

Ressort: Finanzen

Verbraucherschützer halten viele Fair-Produkte für Schwindel

Hamburg, 05.10.2014, 08:01 Uhr

GDN - In einem Test von 32 fair gehandelten Produkten hat die Verbraucherzentrale Hamburg die Hälfte durchfallen lassen und als "intransparent" bewertet. Bei vielen Produkten sprechen die Verbraucherschützer sogar von "Etikettenschwindel", schreibt der "Spiegel" in seiner neuen Ausgabe.

Neben einem undurchschaubaren "Wirrwarr" von 27 verschiedenen Siegeln störten sie sich vor allem an Rechentricks: Ein Eiskaffeehersteller schraubte seinen Anteil an fair gehandelter Ware von sechs auf sechzig Prozent hoch, indem er bei den Zutaten das Wasser und den Wasseranteil der Milch herausrechnete. Ein Orangensaftproduzent bewarb sein Produkt mit "100 Prozent Orange Fair", was als "Verbrauchertäuschung" kritisiert wurde. Auf dem Etikett werde nicht erwähnt, dass die faire Ware im Erzeugerland mit konventioneller Ware vermengt wurde. Ein solcher Mengenausgleich ist zwar erlaubt, muss zumindest in Deutschland aber auf dem Etikett vermerkt sein, was bei dem untersuchten Produkt nicht der Fall war. Nach außen hin steht das bekannteste Ethiksigel "Fairtrade" gut da: 654 Millionen Euro Umsatz erzielten 2013 allein in Deutschland Produkte mit dem blau-grünen Logo. Zuletzt jedoch geriet die Organisation auch in die Kritik: Die massenhafte Zertifizierung von Betrieben hatte etwa zur Folge, dass die Produzenten auf ihrer Fairtrade-Ware sitzen blieben. Kompromisse mit der Industrie führten dazu, dass mit Gepa eine der ältesten Fair-Handels-Firmen inzwischen auf das Fairtrade-Logo verzichtet.

Bericht online:

<https://www.germindailynews.com/bericht-42283/verbraucherschuetzer-halten-viele-fair-produkte-fuer-schwindel.html>

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV:

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.

Editorial program service of General News Agency:

United Press Association, Inc.
3651 Lindell Road, Suite D168
Las Vegas, NV 89103, USA
(702) 943.0321 Local
(702) 943.0233 Facsimile
info@unitedpressassociation.org
info@gna24.com
www.gna24.com