

Fairtrade wirkt

Gemeinsam für eine
bessere Zukunft



Gemeinsam für eine bessere Zukunft



Sie sind immer leichter zu finden: Bananen, Schokolade und Blumen aus Fairem Handel. Auch der Bäcker nebenan führt seit neuestem Fairtrade-Kaffee. Immer mehr Menschen wollen verantwortungsvoll konsumieren. Daher greifen sie zu, wenn sie Fairtrade-Produkte im Regal sehen. Dieser Einkauf steht für ein anderes Handelskonzept: langfristige Geschäftsbeziehungen, nachhaltige Anbauweisen, gesunde Arbeitsbedingungen, gute Preise und sicheres Einkommen für Menschen in Entwicklungsländern. Dass Verbraucherinnen und Verbraucher diese Alternative gerne annehmen, zeigen steigende Fairtrade-Umsätze, die große Bekanntheit des Siegels und – was noch wichtiger ist – das hohe Vertrauen, das Fairtrade entgegengebracht wird.

Doch was genau bedeutet eigentlich Fairer Handel? Welche Regeln und Kriterien stecken hinter diesem Siegel? Wie wird es kontrolliert? Wer sind die Träger des Fairtrade-Systems und wer sind die Produzentinnen und Produzenten?

Auf den folgenden Seiten laden wir Sie ein, mit uns die Fairtrade-Welt kennen zu lernen. Wir stellen Ihnen Genossenschaften und Plantagen vor, deren Lebensbedingungen sich durch den Fairen Handel verändert haben. Fairtrade

ist mehr als ein fester Preis. Fairtrade ermöglicht Bauern- und Arbeiterfamilien Wege aus der Armut – selbstbestimmt, aus eigener Kraft und durch partnerschaftlichen Handel auf Augenhöhe.

Fairtrade verändert auch langfristig Strukturen in den ländlichen Gebieten des globalen Südens. Dadurch profitieren neben den Produzentenorganisationen oft auch ganze Regionen. Straßen, Schulen, ärztliche Versorgung – allsamt beispielhafte Projekte, die mit den Prämiegeldern des Fairen Handels umgesetzt werden und allen zugute kommen.

TransFair ist vor über zwanzig Jahren angetreten, das Konsumverhalten in diesem preissensiblen Markt zu verändern, um so die Armut in den Entwicklungsländern abzubauen. Dazu brauchen wir engagierte Partner im Handel, die kontinuierlich und glaubwürdig ihr Fairtrade-Sortiment ausbauen. Weiterhin setzen wir auf das breite zivilgesellschaftliche Engagement unserer Mitgliedsorganisationen und der lokalen und ehrenamtlichen Unterstützerinnen und Unterstützer.

Die dynamischen Entwicklungen machen Mut und geben Motivation, diesen Weg weiter zu gehen und auszubauen.

Wir wünschen Ihnen ein anregendes Leseerlebnis!

Ihr

Heinz Fuchs,
Vorstand

Dieter Overath,
Geschäftsführer TransFair e.V.

Grußwort

Liebe Leserinnen und Leser,

bis zum Sommer 2012 kannte ich Fairtrade im Einkaufsregal und auf dem Küchentisch – dann habe ich das Thema mit jubelnden Schulklassen auf ganz neue Art im Schloss Bellevue erlebt. Wir feierten die Gewinner unseres entwicklungspolitischen Wettbewerbs und gedanklich feierte ich vor allem eine schöne in mir aufkeimende Hoffnung: Diese junge Generation lernt schon in Schulprojekten, wofür die Weltpolitik Jahrzehnte gebraucht hat. Zum Greifen nah sind heute die Chancen, sehr früh zu wichtigen Einsichten zu kommen, darauf ein neues Selbstverständnis und neue Lebensmodelle aufzubauen. Wer schon als Kind erkennt, dass Schokolade eine bittere Seite haben kann und der preiswerte Pullover eine indische Näherin vielleicht die Gesundheit kostet, wird als Erwachsener hoffentlich aufmerksam sein, wird sich Zusammenhänge bewusst machen und sich verantwortlich fühlen.

In Fairtrade steckt das Wort Fairness, Gerechtigkeit. Es braucht Zeit, bis eine breite Öffentlichkeit das Gütesiegel nicht als gelegentliches Beruhigungsmittel für das eigene Gewissen versteht, sondern als Ausdruck einer Haltung: Fairer Handel lebt von fairem Handeln – am besten überall und jeden Tag! Ich danke TransFair für alle Anstrengungen, diesen Erkenntnis- und Veränderungsprozess zu beschleunigen.

Seit zwanzig Jahren wirbt der Verein für eine gerechtere Welt. Er hat die passenden Botschaften gefunden und viele Menschen, die bereit sind, sie zu verbreiten und danach zu leben. Dass wir solche Vorbilder in die Debatte einbringen können, dass es Beispiele und bewährte Strukturen für gelingende Gerechtigkeit gibt, ist Ihr Verdienst, verehrte Mitglieder, Partnerinnen und Partner von TransFair. Bitte bleiben Sie so hartnäckig, wenn es um die Überwindung von Armut und Ausbeutung geht und um die viel zitierten Zwänge, bei denen uns oft die Erfahrung lehrt: Sie werden von Menschen gemacht, aber sie sind auch durch Menschen vermeidbar.

„Jedes Produkt hat ein Gesicht“, erinnerte uns die Kampagne zum 20-jährigen Bestehen von TransFair. Ich wünsche den Mitstreitern dieser Idee, dass Fairtrade bald schon ohne solche Werbung wirken kann. Weil wir dann verstanden haben, dass wir Käuferinnen und Käufer es sind, die Gesicht und Haltung zeigen müssen.

Joachim Gauck
Bundespräsident



© Presse- und Informationsamt der Bundesregierung

Inhaltsverzeichnis

Seite 2 Vorwort	Seite 14 Die Fairtrade-Welt
Seite 3 Grußwort	Seite 16 Fairtrade und Ökonomie
	Bundespräsident Joachim Gauck	Seite 20 Fairtrade ist einzigartig
Seite 4 Das Fairtrade-System	Seite 23 Fairtrade aktiv
Seite 5 Fairtrade-Standards	Seite 26 Fairtrade im Regal
Seite 6 Fairtrade und Soziales	Seite 30 Interview – Michael Kuhndt
Seite 10 Fairtrade und Umwelt		Geschäftsführer CSCP

DAS FAIRTRADE-SYSTEM

Das Netzwerk des Fairen Handels

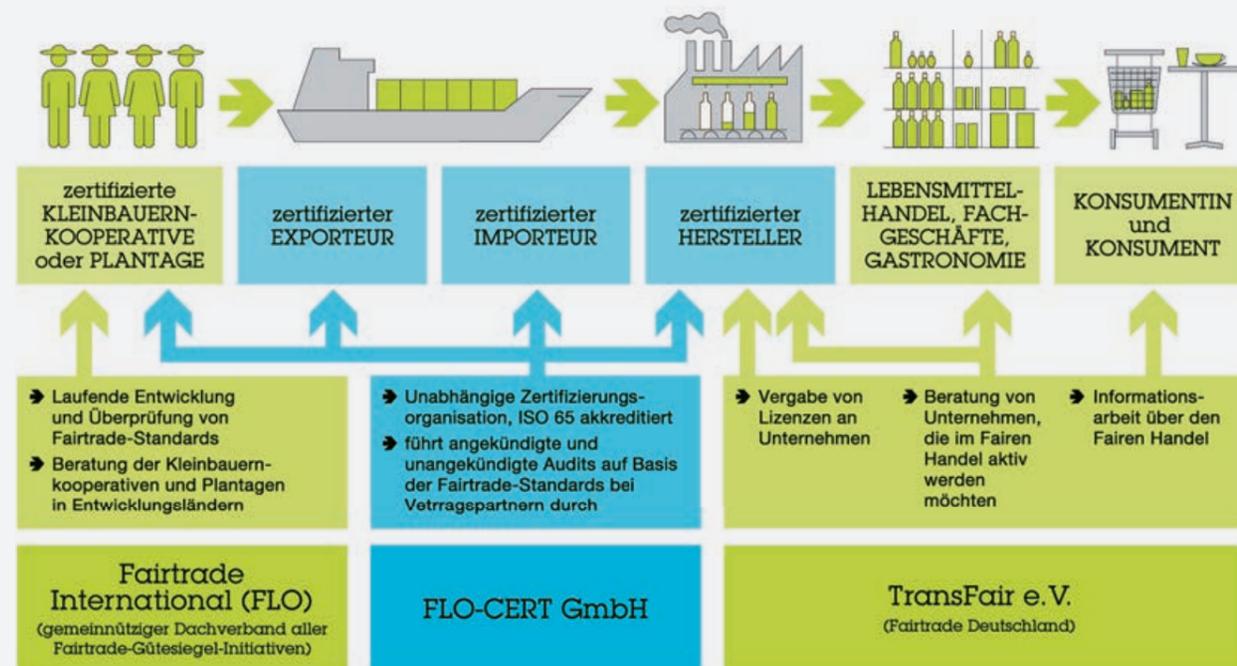
TransFair (Fairtrade Deutschland) schafft Bewusstsein für verantwortungsvollen Konsum und vergibt das internationale Fairtrade-Siegel für fair gehandelte Produkte. Der gemeinnützige Verein wird von zahlreichen Institutionen aus den Bereichen Entwicklungspolitik, Kirche, Verbraucherschutz, Frauen und Soziales getragen.

TransFair gehört zum internationalen Verbund Fairtrade International (FLO), in dem Initiativen aus 23 Ländern und die drei kontinentalen Produzentennetzwerke Fairtrade Africa, Coordinator of Fairtrade Latin America and the Caribbean und Network of Asian Producers zusammengeschlossen sind. Unter Beteiligung aller Stakeholder setzt FLO die international gültigen Fairtrade-Standards fest. Zusätzlich unterstützt und berät der FLO die Produzentengruppen durch lokale Beraterinnen und Berater.

Alle beteiligten Akteure werden regelmäßig von der FLO-CERT GmbH kontrolliert. Die Zertifizierungsgesellschaft mit Sitz in Bonn arbeitet mit einem unabhängigen, transparenten und weltweit konsistenten Zertifizierungssystem nach den Anforderungen der Akkreditierungsnorm ISO 65 (DIN EN 45011). Unabhängige Inspektoren kontrollieren weltweit über 1.000 Händler und fast ebenso viele Produzentengruppen.

Mit den Überprüfungen wird gewährleistet, dass die Fairtrade-Standards eingehalten werden, die Mehreinnahmen den Produzentenorganisationen in den Entwicklungsländern zufließen und dort selbstbestimmt und nachhaltig eingesetzt werden.

Vom Süden in den Norden: Das internationale Fairtrade-Netzwerk auf einen Blick



FAIRTRADE-STANDARDS

Das Herzstück von Fairtrade

Als weltumspannendes Netzwerk hat Fairtrade ein klares entwicklungspolitisches Ziel: durch verantwortlichen Handel die Armut im globalen Süden abzubauen. Dazu wurden verbindliche und gemeinsam getragene Standards entwickelt, die das Herzstück der Fairtrade-Bewegung darstellen. Sie gelten als „best practice“ gemäß den von International Social and Environmental Accreditation and Labelling Alliance (ISEAL) vorgegebenen Richtlinien. ISEAL ist die

weiterführende Organisation in der Entwicklung von sozialen und ökologischen Standards.

Drei Säulen für eine nachhaltige Entwicklung

Alle Fairtrade-Standards für Kleinbauern und für Beschäftigte von Plantagen beinhalten Anforderungen an die soziale, ökonomische und ökologische Entwicklung.



Soziales

Soziale Kriterien wie beispielsweise Arbeitsschutz, Verbot von Ausbeutung und Diskriminierung gelten für Kleinbauernkooperativen und für Arbeiterinnen und Arbeiter auf Plantagen gleichermaßen. Sie sollen die Lebens- und Arbeitsbedingungen verbessern.



Umwelt

Fairtrade schreibt in seinen Umweltstandards eine ressourcen- und umweltschonende Produktion und die Einhaltung von Sicherheitsvorkehrungen für die Beschäftigten vor. Der Umstieg auf Bioanbau wird durch Beratungen zum Umstellungsprozess gezielt gefördert.



Ökonomie

Der Fairtrade-Mindestpreis, eine Prämie für Gemeinschaftsprojekte und der Anspruch auf Vorfinanzierungen decken die Kosten einer nachhaltigen Produktionsweise. Zusätzlich helfen Fortbildungsangebote, zu höheren Absätzen und stabilerem Einkommen zu gelangen.



Fairtrade ist einzigartig

50 Prozent Stimmanteil der Produzentennetzwerke, Beratung vor Ort und Fairtrade-Zugangsfonds zur Bereitstellung langfristiger Kredite: Dies ist nur ein Ausschnitt an Leistungen, die Fairtrade einzigartig machen und den Produzentinnen und Produzenten über seine verpflichtenden Standards hinaus zur Unterstützung anbietet.

FAIRTRADE UND SOZIALES

Der Mensch im Mittelpunkt

Grundlagen des Fairen Handels

Die Verbesserung der wirtschaftlichen und sozialen Situation, damit Menschen im globalen Süden frei von Existenzsorgen ihr Leben aktiv gestalten können, ist grundlegendes Ziel des Fairen Handels. Seit über 20 Jahren stellt Fairtrade daher die Menschen in den Mittelpunkt seines Handelns.

Fairtrade schafft Stabilität

Die Standards zielen darauf ab, die am stärksten Benachteiligten innerhalb des globalen Handelssystems zu stärken: Kleinbauern- und Arbeiterfamilien. Durch die Zertifizierung demokratisch organisierter Kleinbauernorganisationen und nachhaltig wirtschaftender Plantagen bietet Fairtrade die Stabilität, die ländliche Familien brauchen, um zu überleben und für die Zukunft zu planen.

Selbstbestimmte Projekte

Fairtrade beinhaltet als einziges Sozialsiegel eine verbindlich festgelegte Prämie für Gemeinschaftsprojekte, die Investitionen in die soziale und wirtschaftliche Entwicklung der Region ermöglichen. Die Kooperativenmitglieder, Arbeiterinnen und Arbeiter entscheiden selbstständig und demokratisch darüber, welche Projekte sie mit der Prämie realisieren. Welche Bedürfnisse vorliegen, wird jeweils in Vollversammlungen und Umfragen festgestellt oder durch Vorschläge der Kleinbauern und Arbeitenden zur Diskussion gebracht.

Gemeinsame Entscheidungen

In demokratischen Entscheidungsprozessen werden Projekte ausgewählt. Die Prämie wird am häufigsten in den Bereichen Bildung und Gesundheitsversorgung verwendet, für landwirtschaftliche Verbesserungen, um Ertrag und Qualität zu erhöhen, oder in den Bau von Verarbeitungsanlagen investiert, um das Einkommen zu erhöhen.



Die Kaffeekooperative Sidama Coffee Farmers Cooperative Union (SCFCU) in Äthiopien investiert in Bildung und baute mit Hilfe der Fairtrade-Prämie zwei neue Schulgebäude.

Frauenrechte schützen

Gleichberechtigter Zugang zu Bildung und Gesundheitsversorgung sowie wirtschaftliche Stärkung von Frauen in Afrika, Asien und Lateinamerika zählen zu den Schwerpunkten bei Fairtrade. In vielen Kooperativen gibt es gut funktionierende Gender-Komitees, welche die Rolle der Frau innerhalb der

Organisation stärken und Entwicklungsmöglichkeiten für Frauen erarbeiten. Alphabetisierungskurse, Aus- und Weiterbildung und Selbstorganisation ermöglichen erste oder zusätzliche Verdienstmöglichkeiten. Dies verbessert nicht nur das Familieneinkommen, sondern auch das Ansehen der Frauen.



© Fairtrade Austria / Foto: Bernhard Moser

Fairtrade steht für:

- Gemeinschaftsprojekte
- Möglichkeiten zur Weiterbildung
- Versammlungsfreiheit
- Verbot von Diskriminierung
- Verbot illegaler Kinderarbeit und Zwangsarbeit



© Oliver Scheel

Tomasa Angelica Portillo (r.), Kaffeebäuerin von der Kooperative COAQUIL in Honduras bringt anderen Frauen Lesen und Schreiben bei. Ihre neuen Fähigkeiten stärken auch das Selbstbewusstsein der Frauen:

„Bevor wir uns organisiert haben, waren wir Einzelkämpfer. Jetzt arbeiten wir alle gemeinsam und helfen uns gegenseitig ... Vor allem für die Frauen ist COAQUIL eine gute Sache. Viel mehr Frauen als früher trauen sich nun überhaupt mitzuarbeiten.“

Ob der Bau von Brunnen, die Installation von elektronischen Leitungen oder die Neubepflanzung der Zuckerrohrfelder: Die Zucker-Kooperative Kasinthula in Malawi konnte schon viele Projekte mit Hilfe der Fairtrade-Prämie verwirklichen.



Arbeiterrechte verbessern

Bei abhängig Beschäftigten stehen sichere und gesunde Arbeitsplätze im Fokus. Die Fairtrade-Standards schützen die grundlegenden Rechte der Arbeitnehmer nach den Normen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Dies bedeutet Gesundheits- und Sicherheitsstandards, Vereinigungsfreiheit und gemeinschaftliche Tarifverhandlungen, keine Sklaven- oder illegale Kinderarbeit sowie Verbot von Diskriminierung. Darüber hinaus werden feste Arbeitsverträge, angemessene Löhne, Überstundenregelung, Krankengeld und die Bereitstellung angemessener Unterkünfte und anderer sozialer Einrichtungen gefordert.

Die Stimme finden – der Joint Body

Bei Plantagen darf die Fairtrade-Prämie ausschließlich den sozialen und wirtschaftlichen Interessen der Arbeiterinnen und Arbeiter sowie ihren Familien und Gemeinden zugutekommen. Dafür wird ein gemeinsames Komitee, ein so genannter „Joint Body“ eingerichtet. Dieser besteht aus gewählten Arbeitnehmervertretern und aus Vertretern der Geschäftsführung, die den Joint Body in der Verwaltung der Fairtrade-Prämie unterstützen. Die Fairtrade-Prämie wird in Projekte investiert, über die der Joint Body nach Absprache mit der Belegschaft entscheidet. Neben der Verwaltung und Umsetzung der Fairtrade-Prämie in sinnvolle Projekte führt die Einrichtung des Joint Body auch zu weiteren

positiven Nebeneffekten. Hierzu zählen z. B. ein gutes Arbeitsklima zwischen Geschäftsführung und Belegschaft und die Übertragung von Verantwortung an die Belegschaft.

Selbstbestimmung

Die eigene Entscheidung über die Verwendung der Fairtrade-Prämien sorgt dafür, dass die Projekte angeboten werden, die mehrheitlich vor Ort gewünscht und als nützlich empfunden werden. Die Projekte reichen dabei von Alphabetisierungskursen über Nähkurse, Computerkurse und das Lernen spezieller Fertigkeiten bis hin zu Unterricht über gesunde Ernährung, HIV/AIDS- und Malaria-Prävention und vieles mehr.

Die Kaffee-Kooperative LA FLORIDA

In der Region Chanchamayo wächst ein hervorragender Kaffee, dennoch führten die Menschen in der abgeschiedenen Region Perus ein sehr bescheidenes Leben. Denn die Kaffeebauern hielten nur den Anbau in ihren Händen, die Weiterverarbeitung und Verkauf des "Schwarzen Goldes" übernahmen die Zwischenhändler. Dieses Ungleichgewicht wollten 50 Männer und Frauen ändern und gründeten in den 70er Jahren die Kaffeekooperative „La Florida“. Seit 2005 ist La Florida auch Fairtrade-zertifiziert.

Sicherheit durch Mindestpreise und stabile Vertragsbeziehungen

Für La Florida sicherte der Fairtrade-Minimumpreis das Überleben, während viele andere Farmer aufgeben mussten. Der Kaffeepreis hat sich seit einigen Jahren erholt, aber auch weiterhin sind garantierte Abnahmen und stabile Vertragsbeziehungen von hohem Wert für die Bauern und ihre Familien. Die Farmer wissen genau, welche Preise sie erzielen, können langfristig planen und in die Qualitätssicherung investieren.

Besseres Leben auf dem Land

Mit Hilfe der Fairtrade-Gelder wurden in der Region Straßen und Schulen gebaut und ein landwirtschaftliches Fortbildungszentrum für Kaffeebauern eingerichtet, um sie in den neuesten Anbaumethoden zu unterrichten. Die Kooperative finanziert Lehrer und Schulstipendien. In den Versammlungen werden weitere Gemeinschaftsprojekte geplant und durchgesetzt.

Ein größeres Stück der Wertschöpfungskette

Ein Teil der Fairtrade-Prämie wurde für die Umstellung auf ökologischen Landbau genutzt. Ein Kleinkreditsystem steht allen Mitglieder offen, um den finanziellen Engpass vor der nächsten Ernte, oder plötzliche Ausgaben wie die Beerdigung eines Familienmitgliedes zu bestreiten. Besonders stolz ist die Kooperative auf die hochmoderne Trocknungs- und Verarbeitungsanlage, die auch ein eigenes Kaffeelabor zur Qualitätskontrolle enthält. Außerdem unterhält La Florida einen eigenen LKW, um selbst den Transport des exportfertigen Kaffees bis zum Hafen in den eigenen Händen zu halten.

Neben Straßen und einem landwirtschaftlichen Fortbildungszentrum für Kaffeebauern baute „La Florida“ mit Hilfe der Fairtrade-Prämie eine neue Schule.

„Ohne den Fairen Handel wären wir alle nicht mehr hier.“

César Rivas, Geschäftsführer von „La Florida“



FAIRTRADE UND UMWELT

Nachhaltige Ressourcennutzung und umweltverträgliche Produktionsweise

Umweltkriterien sind Bestandteil des Standardsystems

Die Bedrohung für die natürlichen Ressourcen steigt besonders in den Entwicklungs- und Schwellenländern weiter an. Wo Bevölkerung und Armut gleichzeitig wachsen, muss sehr häufig die Natur dafür weichen. Zwar ist das Fairtrade-Siegel in erster Linie ein Sozialsiegel und kein eigenständiges Umweltsiegel. Dennoch wird mit den Umweltkriterien in den Fairtrade-Standards das Ziel verfolgt, sämtliche landwirtschaftlichen Fairtrade-Produkte ressourcenschonend und umweltverträglich anzubauen.

Schutz für Mensch und Umwelt

Fairtrade schützt mit seinen ökologischen Mindeststandards Produzenten und Umwelt gleichermaßen: Arbeiterinnen und Arbeiter können auf die Einhaltung von Sicherheitsvorkehrungen und Arbeitsschutzmaßnahmen zählen. Die Erhaltung der sie umgebenden Natur wird aktiv gefördert – durch die Erhaltung der Bodenfruchtbarkeit, das Verbot der Verwendung von genetisch veränderten Organismen sowie die Reduzierung des Einsatzes von Agrochemikalien im konventionellen Anbau.

Nachhaltiges Wassermanagement

Die Fairtrade-Standards beinhalten zusätzlich Vorschriften zum nachhaltigen Wassermanagement – die Produktion muss so wassersparend wie möglich gestaltet werden. Viele Produzentenorganisationen investieren die Fairtrade-Prämie in umweltschonende Technologien mit effizienterer Wassernutzung, wie Tröpfchen-Bewässerung, die Nutzung von Regenwasser, Wasseraufbereitung und -wiederverwendung sowie Pflanzenkläranlagen.

Bewahrung der Vielfalt

Auch der Schutz der Biodiversität ist Gegenstand der Fairtrade-Umweltstandards. So ist etwa Brandrodung verboten, die Einrichtung von Pufferzonen und der Schutz von Gebieten mit hoher Biodiversität sind vorgeschrieben – zum Beispiel dürfen diese auch nicht für den Anbau von Fairtrade-Produkten gerodet oder urbar gemacht werden.

Fairtrade Liaison Officer Marcel Madureira berät Produzentinnen wie Beatriz Souza von der Kaffee-Kooperative UNIPASV in Brasilien zu Anbaufragen.



© Dieter Gentilhomme



© Nathalie Beatty

Fairtrade steht für:

- Umweltschonenden Anbau
- Förderung des Bio-Anbaus
- Verbot gentechnisch veränderter Organismen
- Schutz der Wasserressourcen
- Bewahrung der Biodiversität
- Aufschlag für biologisch angebaute Produkte

Bio und Fair: Die ideale Ergänzung

Fairtrade arbeitet daran, die Produzenten dort abzuholen, wo sie in ihrer Entwicklung gerade stehen. Zu hohe Bio-Standards als Eingangs-Voraussetzung in das Fairtrade-System würden aber gerade die ärmsten Produzentengruppen ausgrenzen. Sobald sie jedoch im System sind, fördert Fairtrade die Umstellung auf Bio-Produktion.

Unterstützung bei der Umstellung auf biologischen Anbau

Zuerst informiert Fairtrade die Produzenten über das Marktpotential für Bio-zertifizierte Produkte. Danach ist Fairtrade behilflich bei der Suche nach Informationen über den konkreten Umstellungsprozess auf Bio, zum Beispiel im Zusammenhang mit den Anforderungen an die Produktion oder in Bezug auf die Frage, wie lange die Umstellung auf Bio dauern wird. Dadurch, dass die Produzenten sich bereits an die Fairtrade-Umweltkriterien halten müssen, ist der Weg zum biologischen Anbau häufig nicht mehr weit. Unterstützt werden sie dabei von Beratern, die von Fairtrade angestellt sind und den Produzenten

dabei helfen, die Umweltkriterien zu erfüllen und neue umweltschonende Produktionstechniken zu erlernen und zu verstehen.

Mehr Bio dank Fairtrade

Immer mehr Fairtrade-Produzenten können dadurch auf biologischen Anbau umstellen und ihre Produkte doppelt zertifizieren lassen. Aktuell liegt der Anteil von Bio-Produkten an fair gehandelten Lebensmitteln bei 65 Prozent.

65%

aller Fairtrade-Lebensmittel tragen zusätzlich das Bio-Siegel

Die Umstellung auf biologische Produktionsweisen nützt den Bäuerinnen und Bauern gleich zweifach. Einerseits gesundheitlich, da sie weniger Substanzen wie Herbiziden oder Pestiziden ausgesetzt sind. Andererseits finanziell, denn für biologisch angebaute Rohstoffe erhalten sie einen Biozuschlag.



Die Blumenfarm PENTA FLOWERS

Fairtrade-zertifizierte Blumenplantagen sind ein gutes Beispiel dafür, wie umweltschonende Arbeitsweisen in eine Industrie eingeführt werden können, die für ihre umweltschädlichen Anbaumethoden bekannt ist. Vorbildhaft hierbei ist die kenianische Blumenfarm Pentaflowers, die zwischen Nairobi und dem Ol Donyo Nationalpark angesiedelt ist. Über 700 Arbeiterinnen und Arbeiter tragen dafür Sorge, dass aus den kleinen Setzlingen große, bunte Stielrosen gedeihen.

Umweltfreundlichere Anbaumethoden dank Fairtrade

Seit Ihrer Fairtrade-Zertifizierung 2005 landen die Bioabfälle in Kompostierungsanlagen und werden vom Plastikabfall getrennt, der von einem staatlich kontrollierten Unternehmen entsorgt wird. Natürliche Abwasseraufbereitungsanlagen sorgen dafür, dass überschüssiges Wasser aus der Produktion, das mit Pflan-

zenbehandlungsmittel oder Düngemitteln belastet ist, gesammelt, geklärt und wiederverwendet wird – und nicht ungeklärt in Oberflächengewässer gelangt. Durch die verlegten Regen- und Abwasserkanäle ist die Gefahr von Bodenerosionen auf den Farmgeländen gebannt.

Schutz von Arbeiterinnen und Arbeiter steht im Mittelpunkt

Im Blumenanbau kann nicht vollständig auf Pflanzenbehandlungsmittel verzichtet werden. Bei Penta dürfen, wie auf allen Fairtrade-zertifizierten Farmen, jedoch keine hochgiftigen Pflanzenbehandlungsmittel eingesetzt werden. Die verwendeten Mittel sind verträglich für Umwelt und Gesundheit, und ihre Ausbringung erfolgt nur mit Schutzkleidung. Gleichzeitig findet das Sprühen dieser Mittel ausschließlich abseits von natürlichen Wasserquellen statt, so dass sie nicht verunreinigt werden und den Arbeiterinnen und Arbeitern sauberes Wasser zur Verfügung steht.

Die Teegärten der CHAMONG TEA ESTATE

Auf einer Höhe von über 1.000 Metern über den Meeresspiegel ernten die Teeplückerinnen und -plücker der Chamong Tea Estate Grünen und Schwarzen Tee in Bioqualität. Der Anbau von Tee im nordindischen Darjeeling hat Tradition: Bereits 1871 wurde der Teegarten gegründet. Seit dem Jahr 1994 profitieren die rund 480 Arbeiterinnen und Arbeiter von der Fairtrade-Zertifizierung der Plantage.

Biologischer Anbau zum Schutz von Produzenten und Umwelt

Die Chamong Tea Estate legt großen Wert auf den biologischen Anbau seiner Tees – nicht nur, um auf dem weltweiten Markt Tees anbieten zu können, die den europäischen Richtlinien zum Bio-Anbau entsprechen, sondern insbesondere, um die Gesundheit der Arbeiterinnen und Arbeiter und die Umwelt in der Region rund um das Rong Bong Tal zu schützen.

Wahrung des ökologischen Gleichgewichts

Um die Abholzung der Wälder zu verhindern und das ökologische Gleichgewicht zu wahren, stellt die Plantage ihre Beschäftigten Gaszylinder als Alternative zu Brennholz zur Verfügung. Zusätzlich hat die Chamong Tea Estate spezielle Gräser und Bäume angepflanzt, um Bodenerosion zu verhindern.

Effiziente Nutzung des Regenwassers

Auf dem gesamten Gelände des Teegartens, sowie den angegliederten Dörfern, stehen den Arbeiterinnen und Arbeitern Behälter zur Trennung des anfallenden Mülls zur Verfügung. Wasserknappheit ist eine große Herausforderung während der Trockenzeiten. Daher wird auf der Teeplantage Regenwasser gesammelt und zur Bewässerung der Teepflanzen eingesetzt.

Die Fairtrade-zertifizierten Teegärten der Chamong Tea Estate liegen auf einer Höhe von über 1.000 Metern im nordindischen Darjeeling-Distrikt.



DIE FAIRTRADE-WELT

Unsere Welt ist eine Welt, in der wir eine Brücke bauen zwischen Produzenten und Verbrauchern, um Konsum verantwortlich zu gestalten.

Durch den Verkauf von Fairtrade-Produkten in über 120 Ländern werden die Lebens- und Arbeitsbedingungen von über 6 Millionen Menschen in Entwicklungsländern positiv verändert

2011 erhielten die Fairtrade-Produzenten 65 Millionen Euro aus der Fairtrade-Prämie für soziale und wirtschaftliche Entwicklung

991 zertifizierte Produzentenorganisationen in 66 Ländern

Rund 70 Prozent der Produkte stammen von Kleinbauernorganisationen und rund 30 Prozent von Plantagen

Fairtrade-Standards für über 300 verschiedene Rohprodukte



PARAGUAY Zuckerkooperative Manduvira

Manduvira legte den Grundstein für die erste Zuckerfabrik, die komplett in den Händen der Produzenten liegt. Das spart hohe Transport- und Mietkosten zur nächsten Fabrik und führt zu höheren Einnahmen, da sie die Produktion noch länger selbst verwalten.



SENEGAL Baumwollkooperative US-GPC Saraya

Radio ist das wichtigste Massenmedium in Afrika und verbindet die Menschen in den ländlichen Gebieten. Mit Hilfe der Fairtrade-Prämie finanziert die Kooperative ein Radioprogramm, das alle Mitglieder mit Informationen zu Fairtrade, neuen Anbaumethoden und Gesundheitstipps auf dem Laufenden hält.



INDIEN Reiskooperative Sunstar

„Früher haben wir unseren Reis auf dem lokalen Markt verkauft, aber da bekamen wir nur wenig Geld für unsere Ernte. Jetzt produzieren wir Bioreis für den Fairen Handel. Das ist gut für unsere Gesundheit und für unsere Umwelt – und wir verdienen außerdem mehr Geld damit.“
(Jiwan Singh, Reisbauer)

Der jährliche Absatz von Fairtrade-Produkten lag 2011 weltweit bei 4.9 Milliarden Euro

Fairtrade Produzentenorganisationen weltweit:



- Fairtrade-Siegelinitiative
- Fairtrade-Produzentenland
- Fairtrade-Produzentenland und Fairtrade-Marketingorganisationen

FAIRTRADE UND ÖKONOMIE

Ein Sicherheitsnetz für Kooperativen und Beschäftigte

Instabilität am Weltmarkt

Schwankende Weltmarktpreise – besonders für die Schwächsten in der Wertschöpfungskette sind sie ein Problem. Fehlende Preisstabilität nimmt den Kleinbäuerinnen und Kleinbauern des globalen Südens jegliche Möglichkeit für längerfristige Planungen und gefährdet das Grundeinkommen vieler Tausender Bauernfamilien.

Mindestpreise geben Stabilität, auch in unsicheren Zeiten

Die Fairtrade-Mindestpreise, die es für die meisten Rohstoffe gibt, dienen hier als Sicherheitsnetz für die Produzentenorganisationen. Sind die Preise am Weltmarkt höher als der jeweilige Fairtrade-Mindestpreis, erhalten sie den höheren Preis. Das gibt den Kooperativen Planungssicherheit, denn sie wissen: Auch bei niedrigen Preisen auf dem Weltmarkt erhalten sie weiterhin einen Preis, der einen nachhaltigen Anbau ermöglicht.

Anbau, der sich lohnt

Als die Kaffeepreise zu Beginn des neuen Jahrtausends in den Keller rutschten, waren lediglich die Fairtrade-zertifizierten Kooperativen in der Lage, allein vom Kaffeeanbau zu leben. Zwar liegt die Kaffeekrise schon einige Jahre zurück, doch bis heute haben die Haushalte der Fairtrade-Kaffeebauernfamilien mehr Geld zur Verfügung, das sie sparen oder investieren können. Dies gilt aber nicht nur für Kaffee, sondern generell für Haushalte im Fairtrade-System.

Vorfinanzierung überbrückt Zeit bis zur nächsten Ernte

Damit die Bäuerinnen und Bauern auch außerhalb der Erntezeiten genug finanzielle Mittel zur Verfügung haben, erhalten die Fairtrade-Mitglieder auf Wunsch eine Vorfinanzierung ihrer Ernte von bis zu 60 Prozent.

Fairtrade steht für:

- Stabile Mindestpreise
- Fairtrade-Prämie für Gemeinschaftsprojekte
- Langfristige Handelsbeziehungen
- Vorfinanzierung der Ernte
- Beratung der Produzenten

„Wir wissen wie unser Kaffee weiter verarbeitet und im Ausland geschätzt wird – und wir wissen, dass wir einen besseren Preis dafür erhalten, einen fairen Preis.“

Ordálio Marcelino Felix von der Kaffeekooperative COOPERVITAE (Brasilien).

Ein Anteil der zusätzlich ausgezahlten Fairtrade-Prämie wird von den Produzenten gezielt in Produktivitätssteigerungen und Qualitätsverbesserungen investiert.



Fairtrade bündelt Kräfte

Fairtrade schafft Marktzugänge, die vielen Kleinbauern ohne den Fairen Handel verschlossen blieben. Die Kooperationsstruktur stärkt die Verhandlungsposition der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern. Sie ermöglicht die gemeinsame Finanzierung von Equipment, Saatgut und Dünger, erleichtert den Zugang zu Krediten, bündelt Wissen und Erfahrung. Zusätzliche Sicherheit geben die langfristigen Handelsbeziehungen, die Fairtrade fördert.

Produktivität steigern, Qualität verbessern

Fortbildungsangebote zu Themen wie Produktivitätssteigerung und Anbaupraktiken helfen Produzentinnen und Produzenten, durch besseres Fachwissen zu höheren Absätzen und stabilerem Einkommen zu gelangen. Nachweislich erhalten Fairtrade-zertifizierte Organisationen ein größeres Angebot für Weiterbildungen. Sie können ihre Produktivität dank der gelernten Maßnahmen steigern und die Qualität ihrer Rohstoffe verbessern. Das erreicht Fairtrade entgegen den Herausforderungen, die die Lebenssituation vieler Bauernfamilien darstellt: Viele leben in abgelegenen Regionen ohne Infrastruktur und müssen für Weiterbildungsmaßnahmen

lange Strecken zurücklegen. Geringe Bildung und Analphabetismus erschweren es, Fortbildungen umzusetzen. Doch der Einsatz lohnt, denn die Beratung hilft den Männern und Frauen, sich an der Entwicklung ihrer Gemeinden und Arbeitsplätze aktiv zu beteiligen. Fairtrade ist somit eine Chance für mehr Partizipation und Selbstbestimmung.

Mit langfristigen Darlehen in die Zukunft investieren

Kleinbauernkooperativen haben ein großes Potential Produktion und Erträge zu steigern. Knackpunkt, um dieses Potential auszuschöpfen, ist der Zugang zu langfristigen Darlehen. Deshalb gründete Fairtrade International (FLO) in Kooperation mit Inconfin Investment Management und der Grameen Foundation 2011 den Fairtrade Access Fonds. Er unterstützt Kooperativen, die auf dem Weg zur Zertifizierung sind, und ermöglicht Kredite zur Verbesserung des Anbaumanagements. Fachliche Unterstützung und Beratung gehören fest dazu. Anfänglich kommt der Fonds Kooperativen in Lateinamerika zugute und wird dann auf Afrika und Asien ausgeweitet. Erster Investor des Fonds ist das Unternehmen Starbucks, weitere Investoren sollen folgen.



© Didier Gentilhomme

Wenn die Früchte etwa 14 Tage alt sind, werden sie mit Plastikfolie überzogen, um sie vor Insekten und Schädlingen zu schützen.



© Max Havelaar Danmark / Foto: Henrik Kastenskov

Faire Bananen aus Peru

Im Norden Perus liegen die Bananenkooperativen von APPBOSA, APOQ, BOS und Valle des Chira. Rund 1.700 Kooperationsmitglieder bauen hier unter Fairtrade-Bedingungen Bananen an, die meisten auf weniger als einem Hektar Land. Der Bananenanbau ist sehr arbeitsintensiv, und für die meisten sind die Früchte die Haupteinnahmequelle. Eine Kleinbauernfamilie allein hat kaum Chancen, einen Kleinkredit zu erhalten. Die Fairtrade-Kooperativen haben als Genossenschaft einen besseren Zugang und bieten ihren Mitgliedern auch selbst Kleinkredite zu günstigen Konditionen an. Bei APPBOSA und BOS werden die Düngemittel durch einen Fonds finanziert.

Das ganze Jahr ein stabiler Preis

Seit sie für den Fairen Handel produzieren, sind sie nicht mehr von den saisonalen Preisschwankungen abhängig, der Mindestpreis macht Bananenanbau das ganze Jahr über rentabel. Die Kooperativen bauen ihre Bananen biologisch an, das steigert den Wert der Früchte zusätzlich.

Seilbahn für mehr Effizienz

Bei APPBOSA werden die Bananen durch eine sieben Kilometer lange Seilbahn von den Feldern zur Wasch- und Verpackungsstation gebracht. Das ist nicht nur kosteneffizient und deutlich schneller, es erleichtert den Kleinbäuerinnen und -bauern ihre Arbeit, weil sie die 50 Kilo schweren Stauden nicht mehr so weit tragen müssen. Seit die Seilbahn eingeweiht wurde, gibt es viel weniger schadhafte Bananen, die nicht für den Export geeignet sind.

Wertschöpfung im Süden

Durch Fairtrade hat sich die Wertschöpfungskette mehr ins Produktionsland verlagert: In eigenen Wasch- und Verpackungsstationen werden die Bananen für den Transport vorbereitet, das schafft Arbeitsplätze und höhere Absätze für die Kooperativen. Die Investition in eine Kühlkammer soll zukünftig dazu beitragen, die Produktion noch länger selbst zu verwalten.

Die Machtverhältnisse in der Region haben sich verändert. Die Kooperativen sind sehr gut organisiert. Sie haben Straßenbauprojekte umgesetzt, von denen die ganze Region profitiert, und haben mit Hilfe von Weiterbildungsmaßnahmen ihre Produktivität gesteigert. Selbst Großunternehmen sehen sich durch die positive Entwicklung der Fairtrade-Kooperativen veranlasst, soziale Verantwortung zu übernehmen, und beginnen Gemeinschaftsprojekte umzusetzen.



© Linus Hailgren

Mehr Wertschöpfung bei APPBOSA: In eigenen Wasch- und Verpackungsstationen werden die Bananen für den Transport vorbereitet.

FAIRTRADE IST EINZIGARTIG

Entwicklung über die Fairtrade-Standards hinaus

Selbstbestimmtes Handeln stärken

Fairtrade ist ein zivilgesellschaftliches gerechtes Handelsmodell, das bei den Produzentinnen und Produzenten verankert ist. Ihre Interessen haben das größte Gewicht. Seit der Gründung ist die Stärkung und Förderung der Selbstbestimmung der Produzentenorganisationen in den Entwicklungsländern, das sogenannte „Empowerment“, eine der Grundfesten von Fairtrade.

Produzenten bestimmen die Richtung von Fairtrade

Die drei Produzentennetzwerke aus Afrika, Lateinamerika und Asien besitzen und verwalten gemeinsam mit den Fairtrade-Siegelinitiativen den weltweiten Dachverband für den zertifizierten Fairen Handel – Fairtrade International (FLO). Sie sind als Mitglieder im höchsten Entscheidungsgremium von FLO, dem Aufsichtsrat, vertreten. Durch den Aufsichtsrat und seine Ausschüsse sind die Produzentenorganisa-

tionen an allen Entscheidungen über die Gesamtstrategie, die Festlegung der Fairtrade-Mindestpreise und -Prämien sowie die Entwicklung der Standards zu 50 Prozent beteiligt.

Für Bharath Mandanna, Vorsitzender des asiatischen Produzentennetzwerkes (NAP) ist die gleichberechtigte Mitsprache für die Menschen im globalen Süden ein wichtiges Zeichen:

„Wir hoffen nun, dass die grundsätzliche Bedeutung eines solchen Schrittes beim Verbraucher ankommt, und sich dies in einem weiteren Wachstum der Umsätze von Fairtrade-Produkten und damit der Unterstützung für benachteiligte Produzenten ausdrückt.“

„Die Produzenten benötigen meist ganz konkrete Unterstützung: Was bedeuten die Fairtrade-Kriterien im Einzelnen und ganz konkret vor Ort, was ist genau gemeint, wenn FLO-Cert bei der Überprüfung bestimmte Dinge bemängelt und was genau müssen die Gruppen tun, um die Mängel zu beheben, wie kann die Einhaltung der Standards effizient gestaltet werden.“

Chen Fye Tham, FLO-Liaison Officer für Thailand, Laos, Kambodscha und die Philippinen

Auswirkungen des Klimawandels: Kaffeebohnen mit unterschiedlichen Entwicklungsstufen (Kaffee-Kooperative Ankole, Uganda).



© Nathalie Bertrams

Beratung vor Ort

Die Producer Services and Relations Unit, die Servicestelle für Produzentenunterstützung von FLO, berät und hilft Produzentenorganisationen zum Beispiel bei der ersten Heranführung an den Fairtrade-Markt, bei Fragen zur Erst- und Folgezertifizierung, bei der Umstellung auf biologischen Anbau, beim Marketing, bei technischen und administrativen Problemen, bei Preissetzungs-Strategien und im Qualitätsmanagement. So genannte Liaison Officer sind weltweit vor Ort aktiv, um die Bedürfnisse und Probleme einer Region bzw. von Produzentenorganisationen aufzunehmen und diesen qualifiziert zu entsprechen.

Fairtrade fördert ländliche Entwicklung

Fairtrade wirkt oft über die Kooperativen und Plantagen hinaus. Investitionen in die lokale Infrastruktur haben beispielsweise zu großen Fortschritten in der ländlichen Entwicklung geführt. Durch gut ausgebaute Straßen konnten Wege verkürzt und die Attraktivität der Gegenden gesteigert werden. Transporte können durch eine verbesserte Infrastruktur schneller abgewickelt werden, das schafft Kapazität für den Ausbau der Produktion. Kinder, Lehrerinnen und Lehrer kommen einfacher zur Schule, und auch die Gesundheitsversorgung wird erleichtert. Davon profitiert die ganze Region über die Fairtrade-Kooperativen oder -Plantagen hinaus.

Klimaschutz durch umweltschonende Produktion

Der Klimawandel macht sich jetzt schon in den Ländern des Südens bemerkbar und trifft dort vor allem die Kleinbauernfamilien. In dieser Situation ist es für Fairtrade dringend notwendig, die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern noch stärker in umweltschonender Produktion und nachhaltigen Techniken zu beraten. Nachhaltige Landwirtschaft mit verringertem Einsatz von Düngemitteln und Wasser, Wiederaufforstung, Bewahrung von Biodiversität und Abfallvermeidung schützen natürliche Ressourcen. Der umfangreichere Einsatz von Erneuerbaren Energien, wie zum Beispiel eine Biogas- oder Kompostierungs-Anlage, reduziert zudem Emissionen von Treibhausgasen.

Neu im Angebot: Insetting

Zur intensiven Beratung und Ausbildung für eine umweltschonende Produktion kommt inzwischen noch ein wegweisendes neues Geschäftsmodell hinzu: der Handel mit Emissionsrechten innerhalb des Fairtrade-Systems, genannt Insetting. Dieser neue Ansatz hat gleich mehrere Vorteile: Er hilft den Produzentenorganisationen, ihr Leben und Wirtschaften noch nachhaltiger zu gestalten. Gleichzeitig erschließt der Verkauf von Emissionsrechten neue Einkommensquellen und somit verbesserte Zukunftschancen für die Bäuerinnen und Bauern – trotz des Klimawandels.



Die Kakao-Kooperative ACOPAGRO in Peru

Ein Beispiel für den Handel mit Emissionsrechten ist die Fairtrade-zertifizierte Kleinbauernorganisation ACOPAGRO in Peru. Die Kooperative zählt heute über 1.500 Mitglieder, die alle ökologisch angebauten und fair gehandelten Kakao und Kokosnussbestandteile liefern, etwa für die Herstellung von Schokolade oder Eisspezialitäten. Seit 2005 ist ACOPAGRO Fairtrade-zertifiziert und profitiert von den Bedingungen des Fairen Handels.

Neue Kooperationen für ein besseres Klima

ACOPAGRO verkauft nun auch Emissionsrechte an interessierte Lebensmittelunternehmen, deren Produkte das Fairtrade-Siegel tragen. Diese Emissionsrechte beruhen auf einem Projekt zur Aufforstung und Vermeidung von Abholzung, das zusammen mit der französischen Naturschutzorganisation Pur Project entwickelt wurde. Es erfüllt die Kriterien des Verified Carbon Standards, VCS – ein international anerkannter Standard für den freiwilligen Emissionshandel.

Zwei Millionen Bäume bis 2015

Bis 2015 werden insgesamt zwei Millionen einheimische Bäume – sowohl Obst- und Medizinbäume als auch tropische Harthölzer – zwischen den Kakaobäumen oder bereits beschädigten Anbauflächen gepflanzt. Die gepflanzten Bäume speichern nicht nur CO2 – und bilden somit die Möglichkeit Emissionsrechte zu verkaufen – sondern ermöglichen den Kleinbäuerinnen und Kleinbauern auch, sich an den Klimawandel anzupassen und das lokale Ökosystem zu erhalten.

Mehr Einnahmequellen

Die Aufforstung hilft ihnen dabei, Fruchtbarkeit und Wasserspeicherung in ihren Böden zu verbessern und damit nachhaltig höhere Erträge für ihren Kakao auf dem Weltmarkt zu erzielen. Auf lange Sicht können die Kakao-Produzenten zudem durch den Verkauf der tropischen Harthölzer aus nachhaltiger Waldbewirtschaftung Geld verdienen. Daher werden diese Bäume auch als die Rentenversicherung der Genossenschaft bezeichnet.

FAIRTRADE AKTIV

Ein starkes Fundament für den Fairen Handel

Dass der gemeinnützige Verein TransFair vor gut 20 Jahren gegründet wurde, ist ein Resultat des großen zivilgesellschaftlichen Engagements, auf das der Faire Handel in Deutschland bauen kann. TransFair wird getragen von 34 Mitgliedsorganisationen aus den Bereichen Entwicklungszusammenarbeit, Kirche, Sozialarbeit, Verbraucherschutz, Genossenschaftswesen, Bildung und Politik. Durch sie ist der Faire Handel tief in der Gesellschaft verankert. Gemeinsam mit den vielen ehrenamtlichen Unterstützern aus Kirchen, Vereinen, Agenda 21-Gruppen und Weltläden sowie den Steuerungsgruppen und Schulteams der TransFair-Kampagnen machen sie Fairtrade lebendig. Sie sind die Zahnräder, die gemeinsam das große Ganze bewegen. Und wie es sich bewegt!

Freiwillige fair!

Fast 150 engagierte Männer und Frauen sind als Fairtrade-Multiplikatoren in Deutschland aktiv. Die „Multis“ unterstützen uns bei Kampagnen und den zahlreichen Aktionen wie der Fairen Woche oder dem Fairtrade-Frühstück. Ihr ehrenamtliches Engagement ist unersetzlich, um das Bewusstsein für Fairen Handel bundesweit zu stärken.

Fair vom Allgäu bis zur Ostsee

Über 120 Kommunen tragen bundesweit den Titel Fairtrade-Town. Viele weitere arbeiten daran, den Fairen Handel auf kommunaler Ebene gezielt zu fördern. Schon entstehen erste Initiativen zu fairen Großregionen, wie das Netzwerk Faire Metropole Ruhr und die faire Quattropol-Region um Saarbrücken, Metz, Trier und Luxembourg.

Unsere Mitgliedsorganisationen



Fördermitglieder

Stiftung Apfelbaum und Stadt Neuss



FAIRTRADE AKTIV

Hier ist Abschreiben erlaubt!

Fairtrade macht Schule. Selbst aktiv werden, anpacken und die Welt verändern, wie das geht und dass das geht, zeigt die Kampagne Fairtrade-Schools. Sie bringt den Fairen Handel in den Unterricht, ins Lehrerzimmer, in Kiosk und Kantine und auf den Schulhof. Junge Menschen blicken über den Tellerrand und lernen, wie international verbindend der Faire Handel ist. Die Kampagne wird gefördert von der Stiftung Umwelt und Entwicklung NRW.

Unsere Kampagnen im Netz

www.fairtrade-towns.de

www.fairtrade-schools.de

www.faire-woche.de

www.fairtrade-conference.de

www.fairtrade-deutschland.de/mitmachen

Die Welt zu Gast am Frühstückstisch

Tee, Kaffee, Bananen, Schokomüsli - Produkte des Südens decken unseren Frühstückstisch. Eben diesen fair zu gestalten, ist Ziel der internationalen Kampagne „Fairtrade-Frühstück“. Verkostungsaktionen, Frühstücksangebote in Cafés, Mensen und Kantinen sowie private und öffentliche Treffen finden statt, wenn es Ende April heißt: „Wach auf mit Fairtrade!“



Die Kampagne Fairtrade-Schools bietet Schulen in NRW die Möglichkeit, sich aktiv für eine bessere Welt einzusetzen und Verantwortung zu übernehmen.

Fair ist mehr – mehr Aktivität

Zwei Wochen im September steht die Bundesrepublik im Zeichen des Fairen Handels. In der „Fairen Woche“ wird gekocht, probiert und informiert. Die knapp 5.000 Veranstaltungstage zählen fast eine Million Menschen. Gäste aus den Produzentländern bringen Erlebnisse und Berichte über den Fairen Handel mit. Ob Kaffee.Pause.Fair, Schoko-Tag oder Banana-Day, der Aktionstag von TransFair gehört als Highlight fest dazu.



FABI – Wir suchen Deutschlands Fairste Azubis

Wer hat die kreativsten Ideen, um Fairtrade im Supermarkt sichtbar und erlebbar zu machen? Beim Wettbewerb FABI entwickeln Auszubildende Konzepte und Aktivitäten, damit Fairtrade-Produkte in der Wahrnehmung der Kunden steigen. Im FABI-Blog berichten die Teams über ihre Aktionen und Erlebnisse. Die erfolgreichste Teilnehmergruppe erhält den FABI-Award als „Deutschlands fairste Azubis“.

Internationale Fairtrade Conference

Entwicklungen und Zukunftsperspektiven für den Fairen Handel - dies wird bei der Internationalen Fairtrade Konferenz (IFC), die im Zweijahresturnus in Kooperation mit dem Deutschen Fachverlag und der Konrad-Adenauer-Stiftung stattfindet, diskutiert. Auf dem Podium präsentieren Handel, Industrie und Zivilgesellschaft mögliche Strategien und Handlungsansätze zum Thema.

Fairtrade Award

Mit dem Fairtrade Award ehrt TransFair herausragendes Engagement für den Fairen Handel. Eine Jury bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern aus Politik, Zivilgesellschaft, Medien und Verbraucherverbänden wählt die Preisträger in verschiedenen Kategorien. 2012 moderierte Anke Engelke die Gala in Berlin.

In der Kategorie „Industrie“ erhielt 2012 das Importunternehmen Port International aus Hamburg den ersten Preis. Gewinner der Kategorie „Handel“ wurde das Modelabel armedangels. Als fairste „Newcomer“ wurde die Agentur Gansbühler für die Einführung der ersten Möbelkollektion aus FSC- und Fairtrade-gesiegeltem Holz ausgezeichnet. Der Award für „Zivilgesellschaft“ ging an das Netzwerk Faire Metropole Ruhr und Publikumspreise an das Textilunternehmen Caleb's Hill und Das Eis von healthy planet.

Auf der Internationalen Fairtrade Conference (IFC) präsentieren Vertreterinnen und Vertreter europäischer Handelsunternehmen ihre Strategien, wie sich Unternehmen erfolgreich mit Fairtrade am Markt.



FAIRTRADE IM REGAL

Nachhaltigkeit im Einkaufskorb

Fairtrade Produktvielfalt

Kaffee – bis heute gilt er als der Klassiker des Fairen Handels. Doch bei den braunen Bohnen ist lange nicht Schluss. Die Vielfalt reicht von Bananen, Gebäck und Eis, Reis, Kakao, Zucker, Gewürzen, Honig, Brotaufstrich, Trockenfrüchten und Nüssen über Saft, Tee und Wein bis hin zu Schnittblumen, Zimmerpflanzen, Baumwollprodukten, Sportbällen und Holz. Insgesamt sind rund 2.000 Produkte von 200 Handelspartnern in Deutschland erhältlich.

Über
1.000

Fairtrade-Produkte online zu finden unter www.fairtrade-deutschland.de/produktfinder

Kaffee bleibt vorne

Nach wie vor hat Kaffee im Fairen Handel eine hohe Bedeutung. Von mild bis kräftig, aus Peru oder Äthiopien, Espresso oder Crema – rund 300 verschiedene Kaffeeprodukte gibt es in Deutschland. Auf dem hart umkämpften Kaffeemarkt hat Fairtrade-Kaffee inzwischen einen Marktanteil von zwei Prozent erreicht.

Fairtrade mit Sti(e)! – Rosen setzen sich am Markt durch

Rosen sind die beliebtesten Blumen in Deutschland. Seit 2006 können Verbraucherinnen und Verbraucher Rosen mit dem Fairtrade-Siegel kaufen. Das Angebot ist bunt, es reicht vom Standard-Zehnerbund in über 10.000 Supermärkten, bis zu langstieligen großköpfigen Rosen bei Floristen. Über 500 Floristen sind bereits im Blumen-Finder auf der Website von TransFair registriert. Der Marktanteil von Fairtrade-Rosen am Gesamtmarkt Schnittrosen in Deutschland nähert sich den 20 Prozent.

Immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher greifen zu Fairtrade-Produkten.



© TransFair e.V. / Foto: Miriam Ersch



© TransFair e.V. / Foto: Miriam Ersch



© TransFair e.V. / Foto: Miriam Ersch

Bananen – faire Energiespender

Cavendish heißt die Bananensorte, die man fast ausschließlich in deutschen Supermärkten findet. Der Preisdruck ist extrem, die Absatzmärkte in den Industrieländern sind gesättigt. Nur über Sonderangebote und Niedrigpreise lassen sich Marktanteile hinzugewinnen. Trotz der rigiden Preispolitik nehmen immer mehr große Handelsunternehmen Fairtrade-Bananen in ihr Sortiment auf und erleichtern so den Verbraucherinnen und Verbrauchern den Griff zur gesiegelten Banane. Über 20 Prozent der Bio-Bananen tragen hierzulande auch ein Fairtrade-Siegel.

20%

aller Bio-Bananen tragen das Fairtrade-Siegel

Mehr Genuss durch mehr Fairness – Kakao

Über elf Kilogramm Kakao- und Schokoladenprodukte werden pro Jahr und Kopf in Deutschland genascht. Wichtige Lieferanten sind die Elfenbeinküste, Ghana, Ecuador oder Indonesien. Bittere Armut ist unter den Millionen von Kleinbauernfamilien weit verbreitet und immer wieder werden Fälle von Kinderarbeit bekannt.

Unternehmen werden zunehmend in die Pflicht genommen, ihre Herkunftsketten zu überarbeiten, um die Situation der Kakaokooperativen zu verbessern. Nachhaltig angebaute Kakao steigt in der Nachfrage. Auch die Vielfalt der Kakao-Produkte mit dem Fairtrade-Siegel wächst. Trotz der Wahl zwischen gut 300 Produkten bleibt ein großer Wermutstropfen: Der Marktanteil von Fairtrade-Kakaowaren liegt nach wie vor unter einem Prozent. Immer noch fehlen große Markenhersteller im Sortiment.



© TransFair e.V. / Foto: Miriam Erisch

Fairtrade auf der Einkaufsliste

Ein breites Fairtrade-Sortiment, gute Sichtbarkeit und attraktive Verkaufsförderungsmaßnahmen sind die Erfolgsfaktoren für den Fairen Handel im Lebensmitteleinzelhandel.

In den letzten Jahren wuchs die Zahl der Fairtrade-zertifizierten Eigenmarken kontinuierlich. Handzettel, Verkostungen und ansprechende Präsentation helfen Kunden, verantwortungsvollen Konsum umzusetzen. Außerdem differenzieren sich Händler durch ihr Engagement vom Wettbewerb. Rund 36.000 Geschäfte bieten Fairtrade-Produkte an. Zusätzlich gibt es bundesweit 800 Weltläden. Sie sind die Fachgeschäfte für fair gehandelte Produkte.

Mehr unter www.fairtrade-deutschland.de/einkaufen

Fairtrade To Go

Die Gastronomie hat sich als dynamischer Absatzmarkt etabliert. Gut ein Drittel des in Deutschland verkauften Fairtrade-Kaffees geht in gastronomischen Betrieben wie Kantinen und Mensen, Bäckereien, Cafés oder Restaurants über die Theke. Neben Kaffee und Tee greifen Gastronomen auch hinter den Kulissen gerne zu Fairtrade-Produkten wie Schürzen, Handtüchern oder Tischwäsche.

Die Gastronomie ist neben dem klassischen Lebensmitteleinzelhandel und dem Discount ein wichtiges Standbein für den Fairen Handel. In Deutschland bieten 18.000 gastronomische Betriebe Fairtrade-Produkte an, darunter über 3.500 Bäckereifilialen.

Bekannt und glaubwürdig – mit Luft nach oben

Über zwei Drittel der Bevölkerung kennen das Fairtrade-Siegel. Und mehr als 90 Prozent von ihnen schenken ihm ihr Vertrauen. Das ergab eine Studie des Meinungsforschungsunternehmens GlobeScan. Neben dem Biosiegel und dem Blauen Engel gehört Fairtrade damit zu den bekanntesten Produktauszeichnungen. Der große Erfolg des Fairen Handels spiegelt sich in den Zahlen wider, die seit neun Jahren kontinuierlich wachsen. 2,1 Milliarden Euro wurden mit dem Fairtrade-Siegel zwischen 1992 und 2011 umgesetzt. Für 2012 strebt TransFair an, die halbe Milliarde Euro Umsatzmarke zu knacken. Dennoch ist noch viel Luft nach oben. Denn obwohl laut Otto-Trend-Studie über 70 Prozent der Befragten angeben, ethische Kriterien seien Bestandteil ihrer Kaufentscheidungen, gibt es eine Lücke zwischen Wollen und tatsächlichem Handeln: Gerade einmal fünf Euro wurden 2011 hierzulande pro Kopf für Fairtrade-Produkte ausgegeben – hier ist noch großes Potenzial.

Engagement im Handel wächst

Der Trend der letzten Jahre zeigt wachsendes Engagement – sowohl bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern, als auch im Handel. Die zunehmende Zahl an Eigenmarken ist hier besonders hervorzuheben. Die kontinuierliche Umstellung von Artikeln der Eigenmarken auf Fairtrade schafft für den Handel ein starkes Differenzierungsmerkmal und zeigt, wie Unternehmensverantwortung konkret am Produkt umgesetzt werden kann. Über Handzettelwerbung und Verkostungsaktionen wird Fairtrade im Handel sichtbar und erlebbar.

69% kennen Fairtrade

92% vertrauen dem Fairtrade-Siegel

36.000 Verkaufsstellen mit Fairtrade-Produkten im Sortiment

18.000 gastronomische Betriebe bieten Fairtrade-Kaffee an

800 Weltläden sind Fachgeschäfte für Fairen Handel

Die Produktvielfalt wächst: Rund 2.000 Produkte mit dem Fairtrade-Siegel sind in Deutschland erhältlich.



© TransFair e.V. / Foto: Miriam Erisch

Wohin geht die Reise, Herr Kuhndt?

Interview mit Michael Kuhndt, Geschäftsführer des Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP)

TransFair:
Herr Kuhndt, Ihr Institut ist auf nachhaltigen Konsum spezialisiert. Derzeit sind Nachhaltigkeitsthemen in aller Munde. Sind sie mehr als eine Modeerscheinung?



Kuhndt: Vor einigen Jahren hat sich noch kaum jemand intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt, und nachhaltige Produkte waren eine absolute Nische. Dies hat sich in den letzten Jahren gewandelt. Nachhaltigkeit ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen und wird weiterhin viel Aufmerksamkeit bekommen, denn der gesellschaftliche Wandel hin zu nachhaltigen Lebensstilen ist eine der großen Herausforderungen unseres Jahrhunderts. Wir leben und konsumieren in Europa, als hätten wir drei Erden, wir haben aber nur eine. Zivilgesellschaftliche Gruppen, Verbraucher, die Politik und ebenfalls immer mehr Unternehmen haben dies verstanden und setzen sich mit dieser Herausforderung auseinander.

Sie haben für Fairtrade in die Zukunft schauen dürfen. Wer war mit dabei? Wie war die Befragung angelegt?

Nachhaltigkeit heißt ganzheitlich zu denken. Lösungen für die Zukunft müssen die Ansichten und Handlungsmotive von möglichst vielen Akteuren miteinbeziehen, denn Menschen, ihre Bedürfnisse und Lebensstile unterscheiden sich stark von einander. Deshalb haben wir ein breites Spektrum von unterschiedlichen Stakeholdern über ihre Perspektive auf die Entwicklung von Fairtrade in der Vergangenheit und nach ihren Wünschen und Bedenken für die Zukunft befragt, um ein umfassendes Bild der zukünftigen Anforderungen an Fairtrade zeichnen zu können. Mit an Board waren sowohl kleine und große Hersteller und Händler aus unterschiedlichen Sektoren als auch Verbraucherorganisationen und Vertreter der Zivilgesellschaft.

Wie wird Fairtrade unter den Befragten wahrgenommen?

Wir haben festgestellt, dass eine große Aufgeschlossenheit gegenüber Fairtrade vorherrscht. Alle Befragten haben sich außerordentlich für die Ziele von Fairtrade ausgesprochen, auch wenn die Meinungen über die richtigen Wege, diese zu erreichen, teilweise auseinander gingen.

Wo sehen Sie die herausragenden Stärken von Fairtrade?

Die große Stärke von Fairtrade ist der hohe Bekanntheitsgrad und die Glaubwürdigkeit. Fairtrade hat es geschafft, das Thema Fairness in der Weltwirtschaft zu thematisieren und mit seinen Partnern Wege zur praktischen Umsetzung aufzuzeigen. Diese Pionierrolle hat die Verbraucher überzeugt und ein hohes Maß an Vertrauen geschaffen. Dies ist eine hervorragende Basis für eine erfolgreiche Weiterentwicklung in Zukunft.

„Die Pionierrolle hat die Verbraucher überzeugt und ein hohes Maß an Vertrauen geschaffen.“

In Großbritannien und der Schweiz haben Fairtrade-Produkte einen teilweise deutlich höheren Marktanteil. Warum greifen Verbraucherinnen und Verbraucher hierzulande weniger zu als in diesen Ländern?

In unterschiedlichen Ländern finden wir ganz verschiedene Lebensstile und Konsummuster vor. Im Vergleich zu Großbritannien und der Schweiz wird in Deutschland sehr viel weniger für Lebensmittel ausgegeben, und die Verbraucher sind seltener bereit,

einen Aufpreis für ihre Produkte auszugeben. Dies ist ein Grund dafür, warum die Überführung von fairen Produkten von der Nische in den Massenmarkt in Deutschland erschwert ist. Mainstreaming von fairen Produkten ist aber eine Grundvoraussetzung für einen höheren Absatz und damit übrigens auch für größere Impacts auf die Lebensbedingungen der Produzenten im Ursprung.

„Mainstreaming von fairen Produkten ist aber eine Grundvoraussetzung für einen höheren Absatz und ... für größere Impacts auf die Lebensbedingungen der Produzenten im Ursprung.“

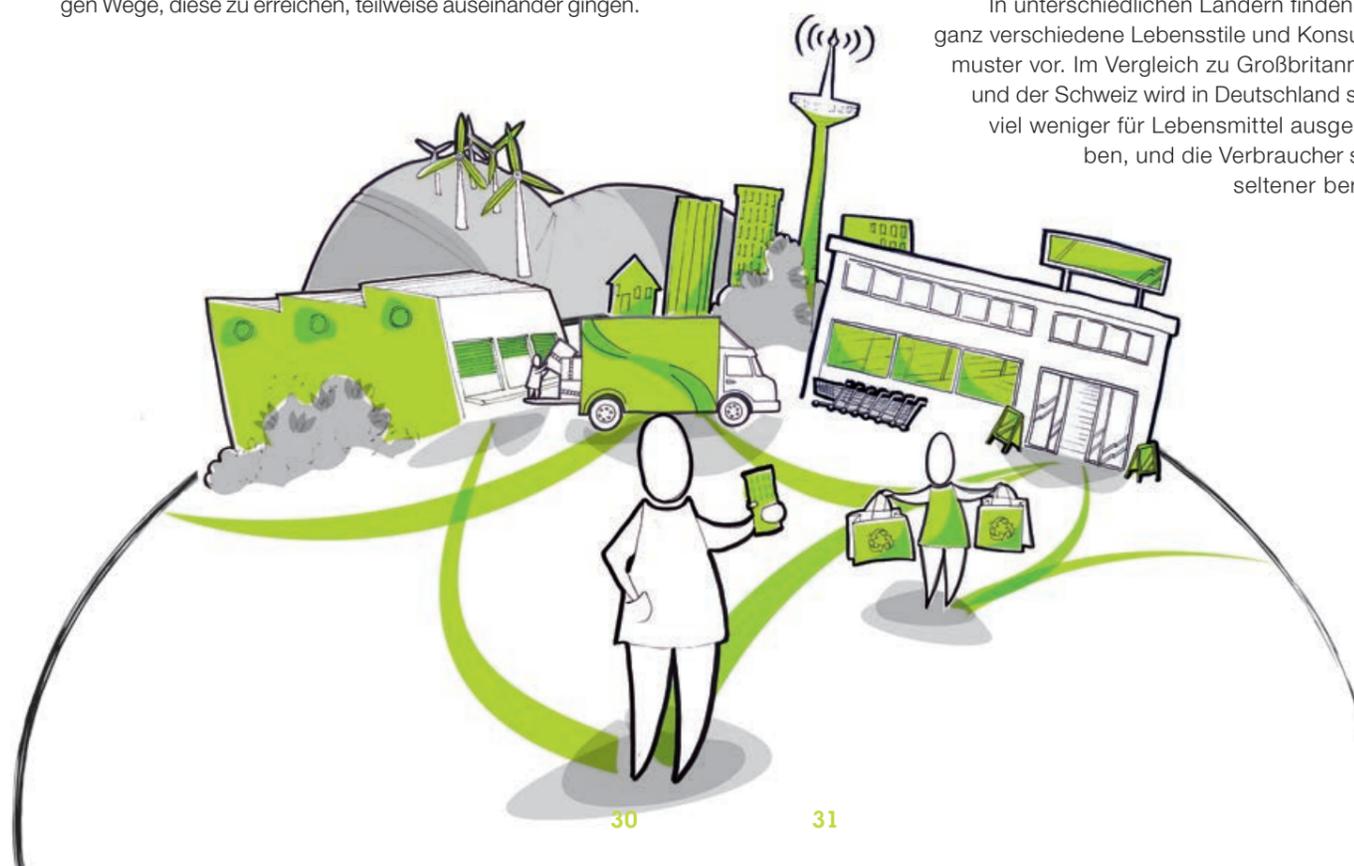
Mit welchen Herausforderungen muss sich Fairtrade in näherer Zukunft auseinandersetzen?

Nachhaltige Lösungen für die Zukunft müssen den Anforderungen verschiedener Akteure gerecht werden. Konsumenten möchten Produkte kaufen, die nicht nur soziale Aspekte fördern, sondern darüber hinaus auch gut für die Umwelt und trotzdem erschwinglich sind. Unternehmen fordern maßgeschneiderte Lösungen, die es ihnen ermöglichen, ihre bestehende Wertschöpfungsketten Schritt für Schritt nachhaltiger zu gestalten. Die zukünftige Herausforderung für Fairtrade ist es, diesen unterschiedlichen Anforderungen gerecht zu werden und gleichzeitig ihre Glaubwürdigkeit aufrecht zu erhalten. Erreicht werden kann dies über einen Feinschliff des Fairtrade-Ansatzes und die Bündelung der Kräfte durch Kooperationen mit anderen Akteuren. Denn eine nachhaltige Zukunft ist nur dann möglich, wenn alle Akteure an einem Strang ziehen und jeder seine spezifische Stärke einbringt.

Herr Kuhndt, wir danken für das Gespräch.



Das Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP) ist eine Denkfabrik für neue Ideen und ihre Umsetzung, die Nachhaltigkeit in Konsum und Produktion fördert. Im Sommer 2012 führte das CSCP eine Befragung mit externen Fairtrade-Stakeholdern aus Unternehmen, Zivilgesellschaft und Verbänden durch, um priorisierte Handlungsfelder und richtungsweisende Aktivitäten für TransFair zu identifizieren.



Impressum:

Herausgeber: TransFair e.V.
Redaktion: Daniel Caspari, Claudia Brück
(verantwortlich), Edith Gmeiner
Layout: Dreimalig Werbeagentur
Druck: Druckerei und Verlag Hermann Bösmann
Papier: 100 Prozent Recycling



®

Das Siegel für Fairen Handel.

TransFair – Fairtrade Deutschland
Verein zur Förderung des Fairen Handels
mit der „Dritten Welt“ e.V.

Remigiusstraße 21
50937 Köln

Telefon: +49 221 94 20 40 - 0
Fax: +49 221 94 20 40 - 40

info@fairtrade-deutschland.de
www.fairtrade-deutschland.de

Immer aktuell informiert?
Dann folgen Sie uns:

facebook.de/fairtrade.deutschland
twitter.com/fairtrade_DE

