



# Tio år med Rättvisemärkt

Rättvisemärkt har funnits i Sverige i tio år. Men allt började redan på 60- och 70-talet, då Rättvis handelsrörelsen växte fram. De första aktörerna som sålde rättvist handlade produkter var bland annat Världsbutikerna och Sackeus, genom småbutiker och kyrkor. Men det fanns ett behov av att öka tillgängligheten till produkterna, att nå ut även till den "vanliga" konsumenten. Lösningen blev en produktmärkning som skulle förena det bästa av två världar, att sälja större kvantiteter på fler köpställen och samtidigt försäkra konsumenten om att handeln bedrivits på ett etiskt försvarbart sätt.

Först ut var Holland, där det 1988 startades en produktmärkning vid namn Max Havelaar, en holländsk sagofigur som kämpade mot exploateringen av kaffeodlare i de holländska kolonierna. Kontrollerna och produktmärkningen skulle inriktas på "vanliga" företag, för att nå ut till så många konsumenter som möjligt. Liknande produktmärkningar dök upp i bland annat Tyskland (Transfair) och England (Fairtrade Foundation). 1997 bildades paraplyorganisationen Fairtrade Labelling Organizations International – [FLO](#) – med syfte att samordna kriterier och kontroll för Fairtrade. En ny internationell produktmärkning var född.

## Ideella organisationer låg bakom

1994 började en grupp inom Svenska kyrkan diskutera möjligheten att även i Sverige starta en produktmärkning för rättvist handlade varor. Efter att ha diskuterat saken med bistånds-, frivilligorganisationer och fackföreningar bildades så Rättvisemärkt, 1996. Flera olika organisationer valde att stå bakom produktmärkningen: Caritas, Diakonia, Forum Syd, Kooperation Utan Gränser, LO, Lutherhjälpen, Rädda Barnen, Röda Korsets Ungdomsförbund, Svenska Kyrkan, Svenska Kyrkans Mission, Sveriges konsumentråd, Sveriges Kristna Råd, U-landsgruppernas Samarbetsförening (som idag heter Världsbutikerna) och TCO. Efter hand har antalet [medlemsorganisationer](#) utökats.

Hösten 2007 uppgår antalet medlemsorganisationer till 32 stycken.



*"En kulen dag 1994 i en liten gränd i Gamla Stan i Stockholm råkade jag träffa generalsekreteraren för holländska Max Havelaar. - Varför har Sverige ingen rättvisemärkning?, var hans första fråga. - Det måste vi göra något åt, sade jag. Och inne på en kinesrestaurang på*

*en kinesrestaurang gjorde vi upp planerna: vilka organisationer kunde vara intresserade? Vilken kunskap behövde vi bygga upp? Tre år och otaliga möten senare kunde man köpa den första Rättvisemärkt-produkten. Nu finns det hundratals!"*

**Karin Åkerlund**, Internationella avdelningen Svenska kyrkan

## Kaffe först ut på marknaden

1997 lanserades den första Rättvisemärkt-certifierade produkten, kaffe. Därefter följde te, bananer och kakao. De första åren gick försäljningen trögt, det var få som kände till produktmärkningen och det var svårt att få tag på produkter i handeln. En nyckel till ett ökat genomslag var att öka kännedomen om Rättvisemärkt. Strax efter att kaffet kom ut på marknaden var det bara 2 % av svenska befolkningen som visste vad Rättvisemärkt var. Men genom de ideella organisationerna bakom Rättvisemärkt skulle information och kunskap om Rättvisemärkt kunna spridas på ett mer effektivt sätt.

"Orgánico kommer från kooperativet UCIRI i Mexiko. UCIRI består av ungefär 50 bergsbyar. Jag har själv varit där och sett hur området har utvecklats. Från början fanns där ingenting, nu finns det affärer, läkare och skolor. Idag har bönderna egna lastbilar som de kan köra sitt kaffe med. I Sverige var många skeptiska till kaffet i början. En rolig anekdot från när jag var ute och berättade om kaffet är när en caféägarinna påstod att Orgánico inte håller värmen lika bra i termos som andra sorter. Ha ha ha!"



Bertil Norrhall, fd. VD, Sackeus

### Frivilliga ambassadörer en stark kraft

1999 hölls den första [ambassadörsutbildningen](#) och fram till idag har fler än 1300 personer utbildat sig till ambassadörer för Rättvisemärkt. De frivilligas engagemang för Rättvisemärkt innebär flera år av intensivt informationsarbete, vilket har varit en starkt bidragande faktor för den ökade kännedomen och kunskapen om Rättvisemärkt bland svenska konsumenterna.

### Fotbollar lanseras

Men trots detta ökade inte försäljningen av Rättvisemärkt i motsvarande takt. Det behövdes fler certifierade produkter på marknaden. Detta resulterade i att Rättvisemärkt, tillsammans med FLO, starkare drev på utvecklingen av Fairtrade-kriterier för fotbollar. Fotbollen är den första industriprodukten som blev Rättvisemärkt.

### Omorganisering och nytt certifieringsmärke

2003 fick Rättvisemärkt en nystart, man gjorde en omorganisering och fick en mer stabil ekonomi. En ny VD rekryterades med ansvar för den affärsdrivande delen av verksamheten. Kort därefter anställdes en generalsekreterare med ansvar för information och utbildning. 2004 gick Rättvisemärkt över till det internationella certifieringsmärket, vilket har skapat större internationell enhetlighet och förenklat handeln med produkterna mellan länderna.

### Växande utbud och större efterfrågan

De senaste åren har det skett en betydande ökning i utbud av Rättvisemärkt och en ökad tillgänglighet till produkterna i handeln. Den ökade medvetenheten och debatten kring etik och miljö har också varit en bidragande orsak

till att Rättvisemärkt växer starkt såväl i Sverige som internationellt.

### Fairtrade City

År 2006 introducerades [Fairtrade City](#) i Sverige, en diplomering från Rättvisemärkt till städer som engagerar sig för etisk konsumtion. Fram till oktober 2007 hade fyra städer diplomerats: Malmö, Munkfors, Lund och Örebro. Fler är på gång. Informationsarbetet kring Fairtrade City har bland annat drivits genom seminarier under politikerveckan i Almedalen på Gotland

### Fairtrade Fokus

Våren 2007 genomfördes Rättvisemärkts första riktigt stora kampanj gentemot en bredare allmänhet, med bland annat utomhusreklam och hundratals aktiva och ambassadörer vid produktvents och butiksaktiviteter runt om i landet. Denna satsning innebar ytterligare intresse för Rättvisemärkt från såväl konsumenterna som dagligvaruhandeln. Från och med 2008 kommer Fairtrade Fokus att äga rum på hösten.



"När jag rusade runt och delade ut bananer i min hemstad Karlskrona på 90-talet, var Rättvisemärkts lilla röda certifieringsmärke okänt. Då kändes det som att jag och den engagerade kvinnan i fruktdisken var de enda i stan som kände till vad Rättvisemärkt stod för. Nu, snart tio år senare, är det en enorm skillnad! Flera lokalpolitiker driver frågan om etisk hänsyn vid kommunal upphandling, det finns ett starkare konsumenttryck och många fler produkter i butikshyllorna, församlingar pimplar Rättvisemärkt kaffe och en världsbutik har etablerats."

Ida Karlsson, medlem i Föreningen för Rättvisemärkts styrelse och en av de första ambassadörerna

Fler röster om Rättvisemärkt hittar du på nästa sida.



*"Många trodde att Rättvisemärkt var en realistisk dröm. Men vi lyckades vända tvivlet till framtidstro. Tänk att det fanns så många ansvarstagande konsumenter i Sverige. - Jag visste väl det!"*

**Tomas Brytting**

*"Man måste påminna sig om vad man gör och varför. Vi arbetar för att ekonomiskt utsatta odlare ska få sälja sina produkter. Vårt jobb är ett led i en större ordning, där vi försöker styra upp handel där det gått snett. Det blir oerhört tydligt varför vi håller på när man träffar producenter. Vi är ett litet men viktigt led, och den dagen Rättvisemärkt inte behövs mer så lägger vi ner."*



**Alice Bah Kuhnke**, generalsekreterare mellan 2004 och 2007

*"Malmö har en befolkning som representerar stora delar av världen och det känns naturligt att vara med och ta vår del av ansvaret för miljö, fackliga rättigheter och mänskliga rättigheter över hela vår värld. Som Sveriges första Fairtrade City kommer vi att fortsätta med utbildningsinsatser och kampanjer för att öka kunskapen om etisk konsumtion och vi ska se till att de produkter som köps in av Malmö stads verksamheter i ökande utsträckning ska vara ekologiska och Rättvisemärkt-certifierade."*



**Ilmar Reepalu**, kommunalråd i Malmö

*"Det är fantastiskt roligt att det går så bra för Rättvisemärkt. De stora vinnarna är givetvis fattiga människor som får möjlighet att bygga ett värdigt liv med egna medel. Rättvisemärkts framgångar visar att man måste ha tålamod, envishet och hopp i arbetet för en bättre värld. Det har tagit tid att nå ut brett och att få ekonomin att gå ihop, men idag ser vi att engagemanget och slitet har gett resultat."*



**Karin Lexén**, Ordförande i Föreningen för Rättvisemärkt och f.d. ordförande i Rättvisemärkt i Sverige AB:s styrelse



*"Rättvisemärkt är viktigt. Jag är stolt över att Svenska kyrkan från början ställt upp uthålligt för Rättvisemärkt och för att idéerna bakom Rättvisemärkt ska bli tydliga och kända. Ska vi konsumenter kunna välja medvetet måste det finns goda alternativ. Rättvisemärkt bidrar till det och påminner oss om att försöka hålla emot krafter som liksom av sig självt ger åt dem som redan har och tar från dem som just inget har."*

**Anders Wejryd**, ärkebiskop

*"Under mina år på Rättvisemärkt har det gått fort. 2003 hade vi totalt 12 licenstagare, 2004 fick vi en till och 2005 fördubblades antalet! Från att det bara var några få företag som var intresserade av att certifiera sina produkter ägnar vi idag all tid år att bemöta ett inkommande intresse. Det är verkligen glädjande att svenska företag vill ta ett etiskt ansvar!"*



**Katarina Rosenqvist**, VD för Rättvisemärkt i Sverige AB sedan 2003