Fairtrade og Fair Trade

To forskellige fortællinger om fair handel

Af Michael Weyand, Fair Trade Danmark

Resumé. *Fairtrade og Fair Trade bygger på det samme ideal om mere retfærdig handel, men arbejder på forskellige måder. Fairtrade har bragt fair handel ind i de store internationale værdikæder, mens virksomheder i Fair Trade-traditionen kan gøre selve handelsrelationen, produktudviklingen og markedsadgangen til en del af udviklingsarbejdet. Med kaffe og håndflettede kurve fra Senegal som eksempler undersøger artiklen, hvorfor omsætning og markedsandel ikke fortæller hele historien om fair handels betydning.*

Hvad har en pose kaffe til fælles med en håndflettet kurv fra Senegal?

Begge kan være resultatet af fair handel. Bag begge står producenter i det globale Syd, og formålet er grundlæggende det samme: at skabe bedre handelsvilkår og gennem handel bidrage til, at producenter og arbejdere får mulighed for et værdigt og økonomisk bæredygtigt liv.

Alligevel fortæller kaffen og kurven to ret forskellige historier om, hvordan fair handel fungerer.

Det bliver tydeligt, hvis man ser på de tyske tal. Ifølge Forum Fairer Handel blev der i 2025 solgt fair handlede produkter for omkring 2,7 mia. euro i Tyskland. Hele 83,8 procent af omsætningen kom fra Fairtrade-mærkede produkter, mens de anerkendte Fair-Handels-Unternehmen - virksomheder, hvor fair handel er en del af selve virksomhedsmodellen - omsatte for 275 mio. euro.[1]

Kaffe alene stod for omkring 41 procent af den samlede omsætning med fair handlede produkter.[1]

Ser man alene på omsætningen, synes fortællingen derfor klar: Fair handel er først og fremmest kaffe og andre landbrugsvarer, som gennem certificering er kommet ind på det almindelige marked.

Men omsætning fortæller kun én del af historien.

Først en forklaring af ordene

Ordene Fairtrade og Fair Trade bruges ofte i flæng. Det gør vi ikke i denne artikel.

Fairtrade i ét ord bruger vi om Fairtrade International og det tilhørende mærknings- og certificeringssystem. Fairtrade er et beskyttet navn og varemærke.

Fair Trade i to ord bruger vi her om den virksomhedsbaserede tradition, som især repræsenteres af World Fair Trade Organization (WFTO) og organisationer og netværk, der arbejder i denne tradition, herunder Fair Trade Danmark.

Når vi taler om idéen og handelspraksissen generelt, bruger vi den danske betegnelse fair handel.

Denne sproglige skelnen betyder ikke, at Fairtrade og Fair Trade repræsenterer to modsatrettede opfattelser af fair handel. Tværtimod.

Fairtrade International og WFTO har sammen stået bag International Fair Trade Charter. Her defineres fair handel som et handelspartnerskab baseret på dialog, gennemsigtighed og respekt, der søger større lighed i international handel og bidrager til bæredygtig udvikling gennem bedre handelsvilkår og sikring af marginaliserede producenters og arbejderes rettigheder.[2]

> **Udgangspunktet er fælles. Forskellen ligger især i måden, dette ideal omsættes til handel på.**

Fairtrade ændrer vilkårene på det eksisterende marked

Fairtrades store historiske bedrift har været at gøre det muligt at gennemføre fair handel inden for eksisterende internationale forsyningskæder.

Kaffe er et godt eksempel.

Kaffen har allerede en international værdikæde. Kaffebonden leverer typisk gennem en producentorganisation eller et kooperativ, hvorefter kaffen bevæger sig videre gennem eksportører og importører til risterier, brands og detailhandel.

Fairtrade behøver ikke skabe dette marked. Systemet kan i stedet ændre betingelserne for producenternes deltagelse i det gennem standarder, certificering, minimumspriser, Fairtrade Premium og krav til de virksomheder, der handler med de certificerede varer.

> **Fairtrade kan forbedre producenternes vilkår inden for eksisterende internationale værdikæder - og modellen kan anvendes i stor skala.**

I 2024 omfattede Fairtrade 1.824 producentorganisationer med tilsammen 1,87 millioner bønder og arbejdere. De optjente 201,6 mio. euro i Fairtrade Premium.[3]

Men Fairtrades udviklingsmodel kan ikke reduceres til højere priser og Premium. Fairtrade Internationals aktuelle Theory of Change arbejder med fem udviklingsveje: økonomi, klima og miljø, social inklusion og handlekraft, styrkelse af producentorganisationerne samt fremme af fair og bæredygtige valg.[4]

Fairtrade er altså også et udviklingsprojekt.

Det særlige er snarere, hvor i handelsstrukturen udviklingsindsatsen sættes ind.

Fair Trade gør selve handelsrelationen til en del af udviklingen

WFTO-modellen tager et andet institutionelt udgangspunkt.

Her vurderes ikke alene en bestemt vare eller råvare. WFTOs system vurderer hele virksomheden, dens forretningsmodel, drift og forsyningskæde. WFTO understreger, at der ikke er tale om produktcertificering, men om vurdering af virksomheden som Fair Trade Enterprise.[5]

Virksomhedens formål, forretningsmodel og relationer til producenterne bliver dermed centrale dele af vurderingen.

Det stemmer godt overens med den ældre Fair Trade-tradition omkring importorganisationer og verdensbutikker. I den tyske Weltladen-konvention stilles eksempelvis krav om langsigtede producentrelationer, støtte til professionalisering og mulighed for betydelig forudbetaling.

Importorganisationerne skal desuden bidrage til at udvikle producenternes ledelseskompetencer, produktionskapacitet og markedsadgang.[6]

Det fælles International Fair Trade Charter beskriver selve tankegangen meget præcist: Fair Trade-transaktioner indgår i en form for social kontrakt, hvor køberen gør mere, end et konventionelt marked normalt kræver - eksempelvis gennem fair priser, forudfinansiering og udviklingsstøtte. Charteret fremhæver samtidig langsigtede handelspartnerskaber, informationsdeling og fælles planlægning.[2]

Her bliver handelsrelationen selv et udviklingsinstrument.

Fra kaffebonden til kurvevæveren i Senegal

Det bliver konkret, hvis vi vender tilbage til kurven.

Den danske Fair Trade-virksomhed A Deal With Care samarbejder med omkring 150 kvindelige kurvevævere og 17 mandlige kunsthåndværkere i Thiès-regionen i Senegal. Produktionen foregår i små skalaer, blandt andet i kvindernes hjem og lokalsamfund. Virksomheden beskriver handelen som direkte og uden mellemled og baseret på langsigtede relationer.[7]

Her består handelsrelationen ikke alene i at købe et allerede standardiseret produkt.

Producenter og virksomhed arbejder også med prisfastsættelse, produktudvikling, kvalitet og tilpasning af produkter til markedet. Der anvendes i visse tilfælde forudfinansiering, og virksomheden tilbyder rentefrie mikrolån.[8]

> **Handelsrelationen er selv med til at skabe forbindelsen mellem den lokale producent og det europæiske marked.**

A Deal With Cares dokumentation er virksomhedens egen og ikke en uafhængig effektundersøgelse. Casen kan derfor ikke dokumentere, hvor stor udviklingseffekten er. Den kan derimod vise, hvordan handelsmodellen fungerer.[8]

Nogle producenter har brug for mere end bedre handelsvilkår

Her ligger måske en overset forskel mellem de to fortællinger.

En kaffebonde kan være meget fattig og økonomisk udsat, men samtidig være medlem af et kooperativ, der kan samle kaffe fra mange producenter, dokumentere produktionen og sælge en standardiseret eksportvare ind i en eksisterende international værdikæde.

Det er noget andet end en hjemmebaseret kurvevæver, som måske ikke selv har adgang til eksportmarkedet, en eksportorganisation, produktudvikling eller en europæisk distributionskanal.

Forskellen er derfor ikke nødvendigvis graden af fattigdom.

Den kan snarere være graden af økonomisk og organisatorisk formalisering og adgangen til markedet.

WFTO gør netop økonomisk marginalisering til et centralt kriterium og peger blandt andet på manglende adgang til ressourcer og markedsmuligheder som årsager til marginalisering.[9]

> **Fairtrade kan i høj grad forbedre vilkårene i en eksisterende værdikæde. Fair Trade-virksomheden kan i nogle sammenhænge være med til at skabe selve værdikæden og markedsadgangen.**

Grænsen er naturligvis ikke skarp. Fairtrade arbejder også med kapacitetsopbygning og markedsadgang, og WFTO-virksomheder handler også med organiserede og relativt formaliserede producenter.

Men forskellen i tyngdepunkt er værd at få øje på.

Hvor finder værdiskabelsen sted?

Der ligger samtidig et større udviklingsproblem bag denne forskel: Hvor finder værdiskabelsen sted?

Mange af de store Fairtrade-varekategorier er landbrugsråvarer som kaffe og kakao. De produceres i det globale Syd, men indgår derefter i internationale værdikæder, hvor forarbejdning, produktudvikling og markedsføring også kan finde sted andre steder.

Det er et velkendt problem for mange afrikanske økonomier. En stor del af deres eksport består fortsat af råvarer, og UNCTAD peger på større lokal værdiskabelse, mere diversificeret produktion og deltagelse i højere led af værdikæderne som vigtige veje til økonomisk udvikling.[11]

Kurvene fra Senegal repræsenterer i lille målestok en anden mulighed. Her eksporteres ikke blot et råmateriale. Det færdige produkt fremstilles lokalt. Når handelsrelationen samtidig omfatter produktudvikling, kvalitet, organisering og adgang til eksportmarkedet, kan den være med til at fastholde en større del af værdiskabelsen hos producenterne.

Det betyder naturligvis ikke, at Fair Trade-virksomheder kan løse Afrikas strukturelle råvareafhængighed. Men deres handelsmodel kan vise, hvordan producenter ikke alene kan levere råvarer, men også fremstille og udvikle færdige produkter til internationale markeder.

41 procent kaffe - men hvad fortæller det egentlig?

Nu kan vi vende tilbage til den tyske statistik.

Kaffens enorme andel af omsætningen fortæller først og fremmest noget om markedet.

Kaffe er et hverdagsprodukt. Når posen er tom, køber forbrugeren en ny. En håndflettet vasketøjskurv fra Senegal kan derimod holde i mange år. En kunde, der køber kaffe jævnligt, genererer derfor løbende ny omsætning; den tilfredse kunde, der bruger sin senegalesiske kurv i ti år, gør det modsatte.

Der er desuden langt større muligheder for at sælge standardiserede fødevarer gennem supermarkedernes distributionssystemer end individuelt fremstillede håndværksprodukter.

> **Omsætning fortæller meget om fair handels gennemslagskraft på markedet - men langt mindre om det udviklingsarbejde, der ligger bag den enkelte vare.**

Det betyder ikke, at en kurv nødvendigvis skaber større udviklingseffekt end en pose kaffe. Det ved vi ikke.

Det betyder, at vi heller ikke kan slutte den modsatte vej: En vare, der fylder meget lidt i omsætningsstatistikken, kan godt være forbundet med en omfattende udviklingsproces hos producenterne.

To forskellige styrker

Dermed bliver det også misvisende at spørge, hvilken af de to modeller der er den bedste.

Fairtrades styrke er netop dens skalerbarhed. Certificeringen gør det muligt for almindelige kommercielle virksomheder at sælge Fairtrade-produkter, uden at hele virksomheden behøver være en Fair Trade Enterprise. Det har åbnet supermarkeder og store internationale markeder for fair handel.

Resultatet kan aflæses i millioner af bønder og arbejdere og milliarder i omsætning.

Fair Trade-modellens styrke ligger et andet sted. Når virksomheden selv skal være organiseret omkring Fair Trade-principperne, kan producentrelationen, produktudviklingen, finansieringen og markedsadgangen blive en integreret del af forretningsmodellen.

Det er en model, der kan være særlig relevant for producenter, som står længere fra de formaliserede internationale værdikæder.

Det fælles Fair Trade Charter rummer faktisk begge fortællinger. Det konstaterer, at de pionerende virksomheder, der arbejder 100 procent med Fair Trade, siden er blevet suppleret af almindelige kommercielle virksomheder, der gør Fair Trade til en del af deres bæredygtighedsarbejde.[2]

De to modeller er således ikke nødvendigvis konkurrenter.

De kan være forskellige svar på forskellige udviklingsproblemer.

Omsætning måler markedet - ikke hele udviklingsarbejdet

Hvis Fairtrades succes blandt andet kan aflæses i, hvor meget Fairtrade-kaffe, kakao eller bananer der sælges, mens en væsentlig del af Fair Trade-virksomhedens indsats består i langsomt at opbygge producentkapacitet, produkter og markedsrelationer, har vi brug for mere end omsætningstal, hvis vi vil forstå fair handels betydning.

Fairtrade International er selv opmærksom på, at udvikling ikke kan reduceres til de lettest målbare resultater. Organisationens Theory of Change og dens evidensarbejde skelner mellem forskellige udviklingsveje og mellem målbare outcomes og langsigtede impacts, hvor mange andre faktorer spiller ind.[4] [10]

Det samme problem bliver endnu tydeligere i den virksomhedsbaserede Fair Trade-model.

Hvordan måler vi værdien af, at en gruppe håndværkere får adgang til et marked, de ikke tidligere havde adgang til? At en producent lærer at udvikle produkter til nye kunder? At et samarbejde bliver så stabilt, at producenten tør investere? Eller at enkelte producenter gradvist overtager mere ansvar for kvalitet og organisering?

Det kan ikke aflæses alene af en vares omsætning.

To fortællinger - ét fælles mål

De to modeller udspringer af den samme bevægelse og har det samme grundlæggende mål: gennem handel at forbedre marginaliserede producenters og arbejderes muligheder.

Men de fortæller to forskellige historier om vejen dertil:

- **Fairtrade fortæller historien om at ændre vilkårene for producenter og arbejdere ved at føre fair handel ind i det eksisterende marked i stor skala.**
- **Fair Trade fortæller historien om virksomheder og handelsrelationer, hvor selve måden at drive virksomhed og handle med marginaliserede producenter på skal skabe udvikling.**

> **Fair Trade-virksomhedernes varer fylder kun en beskeden del af det samlede marked for fair handlede varer. Men deres betydning kan ikke alene aflæses af denne markedsandel.**

Når handelsrelationen bidrager til produktudvikling, lokal forarbejdning, organisering og adgang til internationale markeder, berører den også et af de grundlæggende problemer i international handel: at mange producentlande fortsat primært leverer råvarer, mens en stor del af den videre værdiskabelse finder sted andre steder.

Samtidig genfinder man i dag mange af Fair Trade-bevægelsens grundtanker langt uden for den traditionelle Fair Trade-sektor: ansvarlighed i leverandørkæderne, respekt for menneskerettigheder, dialog med leverandører og mere langsigtede handelsrelationer. I Danmark arbejder eksempelvis virksomheder samlet i Etisk Handel Danmark med sådanne spørgsmål.

> **Fair Trade-virksomhedernes betydning bør derfor ikke alene måles på deres markedsandel. De har også vist, hvordan handel kan bruges som redskab til udvikling - længe før ansvarlige leverandørkæder blev en del af det almindelige erhvervslivs dagsorden.**

Noter og kilder

1. Forum Fairer Handel, statistik for 2025 og materiale om aktuelle udviklinger i Fairer Handel. Samlet omsætning: ca. 2,7 mia. euro; 83,8 % fra Fairtrade-mærkede produkter; anerkendte Fair-Handels-Unternehmen: 275 mio. euro; kaffe: ca. 41 % af den samlede omsætning.

2. World Fair Trade Organization og Fairtrade International, The International Fair Trade Charter, 2018. Charteret er et fælles referencedokument for den internationale Fair Trade-bevægelse og beskriver bl.a. Fair Trade som et handelspartnerskab samt betydningen af langsigtede handelsrelationer, forudfinansiering og udviklingsstøtte.

3. Fairtrade International, Monitoring the Scope and Benefits of Fairtrade: Overview Report, 17th Edition, 2026. Tallene vedrører 2024: 1.824 producentorganisationer, 1,87 mio. bønder og arbejdere og 201,6 mio. euro i Fairtrade Premium.

4. Fairtrade International, Theory of Change, opdateret 2026. Modellen arbejder med fem sammenhængende udviklingsveje: økonomi; klima og miljø; social inklusion og handlekraft; styrkede producentorganisationer; samt fair og bæredygtige valg.

5. World Fair Trade Organization, Our Fair Trade System / Fair Trade Standard. WFTO vurderer hele virksomhedens struktur, forretningsmodel, drift og forsyningskæde frem for at certificere et enkelt produkt. WFTO er i 2026 i overgang fra det hidtidige Guarantee System til en tredjepartsbaseret certificeringsordning udviklet sammen med SGS.

6. Weltladen-Dachverband, Konvention der Weltläden, dansk oversættelse. Konventionen omfatter bl.a. langsigtede producentrelationer, forudbetaling og støtte til producenternes professionalisering, produktionskapacitet og markedsadgang.

7. A Deal With Care, Leverandørprofil. Virksomheden beskriver samarbejde med ca. 150 kvinder og 17 mænd i Thiès-regionen, småskalaproduktion, direkte handel og langsigtede relationer.

8. A Deal With Care, Social & Produktionsdokumentation. Dokumentet beskriver bl.a. prisforhandling, produktudvikling, forudfinansiering og rentefrie mikrolån. Dokumentationen er virksomhedens egen løbende dokumentation og ikke en uafhængig tredjepartscertificering eller effektundersøgelse.

9. World Fair Trade Organization, materiale om economic marginalisation samt WFTO Fair Trade Principle 1. WFTO omfatter bl.a. økonomisk marginalisering som følge af fattigdom og manglende adgang til ressourcer og markedsmuligheder.

10. Fairtrade International, Evidence Map 2021-2024: Evidencing the Fairtrade Theory of Change, 2025. Evidensarbejdet sammenholder forskningsstudier og Fairtrades monitoreringsdata med organisationens Theory of Change.

11. UN Trade and Development (UNCTAD), Economic Development in Africa Report 2022: Rethinking the Foundations of Export Diversification in Africa samt The State of Commodity Dependence 2025. UNCTAD fremhæver Afrikas fortsatte råvareafhængighed som en strukturel udfordring og peger på økonomisk diversificering, lokal værdiskabelse og deltagelse i højere led af værdikæderne som centrale elementer i økonomisk transformation.