ein Sortiment an FAIRTRADE-Schokolade an

Freigaben

Bevor Sie Ihre Internetseite veröffentlichen, schicken Sie bitte einen Entwurf und eine Produktseite oder einen Link zur noch nicht freigeschalteten Seite an Ihre Lizenzierungsstelle zur schriftlichen Freigabe.

Sie können auch Ihre NFO, FMO oder FI fragen, ob Sie einen Link zu einer relevanten Internetseite auf deren Internetseite einbinden können, um die FAIRTRADE-Bewegung weiter zu erklären.



1 Slogan

Bei Verwendung des Siegels muss auch einer der begleitenden Slogans abgebildet werden. Der Slogan und die Handlungsaufforderung müssen immer neben oder in der Nähe des Siegels abgebildet werden.

Wenn weniger als 100 % der Produkte FAIRTRADE-zertifiziert sind, ist ein Produkt-hinweis wie z. B. «Achten Sie auf unsere FAIRTRADE-zertifizierten Produkte» oder «Achten Sie auf unser FAIRTRADE-Kaffee-Sortiment» erforderlich.

Ausnahme

Das Siegel kann im Kopfbild oder in der Fußzeile platziert werden, wenn andere Zertifizierungssiegel oder Logos auch an dieser Stelle abgebildet werden.

Hinweis: Wenn es ein gemischtes Angebot aus physisch rückverfolgbaren Produkten mit nur einer Zutat wie Kaffee sowie Mischprodukten oder Produkten mit Zutaten, die über den Mengenausgleich gehandelt werden, wie Tee und kakaobasierte Produkte, gibt, darf das Siegel ohne Pfeil für alle Werbemaßnahmen verwendet werden. Wenn das Angebot Mischprodukte und/oder Produkte umfasst, die nach dem Verfahren des Mengenausgleichs gehandelt werden, wie Tee, Kakao und Fruchtsaft, muss das Siegel mit dem Pfeil verwendet werden. Siehe [Seite 9](#) und [12](#).

TEIL VIER

ANHÄNGE



04

Teil vier

4.1 ANHÄNGE

Dieser Abschnitt enthält Ratschläge zu(r):
Freigabe von Druckvorlagen
Pflichten von Lizenznehmer:innen
Siegelschutz
Verwendung von FAIRTRADE-Begriffen
und Glossar
Mitwirkung und Kontaktdaten

Anhänge – Freigabe von Druckvorlagen und Pflichten von Lizenznehmer:innen

Freigabe von Druckvorlagen

FAIRTRADE International hat den Nationalen FAIRTRADE-Organisationen (NFOs) das Recht erteilt, Lizenznehmer:innen in ihrem Land oder ihrer Region die Verwendung des FAIRTRADE-Produktsiegels auf FAIRTRADE-zertifizierten Produkten und Werbeaktionen zu ermöglichen. Verpackungen, die diese Richtlinien einhalten, können in allen Zielmärkten als Cross-Border-Verkäufe in anderen Ländern zugelassen werden. Alle Druckvorlagen müssen vor dem Druck oder der Veröffentlichung von den NFO- oder FI-Teams schriftlich freigegeben werden.

Die meisten Märkte verwenden das einheitliche Online-System von FAIRTRADE, CONNECT, für die Freigabe von Verpackungsdruckvorlagen. Fragen Sie bitte Ihre Lizenzierungsstelle danach.

Anträge für andere Druckvorlagen sollten an die zuständige NFO oder FMO oder an marketing@fairtrade.at gesendet werden.

Bitte überprüfen Sie, dass Druckvorlagen die Vorgaben dieser Richtlinien und die entsprechende Checkliste auf [Seite 35](#) einhalten.

Sie finden [die aktuellste Version dieser Richtlinien auf dieser Seite](#).

Bitte beachten Sie, dass unvollständige Angaben in den Anträgen für Druckvorlagen zu Verzögerungen führen.

Freigabeprozess und Zeitbedarf

Das Team der NFO oder von FAIRTRADE International ist bestrebt, alle eingereichten Druckvorlagen, sofern sie diesen Richtlinien entsprechen, schnellstmöglich freizugeben.

Indem Sie diese Richtlinien bei der Druckvorlagenerstellung sorgfältig einhalten, können Sie einen reibungslosen Freigabeprozess unterstützen.

Das Team wird sich bemühen, schnell zu reagieren, mit dem Ziel, innerhalb einer Woche nach Erhalt der ersten Druckvorlage zu antworten und den Freigabeprozess innerhalb von drei Wochen nach

der ersten Einreichung, einschließlich der Berücksichtigung von Änderungen, abzuschließen. Diese Bearbeitungszeit hängt davon ab, ob die Druckvorlage diesen Richtlinien vollständig entspricht und das Produkt zertifiziert ist.

Planen Sie bitte ausreichend Zeit für den Freigabeprozess ein.

Pflichten von Lizenznehmer:innen

Es liegt in der Verantwortung der Lizenznehmer:innen, dass die Druckvorlagen in Übereinstimmung mit:

- 01 diesen Richtlinien
- 02 den FAIRTRADE-Standards
- 03 den im Produktverzeichnis des Lizenzvertrags beschriebenen FAIRTRADE-zertifizierten Produkten erstellt werden.
- 04 Lizenznehmer:innen müssen darauf achten, dass Produktanträge vor oder zur gleichen Zeit mit der Druckvorlage eingereicht werden. Druckvorlagen müssen die Produktkennzeichnungsbestimmungen der jeweiligen Absatzmärkte einhalten.

Die Druckvorlage muss die relevanten Kennzeichnungsanforderungen im Zielmarkt erfüllen. Lizenznehmer:innen sind letztlich dafür verantwortlich, die einschlägigen nationalen Gesetze einzuhalten.

Bitte beachten Sie, dass es **in der Verantwortung von Lizenznehmer:innen** liegt, sicherzustellen, dass die Produktverpackungen und die Werbung allen geltenden Gesetzen innerhalb der jeweiligen Gerichtsbarkeit der Gebiete entspricht, in denen das Produkt verkauft wird.

Dies ist keine Rechtsberatung, sondern lediglich eine **Orientierung zu Nachhaltigkeitsaussagen im Zusammenhang mit FAIRTRADE**. Die Änderungen sollen es Lizenznehmer:innen ermöglichen, weiterhin Begleittexte auf der Verpackung zu platzieren, aus denen hervorgeht, dass das Produkt den Standards von FAIRTRADE International und außerdem den gesetzlichen Anforderungen entspricht.

Begleittexte über FAIRTRADE

Aussagen über FAIRTRADE auf und außerhalb der Verpackung müssen **wahrheitsgemäß, transparent, klar und belegt sein**. Lizenznehmer:innen können aufgefordert werden, Begleittexte in Verbindung mit dem Siegel und/oder dem FAIRTRADE-System entsprechend zu belegen. FAIRTRADE International und NFOs behalten sich das Recht vor, das Siegel erst dann zur Nutzung freizugeben, wenn solche Begleittexte entweder belegt, richtiggestellt oder zurückgezogen wurden.

Lizenznehmer:innen haben dafür zu sorgen, dass sowohl das Produkt als auch die Druckvorlage freigegeben wurden, bevor Produkte, Verpackungen oder Werbematerialien, die ein FAIRTRADE-Produktsiegel tragen, veröffentlicht oder gedruckt oder in Umlauf gebracht werden. Lizenznehmer:innen müssen auch sicherstellen, dass Dritte (z. B. Agenturen, Einzelhändler oder andere Unternehmen), die Druckvorlagen erstellen, diese Richtlinien befolgen.

Übergangsfrist

Die neuen FAIRTRADE-Begleittexte und Richtlinien treten sofort in Kraft und müssen von allen FAIRTRADE-Mitgliedern und ihren Lizenznehmer:innen umgesetzt werden. Das bedeutet, dass neue Lizenznehmer:innen die aktualisierten Richtlinien mit sofortiger Wirkung anwenden und Lizenznehmer:innen, die bereits vor der Veröffentlichung der geänderten Angaben und Richtlinien bestanden, diese in jedem **neuen** Design, das sie entwickeln, aktualisieren und umsetzen müssen.

Sofern Verpackungen regulatorischen Anforderungen unterliegen, müssen alle in diesen Richtlinien erforderlichen Änderungen **bis zum Inkrafttreten des/der einschlägigen Gesetzes bzw. Gesetze umgesetzt werden**.

Hinsichtlich der Richtlinie der Europäischen Union zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel (EmpCo) wurde beschlossen, das Umsetzungsdatum ohne zusätzliche Übergangsfristen auf **27. September 2026** zu setzen, um die rechtlich bindende Frist der EmpCo zu berücksichtigen. Bitte wenden Sie sich an Ihre Lizenzierungsstelle für Übergangsfristen für die nicht rechtlich bindenden Aktualisierungen der Richtlinien.

Anhänge – Haftungsausschluss und Verantwortlichkeiten von Lizenznehmer:innen

Haftungsausschluss

FAIRTRADE International vergibt die Lizenz zur Nutzung des FAIRTRADE-Produktsiegels («Siegel») auf Produkten, die den internationalen FAIRTRADE-Standards entsprechen.

Das Recht zur Nutzung des Siegels besteht nur für die im Lizenzvertrag angeführten zertifizierten Produkte und ist keine Auszeichnung des Unternehmens oder der Organisation, die die Produkte vertreibt.

Die Vergabe einer Lizenz an ein Unternehmen durch FAIRTRADE International oder eine Nationale FAIRTRADE-Organisation erfolgt mit Unterzeichnung des Lizenzvertrages durch das Unternehmen und setzt die Einhaltung der vertraglichen Verpflichtungen voraus. Die Nutzung des Siegels ist nur für die im Lizenzvertrag aufgeführten zertifizierten Produkte zulässig.

Verantwortlichkeiten von Lizenznehmer:innen

Die Lizenznehmer:innen sind dafür verantwortlich, jederzeit die korrekte Verwendung des FAIRTRADE-Siegels, des Wortes FAIRTRADE und FAIRTRADE-bezogener Aussagen auf Verpackungen, Werbematerialien und sonstigen Off-Pack-Materialien sicherzustellen.

FAIRTRADE International bzw. die zuständige NFO ist nicht die Verkäuferin und übernimmt keine Verantwortung für sonstige Aussagen auf der Verpackung oder sonstige Angaben zum Produkt; weder FAIRTRADE International noch die zuständige NFO gibt eine ausdrückliche oder stillschweigende Garantie (einschließlich, aber nicht beschränkt auf die stillschweigende Gewährleistung der Marktgängigkeit) in Bezug auf das von Lizenznehmer:innen oder Verkäufer:innen verkaufte Produkt.

Der/Die Lizenznehmer:in und/oder Verkäufer:in, dessen/deren Name auf dem Produkt erscheint oder damit verbunden ist, ist allein verantwortlich für die Produktkennzeichnung, Verpackung und weitere Informationen darauf. Es liegt in der Verantwortung der Lizenznehmer:innen und/oder Verkäufer:innen, sicherzustellen, dass Verpackung und Kennzeichnung alle einschlägigen Gesetze und Vorgaben erfüllt und alle Angaben und Begleittex te über FAIRTRADE zum Zeitpunkt des Drucks korrekt, aktuell und im Bedarfsfall belegbar sind.

Zertifizierung bedeutet lediglich, dass zum Zeitpunkt der Zertifizierung das Produkt, die Produktzusammensetzung und die Verpackung den Anforderungen und Vorgehensweisen im Lizenzvertrag und den FAIRTRADE-Standards entsprochen haben.

Anhänge – Siegelschutz, Missbrauch und Urheberrecht

Siegelschutz

Das FAIRTRADE-Produktsiegel ist ausschließliches Eigentum von FAIRTRADE International (FI).

FAIRTRADE überwacht aktiv die Verwendung des Siegels auf Verpackungen und Werbematerialien und ergreift alle erforderlichen und angemessenen Maßnahmen zur Wahrung seiner Integrität.

Lizenznehmer sind dazu aufgefordert, FAIRTRADE International oder der Nationalen FAIRTRADE-Organisation jeden Verdacht auf Missbrauch des Siegels zu melden.

Missbrauch

Im Falle eines Missbrauchs des Siegels durch registrierte Lizenznehmer:innen werden die Beschwerde und der Missbrauch gemäß dem FAIRTRADE-Beschwerdeverfahren bearbeitet. Dabei kommt mindestens das folgende Verfahren zur Anwendung:

- Die Meldung des Missbrauchs wird im entsprechenden Register der Beschwerden oder des Missbrauchs protokolliert
- Unternehmen oder Organisationen, welche das Siegel missbrauchen, werden schriftlich und/oder telefonisch kontaktiert und die Beschwerde wird untersucht
- Gegebenenfalls müssen Abhilfemaßnahmen innerhalb einer Frist ergriffen werden. Der Zeitrahmen hierfür hängt vom Medium ab, in dem der Verstoß auftrat, sowie vom Ausmaß der Verletzung oder des Missbrauchs
- Nachverfolgungsmaßnahmen werden durchgeführt, um sicherzustellen, dass der Missbrauch behoben wurde

Das Versäumnis des/der Lizenznehmer:in, die erforderlichen Maßnahmen zu ergreifen, kann zur Suspendierung oder Kündigung der Lizenz und/oder zu rechtlichen Schritten führen. Im Falle eines Missbrauchs des Siegels durch Dritte wird die Verletzung ebenfalls durch das Beschwerdeverfahren bearbeitet und die Organisation darüber informiert, dass das Produkt/die Produkte mit sofortiger Wirkung aus dem Verkauf genommen werden müssen bzw. die Werbematerialien aus dem Umlauf genommen und/oder von der Website entfernt werden müssen.

FAIRTRADE International behält sich das Recht vor, rechtliche Schritte gegen jede Partei einzuleiten, die das FAIRTRADE-Produktsiegel ohne vorherige Genehmigung in jeglicher Form reproduziert, kopiert oder sich damit in Verbindung bringt.

Urheberrecht

Alle Informationen, Illustrationen und Grafiken innerhalb der Richtlinien zum FAIRTRADE-Produktsiegel sind durch FAIRTRADE International urheberrechtlich geschützt. Die Vervielfältigung des Inhaltes oder einzelner Abschnitte ist nur nach schriftlicher Genehmigung durch den Head of Brand oder den Brand Integrity Manager von FAIRTRADE International erlaubt.

Anhänge – FAIRTRADE-Begriffe und Druckvorlagen-Terminologie

FAIRTRADE-Begriffe

Bitte beachten Sie die korrekte Schreibweise für Begriffe, die sich auf das FAIRTRADE-System und/oder das FAIRTRADE-Produktsiegel beziehen oder damit in Verbindung gebracht werden.

Die folgenden Wörter müssen immer gleich geschrieben werden:

FAIRTRADE-Produktsiegel: großes F für FAIRTRADE, alle anderen Buchstaben in FAIRTRADE klein

«FAIRTRADE» im Zusammenhang mit dem FAIRTRADE-Zertifizierungssystem: ein Wort (nicht zwei) mit großem F

FAIRTRADE-Standards: großes F für FAIRTRADE, alle anderen Buchstaben in FAIRTRADE klein

FAIRTRADE-Prämie: großes F für FAIRTRADE, alle anderen Buchstaben in FAIRTRADE klein

FAIRTRADE-Kennzeichnung: großes F für FAIRTRADE, alle anderen Buchstaben in FAIRTRADE klein

Druckvorlagen-Terminologie

Druckvorlage: elektronische Datei, üblicherweise im PDF-Format, als zweidimensionales Bild einer Verpackung mit Angabe genauer Abmessungen und Darstellung von Schnitt-, Label- und Faltlinien

CMYK: Vierfarbendruck

EPS/Illustrator EPS: für den fachgemäßen Druck geeignete, von FAIRTRADE bereitgestellte Vektordatei des FAIRTRADE-Produktsiegels

Pantone Matching System®: PMS, das international verwendete System der Druckindustrie zur Farbklassifizierung

PDF: Portable Document Format, das bevorzugte Format für Druckvorlagen

Anhänge – Glossar

Glossar

Außer-Haus-Produkte: Lebensmittel oder Getränke, die unterwegs oder außerhalb der eigenen vier Wände verzehrt werden.

Bio: Zertifizierung gemäß den Standards einer anerkannten Organisation oder Gesellschaft für biologische Produkte.

Eigenmarke: Ein Produkt, das vom Lizenznehmer für den Markeninhaber hergestellt wird.

FAIRTRADE International e.V. (FI): die internationale Dachorganisation der NFOs und Produzentennetzwerke in Konsumenten- und Produzentenländern. Unter anderem ist FAIRTRADE International verantwortlich für die Entwicklung von FAIRTRADE-Standards und die Festlegung der FAIRTRADE-Strategie.

FAIRTRADE-Marketingorganisation: FAIRTRADE-Organisationen ohne Lizenzierungstätigkeit, die den Verkauf von FAIRTRADE-Produkten in ihrem Land fördern.

FAIRTRADE-Produkte aus einer Zutat: ein Produkt aus einer Zutat, z. B. Kaffee. 100 % des Produkts muss FAIRTRADE-zertifiziert sein, um mit dem FAIRTRADE-Produktsiegel versehen zu werden.

FAIRTRADE-Produktsiegel: das Siegel zur Verwendung auf Produkten, die den von FAIRTRADE International (FI) gesetzten FAIRTRADE-Standards entsprechen. Das FAIRTRADE-Produktsiegel ist ein eingetragenes Markenzeichen und unabhängiges Zertifizierungssiegel.

FAIRTRADE-Standard für Mischprodukte: definiert die Voraussetzungen, unter denen Produkte aus mehreren Zutaten mit dem FAIRTRADE-Produktsiegel ausgezeichnet und international vermarktet werden dürfen.

Grenzüberschreitende Verkäufe: der grenzüberschreitende Verkauf von Produkten auf verschiedenen internationalen Absatzmärkten.

Lizenznehmer:in: ein Unternehmen, das den FAIRTRADE-Lizenzvertrag unterzeichnet hat und somit das FAIRTRADE-Produktsiegel für die im Vertrag aufgeführten Produkte verwenden darf.

Lizenzierungsstelle: eine FAIRTRADE-Organisation, die mit FAIRTRADE International verbindliche Verträge zur Lizenzvergabe der FAIRTRADE-Produktsiegel in ihrem Land oder ihrer Region abgeschlossen hat. Im FAIRTRADE-System sind dies die Nationalen FAIRTRADE-Organisationen (NFO). FAIRTRADE International ist selbst eine Lizenzierungsstelle, welche die FAIRTRADE-Produktsiegel in Ländern, in denen es keine NFOs gibt, in Unterlizenz vergibt.

Lizenzvertrag: die Vereinbarung zwischen einer Nationalen FAIRTRADE Organisation oder FAIRTRADE International und einer Lizenznehmer:in, in der unter anderem die Nutzung des FAIRTRADE-Produktsiegels geregelt ist.

Mengenausgleich: Vier FAIRTRADE-Zutaten dürfen unter Verwendung dieses Rückverfolgbarkeitstyps gehandelt werden: Kakao, Tee, Fruchtsaft und Zucker. Die Zutaten können von verschiedenen Farmen kommen und aus verschiedenen Ländern stammen und müssen für den Transport und die Produktion oft miteinander gemischt werden, d. h. es werden FAIRTRADE- mit Nicht-FAIRTRADE-Produkten gemischt. Wenn es sich nicht um sehr kleine oder sehr große Volumen handelt, ist es oft nicht praktisch oder zu teuer, sie vollständig getrennt zu halten.

Mischprodukt: ein Produkt aus mehreren Zutaten, das dem FAIRTRADE Trader Standard für Mischprodukte entspricht.

Nationale FAIRTRADE-Organisation (NFO): ordentliches Mitglied von FAIRTRADE International. Die NFO ist verantwortlich für Lizenzvergaben, Marketing, Business Development und Bekanntmachung des Siegels innerhalb einer definierten geografischen Zone. Eine NFO hat das Recht, die Lizenz zur Nutzung des FAIRTRADE-Produktsiegels an Lizenznehmer:innen oder Drittparteien in ihrem Gebiet zu vergeben.

NFO-Referenzcode: FAIRTRADE-Referenzcode, den jede/r Lizenznehmer:in von einigen NFOs erhält. Auf einigen Märkten vorgeschrieben.

Physische Rückverfolgbarkeit: bedeutet, dass FAIRTRADE-zertifizierte Produkte an jedem Punkt der Lieferkette von nicht FAIRTRADE-zertifizierten Produkten physisch getrennt werden können. Die physische Rückverfolgbarkeit wird für Kakao, Zuckerrohr, Fruchtsaft und Tee empfohlen, ist aber nicht verpflichtend. Die physische Rückverfolgbarkeit muss für alle anderen FAIRTRADE-Produkte

gegeben sein.

Produkte/Produktverzeichnis: einige oder alle im Lizenzvertrag aufgeführten Produkte des/der Lizenznehmer:in.

Produktbeschreibung: ein Begriff, der das Produkt charakterisiert oder Produkteigenschaften erklärt, z. B. biologisch, erfrischend, kühl usw..

Retro-Zertifizierung oder rückwirkende Zertifizierung: der Begriff rückwirkende Zertifizierung beschreibt den Prozess, durch Zahlung des FAIRTRADE-Preises und/oder Anpassung der FAIRTRADE-Prämie ein FAIRTRADE-berechtigtes Produkt, das unter gewöhnlichen Bedingungen (nicht FAIRTRADE) von einem FAIRTRADE-Produzenten oder -Exporteur gekauft wurde, rückwirkend in ein FAIRTRADE-Produkt umzuwandeln. Eine rückwirkende Zertifizierung wird nur in sehr außergewöhnlichen Fällen gewährt und erfordert einen formellen Antrags- und Genehmigungsprozess, der von FLOCERT oder dem NFO-Zertifizierer durchgeführt wird.

Stiel: Bezieht sich auf einen Blumenstiel oder Blattwerk.

Verbundprodukt: ein aus mehreren Zutaten bestehendes Produkt, das den FAIRTRADE Trader Standards entspricht.

Verpackung: alle Materialien, die in der Regel als Teil des Produkts geliefert werden und alle Behälter, Banderolen, Etiketten, Hängeetiketten und Transportverpackungen mit dem FAIRTRADE-Produktsiegel umfassen.

Zutaten oder Inhaltsstoffe: alle Rohstoffe und Bestandteile der von Lizenznehmer:innen zum Kauf angebotenen Endprodukte.

Kontakt Daten

Eingetragenes Markenzeichen

® Zertifizierungssiegel / Markenzeichen

Die FAIRTRADE-Produktsiegel sind Zertifizierungssiegel und Marken, die Eigentum von FAIRTRADE International sind und von FAIRTRADE International lizenziert werden.

Die FAIRTRADE-Produktsiegel dürfen ohne vorherige schriftliche Zustimmung von FAIRTRADE International oder den von ihr benannten Lizenzgebern, den Nationalen FAIRTRADE-Organisationen, nicht kopiert, vervielfältigt oder anderweitig verwendet werden.

© FAIRTRADE International 2025-2026

Haftungsausschluss

Alle Designs in diesen Richtlinien zeigen das FAIRTRADE-Produktsiegel mit einem ®-Symbol, das darauf hinweist, dass das Siegel als Zertifizierungssiegel oder als Einzelmarke registriert ist.

In Märkten, in denen das FAIRTRADE-Produktsiegel nicht registriert ist, muss das ® aus dem Design entfernt werden. Bitte wenden Sie sich an Ihre Lizenzbehörde bezüglich der Zertifizierungs- oder Markenregistrierung in Ihrem Land, Details finden Sie rechts.

Es dürfen keine anderen Symbole, zum Beispiel ™, anstelle des ® hinzugefügt werden.

Mitwirkung Design

FAIRTRADE International
PMS

Bilder

Titel	Santiago Engelhardt
Seite 2	Remo Naegeli, Hanna Åsheim
Seite 5	Anthony Odamo/FAIRTRADE Deutschland featuring Ruth Njoki Nduta
Seite 6	Nick Cowles/FAIRTRADE Foundation UK featuring Sunitha Kumari
Seite 8	Marvin del Cid, David Macharia, Roger van Zaal, Lena Granefelt
Seite 24	David Macharia
Seite 62	Anthony Odamo/FAIRTRADE Deutschland
Seite 78	James Robinson

Freigabe von Druckvorlagen

Für Länder mit einer Nationalen FAIRTRADE-Organisation (NFO): Die Kontaktdaten der NFO finden Sie unter: www.fairtrade.at

Für Länder ohne eine Nationale FAIRTRADE-Organisation (NFO): Kontaktieren Sie FAIRTRADE International per E-Mail: license@FAIRTRADE.net

Kontakt Daten

FAIRTRADE Österreich
Ölzeltgasse 3
Stiege 1, 3. Stock, Top 9A
1030 Wien
Tel.: + 43 1 533 09 56
Fax: + 43 1 533 09 56 DW 11
www.FAIRTRADE.at

Nationale FAIRTRADE-Organisationen

Die Kontaktdaten der NFOs finden Sie unter: info.FAIRTRADE.net und/oder FAIRTRADE.net/en/about/FAIRTRADE-global-network/FAIRTRADE-organisations.html