



TRANSFAIR E.V.

JAHRES- UND WIRKUNGSBERICHT 2016

INHALTSVERZEICHNIS

- S. 3 GRUSSWORT DES BUNDESPRÄSIDENTEN
- S. 4: EDITORIAL
- S. 5: AKTIV FÜR FAIRTRADE
- S. 6: MARKTÜBERSICHT UND MARKTENTWICKLUNG
- S. 8: SÜDPERSPEKTIVE
- S. 10: JAHRESABSCHLUSS
- S. 12: AUSBLICK

FAIRTRADE IN DEUTSCHLAND 2016

1,2 MRD. €

WURDEN MIT
FAIRTRADE-GESIEGELTEN
PRODUKTEN 2016 UMGESETZT,
EIN ANSTIEG VON 18 %

€21 MIO.
FAIRTRADE-
PRÄMIEN

NAHMEN DIE FAIRTRADE-
PRODUZENTEN FÜR GEMEIN-
SCHAFTLICHE PROJEKTE EIN



482 FAIRTRADE-TOWNS,
347 FAIRTRADE-SCHOOLS UND
10 FAIRTRADE-UNIVERSITIES
ENGAGIEREN SICH



345
PARTNERFIRMEN BIETEN
FAIRTRADE-PRODUKTE AN



ÜBER 7.000
FAIRTRADE-PRODUKTE
SIND ERHÄLTlich

84%
BEKANNTHEIT
95%
VERTRAUEN

84 % DER KONSUMENTEN
KENNEN FAIRTRADE.
95 % DER KÄUFER
VERTRAUEN DEM SIEGEL



GRUSSWORT

VON BUNDESPRÄSIDENT FRANK-WALTER STEINMEIER

TransFair e.V. ist aus den Kinderschuhen herausgewachsen – herzlichen Glückwunsch zum 25. Geburtstag! Das ist ein guter Anlass, auf das Geleistete zurückzublicken und einen optimistischen Blick in die Zukunft zu wagen. Gestartet mit einem großen Schuss Idealismus hat die Überzeugungsarbeit für faire, also nachhaltig erzeugte Produkte mittlerweile die Nische der Eine-Welt-Läden verlassen. Heute stellt das Fairtrade-Siegel im gesamten Lebensmittelhandel den Kunden vor die Entscheidung: Bin ich bereit, meine grundsätzliche Sympathie für faire Herstellungsbedingungen und Handel auch mit meiner konkreten Kaufentscheidung zu unterstützen?

Das Siegel Fairtrade gibt heute jedem, der diese Frage für sich bejaht, die Gewissheit, einen konkreten Beitrag zu auskömmlichen Preisen für die Kleinbauern in den Produktionsländern und ökologisch verträglichen Arbeits- und Lebensbedingungen zu leisten. Für immer mehr Menschen ist diese Grundhaltung aber auch im eigenen Interesse, weil sie so die Gewissheit erhalten, in diesem Sinne hochwertige Lebensmittel genießen zu können. Besonders die soziale und die ökologische Dimension des Nachhaltigkeitsbegriffs halten so Einzug in unsere alltäglichen Konsumentscheidungen. Auf lange Sicht ist diese Haltung aber auch ökonomisch gut begründet: Sie ist ökonomisch, weil auf diese Weise unsere Lebensgrundlagen und die Grundlagen wirtschaftlichen Handelns auch für die Zukunft sichergestellt werden. Schon jetzt sind zum Beispiel über 100 Auditoren in den Erzeugerländern im Einsatz, um die Verpflichtung des Siegels einzulösen.

Für diese vor 25 Jahren begonnene Erfolgsgeschichte danke ich allen Beteiligten am TransFair e.V.

Der Lebensmittelhandel in Deutschland ist mit TransFair e.V. um eine Institution für den aufgeklärten Konsum bereichert geworden. Ein Ansatz, der schon längst auch in anderen Industrieländern Beachtung gefunden hat. Umso mehr begleiten Sie meine besten Wünsche für die Zukunft in der Hoffnung, dass es Ihnen gelingt, dem Siegel eine weitere Verbreitung zu verschaffen.

Frank-Walter Steinmeier
Bundespräsident

Berlin, im April 2017



Foto: Linus Hallgren



Fotos v.l.o.n.r.u.: S. Bunting, Iris Maurer, Miriam Ersch

EDITORIAL

2017 FEIERT TRANSFAIR E.V. SEIN 25-JÄHRIGES BESTEHEN. DANK UNTERSTÜTZERN UND PARTNERN SIND WIR GEMEINSAM STARK FÜR BESSERE LEBENS- UND ARBEITSBEDINGUNGEN IM GLOBALEN SÜDEN.

Pünktlich zum 25-jährigen Bestehen von TransFair bestätigte Anfang 2017 eine umfassende Wirkungsstudie des Ceval-Instituts Saarbrücken: Der faire Handel trägt nicht nur dazu bei, die Lebens- und Arbeitsbedingungen in Ländern Afrikas, Asiens und Lateinamerikas zu verbessern. Der faire Handel verändert auch die Gesellschaft in Deutschland. Fairtrade bietet konkrete Lösungsansätze und Handlungsoptionen.

Dank einer aktiven Zivilgesellschaft als stabilem Fundament hat die Fairhandelsidee den Weg ins gesellschaftliche Bewusstsein eingeschlagen. Immer mehr Hersteller und Händler arbeiten mit Fairtrade zusammen. Produktvielfalt und -verfügbarkeit sind gewachsen. Und das Thema wird auf der politischen Agenda diskutiert – noch fehlen jedoch verbindliche ordnungspolitische Rahmenbedingungen für nachhaltigere und faire Wertschöpfungsketten.

Auch im vergangenen Jahr gingen Partner, Engagierte, Verbraucherinnen und Verbraucher konkrete Schritte für mehr Gerechtigkeit im Welthandel mit uns. Davon zeugen die Vielzahl der zivilgesellschaftlichen Aktivitäten in Fairtrade-Towns, -Schools, -Universities und den 31 TransFair-Mitgliedsorganisationen sowie das zweistellige Umsatzwachstum um 18 Prozent auf 1,2 Milliarden Euro. In den Anbauländern bedeutet das zusätzlich zu den Verkaufserlösen für die Rohstoffe 21 Millionen Euro Prämien für Gemeinschaftsprojekte.

Der faire Handel hat Vorbildfunktion; Alltag ist er noch nicht. Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel die Prinzipien des fairen Handels flächendeckend umzusetzen, unfaire Handelspraktiken zu beseitigen, und Menschenrechte entlang der Lieferketten durchzusetzen bleiben eine Herausforderung. Nach 25 Jahren

arbeiten wir nicht weniger ambitioniert daran, den Welthandel im Sinne der Schwachen zu ändern. Diese Vision umzusetzen braucht viele Macher. Machen Sie mit!

Danke für Ihr Engagement und auf weitere viele gemeinsame Aktivitäten!

Ihr TransFair-Vorstand,

Claudia Brück *Detlev Grimmelt* *Dieter Overath*
 Claudia Brück Detlev Grimmelt Dieter Overath

Dialoge anstoßen in Zivilbevölkerung und Fachkreisen

Gemäß der neuen Strategie sieht TransFair seine Aufgaben darin, noch stärker als bisher Politik, Handels- und Wirtschaftsverbände, Nichtregierungsorganisationen, Umweltvereinigungen sowie UN-Organisationen über Fairtrade zu informieren und in einem Beziehungsnetzwerk zu verbinden. Pünktlich zum Wahljahr 2017 wurde mit den Mitgliedsorganisationen ein Papier zu politischen Forderungen erarbeitet, das die Politik mehr in die Verantwortung nimmt.

AKTIV FÜR FAIRTRADE

FAIRTRADE BAUT AUF EIN BREITES ZIVILGESELLSCHAFTLICHES FUNDAMENT. VIELFÄLTIGE AKTIVITÄTEN DER ENGAGIERTEN ZEUGEN DAVON.

Unsere Kampagnen bringen das Bewusstsein für die herrschende Handelsungerechtigkeit auf die Straße und in die Köpfe der Zivilgesellschaft. Wir zeigen, dass Fairtrade das Leben der Menschen in den Anbauländern verbessern kann, während wir uns mit Engagierten aller Altersgruppen bundesweit vernetzen. Die zivilgesellschaftliche Basis hält den fairen Handel durch die Teilnahme an Kampagnen, Unterstützung der politischen Forderungen von TransFair und einen konstruktiven Diskurs dynamisch. 31 Mitgliedsorganisationen von TransFair und 482 Fairtrade-Towns, 347 Fairtrade-Schools und 10 Fairtrade-Universities tragen den fairen Handel in die Gesellschaft.

Kreative Aktionen für den fairen Handel

Im Frühjahr hieß es „Flower Power“ für die Blumenpflückerinnen. Während viele Schülerinnen und Schüler einen Fairtrade-Rosengruß zum Valentinstag versenkten, machten sich andere zum Weltfrauentag gemeinsam mit Fairtrade für Frauenrechte stark. In Fairtrade-Towns erhielten Bürgermeisterinnen einen fairen Blumengruß oder verteilten Fairtrade-Rosen an engagierte Frauen, in Einrichtungen wie Altenheimen, Krankenhäusern, Kirchengemeinden oder auf dem Marktplatz. Gleichstellungsbeauftragte verbanden die Fairtrade-Rosenaktion mit Veranstaltungsreihen zu Frauenrechten. An Fairtrade-Universities wurden Fairtrade-Rosen auf dem Campus an Studierende verteilt. Im Mai unterstützte TransFair e.V. die erste World Fairtrade Challenge und damit eine weltweite Fairtrade-Kampagne. Von Australien über Japan, Polen und Spanien bis hin zu Südafrika und Kanada, in über 50 Ländern setzen Produzentenorganisationen gemeinsam mit Aktiven im globalen Norden ein Zeichen für mehr

fairen Handel. Der Rat für Nachhaltige Entwicklung zeichnete die World Fairtrade Challenge mit dem Award „Projekt Nachhaltigkeit 2017“ aus.

Jährlich findet im Herbst mit der Fairen Woche die größte Aktionswoche zum fairen Handel in Deutschland statt. Ein Highlight der Fairen Woche war 2016 der Fashion Fairday: TransFair forderte mit öffentlichkeitswirksamen Aktionen mehr faire Textilien auf dem deutschen Markt.

Vernetzung schafft Lerneffekte

Fairtrade-Towns tauschen sich zu Themen wie faire Beschaffung, Fairtrade und die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung sowie zur Netzwerkarbeit und Verankerung des fairen Handels auf kommunaler Ebene aus und diskutieren neue Ideen. Im Rahmen der Fairtrade-Schools-Tagung werden Schülerinnen und Schüler in ihrem Engagement gestärkt und zu Botschaftern des fairen Handels geschult. Lehrkräfte erarbeiten Unterrichtseinheiten und bereiten den fairen Handel für den Stundenplan auf.

Kräfte bündeln

Mit der Mitgliedschaft in Verbänden wie VENRO und der Zusammenarbeit mit dem Forum Fairer Handel bringt TransFair sein entwicklungspolitisches Anliegen aktiv ein. Über das Fair Trade Advocacy Office in Brüssel ist TransFair am Dialog mit der Europäischen Kommission und dem Europaparlament beteiligt. Im Kaffeeverband, Forum Nachhaltiger Kakao, Aktionsbündnis für nachhaltige Bananen und Bündnis für nachhaltige Textilien steuert TransFair seine Expertise im Sinne der Fairtrade-Produzentinnen und -Produzenten bei.



Fotos v.l.o.n.r.u.: TransFair e.V., Jakob Kaliszewski, Wolf Sondermann

MARKTÜBERSICHT

345 HERSTELLER UND HÄNDLER SIND AKTIV FÜR FAIRTRADE – SIE STÜTZEN DIE POSITIVE ENTWICKLUNG VON FAIRTRADE-PRODUKTEN AUF DEM DEUTSCHEN MARKT.

In Deutschland kauften Verbraucherinnen und Verbraucher 2016 für rund 1,2 Milliarden Euro Fairtrade-gesiegelte Produkte – ein Plus von 18 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit stiegen die Pro-Kopf-Ausgaben auf 13 Euro pro Jahr. Hohe Bekanntheit, Reputation und Verfügbarkeit unterstützen den Aufwärtstrend. Laut Umfrage des Globescan-Instituts kennen 84 Prozent der Befragten das Fairtrade-Siegel, 95 Prozent der Käufer vertrauen ihm. Bundesweit sind fast 7.000 Fairtrade-Produkte in rund 42.000 Verkaufsstellen verfügbar. Hinzu kommen mehr als 30.000 gastronomische Betriebe. 345 Partner bieten Produkte mit dem Fairtrade-Siegel an. Das wachsende Engagement des Handels zeigt sich in der Vielzahl der lizenzierten Handelseigenmarken-artikel: Sie machen 73 Prozent des Absatzes aus. 70 Prozent der verkauften Fairtrade-Waren trugen 2016 zusätzlich ein Bio-Siegel.

Kaffeeverkäufe deutlich gestiegen

Kaffee erzielt ein Absatzplus von 25 Prozent auf 17.000 Tonnen Röstkaffee. Das Plus geht vorrangig auf Markenartikel wie Tchibo und Darboven sowie Wachstum im Discount und bei Rewe zurück. Seit April 2017 serviert die Deutsche Bahn (DB) Fairtradezertifizierten Kaffee, Tee und Kakao in IC und ICE. Der Marktanteil von Fairtrade-Kaffee liegt bei 3,8 Prozent.

Blühender Absatz von Fairtrade-Rosen

Deutschland bleibt Weltmarktführer bei Fairtrade-Rosen. 2016 wurden rund 383 Millionen Stiele verkauft, ein Plus von 7 Prozent bei bestehender Distribution. Der Großteil der Blumen wird über den Lebensmitteleinzelhandel verkauft, vor allem bei Edeka und Rewe. Floristenware macht gut 3 Prozent der Schnittblumenver-

käufe aus. Nach Weihnachtssternen waren 2016 erstmals auch Fairtrade-zertifizierte Geranien verfügbar.

Alles Bio-Banane

Gut 72.000 Tonnen Fairtrade-Bananen wurden 2016 verkauft. Die Südfrucht ist flächendeckend im Discount sowie bei Rewe Dortmund, Edeka Minden, Kaufland und Globus erhältlich. Alle fairen Bananen sind auch Bio-zertifiziert. Der Appell an den deutschen Einzelhandel lautet, auch konventionelle Fairtrade-Bananen ins Sortiment zu nehmen.

Sechs Prozent fairer Kakao auf dem deutschen Markt

Hersteller kauften im vergangenen Jahr gut 30.000 Tonnen fair gehandelten Kakao ein, davon 28.000 Tonnen über das Kakao-programm. Fairtrade-Kakao erreichte somit einen Marktanteil von rund 6 Prozent. Inzwischen nehmen 12 Unternehmen am Kakaoprogramm teil. Für 2017 haben sich weitere Partner verpflichtet, darunter Halloren, Ritter Sport und Lambertz. Süßwarenhersteller Ferrero weitet sein Engagement im Rahmen der Fairtrade-Programme auf fairen Rohrzucker aus. Unter den Fairtrade-Süßwaren besonders beliebt sind Schokobananen von Manner sowie Kekse von Rewe, Lidl und Aldi, ebenso Fairtrade-Schokoladen der Handelseigenmarken sowie von Plant-for-the-Planet und Zotter.

Von süß bis würzig

15,3 Millionen Liter Fairtrade-Fruchtsaft wurden vergangenes Jahr getrunken, ein Plus von 12 Prozent. Neben Orangensaft, der den größten Anteil ausmacht, sind verschiedene Fruchtnektare und

MARKTENTWICKLUNG

Produkt	Einheit	Absatz 2016	Veränderung zum Vorjahr	Umsatz (gerundet) (Euro) 2016	Veränderung zum Vorjahr	Bioanteil*
Bananen/Südfrüchte	Tonnen (t)	74.059	9 %	129.819.669	12 %	98 %
Blumen	Stiele	389.665.365	7 %	116.899.610	3 %	0 %
Eiscreme	Liter (l)	6.903.713	17 %	96.651.980	17 %	1 %
Fruchtsaft	l	15.298.501	12 %	22.182.827	8 %	1 %
Gewürze	t	123	2 %	3.070.986	27 %	9 %
Honig	t	1.244	-10 %	10.988.308	-10 %	0 %
Kaffee (geröstet)	t	17.021	25 %	416.252.807	17 %	74 %
Kakao/Trinkschokolade	t	560	3 %	4.484.014	0 %	89 %
Kalte Mischgetränke	l	4.142.030	15 %	41.537.259	121 %	98 %
Kosmetik	l	40.681	294 %	533.428	81 %	74 %
Reis	t	772	13 %	6.175.778	13 %	61 %
Schokolade	t	1.253	5 %	32.412.343	47 %	60 %
Süßwaren	t	1.956	40 %	30.411.866	37 %	31 %
Sportbälle	Stück	21.934	162 %	329.010	162 %	0 %
Tee	t	334	21 %	16.699.923	21 %	85 %
Textilien	Stück	8.461.298	-7 %	77.605.355	9 %	27 %
Wein	l	1.989.728	4 %	10.943.505	4 %	7 %
Zucker	t	4.963	23 %	17.370.352	23 %	8 %
FSP Kakao (gesiegelt)	t	28.000	122 %	110.000.000	33 %	1 %
Gesamt				1.155.121.449	18 %	70 %

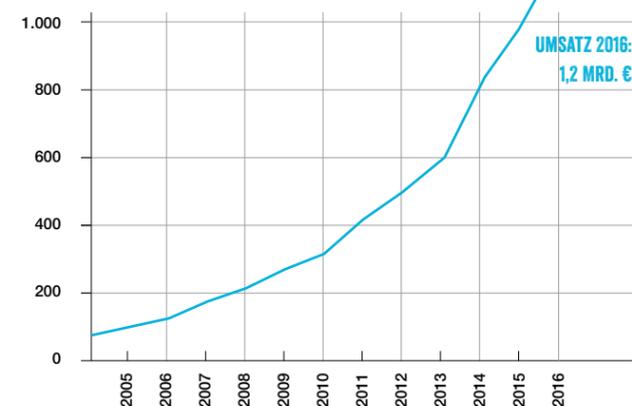
*Bioanteil basiert auf Absatzmengen

-säfte verfügbar. Auch Produktkategorien mit kleinerem Verkaufsvolumen wie Tee, Reis und Gewürze entwickeln sich positiv. Erstmals waren 2016 faire Limetten, Orangen, Bohnen und Tomaten erhältlich. 2017 erwarten wir Fairtrade-Gewürze von Fuchs.

Auf dem Weg zum Textilstandard

Die Stückzahlen von Textilien mit Fairtrade-Baumwolle gehen um 7 Prozent zurück, allerdings steigt der Umsatz aufgrund des gewachsenen Anteils an höherwertigen Artikeln wie Berufsbekleidung von erfolgreichen Neupartnern wie CWS Boco und Continental Clothing.

UMSATZENTWICKLUNG (IN MIO. EURO)



MONO- UND MISCHPRODUKTE

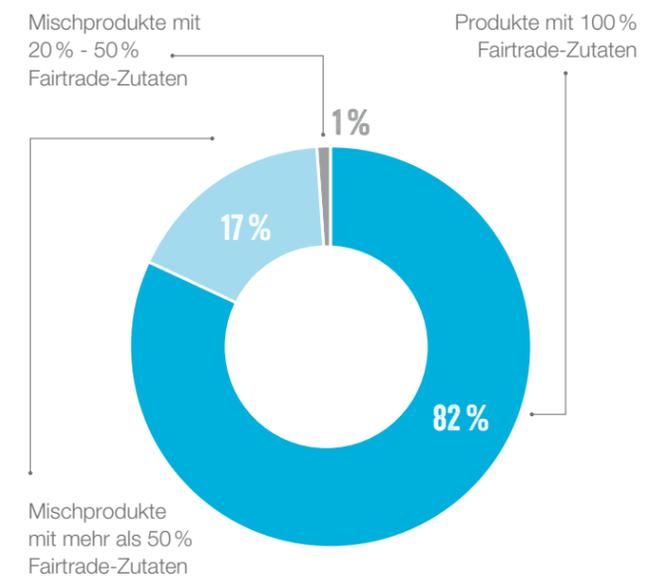




Foto: Nathalie Bertrams



Foto: Ola Höjden

SÜDPERSPEKTIVE

DIE VERKÄUFE VON FAIRTRADE-PRODUZENTENORGANISATIONEN IN DEN DEUTSCHEN MARKT ENTWICKELN SICH GEGENÜBER DEM VORJAHR ÜBERWIEGEND POSITIV.

Die höchsten Verkaufsmengen in den deutschen Markt erzielen Bananen-, Kaffee-, Kakao- und Blumenproduzenten. Seine Wirkung entfaltet der faire Handel dann am besten, wenn die Organisationen relevante Anteile ihrer Ernte unter Fairtrade-Bedingungen verkaufen können. Vor allem Produzenten von Fairtrade-Baumwolle und -Tee benötigen dringend höhere Absätze, um von Prämieinnahmen und stabilen Preisen zu profitieren.

KAFFEE
2016: **20.500 Tonnen Rohkaffee +25%**

Schwankende Marktpreise haben unmittelbaren Einfluss auf die Einkommenssituation der Kaffeebauernfamilien, denn als „Cash Crop“ ist Kaffee eine wichtige Einnahmequelle. Im vergangenen Jahr lag der Kaffeepreis in knapp sieben Monaten unter dem Fairtrade-Mindestpreis. Das zeigt, wie wichtig hohe Fairtrade-Absätze sind, denn sie tragen zu einem stabilen Einkommen und zu besserer Planungssicherheit bei. Nach den vergangenen hohen Ernteverlusten in Lateinamerika durch Pilzbefall mit Kaffeerost – befeuert von klimatischen Veränderungen – erholen sich die Bestände durch Aufforstungsprogramme. Das Produzentennetzwerk für Lateinamerika und die Karibik CLAC unterstützt die Kaffeebauern durch Programme zur Qualitätssteigerung und -sicherung. Für fair gehandelten Kaffee aus Asien und Afrika sind mehr Marktzugänge nötig. Chancen liegen im Aufbau der Fairtrade-Märkte in den Anbauländern selbst.

BANANEN
2016: **72.400 Tonnen +7%**

Bislang gibt es im deutschen Einzelhandel ausschließlich faire Bananen, die auch Bio-zertifiziert sind. Fairtrade-Organisationen ohne Bio-Zertifikat fehlt mit Deutschland ein wichtiger Absatzmarkt. Aktuell blicken wir mit großer Sorge nach Peru: Die seit Dezember 2016 anhaltenden Regenfälle richten dort verheerende Schäden an. Von den vernichtenden Wassermassen betroffen ist auch eine der wichtigsten Anbauregionen von Fairtrade-Bananen für den deutschen Markt. Noch ist nicht absehbar, wie hoch die Ernteverluste sein werden. Selbst wenn geerntet werden kann, bleibt die Situation dramatisch, denn viele Straßen sind nicht passierbar.

KAKAO
2016: **30.005 Tonnen +110%**

Vor allem das Fairtrade-Kakaoprogramm führt seit 2014 zu Absatzsteigerungen, insbesondere in Ghana und der Elfenbeinküste, den wichtigsten Anbauländern. Fairtrade schult die Produzentenorganisationen in Westafrika intensiv zu Qualität und Produktivität im Anbau sowie zur Professionalisierung ihres Kooperativen-Managements. Um ausbeuterischer Kinderarbeit zu begegnen, verfolgt Fairtrade einen integrativen Ansatz in Zusammenarbeit mit den dörflichen Gemeinschaften und Jugendlichen. Die Gemeinden erfassen gemeinsam mit den Jugendlichen Risiken und entwickeln selbständig Lösungsansätze. Trainings gibt es

zudem zu Frauenrechten, denn Frauen haben trotz hohem Arbeitsanteil im Kakaoanbau deutlich weniger Einkommen und besitzen nur zwei Prozent des Landes.

ROSEN
2016: **383 MIO. Stiele +7%**

Löhne sind das beherrschende Thema im arbeitsintensiven Blumensektor. Der Fairtrade-Standard fordert klare Schritte hin zu einem existenzsichernden Niveau. Die Umsetzung ist sensibel, denn die Farmen sind einem hohen marktseitigen Preisdruck ausgesetzt. Das Fairtrade-Prämienmodell bei Blumen wird überarbeitet: Beschäftigte profitieren zukünftig von einer länderspezifisch festgelegten Prämie. Die Überarbeitung der Liste verbotener Substanzen wurde im Januar 2017 fertiggestellt und tritt nach einer Übergangsfrist 2018 in Kraft. Die neue Gefahrenliste verbietet deutlich mehr gefährliche Wirkstoffe. Um die Umwelt zu schonen setzen die Fairtrade-Standards außerdem auf umweltschonenden Anbau und ein sicheres Arbeitsumfeld. Die Kriterien umfassen Pestizid-Lagerung und -Entsorgung, Schutzkleidungspflicht, Weiterbildungsmaßnahmen und Integrierten Pflanzenschutz.

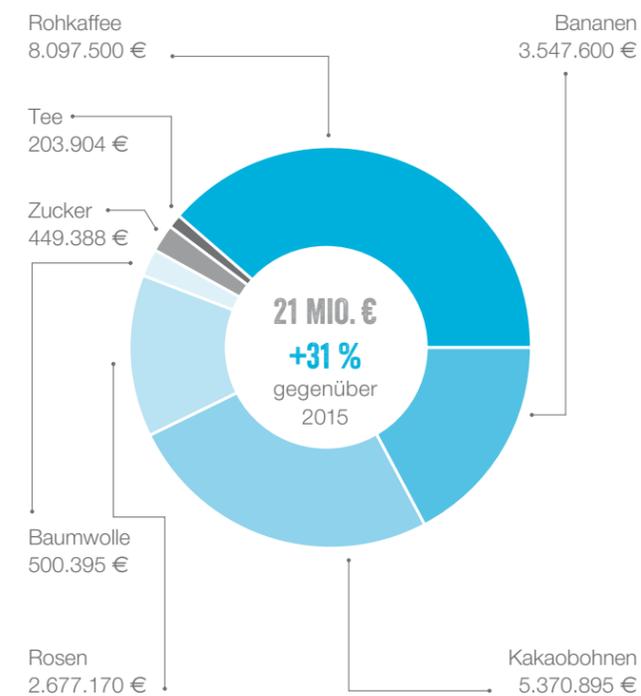
BAUMWOLLE
2016: **3.740 Tonnen -7%**

In der komplexen Textillieferkette stehen die Fairtrade-Baumwollbauern ganz am Anfang. Sie brauchen dringend mehr Marktzugänge. Das Rohstoffprogramm für Baumwolle läuft langsam an und gibt Hoffnung für höhere Abverkäufe. Im Mai 2016 veröffentlichte Fairtrade International zudem den Textilstandard mit zugehörigem Textilprogramm für bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen in der gesamten Wertschöpfungskette. Erste Initiativen

in Fabriken in Indien wurden gestartet, um den Status Quo und spezifische Bedürfnisse zu ermitteln. Durch das Textilbündnis verstärkt sich das Interesse des deutschen Textilssektors für Lösungen sowohl im Bereich des Rohstoffs als auch Ansätze in der Lieferkette. Konkretes Handeln ist nun gefragt.

PRÄMIENEINNAHMEN

Für die Produzentenorganisationen



JAHRESABSCHLUSS ZUM 31.12.2016

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in EURO	2016	2015
Erträge	16.436.621	13.276.390
Lizeneinnahmen	12.436.090	10.413.267
Zuschüsse	460.395	207.753
Mitgliedsbeitrag	3.200	18.000
Spenden	7.040	4.027
Sonstige Erträge	537.012	466.239
Gewinnvortrag Vorjahr	232.884	237.104
Entnahmen aus Rücklagen	2.760.000	1.930.000

TransFair e.V. entwickelte sich auch im 25. Jahr positiv weiter. Die Lizeneinnahmen einschließlich der länderübergreifenden Verkäufe sind gegenüber dem Vorjahr um 19 Prozent auf insgesamt rund 12,4 Mio. Euro gestiegen. Davon wurden 2,4 Mio. Euro an die zuständigen ausländischen Fairtrade-Initiativen weitergeleitet, 10 Millionen Euro standen TransFair für die satzungsgemäßen Aufgaben zur Verfügung. Zusätzlich erhielt TransFair projektgebundene Zuschüsse in Höhe von 460.000 Euro.

BILANZ

AKTIVA in EURO	2016	2015
A. Anlagevermögen	286.702	205.969
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	48.309	64.941
II. Sachanlagen	238.393	141.028
B. Umlaufvermögen	7.068.888	5.595.848
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	4.510.543	3.558.345
II. Bank- und Kassenbestand	2.558.345	2.037.504
C. Rechnungsabgrenzungsposten	121.156	87.910
Bilanzsumme	7.476.746	5.889.727

in EURO	2016	2015
Aufwendungen	-16.233.756	-13.043.506
Personal	-2.890.969	-2.680.883
Abschreibungen	-87.253	-71.543
Presse-, Öffentlichkeitsarbeit, Kampagnen & Marketing	-1.889.661	-1.893.147
Internationales/ Produzentenunterstützung	-960.118	-811.801
Verwaltung	-857.175	-601.227
Mitgliedsbeitrag Fairtrade International	-3.047.942	-2.342.006
Weiterleitung Lizeneinnahmen	-2.390.639	-1.882.898
Einstellung in Rücklagen	-4.110.000	-2.760.000
Bilanzgewinn	202.865	232.884

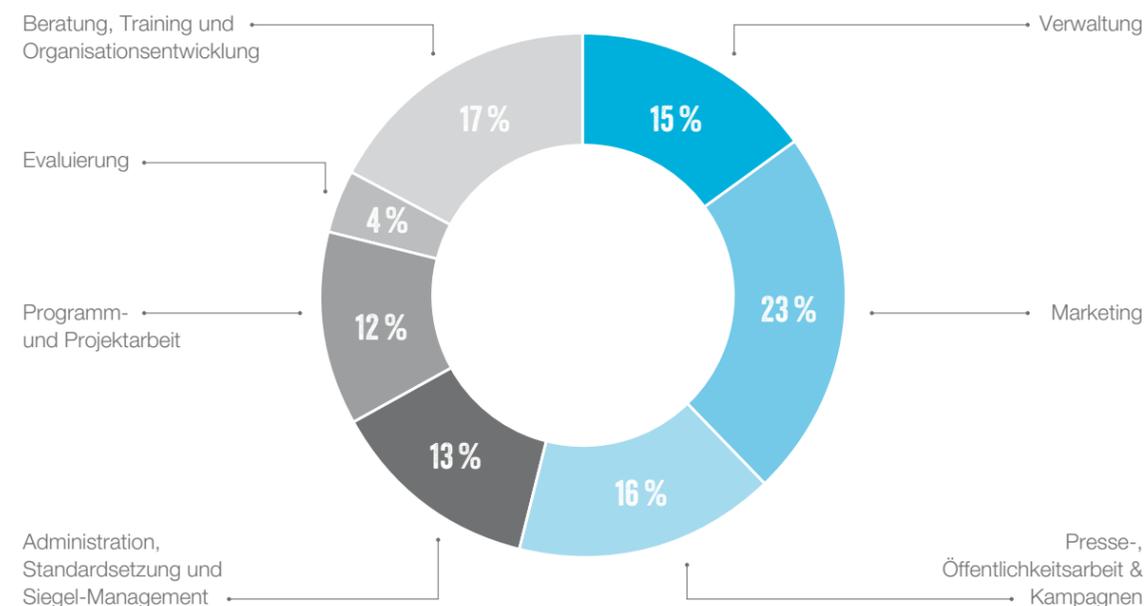
Zum Jahresende beschäftigte der Verein 48 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf 42,5 Vollzeitstellen. TransFair setzt 54 Prozent der Einnahmen für die Inlandsarbeit wie Handels- und Herstellerkooperationen für Fairtrade-Produkte sowie Presse-, Öffentlichkeits- und Kampagnenarbeit für globale Gerechtigkeit und nachhaltigen Konsum ein. 46 Prozent der Ausgaben finanzieren die internationale Arbeit wie Standardsetzung, Programm- und Projektarbeit, Evaluierung sowie Beratung, Training

PASSIVA in EURO	2016	2015
A. Eigenkapital	5.332.865	4.012.884
I. Rücklagen	5.130.000	3.780.000
davon Betriebsmittelrücklage	3.030.000	2.760.000
davon Projektrücklage	600.000	-
davon freie Rücklage	1.500.000	1.020.000
II. Bilanzgewinn	202.865	232.884
B. Rückstellungen	1.233.200	923.057
C. Verbindlichkeiten	898.669	838.219
I. Verbindlichkeiten aus Leistungen	711.034	719.892
II. Sonstige Verbindlichkeiten	187.635	118.327
D. Rechnungsabgrenzungsposten	12.011	115.567
Bilanzsumme	7.476.746	5.889.727

AUSGABEN VON TRANSFAIR E.V.

AUSGABEN INTERNATIONAL

46 %



und Organisationsentwicklung, insbesondere der Produzentenorganisationen im globalen Süden. Dies wird aus dem Mitgliedsbeitrag an Fairtrade International mit gut 3 Mio. Euro finanziert und durch die Intensivierung der zusätzlichen Programm- und Projektarbeit von 960.000 Euro.

Zusätzliche Projektarbeit – Südstrukturen stärken

Die Produzentenorganisationen und ihre Netzwerke werden bei der Umsetzung eigener Projekte in den Bereichen Klimawandel, Stärkung von Kleinbauernorganisationen sowie Kinder-, Frauen- und Arbeiterrechte unterstützt.

Die begonnenen Projekte in Indien zur Implementierung des Textilprogramms und in Honduras zum langfristigen Erhalt des kleinbäuerlichen Kaffeeanbaus wurden 2016 fortgesetzt und neue Projekte entwickelt, beispielsweise für Kaffeebauern in

IMPRESSUM

Titelbild:
Das TransFair-Team beim Fashion Fairday 2016 in Köln

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

AUSGABEN NATIONAL

54 %

Bolivien und Bananenbauern in Peru und der Dominikanischen Republik in Kooperation mit dem Produzentennetzwerk in Lateinamerika (CLAC). In der Elfenbeinküste unterstützt TransFair ein gemeindebasiertes Kinderschutzprojekt in rund 70 Kakaobauerngemeinden. Ein Projekt zum Klimawandel in Uganda sowie der Ausbau der Beratung von Blumenfarmen in Ostafrika wurden zugesagt. Gemeinsam mit der TransFair-Mitgliedsorganisation Global Nature Fund startete ein Pilotprojekt zum Biodiversitäts-Schutz in Ghana. Aldi Süd und Lidl unterstützen die Kaffeeprojekte in Honduras und Bolivien.

Darüber hinaus konnten 2016 dank finanzieller Förderung erfolgreiche Kampagnen wie die Faire Woche – durchgeführt in Kooperation mit dem Forum Fairer Handel und dem Weltladen Dachverband und gefördert durch das BMZ, Misereor und Brot für die Welt – sowie die Fairtrade-Schools, gefördert von der Stiftung Umwelt und Entwicklung NRW und Engagement Global, durchgeführt werden. Zudem wurde die Gesellschaftsstudie (Ceval) durch die Friedrich-Ebert-Stiftung, Misereor, das Evangelische Werk für Diakonie und Entwicklung, Engagement Global und das Forum Fairer Handel mitfinanziert.

Wir danken allen Unterstützern, Partnern und Förderern herzlich.

AUSBLICK

Vom Klimawandel betroffen und durch ihn verwundbar sind insbesondere Kleinbauern in Ländern des globalen Südens. TransFair nutzt die Klimakonferenz COP23, die im November in Bonn stattfindet, um gemeinsam mit Produzenten ihre Stimme hörbar zu machen. Wassermanagement, Biodiversität, Trainings, Emissionshandel – Fairtrade stärkt die Organisationen durch verschiedene Mechanismen. Für eine möglichst gute und intensive Vernetzung ist TransFair der Klima-Allianz, einem Bündnis von über 100 Organisationen, beigetreten.

Führt Fairtrade zu ländlicher Entwicklung? Diese Frage untersuchte 2012 das Ceval Institut in vier Produktkategorien auf drei Kontinenten. Gemeinsam mit den Schwesterorganisationen in der Schweiz und Österreich sowie den Mitgliedsorganisationen Brot für die Welt und Misereor hat TransFair eine Fortführung der Wirkungsstudie initiiert, um die Entwicklung innerhalb der letzten fünf Jahre zu untersuchen. Die Veröffentlichung ist geplant für das Frühjahr 2018.

TERMIN-HIGHLIGHTS 2017/2018

September

15. – 17. September Internationale Fairtrade-Towns Konferenz, Saarbrücken

15. – 29. September Faire Woche

29. September Coffee Fairday

Oktober

07. – 11. Oktober

Anuga, food & gastronomy Messe, Köln

November

06. – 17. November

COP23 Klimakonferenz, Bonn

Januar 2018

28. – 31. Januar

Internationale Süßwarenmesse (ISM), Köln

Februar

14. – 17. Februar

Biofach-Messe, Nürnberg

März

21. März

Internationale Fairtrade Conference und Fairtrade Award, Berlin

www.fairtrade-deutschland.de/events

MITGLIEDSORGANISATIONEN



FÖRDERMITGLIEDER

Stiftung Apfelbaum und Stadt Neuss

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

V.i.S.d.P.: Claudia Brück



ClimatePartner®
klimaneutral

Druck | ID 10711-1702-1002

