



# WANDEL DURCH HANDEL

**JAHRES- UND WIRKUNGSBERICHT 2015/16**



**FAIRTRADE  
DEUTSCHLAND**

# INHALT

VORWORT	S 03
ARBEITSSCHWERPUNKTE	S 04-05
INTERNATIONAL CONFERENCE UND AWARD	S 06-07
KAMPAGNEN	S 08-09
PRODUKTE	S 10-11
MARKTÜBERSICHT UND ENTWICKLUNG	S 12-13
JAHRESABSCHLUSS	S 14
AUSBLICK	S 15



Foto: © Rainer Holz

## VORWORT

Im Herbst wurde die globale Fairtrade Strategie 2016-2020 verabschiedet, deren Umsetzung wir zielgerichtet verfolgen: den Wirkungsgrad von Fairtrade vertiefen, neue Marktzugänge öffnen, den Fairtrade-Produzenten auf politischer Ebene Gehör verschaffen sowie Austausch und Zusammenarbeit weiterhin verbessern, damit Kleinbauernorganisationen und Beschäftigte noch stärker von Fairtrade profitieren. Die 17 Nachhaltigkeitsziele, auf die sich die internationale Staatengemeinschaft geeinigt hat, weisen eine große Schnittmenge mit den Schlüsselaufgaben von Fairtrade auf - darunter Armutsreduktion, Ernährungssicherheit, Gleichberechtigung, Klimaschutz und nachhaltiger Konsum. Jedoch: Allein die Verabschiedung dieser Absichtserklärungen verändert nichts. Papier ist geduldig. Es müssen Weichenstellungen und konkrete Schritte folgen, auf politischer, gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Ebene, um diese notwendige sozial-ökologische Transformation zu erreichen.

### Konkrete Schritte gehen

Fairtrade geht solche Schritte. Die globalen Entwicklungsziele betrachten wir als wichtigen Referenzrahmen. Mit den Strukturveränderungen und einem hauptamtlichen Vorstand haben wir TransFair auf Zukunftsfähigkeit ausgerichtet. TransFair nimmt seine stetig gestiegene Verantwortung im weltweiten Fairtrade-System wahr, verzeichnet im internationalen Vergleich die stärksten Absatzsteigerungen. Die Förderung des Textilstandards und die Stärkung der Süd-Strukturen über die kontinentalen Netzwerke stehen als Beispiel. Mit dem im Oktober 2015 veröffentlichten Klimastandard ermöglichen wir Kleinbauernorganisationen und dörflichen Gemeinschaften am freiwilligen Emissionshandel teilzunehmen, sich aktiv für Klimaschutz stark zu machen und in eine ökologisch nachhaltige Zukunft zu investieren. Gleichzeitig nimmt der Standard Unternehmen in die Pflicht, Emissionen zu reduzieren und Verantwortung für ihre globalen Lieferketten zu übernehmen.

Mit dem Fairtrade-Textilstandard und -Textilprogramm, veröffentlicht im März 2016, gibt es nun zudem erstmalig einen Standard, der die komplexe Produktions- und Lieferkette von Textilien in ihrer Gänze betrachtet und

durch umfassende Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen soziale, ökonomische und ökologische Verbesserungen für die Beschäftigten anstrebt.

### Leben verändern – durch Wandel im Handel

Globale Lieferketten fair zu gestalten ist eine Verantwortung aller Beteiligten. Wir sind überzeugt, dass dies nur durch konkrete Verbesserungen der Situation für die Kleinbauern und Arbeiter vor Ort möglich ist. Wenn Händler und Hersteller ihre Lieferketten langfristig sichern wollen, muss der Anbau attraktiver werden. Es ist weder der Traum junger Menschen noch eine würdige Zukunftsperspektive, für zwei Dollar am Tag Kaffee- oder Kakaobohnen zu pflücken.

### Gemeinsam den Handel transformieren

Unser Bestreben ist es, auch weiterhin mit einer erweiterten Vielfalt an Fairtrade-Produkten in allen Handelskanälen noch mehr Verbraucherinnen und Verbraucher zu erreichen und Produzentenorganisationen so die nötigen Absätze zu ermöglichen. Wir sind uns bewusst, dass Fairtrade nie alleine die Lösung für die Verwerfungen in globalen Produktions- und Lieferketten sein kann. Umso wichtiger ist es, unsere Anliegen in entsprechende Debatten und politische Prozesse einzubringen. Wir können die global benötigte Transformation vorantreiben: innovativ, kreativ und mit Kante. An unserer Seite haben wir starke Partner aus Wirtschaft und Zivilgesellschaft: Wir sind dankbar für die gute und konstruktive Zusammenarbeit mit unseren 32 Mitgliedsorganisationen, Referenten und Freiwilligen und den vielen Unterstützerinnen und Unterstützern aus Fairtrade-Towns, -Schools und -Universities. Sie bilden das gesellschaftliche Fundament, das Fairtrade so besonders macht, und geben uns den Antrieb, den wir für die große Aufgabe benötigen, Produktion, Handel und Konsum fairer und nachhaltiger zu machen.

Heinz Fuchs,  
Aufsichtsratsvorsitzender  
TransFair e.V.

Dieter Overath,  
Geschäftsführender  
Vorstandsvorsitzender  
TransFair e.V.

„DER FAIRE HANDEL IST VORBILD UND WEGWEISER, WIE NACHHALTIGE ENTWICKLUNG IN DER PRAXIS INNOVATIV UND PARTIZIPATIV UMGESETZT WERDEN KANN.“

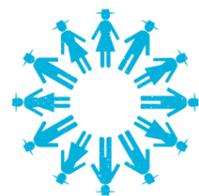
Jochen Flasbarth, Staatssekretär  
im Bundesministerium für  
Umwelt, Naturschutz, Bau und  
Reaktorsicherheit. Internationale  
Fairtrade Conference 2016, Berlin.

  
Heinz Fuchs

  
Dieter Overath

29%  
MEHR

VERKÄUFE VON  
FAIRTRADE-PRODUZENTEN  
IN DEN  
DEUTSCHEN MARKT



ÜBER 1,6 MILLIONEN  
BAUERN UND ARBEITER  
PROFITIEREN WELTWEIT VOM  
FAIRTRADE-SYSTEM.



NAHMEN DIE  
FAIRTRADE-PRODUZENTEN  
FÜR GEMEINSCHAFTLICHE  
PROJEKTE EIN.



IHRE VERTRETER SIND  
MIT 50% AN ALLEN  
GLOBALEN ENTSCHEIDUNGEN  
BETEILIGT.



WURDEN MIT FAIRTRADE-  
PRODUKTEN IN DEUTSCHLAND  
2015 UMGESETZT, EIN ANSTIEG  
VON 18% ZUM VORJAHR



88 PROZENT DER FAIRTRADE-  
PRODUZENTEN SIND IN  
KLEINBAUERN-KOOPERATIVEN  
ORGANISIERT.



GEMEINSAM BILDEN SIE  
1.226 PRODUZENTEN-  
ORGANISATIONEN IN 74  
VERSCHIEDENEN LÄNDERN.

# ARBEITSSCHWERPUNKTE

Um Fairtrade-Produzenten noch besser und gezielter unterstützen zu können, hat Fairtrade International fünf Arbeitsschwerpunkte festgelegt.



© James A. Rodriguez

## KINDERRECHTE

Ausbeuterische Kinderarbeit sowie Zwangsarbeit sind im Fairtrade-System verboten. Fairtrade verpflichtet sich, durch seine Programme, Standards und die Mitarbeiter der Produzentennetzwerke vor Ort, Kinder zu schützen. Zu den Programmen zählt zum Beispiel ein Konzept, das Kinder und Jugendliche aktiv in die Bekämpfung von Kinderarbeit einbezieht. Angewendet wird es unter anderem in einer **Zuckerkooperative in Belize**. Kinderarbeit ist in diesem Sektor weit verbreitet, Verbote und Kontrollen allein helfen nicht nachhaltig. So werden in dem Programm Jugendliche selbst zu Aufklärern, indem sie Workshops besuchen, sich zum Thema weiterbilden und mit den erwachsenen Mitgliedern ihrer Gemeinde sprechen. Dort führen sie Interviews, werten die Daten aus und können so offen und aktiv gegen Kinderarbeit vorgehen und Alternativen durch die Werkzeuge des fairen Handels aufzeigen.



© Tobias Thiele

## FRAUENRECHTE

Frauen sollen gleichberechtigt am fairen Handel teilhaben können, doch weder im globalen Norden noch im Süden findet man Gleichberechtigung zwischen den Geschlechtern als gesellschaftliche Norm. Fairtrade versucht ungleiche Machtverhältnisse zwischen Männern und Frauen in den Anbauländern aufzuspüren und aktiv dagegen anzugehen. „Früher dachte man hier, nur Männer könnten bestimmte Jobs haben. Dank der vielen Fairtrade-Trainings für Frauen und der Kooperativenstruktur funktioniert heute eine echte Demokratie in Kuapa Kokoo“, sagt Fatima Ali, Vorsitzende der **Kakaokooperative Kuapa Kokoo in Ghana**. Ein Teil der Prämiengelder wird in Workshops für Frauen investiert, damit sie zusätzliche Einnahmequellen erschließen und sich unabhängig von den Männern machen können.



© Roger van Zaaij

## KLIMAWANDEL

Kleinbäuerinnen und -bauern in Entwicklungs- und Schwellenländern sind durch die Auswirkungen des Klimawandels extrem gefährdet: Sie leben von den Feldfrüchten, die sie für sich und ihre Familien und zum Verkauf anbauen. Ernterückgänge oder gar Ausfälle bedrohen daher unmittelbar ihre Existenz. Auch bei den Kaffeeproduzenten in Afrika wird der Klimawandel immer mehr spürbar. Die Kleinbauernfamilien müssen sich neuen, zum Teil sehr extremen Wetterlagen anpassen. Deshalb brauchen die Produzenten zusätzliche Unterstützung, um beständige Ernten zu erzielen. Dabei sind auch kreative Ideen gefragt. Die



© Fairtrade International

Mitglieder der **Kaffeekooperative Kabnetuny in Kenia** nutzen neue Biogas-Kochöfen, bei denen Kuhdung als Brennmittel eingesetzt wird. Dadurch wird weniger Feuerholz benötigt und das Abholzen der nahegelegenen Wälder deutlich eingedämmt.

## ARBEITERRECHTE

Arbeiterinnen und Arbeiter auf Farmen und in Fabriken in Entwicklungsländern sind die am stärksten benachteiligten Akteure im globalen Handel. Ihnen fehlt es unter anderem an formellen Arbeitsverträgen, Versammlungsfreiheit, grundlegenden Gesundheits- und Sicherheitsleistungen und ausreichenden Löhnen, um ihren Lebensunterhalt bestreiten zu können. Derzeit sind rund 200.000 Arbeiterinnen und Arbeiter auf Fairtrade-zertifizierten Farmen angestellt, besonders in den Produktbereichen Tee, Bananen und Blumen. Der regionale gesetzliche Mindestlohn reicht zum Überleben oftmals kaum aus. Was wäre also ein existenzsichernder Lohn? Fairtrade geht dieser Frage nach. Da es keine international verbindlichen Regelwerke gibt, ist die wichtigste Grundvoraussetzung die länderspezifische **Festlegung von existenzsichernden Löhnen** durch eine international anerkannte und nachprüfbare Methode. Fairtrade tut dies mit den ISEAL-Mitgliedsorganisationen.

## STÄRKUNG VON KLEINBAUERN

Kleinbauern machen den größten Teil der Produzenten aus, mit denen Fairtrade zusammenarbeitet. Seit es Fairtrade gibt, stehen sie im Fokus. Denn sie haben auf dem Weltmarkt eine schwache Position und bekommen nur einen winzigen Teil dessen, was ein Produkt später kostet. Damit sich die Situation der Kleinbauern im globalen Süden verbessert, müssen sie gestärkt werden. Der wichtigste Aspekt ist dabei eine gute Organisationsstruktur. Nur eine gut aufgebaute Kleinbauernorganisation mit **funktionierenden Partizipations- und Entscheidungsorganen** ist in der Lage, effizient und nachhaltig zu produzieren. Dafür müssen die Kleinbauern wissen, was fairer Handel für sie bedeutet. In Honduras werden dafür regelmäßig Sendungen über einen lokalen Radiosender ausgestrahlt, die die Bauern auf dem Feld bei der Arbeit empfangen. Sie erfahren Grundlegendes über den fairen Handel und wie sie daran teilhaben können, indem sie sich an den demokratischen Kooperativenstrukturen beteiligen.



Foto: © Torsten Silz

Fairtrade wirkt.



## INTERVIEW MIT LARRY ATTIPOE

### DIREKTOR DER ENTWICKLUNGSABTEILUNG VON FAIRTRADE INTERNATIONAL

#### Warum hat sich Fairtrade International entschieden, sich mit spezifischen Arbeitsschwerpunkten stärker zu befassen?

Wir wissen aus diversen Studien, dass Fairtrade unter bestimmten Bedingungen sehr positive Auswirkungen auf die Produzentenorganisationen, ihre Mitglieder und ganze Regionen hat. Dazu gehören hohe Fairtrade-Absätze, gute Organisationsstrukturen, ein funktionierender Informationsfluss und Know-how. Aber diese Idealbedingungen finden wir selten vor. Fairtrade hat einen entwicklungspolitischen Auftrag und uns reicht es nicht, Standards einzuhalten und zu zertifizieren. Wir wollen durch die Programme Schulungen, Trainings und weitere Serviceleistungen gezielt ausbauen und so notwendigen Wissenstransfer und Professionalisierung erreichen.

#### Warum wurden speziell die Themen Klimawandel, Frauenrechte, Kinderrechte, Arbeiterrechte und Stärkung von Kleinbauern ausgesucht?

Wir haben Umfragen unter den Produzentenorganisationen durchgeführt, in welchen Bereichen sie besondere Unterstützung brauchen. Die Arbeitsschwerpunkte spiegeln die meistgenannten Punkte wider. Besondere Brisanz sehen wir beim Thema Klima: Je nach Region, nach Produkt und Organisationstyp haben die Befragten unterschiedliche Bedürfnisse angegeben, absolute Einigkeit herrschte

aber beim Klimawandel. Er stellt für Produzenten überall auf der Welt eine akute Existenzbedrohung dar und seine Auswirkungen sind bereits jetzt spürbar. Die thematischen Arbeitsschwerpunkte erleichtern es externen Geldgebern, uns zu fördern und Produzentenorganisationen zielgerichtet zu unterstützen.

#### Was ändert sich durch die Schwerpunktthemen in der Arbeit mit den Produzentenorganisationen vor Ort?

Wir werden auf jeden Fall unsere Zusammenarbeit mit anderen zivilgesellschaftlichen Organisationen weiter ausbauen. Das passiert beispielsweise schon in der Elfenbeinküste, wo wir mit einer lokalen Kinderschutzorganisation ein Projekt mit Kakaobauern gestartet haben. In Sachen Arbeiterrechte kooperieren wir eng mit Gewerkschaften und können von deren großer Expertise profitieren. Wir bauen die Schwerpunktthemen strategisch auf, damit wir deren Umsetzung und Wirkung nachhaltig und langfristig überprüfen und evaluieren können.

„FAIRTRADE HAT EINEN ENTWICKLUNGSPOLITISCHEN AUFTRAG UND UNS REICHT ES NICHT, STANDARDS EINZUHALTEN UND ZU ZERTIFIZIEREN.“



# INTERNATIONAL FAIRTRADE CONFERENCE UND FAIRTRADE AWARD 2016

FAIRER HANDEL SCHAFFT PERSPEKTIVEN FÜR DIE MENSCHEN IN BENACHTEILIGTEN REGIONEN. DAMIT TRÄGT ER AKTIV ZUR BEKÄMPFUNG VON FLUCHTURSACHEN BEI.

Andreas Huber, Geschäftsführer der Deutschen Gesellschaft Club of Rome



## International Fairtrade Conference

Globale Lieferketten nachhaltig gestalten. Unter diesem Zukunftsdiskurs fand am 3. März 2016 in der Konrad-Adenauer-Stiftung in Berlin zum sechsten Mal die International Fairtrade Conference (IFC) statt. Unter den Sprechern der Konferenz waren unter anderem Jochen Flasbarth, Staatssekretär im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, Andreas Huber, Geschäftsführer der Deutschen Gesellschaft Club of Rome, sowie Matthias Berninger, Leiter Public Policy bei Mars Inc., und Almut Feller, Leiterin Institutional & Corporate Affairs, Ferrero Deutschland GmbH. Kooperationspartner der Veranstaltung ist der Deutsche Fachverlag. Die Teilnehmer der Konferenz aus Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Politik konnten ihre Erfahrungen miteinander austauschen und ihre Zusammenarbeit im Dialog festigen.

Eine ausführliche Dokumentation der Konferenz finden Sie unter [www.fairtrade-deutschland.de/ifc](http://www.fairtrade-deutschland.de/ifc)



## Award 2016

In Berlin verlieh TransFair am 3. März 2016 zum fünften Mal die Fairtrade-Awards für herausragenden Einsatz für den Fairen Handel.

Keine leichte Aufgabe für die Jury, die aus der Vielfalt der Bewerbungen die Gewinner in den Kategorien Hersteller, Handel und Zivilgesellschaft wählte. Unter dem Vorsitz von Helmut Fischer, Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), entschied die unabhängige Jury über die Gewinner.

Erstmals wurden in Berlin auch die Internationalen Fairtrade Awards verliehen. Die engagiertesten Kleinbauernorganisationen kommen aus Honduras, Kolumbien und Malawi. Die überzeugendsten Prämienkomitees stammen aus Äthiopien, Sri Lanka und Indien. Der international größte „Fairtrade Fan“ ist Bijumon Kurian aus Indien. Die Gäste erlebten einen stimmungsvollen Abend mit vielen Höhepunkten.



## Kategorie „Hersteller“

1. **Ethletic - Fair Deal Trading GmbH**
2. **Breitsamer + Ulrich GmbH**
3. **Jan Spille Schmuck Atelier**

Gewinner in der Rubrik „Hersteller“ wurde die Fair Deal Trading GmbH mit ihrer Marke Ethletic. Ethletics sind die ersten Schuhe mit Fairtrade-Baumwollsiegel. Kreative Produkte trotz kleinem Budget, Pionierarbeit vor Ort und Kundenbindung beeindruckten die Jury.

## Kategorie „Handel“

1. **Lidl Stiftung & Co. KG**
2. **Rewe Boppard**
3. **Pakka AG**

Als erster Händler in Deutschland führte Lidl 2006 bundesweit Fairtrade-zertifizierte Produkte unter der Eigenmarke Fairglobe ein und baute das faire Sortiment kontinuierlich aus. Zudem unterstützt Lidl regelmäßig Partnerprojekte in den Ursprungsländern. Seit 2014 gehört das Unternehmen zu den ersten Partnern des Fairtrade-Kakao-Programms. Deshalb erhielt die Lidl Stiftung den Award in der Kategorie „Handel“.



## Kategorie „Zivilgesellschaft“

1. **Aktionsbündnis Faire Uni Saar**
2. **AG Fairtrade-Insel Langeoog**
3. **Künstler für Gerechtigkeit**

In der Kategorie „Zivilgesellschaft“ sieht man, dass der faire Handel weit mehr ist als ein anerkanntes Siegel auf einer Verpackung. Der faire Handel lebt von der Vielzahl engagierter Bürgerinnen und Bürger, die sich Tag für Tag einsetzen, ihn zu verbessern und bekannter zu machen. Die Gewinner in dieser Kategorie spiegeln das umfangreiche und vielfältige Engagement von Organisationen wider, die sich auf kommunaler Ebene engagieren und weit über ihre Region hinaus gehört werden. Die Faire Uni Saar beeindruckte mit ihrem bundesweiten Engagement für faire Unis.

## Kategorie „Publikumspreis“

Es war das dritte Mal, dass der Fairtrade Award in der Kategorie „Publikumspreis“ verliehen wurde. Die Besucher der TransFair-Webseite und Facebook-Seite entschieden sich für **Confiserie Hans Riegelein & Sohn**

Alle Preisträger sowie die Dokumentation des Abends finden Sie unter [www.fairtrade-deutschland.de/award](http://www.fairtrade-deutschland.de/award)

VIELES VON DEM, WAS WIR TÄGLICH KONSUMIEREN, VERBINDET UNS MIT MENSCHEN IN ALLER WELT. DIESER VERANTWORTUNG SOLLTEN WIR UNS ALLE BEWUSST SEIN. DAS KLEINE FAIRTRADE-SIEGEL KENNT NUN BALD JEDER UND ES HILFT DABEI, AKTIV DEN FAIREN HANDEL ZU UNTERSTÜTZEN – EGAL OB IM BIO-LADEN, ONLINE-SHOP ODER DISCOUNTSUPERMARKT.

Anke Engelke, Gastgeberin des Fairtrade Award



"ZUR WORLD FAIRTRADE CHALLENGE UNTERSTÜTZE ICH FAIRTRADE UND DIE KAFFEEBAUERN MIT EINER LECKEREN TASSE KAFFEE IM KAMPF GEGEN DEN KLIMAWANDEL. SEID IHR DABEI?" BENNO FÜRMAN



# AKTIV FÜR FAIRTRADE

**DURCH DEN FAIREN HANDEL HABEN WIR UNSERE HANDELSBEZIEHUNGEN WELTWEIT AUSBAUEN KÖNNEN. WIR BEKOMMEN MEHR GELD UND UNSERE GANZE FAMILIE LEBT JETZT VOM KAFFEEANBAU.**

*Agraringenieurin Sonia Vasquez im Rahmen des Coffee Fairdays 2015 am Kölner Dom*

Die Fairtrade-Bewegung wird von einer breiten zivilgesellschaftlichen Basis getragen. Neben den 32 Mitgliedsorganisationen, die den fairen Handel institutionell und politisch unterstützen, setzen sich auch viele tausend Einzelpersonen mit großem Engagement für den fairen Handel ein und beteiligen sich mit Aktionen an den Fairtrade-Kampagnen. Mit kreativen, spannenden und immer neuen Aktionsformen schaffen wir gemeinsam mehr Bewusstsein für einen nachhaltigen Konsum und geben Anregungen zum Umdenken.

## Multiplikatoren der guten Idee

Insbesondere ein festes Netzwerk aus Fairtrade-Freiwilligen füllt die Kampagnen mit Leben. Mit Fachkompetenz und Enthusiasmus geben Fairtrade-Multiplikatoren die Idee des fairen Handels in ihrem Umfeld weiter. Darüber hinaus engagieren sich rund 100 besonders geschulte Fairtrade-Referenten, um lokale Initiativen zu vernetzen und Projekte vor Ort voranzutreiben.

## Fairtrade-Rosenaktion

Bundesweit wurde zum Valentinstag, zum Muttertag und zum Internationalen Frauentag mit Fairtrade-Rosen ein Zeichen für Gleichberechtigung und Frauenrechte gesetzt. Öffentliche Events mit Fairtrade-Rosen in der Fußgängerzone, auf dem Marktplatz oder im Rahmen von Stadtfesten rückten die Lösungen von Fairtrade für die Missstände in der Blumenproduktion in den Fokus.



## Fairtrade-Frühstück

„Fair in den Tag“ hieß es zur Fairtrade-Frühstückskampagne. Denn schon zum Start in den Tag sind wir auf die halbe Welt angewiesen, insbesondere auf den globalen Süden. Daher machten sich zum Fairtrade-Frühstück tausende Unterstützer stark für eine fair gehandelte Alternative auf dem Frühstückstisch.

## 100% Fairtrade-Kaffee: Kleine Bohne, Große Wirkung

So lautete 2015 das Motto des Fairtrade-Aktionstags Coffee Fairday. Bundesweite Kaffeeaktionen gemeinsam mit unseren Mitgliedsorganisationen, Städten, Schulen, Weltläden, dem Handel, der Politik und von Privatpersonen forderten mehr Fairness für Kaffeebauern. Unterstützt wurde der Aktionstag von Sonia Vasquez und Rodolfo Peñalba von der Kaffee-Organisation Comsa aus Honduras. Für sie bedeutet jede fair gehandelte Kaffeebohne bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen in ihrer Heimat. Gemeinsam schickten wir die Forderung nach mehr fairem Handel nach New York, wo zeitgleich die Nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen verabschiedet wurden.



## „Fairer Handel schafft Transparenz“

Unter diesem Motto setzte die **Faire Woche 2015** mit über 2.000 Aktionen die Menschen am Anfang der Lieferkette in den Mittelpunkt. Die größte Aktionswoche des fairen Handels stand unter der Schirmherrschaft von Bundesentwicklungsminister Dr. Gerd Müller.

## Engagiert in der Stadt, der Schule und auf dem Campus

Das Interesse an den Kampagnen Fairtrade-Towns und Fairtrade-Schools war auch 2015 groß. Seit dem Start der Kampagne Fairtrade-Towns 2009 tragen in Deutschland über 400 Städte und Gemeinden den Titel. Alleine im Jahr 2015 kamen 87 engagierte Kommunen dazu. Die Fairtrade-Towns-Kampagne geht weit über die Erfüllung der fünf Kriterien hinaus, sie bringt Menschen aus der Zivilgesellschaft, der Politik und dem Handel über ihr gemeinsames Engagement zusammen. Die Fairtrade-Schools-Kampagne bekommt ebenso seit 2012 stetig Zuwachs und im vergangenen Jahr engagierten sich über 200 Fairtrade-Schools in Deutschland. Der faire Handel erhält so einen festen Platz im Schulalltag und die Schülerinnen und Schüler stärken ihr Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung. Auch immer mehr Hochschulen beteiligen sich an der jüngeren Kampagne Fairtrade-Universities, die im



Sommersemester 2014 startete. Als Vorreiter gingen 2015 die ausgezeichneten Universitäten Saarbrücken, Rostock und Leipzig voran.

**Politisch Aktiv**  
Im Vorfeld des G7-Gipfels 2015 fordern die Hauptakteure des fairen Handels in Deutschland die Bundesregierung auf, soziale Mindeststandards in globalen Lieferketten durchzusetzen. Gemeinsam veröffentlichen wir mit dem Forum Fairer Handel e.V., GEPA, MISEREOR und dem Weltladen-Dachverband e.V. die deutsche Fassung der Studie des Fair Trade Advocacy Office in Brüssel zum Thema Marktmacht. Die Studie mit dem Titel „Wer hat die Macht? Machtkonzentration und unlautere Handelspraktiken in landwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten“ stellt umfassend die Benachteiligung kleinbäuerlicher Produzenten dar.

**DIESER BERICHT SCHLIESST EINE LÜCKE. ER STELLT EINEN UMFASSENDEN EMPFEHLUNGS-KATALOG AUF, DESSEN UMSETZUNG DEN TRADITIONELLEN HANDEL DEUTLICH FAIRER MACHEN WÜRDE. ICH BEGRÜSSE DIESEN WICHTIGEN BEITRAG ZU EINER DEBATTE, DIE LANGE ÜBERFÄLLIG IST.**

*Olivier de Schutter, UN-Sonderberichterstatter für das Menschenrecht auf Nahrung (2008-2014) über die Studie „Wer hat die Macht?“*





16.311 TONNEN

+4%

**KAFFEE** 

Verkäufe von Fairtrade-Produzenten in den deutschen Markt und die Veränderung gegenüber dem Vorjahr

Der Klimawandel ist das beherrschende Thema im **Kaffeeanbau**. Nicht nur bei Fairtrade, in der gesamten Kaffeeindustrie wird diese Thematik diskutiert und versucht Voraussagen über mögliche Verluste zu machen. Dieser Blick in die Glaskugel trägt zur Volatilität der Weltmarktpreise bei: Der Preis für Rohkaffee richtet sich nicht nur nach Angebot und Nachfrage, sondern wird an Börsen verhandelt und ist damit Gegenstand von Spekulation. Im Februar 2016 erreichte der Kaffeepreis einen Tiefstand von 110 US Cents pro Pfund. Die niedrigen Preise setzen die Kleinbauernorganisationen unter zusätzlichen Druck: Gerade erst erholen sich die Anbauländer von den enormen Schäden, die der Kaffeerost La Roya in den Vorjahren anrichtete, und noch ist nicht sicher, ob drohende Dürren zu weiteren Einschnitten führen. Wenn sich die wieder steigenden Ernten nicht in höheren Einnahmen auszahlen, können wichtige Investitionen in neue Kaffeepflanzen, Schattenbäume oder Düngemittel nicht getätigt werden.

Das zeigt, dass der Fairtrade-Mindestpreis und langfristige Handelspartnerschaften wichtige Mechanismen sind, um den Kaffeebauern auch in Zeiten niedriger Preise eine kostendeckende Produktion und Stabilität zu ermöglichen. Trainings, unter anderem zu Biodiversifizierung, nachhaltigen Anbaumethoden und Wassermanagement stärken die Bauern darin, sich an Klimaveränderungen anzupassen.

Die Prämien flossen insbesondere in Produktivität, Infrastruktur und Ausbau der Organisationen sowie direkte Leistungen für die Bäuerinnen und Bauern.

Insgesamt verkauften Fairtrade-Produzentenorganisationen 116.499 Tonnen zertifizierte Fairtrade-Rohware. Das entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um **29%**



67.793 TONNEN

+32%

**BANANEN** 

Die Produktionskapazitäten für **Fairtrade-Bio-Bananen** stoßen an ihre Grenzen. Nach wie vor trägt jede fair gehandelte Banane auf dem deutschen Markt auch das Bio-Siegel. Sie stammen hauptsächlich von Kleinbauernkooperativen in Peru, aber auch aus der Dominikanischen Republik und Ecuador. Nicht überall aber ist Bio-Anbau möglich. Fairtrade-Organisationen, für die eine Umstellung auf Bio-Anbau nicht möglich ist, bleibt der Absatzmarkt Deutschland nach wie vor verwehrt. Die hohe Nachfrage nach fairen Bio-Bananen kann auch für die Bio-Bauern zur Belastungsprobe werden, ihre Verträge zu erfüllen: So führten jüngst massive Regenfälle und schwere Überschwemmungen im Nordwesten Perus zu Ernteaussfällen, von denen auch Fairtrade-Organisationen stark betroffen waren.

Fairtrade unterstützt die Kleinbauernorganisationen darin, biologische Anbaumethoden zu verbessern, Produktivität und Qualität ihrer Ernten zu steigern sowie sich an den Klimawandel anzupassen, damit sie fit für den Export und die Anforderungen der Absatzmärkte sind. Zu den Maßnahmen gehören unter anderem Schulungen zu Bodenanalyse, biologischer Düngemittelherstellung, verbesserten Bewässerungssystemen und Erntetechniken.

Kleinbauern investierten gut die Hälfte der Prämie in die Stärkung ihrer Organisation. Ein weiterer Schwerpunkt lag auf Direktleistungen, beispielsweise Geräten und Ausrüstung. Die Priorität bei Plantagen lag in der Verbesserung von Arbeiterunterkünften sowie bildungsbezogenen Zwecken wie Schulgebühren und Stipendien.



14.298 TONNEN

+88%

**KAKAO** 

Das Thema ausbeuterische Kinderarbeit im westafrikanischen **Kakaosektor** bleibt brisant. Im vergangenen Jahr sorgte ein Bericht der Tulane Universität für Aufsehen, nach dem die absolute Zahl der arbeitenden Kinder im Kakaoanbau in der Elfenbeinküste und Ghana gestiegen ist. Armut, wenige Schulen und eine schlechte Infrastruktur in den Kakaoanbauregionen sowie Schulgebühren sind einige der Ursachen für den Negativtrend.

Ausbeuterische Kinderarbeit ist nach Fairtrade-Standards ausdrücklich verboten. Doch ein Verbot bekämpft keine Ursachen. Fairtrade hat daher einen integrativen Ansatz zur Prävention ausbeuterischer Kinderarbeit entwickelt, der die Kakaobauern einbindet: Durch Trainings und Sensibilisierung, Selbstmanagement und die Stärkung der Kooperativen und ihrer zugehörigen Gemeinden lernen sie, Risiken für Kinder frühzeitig zu erkennen und zu verhindern. Auch Jugendliche übernehmen eine aktive Rolle, ihre Rechte und ihr Wohlergehen zu schützen. Unter dem Titel „It takes a village to protect a child“ führt Fairtrade International Pilotprojekte mit Kakaokooperativen in der Elfenbeinküste in enger Zusammenarbeit mit internationalen und lokalen Kinderschutzorganisationen durch.

Die Prämien wurden unter anderem für Infrastrukturprojekte wie Lagergebäude oder Trocknungsanlagen aufgewendet. Knapp ein Drittel der Prämie wurde als Bonus direkt an die Bäuerinnen und Bauern ausgezahlt. Die Häufigkeit von Direktauszahlungen verdeutlicht die große Armut unter Kakaobäuerinnen und -bauern aus Westafrika.



364 MIO. STIELE

+6%

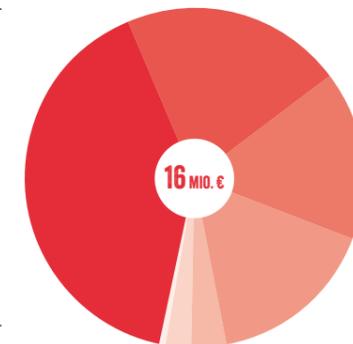
**ROSEN** 

**Blumenfarmen** sehen sich mit wachsenden Anforderungen hinsichtlich der Qualität konfrontiert. Gleichzeitig steigt der Preisdruck seitens des Marktes. Die Fairtrade-Blumenfarmen setzen viel daran, die strengen Umweltstandards zu erfüllen. Die Liste der verbotenen Substanzen wird derzeit überarbeitet und zukünftig noch anspruchsvoller ausfallen. Mehr freiwillige Nachhaltigkeitsinitiativen mit niedrighwelligen Kriterien drängen in den Blumenmarkt und erhöhen die Konkurrenz für Fairtrade-Farmen. Sie wird verschärft durch die sehr unterschiedlichen Produktionskosten in den verschiedenen Anbauländern wie Ecuador, Kenia und Äthiopien.

Eines der Schwerpunktthemen von Fairtrade liegt in der Stärkung von Arbeiterrechten sowie der Verbesserung der Löhne auf Plantagen hin zu existenzsicherndem Niveau. Eine Studie zu Richtwerten für existenzsichernde Löhne wurde in der Blumenindustrie Kenias und Äthiopiens in Auftrag gegeben. Damit die Farmen die Lücke zwischen branchenüblichen Mindestlöhnen und existenzsichernden Löhnen schließen können, sind hohe Fairtrade-Absätze ein wichtiger Faktor.

Über zwei Drittel der erwirtschafteten Prämie investierten sie in Leistungen für die Beschäftigten und ihre Familien, darunter Bildungsmaßnahmen, Verbesserung von Unterkünften sowie finanzielle Beihilfen und Kredite. Ebenfalls hohe Priorität haben Gemeinschaftsprojekte wie Bildungsangebote und Gesundheitsversorgung.

## PRÄMIENEINNAHMEN



- Rohkaffee** 6.475.467 €
- Bananen** 3.389.650 €
- Kakaobohnen** 2.573.640 €
- Rosen** 2.553.775 €
- Baumwolle** 530.395 €
- Zucker** 357.115 €
- Tea** 131.575 €



# MARKTÜBERSICHT

# MARKTENTWICKLUNG

Produkt	Einheit	Absatz 2015	Veränderung zum Vorjahr	Umsatz (gerundet) (Euro) 2015	Veränderung zum Vorjahr	Bioanteil*
Bananen/Südfrüchte	t	68.094	32%	115.760.856	25%	99%
Blumen	Stiele	364.824.969	6%	113.599.381	-4%	0%
Eiscreme	t	5.911	27%	82.762.113	27%	0%
Fruchtsaft	l	13.702.307	37%	20.553.460	29%	5%
Gewürze	t	121	1%	2.427.124	0%	9%
Honig	t	1.388	54%	12.258.373	100%	2%
Kaffee	t	13.590	4%	357.101.616	7%	72%
Kakao/Trinkschokolade	t	558	33%	4.464.276	32%	84%
Kalte Mischgetränke	t	3.609.298	8%	18.776.595	23%	84%
Kosmetik	l	10.330	145%	294.446	145%	84%
Reis	t	681	-14%	5.453.300	38%	77%
Schokolade	t	1.188	2%	21.989.932	3%	61%
Süßwaren	t	1.399	1%	22.223.632	13%	46%
Sportbälle	Stk.	8.385	-47%	125.775	-47%	0%
Tee	t	276	38%	13.798.299	41%	85%
Textilien	Stk.	9.204.820	17%	71.197.593	0%	22%
Wein	l	1.908.014	97%	10.494.074	141%	11%
Zucker	t	4.049	15%	14.172.523	18%	5%
Fairtrade-Kakaoprogramm (gesiegelt)	t			83.000.000	177%	0%
<b>Gesamt</b>				<b>978.350.316</b>	<b>18%</b>	<b>72%</b>

\*Bioanteil basiert auf Absatzmengen

Der Umsatz von Fairtrade-Produkten stieg 2015 um 18 Prozent auf 978 Mio. Euro. Der Großteil entfällt mit 80 Prozent auf fair gehandelte Lebensmittel, 72% davon sind auch Bio-zertifiziert. Durch die Verkäufe auf dem deutschen Markt erwirtschafteten die Produzentenorganisationen zusätzlich zu den Verkaufspreisen für ihre Rohstoffe Fairtrade-Prämien in Höhe von 16 Mio. Euro. 92 Prozent kommen von den absatzstärksten Produkten Bananen, Kaffee, Blumen und Kakao.

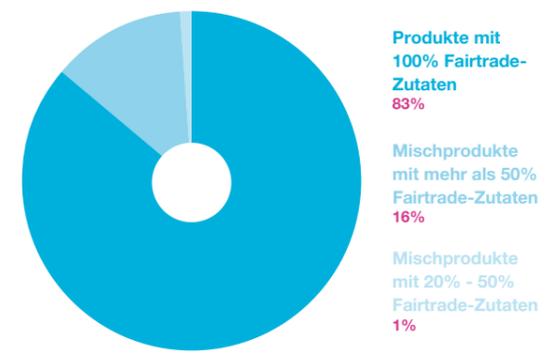
## Absatzrekord für faire Bio-Bananen

Die Bananenverkäufe stiegen 2015 um 32 Prozent auf 68.094 Tonnen. Sie machen damit über die Hälfte des Gesamtabsatzes aus. Alle auf dem deutschen Markt erhältlichen Fairtrade-Bananen sind bio-zertifiziert. Der Marktanteil am Bananen-Gesamtmarkt liegt bei 10 Prozent.

## Kaffee mit leichtem Plus

Mit einem Plus von 4 Prozent entwickelten sich Fairtrade-Kaffeeverkäufe positiv bei bestehender Distribution. Neben absatzstarken Partnern wie Darboven, Tchibo, Aldi und Lidl gibt es in Deutschland 60 Röstereien, die für eine große Vielfalt auf dem Fairtrade-Kaffee Markt sorgen – darunter auch eine wachsende Zahl von Städtekaffees. Rund 30 Prozent des Kaffees werden im Außer-Haus-Markt getrunken. Der Marktanteil von Fairtrade-Kaffee liegt bei 3 Prozent.

## MONO- UND MISCHPRODUKTE

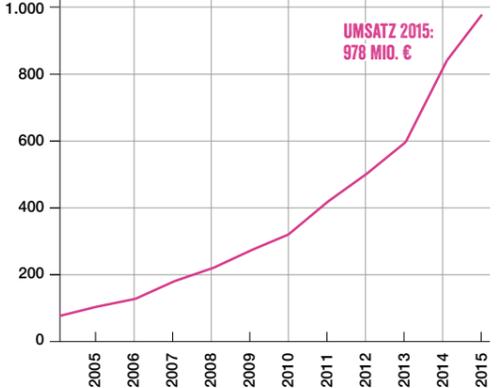


Anteil der Fairtrade-Produkte, die nur aus einer Zutat bestehen (Monoprodukte) und denen aus mehreren Zutaten (Mischprodukte) gemessen am Lebensmittelabsatz 2015.

## Kakaoprogramm führt zu hohem Mengenwachstum

Seit 2014 führt das Fairtrade-Kakaoprogramm zu deutlichen Absatzsteigerungen. 2015 stiegen die Verkäufe der Produzenten gegenüber dem Vorjahr um 88 Prozent. Insgesamt rund 14.300 Tonnen Fairtrade-Kakao wurden 2015 für Schokoladenwaren eingekauft. Davon 12.600 Tonnen über das Kakaoprogramm. Damit erreicht Fairtrade-Kakao einen Marktanteil von 3,6 Prozent.

## UMSATZENTWICKLUNG (IN MIO EURO)



## Blumen und Pflanzen auf dem Vormarsch

Ein Plus von 6 Prozent auf knapp 365 Millionen Stiele erreichten die Verkäufe von Fairtrade-Blumen – zum größten Teil Rosen. Die Bedeutung des Fachhandels wächst: Der Fachhandel verzeichnet ein Plus von 27 Prozent mit Fairtrade-zertifizierter Ware. Zur Weihnachtssaison 2015 waren erstmalig Fairtrade-Weihnachtssterne bei Toom, Kaufland, Knauber Freizeitmärkte, Augsburg Gartencenter und in Aktionen bei Rewe erhältlich. Im Juni folgt die Einführung von fair gehandelten Geranien.

## Baumwolltrends

Bei Textilien aus fairer Baumwolle stieg die Stückzahl insbesondere durch die hohen Verkäufe von Baumwoll-

taschen um 17 Prozent auf 9,2 Mio. Teile. Neben Aktionswaren im Discount entwickelten sich insbesondere die Verkäufe von Nudie Jeans, Comazo und Dibella positiv. Letztere stellen Haushaltstextilien für Hotellerie und öffentliche Einrichtungen her. Geringere Verkäufe von schweren Textilprodukten führen zu einem Rückgang der Baumwollmenge. Trotz Initiativen wie dem Textilforum, gegründet durch das Entwicklungsministerium, bleibt das Engagement der Textilbranche zurückhaltend. Im März 2016 veröffentlichte Fairtrade International seinen neuen Textilstandard mit begleitendem Textilprogramm.

## Weitere Produktentwicklungen

Erstmalig wurden 2015 über tausend Tonnen Honig verkauft. Breitsamer, Aldi Süd und Nord sind treibende Kräfte für das Plus von 54 Prozent. Gute Absätze im Discount sorgten für ein Plus von 37 Prozent bei fair gehandeltem Fruchtsaft auf 13,7 Mio. Liter. Kalte Getränke waren vor allem in der Gastronomie beliebt. Mit Anjola startete die Fritz-Kulturgüter GmbH eine neue Trend-Marke mit fünf Fairtrade-Sorten. Großer Beliebtheit in Einzelhandel und Gastronomie erfreuen sich Limonaden und Eistees von Lemonaid.

## Im europäischen Vergleich

Verbraucherinnen und Verbraucher gaben im letzten Jahr 12 Euro pro Kopf für Fairtrade-Produkte aus. In der Schweiz werden pro Kopf knapp 58 Euro, in Österreich 21,50 Euro ausgegeben. Auch wenn hier noch Aufholpotenzial besteht, entwickelt sich der deutsche Fairtrade-Markt seit gut einer Dekade auch im weltweiten Vergleich äußerst positiv.



**„AUCH NACH FAST 20 JAHREN FAIRTRADE-HANDEL ERLEBEN WIR IMMER WIEDER, WIE VIEL WIR VOR ORT BEWEGEN KÖNNEN. HERAUSFORDERUNGEN, WIE AKTUELL DIE SCHWIERIGEN KLIMATISCHEN BEDINGUNGEN ODER DIE KNAPPHEIT AN BIO-RESSOURCEN, MACHEN UNSEREN JOB IMMER WIEDER SPANNEND UND GEBEN UNS DIE MÖGLICHKEIT, UNSERE KOMPETENZ IMMER WIEDER NEU UNTER BEWEIS ZU STELLEN.“**

Mike Port  
Geschäftsführer Port International Bananas GmbH

**„LABEL MIT HOHER AUS-SAGEKRAFT. SEHR STARKE ÜBERGREIFENDE KRITERIEN. MINDESTPREISE FÜR ROHWARE UND PRÄMIEN SIND PFLICHT. TRANSFAIR KANN GELABELTE PRODUKTE SEHR GUT ZURÜCKVERFOLGEN. GUTE KONTROLLMECHANISMEN, VIELFÄLTIGE WIRKUNGS-ANALYSEN.“**

Stiftung Warentest - Testfazit Fairtrade-Siegel

Mehr unter [www.test.de/nachhaltigkeitssiegel](http://www.test.de/nachhaltigkeitssiegel)

# JAHRESABSCHLUSS ZUM 31.12.2015

## GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in EURO	2015	2014
<b>Erträge</b>	<b>13.276.390</b>	<b>11.544.296</b>
Lizeneinnahmen	10.413.267	8.779.838
Zuschüsse	207.753	555.478
Mitgliedsbeitrag	18.000	18.000
Spenden	4.027	5.204
Sonstige Erträge	466.239	363.121
Gewinnvortrag Vorjahr	237.104	242.655
Entnahmen aus Rücklagen	1.930.000	1.580.000

in EURO	2015	2014
<b>Aufwendungen</b>	<b>-13.043.506</b>	<b>-11.307.192</b>
Personal	-2.680.883	-2.369.521
Abschreibungen	-71.543	-60.274
Presse-, Öffentlichkeitsarbeit, Kampagnen & Marketing	-1.893.147	-2.176.671
Internationales/Produzentenunterstützung	-811.801	-219.106
Verwaltung	-601.227	-542.453
Mitgliedsbeitrag Fairtrade International	-2.342.006	-1.865.761
Weiterleitung Lizeneinnahmen	-1.882.898	-1.553.406
Einstellung in Rücklagen	-2.760.000	-2.520.000
<b>Bilanzgewinn</b>	<b>232.884</b>	<b>237.104</b>

Der Verein entwickelte sich 2015 weiterhin positiv. TransFair erwirtschaftete insgesamt 10,4 Mio. Euro Lizeneinnahmen. Davon waren 1,8 Mio. Euro länderübergreifende Lizeneinnahmen, die an die zuständigen ausländischen Fairtrade-Initiativen weitergeleitet wurden. 8,6 Mio. Euro standen für die Erfüllung der satzungsgemäßen Aufgaben zur Verfügung. Sie wurden in der Hauptsache für Handels- und Herstellerkooperationen für Fairtrade-Produkte sowie für die Presse-, Öffentlichkeits- und Kampagnenarbeit für globale Gerechtigkeit und einen nachhaltigen Konsum verwendet. Darüber hinaus intensivierte TransFair die internationale Arbeit und die direkte Produzentenunterstützung mit gut 800.000 Euro. Hierdurch wurden Förderprogramme in den Ursprungsländern, internationale Marketing-Kampagnen und Wirkungsstudien zum Fairen Handel ermöglicht. Aufgrund der guten Entwicklung erhöhte sich der an die Lizeneinnahmen gekoppelte Mitgliedsbeitrag an den Dachverband Fairtrade International auf 2,3 Mio. Euro. Aus diesem Beitrag wurden die Weiter-

entwicklung des Fairtrade-Systems, die Standardsetzung und die Beratung im Süden finanziert. Zum Jahresende wurden 2,8 Mio. Euro in Rücklagen eingestellt, um die Finanzierung der Betriebskosten und des Mitgliedsbeitrags an Fairtrade International sicherzustellen. TransFair beschäftigte zum Jahresende 49 Mitarbeiter/innen, was 42 Vollzeitstellen entsprach.

Dank finanzieller Förderung konnten auch 2015 wieder folgende Projekte umgesetzt werden: Die Faire Woche, veranstaltet vom Forum Fairer Handel in Kooperation mit TransFair und Weltladen-Dachverband, wird durch das Bundesentwicklungsministerium (BMZ), Misereor und Brot für die Welt/Evangelischer Entwicklungsdienst mitfinanziert. Die Stiftung Umwelt und Entwicklung Nordrhein-Westfalen sowie Engagement Global fördern die Kampagne Fairtrade-Schools. Wir danken allen Unterstützern und Förderern.

## BILANZ

<b>AKTIVA</b> in EURO	2015	2014
<b>A. Anlagevermögen</b>	<b>205.969</b>	<b>151.970</b>
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	64.941	14.898
II. Sachanlagen	141.028	137.072
<b>B. Umlaufvermögen</b>	<b>5.595.848</b>	<b>4.248.575</b>
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	3.558.345	3.015.339
II. Bank- und Kassenbestand	2.037.504	1.233.236
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>87.910</b>	<b>45.391</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>5.889.727</b>	<b>4.445.936</b>

<b>PASSIVA</b> in EURO	2015	2014
<b>A. Eigenkapital</b>	<b>4.012.884</b>	<b>3.187.104</b>
I. Rücklagen	3.780.000	2.950.000
davon Betriebsmittelrücklage	2.760.000	1.290.000
davon Projektrücklage	-	640.000
davon freie Rücklage	1.020.000	1.020.000
II. Bilanzgewinn	232.884	237.104
<b>B. Rückstellungen</b>	<b>923.057</b>	<b>817.600</b>
<b>C. Verbindlichkeiten</b>	<b>838.219</b>	<b>441.233</b>
I. Verbindlichkeiten aus Leistungen	719.892	353.043
II. Sonstige Verbindlichkeiten	118.327	88.190
<b>D. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>115.567</b>	<b>-</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>5.889.727</b>	<b>4.445.936</b>



## AUSBLICK

TransFair intensiviert seine strategischen Partnerschaften und Bündnisse für die Interessen der Produzentenorganisationen. So arbeitet der Verein weiterhin intensiv im Bananenforum zur Entwicklung einer Charta für einen gerechteren Bananenhandel. Dieses hatte TransFair 2014 gegründet und 2015 in die Hände des unabhängigen Forschungsinstituts CSCP übergeben. Durch die Finanzierung seitens der GIZ zeigt das Entwicklungsministerium seine politische Unterstützung. Als Mitglied von VENRO, einem Bündnis von über 100 entwicklungspolitischen Nichtregierungsorganisationen, engagiert sich TransFair in den dortigen Arbeitsgruppen für Frauenrechte, Bildung und Kofinanzierung. Über die Zusammenarbeit mit dem Fair Trade Advocacy Büro in Brüssel arbeitet TransFair zusammen mit Fairtrade International auf EU-Ebene an der Umsetzung der Strategie 2016-2020.

Ob und wie der faire Handel seit dem neuen Jahrtausend die Gesellschaft veränderte, untersucht derzeit das Ceval-Institut aus Saarbrücken. Die Studie, die TransFair gemeinsam mit Misereor, Brot für die Welt, der Friedrich Ebert Stiftung, der Servicestelle Kommunen in der Einen Welt und dem Forum Fairer Handel in Auftrag gegeben hat, wird im Herbst 2016 veröffentlicht.

Seit 2015 investiert TransFair zusätzlich 5% der Lizeneinnahmen in die Unterstützung von Produzentenorganisationen und ihren Netzwerken bei der Umsetzung eigener Projekte und Programme. Erste beschlossene Aktivitäten sind unter anderem die Unterstützung des asiatischen Produzentennetzwerks NAPP bei der Implementierung des Textilprogramms und die Förderung eines internationalen Vernetzungstreffens von Frauen im Bananensektor zur Planung des Weltbananenforums sowie die Kofinanzierung eines Programms zur Stärkung von Kaffeekleinbauern in Guatemala, Honduras und Nicaragua gemeinsam mit dem lateinamerikanischen Produzentennetzwerk CLAC und der finnischen Regierung.

Durch Kooperationen auf nationaler und internationaler Ebene bringt sich TransFair in politischen und wirtschaftlichen Debatten ein. Mehr Geld fließt zukünftig direkt in die Unterstützung von Projekten im globalen Süden.

### Impressum

Herausgeber: TransFair e.V.  
Redaktion: Claudia Brück (verantwortlich), Edith Gmeiner, Tobias Thiele  
Layout: Dreimalig Werbeagentur  
Druck: Klimaneutral durch Thiekötter, Münster  
Papier: 100 Prozent Recycling

## FAIRTRADE-TERMINE 2016/2017

**13. – 15. Mai:** World Fairtrade Challenge

**1. Juni:** Textilstandard und -Programm treten in Kraft.

**28. Juni:** Pressekonferenz zum Textilstandard  
Ethical Fashion Show, Berlin

**16. – 30. September:** Faire Woche

**30. September:** Fashion Fairday

**01.01. – 31.12.2017:** Jubiläum - 25 Jahre TransFair e.V.



# FAIRTRADE AUF EINEN BLICK

## TRANSFAIR E.V.

Der Verein **TransFair e.V.** wurde 1992 mit dem Ziel gegründet, benachteiligte Produzentengruppen in Entwicklungsländern zu unterstützen. Als unabhängige Organisation handelt TransFair e. V. nicht selbst mit Waren, sondern setzt sich für mehr fairen Handel und nachhaltigen Konsum ein. Über 300 Lizenzpartner bieten in Deutschland mehr als 3.000 verschiedene Fairtrade-Produkte an.

## INTERNATIONALES NETZWERK

TransFair gehört zum internationalen Verbund **Fairtrade International e.V.**, in dem Fairtrade Organisationen aus 25 Ländern und die drei kontinentalen Produzentennetzwerke zusammengeschlossen sind. Fairtrade International entwickelt die international gültigen Fairtrade-Standards. [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)

## ZERTIFIZIERUNG UND KONTROLLE

Alle beteiligten Akteure entlang der Lieferkette werden regelmäßig von FLOCERT GmbH kontrolliert. Die Gesellschaft arbeitet mit einem unabhängigen und weltweit konsistenten Zertifizierungssystem nach den Anforderungen der Akkreditierungsnorm ISO 17065 (DIN EN 45011). [www.flocert.net](http://www.flocert.net)

## GESCHÄFTSFÜHRENDER VORSTAND

Dieter Overath – Vorstandsvorsitzender  
Claudia Brück – Kommunikation, Politik & Kampagnen  
Detlev Grimmelt – Marketing und Finanzen

## AUFSICHTSRAT

Heinz Fuchs – Vorsitzender des Aufsichtsrats – Brot für die Welt  
Dr. Frank Eichinger – stellvertretender Vorsitzender – Deutsche Pfadfinderschaft Sankt Georg  
Norbert Dreßen – Misereor  
Kai Falk – Handelsverband Deutschland  
Dr. Florian Grohs – Oikocredit  
Marion Hammerl – Global Nature Fund  
Dr. Clemens Kienzler – Bund der Deutschen Katholischen Jugend

## IN EIGENER SACHE

Erstmalig in der Vereinsgeschichte wählten die Vertreter der Mitgliedsorganisationen einen hauptamtlichen Vorstand, um den immer komplexeren Anforderungen und Zielen gerechter zu werden. Diesem wurde mit dem Aufsichtsrat ein neues Vereinsorgan zur Seite gestellt, das den Vorstand berät und kontrolliert. Der Aufsichtsrat achtet besonders auf die Einhaltung der rechtlichen Bestimmungen, der internationalen Verpflichtungen, sowie der internen Regelungen und inhaltlichen Absprachen mit den Organen durch den Vorstand.

## Adresse

TransFair – Verein zur Förderung des Fairen Handels in der Einen Welt e.V.  
Remigiusstraße 21 · 50937 Köln  
Telefon: +49 221 94 20 40-0  
Fax: +49 221 94 20 40-40  
Email: [info@fairtrade-deutschland.de](mailto:info@fairtrade-deutschland.de)  
Internet: [www.fairtrade-deutschland.de](http://www.fairtrade-deutschland.de)

## MITGLIEDSORGANISATIONEN



## FÖRDERMITGLIEDER

Stiftung Apfelbaum und Stadt Neuss