



Foto: Sean Hawkey

25 JAHRE AM PULS DER ZEIT

JAHRES- UND WIRKUNGSBERICHT 2017

**FAIRTRADE ÖSTERREICH
MAX HAVELAAR-STIFTUNG (SCHWEIZ)
TRANSFAIR E.V. DEUTSCHLAND**



FAIRTRADE

INHALTSVERZEICHNIS

- S. 3 EDITORIAL: WEIT GEKOMMEN UND NOCH VIEL VOR UNS
- S. 4 ERWEITERTES ANGEBOT ZUM VORTEIL ALLER
- S. 6 FRAGEN AN DARÍO SOTO ABRIL VON FAIRTRADE INTERNATIONAL:
«JEDER MENSCH KANN VERÄNDERUNGEN BEWIRKEN»
- S. 8 DIE FAIRTRADE-WELT
- S. 10 ARBEITSSCHWERPUNKT KLIMAWANDEL – WAS TUT FAIRTRADE?
- S. 12 INTERVIEW MIT RÜDIGER MEYER VON FLOCERT: WESHALB STANDARDS NICHT STARR SEIN DÜRFEN
- S. 13 CARTE BLANCHE: FAIRER HANDEL STATT ALMOSEN
- S. 14 REPORTAGE VON EINER BLUMENFARM: «FAIRTRADE TUT EINE MENGE FÜR UNS»



WELTWEIT ZÄHLEN MEHR ALS
1,6 MILLIONEN BAUERN UND
ARBEITERINNEN ZUM
FAIRTRADE-SYSTEM



IN ASIEN ERREICHT FAIRTRADE
MIT SCHULUNGEN 80 %
ALLER ZERTIFIZIERTEN
PRODUZENTENORGANISATIONEN



1.411 FAIRTRADE-
PRODUZENTENORGANISATIONEN
SIND IN INSGESAMT
73 LÄNDERN TÄTIG



DURCH DAS ERSTE CARBON
CREDIT-PROJEKT WURDEN
IN LESOTHO ÜBER 10.000
KOCHÖFEN FINANZIERT



DIE FAIRTRADE-PRODUZENTEN-
NETZWERKE HABEN 50 %
STIMMANTEIL BEI ALLEN
WICHTIGEN ENTSCHEIDUNGEN



150 MIO € PRÄMIEN
WERDEN JÄHRLICH AN DIE
PRODUZENTENORGANISATIONEN
AUSGEZAHLT

WEIT GEKOMMEN UND NOCH VIEL VOR UNS

AUCH NACH EINEM ERFOLGREICHEN VIERTELJAHRHUNDERT BLEIBT FAIRTRADE IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ HOCHAKTUELL MIT SEINEM ENGAGEMENT FÜR MEHR FAIRNESS IM WELTHANDEL.

Mit Fairtrade drückten zu Beginn einige wenige ihre Solidarität mit den Menschen im Süden aus. In der Zwischenzeit hat sich Fairtrade zu einer eigentlichen Bewegung entwickelt und symbolisiert fairen Genuss mit gutem Gewissen. Seit gut 25 Jahren engagieren sich Max Havelaar Schweiz, Fairtrade Deutschland und der diesjährige Jubilar FAIRTRADE Österreich für nachhaltigen Anbau, fairen Handel und besseren Marktzugang für Produzentinnen und Produzenten im Süden. Dennoch steht Fairtrade vor großen Herausforderungen, die wir im offenen Austausch mit unseren Partnern und Stakeholdern angehen.

So zum Beispiel innerhalb der Arbeitsschwerpunkte Klimawandel, Kinderrechte, Arbeiterrechte, Geschlechtergerechtigkeit und Stärkung von Kleinbauernfamilien. Hier arbeiten fünf Arbeitsgruppen – bestehend aus Kolleginnen und Kollegen von Fairtrade International, den nationalen Fairtrade-Organisationen im Norden und den Fairtrade-Produzentennetzwerken im Süden – an ambitionierten Vorhaben, die eine starke Vernetzung aller Beteiligten erfordern. Im deutschsprachigen Raum intensivieren wir gleichfalls das aktive Zusammenspiel unter den drei Ländern – ein Ausdruck davon ist dieser zweite gemeinsame Wirkungs- und Jahresbericht. Auch nach 25 Jahren ist das erklärte Ziel unserer Arbeit dasselbe: Kleinbauernfamilien im Süden zu fairen Bedingungen Zugang zum internationalen Markt sowie Beschäftigten existenzsichernde Löhne zu ermöglichen, damit sie aus eigener Kraft ein besseres Leben führen können. Deshalb entwickelt Fairtrade seine Siegel weiter: Seit diesem Jahr ist es möglich, fast auf jede Zutat aus fairem Handel einzeln mit einem Label hinzuweisen. Diese Ausweitung erschließt den Produzentinnen und Produzenten zusätzliche Absatzkanäle zu Fairtrade-Konditionen, ermöglicht weiterver-

arbeitenden Unternehmen ein breiteres Angebot der fairen Rohstoffbeschaffung – und bietet den Verbraucherinnen und Verbrauchern mehr Transparenz und Auswahl.

Fairtrade weist weltweit wie auch im dynamischen deutschsprachigen Markt ein hohes Wachstum auf. Dennoch sind für die Menschen im globalen Süden ein sicheres Einkommen und ein selbstbestimmtes Leben weiterhin keine Selbstverständlichkeit. Die Anpassung an die Folgen des Klimawandels sowie die substantielle Annäherung an ein gesetzlich geregeltes und existenzsicherndes Einkommen sind die größten Herausforderungen für das Fairtrade-System in den kommenden Jahren. Diesen können wir uns nur als globale Bewegung stellen. Gemeinsam mit allen Beteiligten – mit den Produzentinnen und Produzenten in Afrika, Asien und Lateinamerika, mit der Wirtschaft, dem Handel und der Politik sowie mit Ihnen, unseren Unterstützerinnen und Unterstützern – können wir unserer Verantwortung gerecht werden und einen Beitrag zu gelebter Nachhaltigkeit leisten.

Ein Sprichwort aus dem Englischen besagt:

«Teamwork makes the dream work».

Wir bedanken uns herzlich für Ihr Engagement, welches Sie, liebe Leserin und lieber Leser, zu einem Teil des weltumspannenden Fairtrade-Teams macht.

Andreas Jiménez,
Geschäftsleiter Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)

Hartwig Kirner,
Geschäftsführer FAIRTRADE Österreich

Dieter Overath,
Vorstandsvorsitzender von TransFair e.V. Deutschland



FRAUEN DER IVORISCHEN KOOPERATIVE SCAANIAS BEARBEITEN DEN GETROCKNETEN KAKAO.

Foto: Fairtrade / Sean Hawkey



STIEGENDEN VERKÄUFE VON ZERTIFIZIERTEN BLUMEN BEDEUTEN FÜR DIE BESCHÄFTIGTEN WIE HAYA GORASSA IN KENIA MEHR INVESTITION IN IHRE ZUKUNFT.

Foto: Fairtrade / Remo Naegeli

ERWEITERTES ANGEBOT ZUM VORTEIL ALLER

DAS ROHSTOFF-MODELL FÜR FAIRTRADE-ZUTATEN BRINGT MEHR ABSATZ, AUSWAHL UND TRANSPARENZ. SO PROFITIEREN VON DER PRODUKTION BIS ZUM KONSUM ALLE NOCH STÄRKER VOM FAIREN HANDEL.

Nehmen wir das Beispiel Rosen: Bisher konnte man eine langstielige Einzelrose in Fairtrade-Qualität kaufen oder gleich einen ganzen Rosenstrauß. Doch Fairtrade beim beliebten Mischstrauß? Die Fairtrade-Vorgaben erschwerten das Mischen in Sträußen von Fairtrade-Blumen mit anderen Blumen. Das ist schade für die Verbraucherinnen und Verbraucher – und ein Problem für die Angestellten auf den Blumenfarmen: Sie konnten ihr Verkaufspotenzial längst nicht ausschöpfen. Das nun angebotene Modell von Fairtrade ermöglicht es, «Einzelzutaten», also einzelne Rohstoffe auszuloben. In einem gemischten Strauß können Fairtrade-Rosen in Zukunft mit nicht-zertifizierten regionalen Blumen gemischt werden. Die Möglichkeit, einzelne Zutaten oder Rohstoffe auszuweisen, gibt es seit vier Jahren bereits bei Kakao und Zucker. So kann in der Schokolade Fairtrade-Kakao mit einheimischem Zucker gemischt werden. Ein Erfolgsmodell! Der Verkauf von Fairtrade-Schokolade und somit der Absatz von Kakao für die Fairtrade-Bauernfamilien haben sich in den letzten Jahren vervielfacht. Künftig ist diese Praxis für fast jede Fairtrade-Zutat möglich (Ausnahme: Kaffee und Bananen): Fairtrade-Reis in einem Fertiggericht, Fairtrade-Tee im Eistee, Cashew-Nüsse in einer Nussmischung ...

Hohe Transparenz

Bedeutet dies für die Verbraucherinnen und Verbraucher, dass der Siegel-Dschungel für sie noch dichter wird? Im Gegenteil. Die Zahl der Fairtrade-Siegel bleibt gleich – letztlich profitieren die Verbraucherinnen und Verbraucher von größerer Transparenz. Das Siegel für Fairtrade-Zutaten ersetzt das bisherige Programm-

FAIRTRADE-SIEGEL AUF EINEN BLICK



Das Fairtrade-Produkt-Siegel steht für fair angebaute und gehandelte Produkte – auch bei Mischprodukten (z. B. Schokolade oder Eiscreme):

Dabei müssen alle Zutaten, für die es Fairtrade-Standards gibt, nach Fairtrade-Standards gehandelt sein. Der Pfeil deutet auf die Rückseite. Dort wird erklärt, dass es sich um ein Produkt mit Mengenausgleich* oder um ein Mischprodukt handelt.



Das Fairtrade-Zutaten-Siegel bezieht sich auf einen einzelnen fair angebauten und gehandelten Rohstoff. Nur diese angegebene Zutat im jeweiligen Produkt ist dann Fairtrade-zertifiziert.



Die Fairtrade-Programme für Kakao, Zucker und Baumwolle beziehen sich auf eine fair angebaute und gehandelte Einzelzutat. Dieses Siegel wird in den kommenden Monaten durch das Fairtrade-Zutaten-Siegel ersetzt.



Das Fairtrade-Siegel für Textilien steht für eine umfassende Stärkung von Arbeiterinnen und Arbeitern sowie zur Verbesserung der Löhne und der Arbeitsbedingungen in der gesamten Textilkette.

Siegel und ist in einem zum klassischen schwarzen Siegel klar differenzierten Weiß gehalten. Es ist immer mit dem Zusatz der Zutat oder des Rohstoffs gekennzeichnet. Wer auf der Hülle des Blumenstraußes das weiße Fairtrade-Siegel mit dem Zusatz «Rosen» sieht, der weiß, dass hier ausschließlich die Rosen aus fairem Handel stammen. Außerdem erhalten die Verbraucherin-



Das Fairtrade-Gold-Siegel auf einem Produkt stellt sicher, dass das Gold fair abgebaut und gehandelt wurde.



Das Fairtrade-Baumwoll-Siegel steht für fair angebaute und gehandelte Baumwolle, die über alle Produktionsschritte hinweg direkt rückverfolgbar ist und die getrennt von Nicht-Fairtrade-Baumwolle weiterverarbeitet wird.



Gold Standard's expertise in climate security and sustainable development and Fairtrade's strength in producer empowerment, together support vulnerable rural communities in their fight against climate change.



Die Fairtrade-Klima-Standard-Kennzeichnung steht für Klimaschutzprojekte, bei denen die Reduktion von CO₂-Emissionen in Form von Zertifikaten gehandelt wird. Dies kann sowohl auf der Ebene des gesamten Unternehmens erfolgen als auch bei der Herstellung von einzelnen Produkten.

Mehr zu den Siegeln erfahren Sie auf unseren Websites.

* Bei Zucker, Kakao, Tee und Fruchtsaft ist die indirekte Rückverfolgbarkeit erlaubt. Diese Produkte können nach Fairtrade-Standards mit Mengenausgleich gehandelt werden. Dabei dürfen fair produzierte und konventionelle Produkte vermischt werden.

nen und Verbraucher durch die Vielfalt mehr Auswahl. Die Hersteller sowie die Einzel- und Fachhändler ihrerseits haben mehr Möglichkeiten, sich für Fairtrade zu engagieren.

Zur erhöhten Transparenz gehört, dass bei den Siegeln in Zukunft bisweilen ein Pfeil erkennbar ist. Der Pfeil bedeutet: Mehr Informationen dazu gibt es auf der Rückseite der Verpackung. Dort wird erklärt, dass es sich um ein Mischprodukt handelt – oder um ein Produkt mit Mengenausgleich: Bei einem Orangensaft beispielsweise dürfen Fairtrade-Orangen aufgrund der kleinen Mengen bei der Verarbeitung mit konventionellen Orangen vermischt werden. Gesiegelt wird total natürlich nur so viel Saft, wie entsprechend Fairtrade-Orangen verarbeitet wurden.

Die strengen Fairtrade-Standards bleiben

Das Modell bringt den Kleinbauernfamilien mehr Verkäufe, den Verbraucherinnen und Verbrauchern mehr Auswahl und Transparenz – und den Partnerunternehmen mehr Möglichkeiten zum fairen Engagement. Sonst ändert sich nichts: Bei den so gekennzeichneten Produkten gelten die genau gleich strengen Fairtrade-Standards bezüglich Anbau, Arbeiterrechten, Verarbeitung und Handel. Denn: Absolute Verlässlichkeit und Glaubwürdigkeit sind das höchste Gut von Fairtrade.

Wer also in Zukunft Produkte aus der erweiterten Fairtrade-Palette kauft, der stellt sicher, dass noch mehr Kleinbauernfamilien, Arbeiterinnen und Arbeiter von den vorteilhaften Fairtrade-Bedingungen profitieren können.

«IN DER SCHOKOLADE STECKT DIE KRAFT, DINGE NACHHALTIG ZU VERÄNDERN. ABER ALLE MÜSSEN DABEI MITMACHEN, DEN HANDEL FAIR ZU GESTALTEN.»

Anne-Marie Yao, Leiterin des Kakao-Programms in Westafrika von Fairtrade Africa





Foto: Fairtrade / Javier Luna

«JE MEHR MENSCHEN MITMACHEN, UMSO SCHWERER WIRD ES FÜR UNTERNEHMEN UND REGIERUNGEN, DAS THEMA ZU IGNORIEREN.»
 Darío Soto Abril,
 CEO von Fairtrade International

«JEDER MENSCH KANN VERÄNDERUNGEN BEWIRKEN»

FRAG FAIRTRADE! AUF DIESE AUFFORDERUNG ÜBER DIE SOZIALEN MEDIEN HABEN WIR SPANNENDE FRAGEN ERHALTEN. BEANTWORTET HAT SIE DER CHEF PERSÖNLICH: DARÍO SOTO ABRIL, CEO VON FAIRTRADE INTERNATIONAL.

Wie bio ist Fairtrade? (Stephanie H., Deutschland)

Fairtrade fördert gezielt den Bioanbau. Dieser ist aber keine Voraussetzung für unser Siegel. Fairtrade kennt allerdings viele Umweltauflagen: achtsamer Umgang mit Wasser, kein gentechnisch verändertes Saatgut, Verbot oder nur eingeschränkter Einsatz von Chemikalien, Prävention von Bodenerosion bis hin zur CO₂-Reduktion. Zudem schult Fairtrade die Produzenten in nachhaltigem Anbau.

Warum werden auch Produkte Fairtrade-zertifiziert, von denen die meisten Inhaltsstoffe gar nicht Fairtrade sind? (Benjamin K., Deutschland)

Fairtrade hat nicht für alle Rohstoffe eigene Standards und zertifiziert somit nicht alle Zutaten. So gibt es etwa Milch, Eier, Brot und generell Getreide nicht mit Fairtrade-Siegel zu kaufen. Bei einem zusammengesetzten Produkt wie Speiseeis sind einige Zutaten drin, die in Fairtrade-Qualität verfügbar sind, wie Zucker oder Kakao, und andere, wie die Milch, hingegen nicht. Es wäre den Produzentenorganisationen im globalen Süden gegenüber unfair, wenn wir verbieten würden, dass Zucker und Kakao aus dem fairen Handel nicht für Speiseeis verwendet werden dürfen. Unser Lösungsansatz lautet: Alles was es in Fairtrade-Qualität gibt, muss auch Fairtrade bezogen werden. Diese Zutaten müssen aber mindestens 20 Prozent von der gesamten Zusammensetzung eines Produktes ausmachen. Zudem gibt es neu die Möglichkeit, auf der Verpackung auf einzelne Fairtrade-Zutaten hinzuweisen. Dadurch erreichen wir, dass mehr Produzentinnen und Produzenten vom fairen Handel profitieren können. Dabei ist uns die Transparenz sehr wichtig: Auf

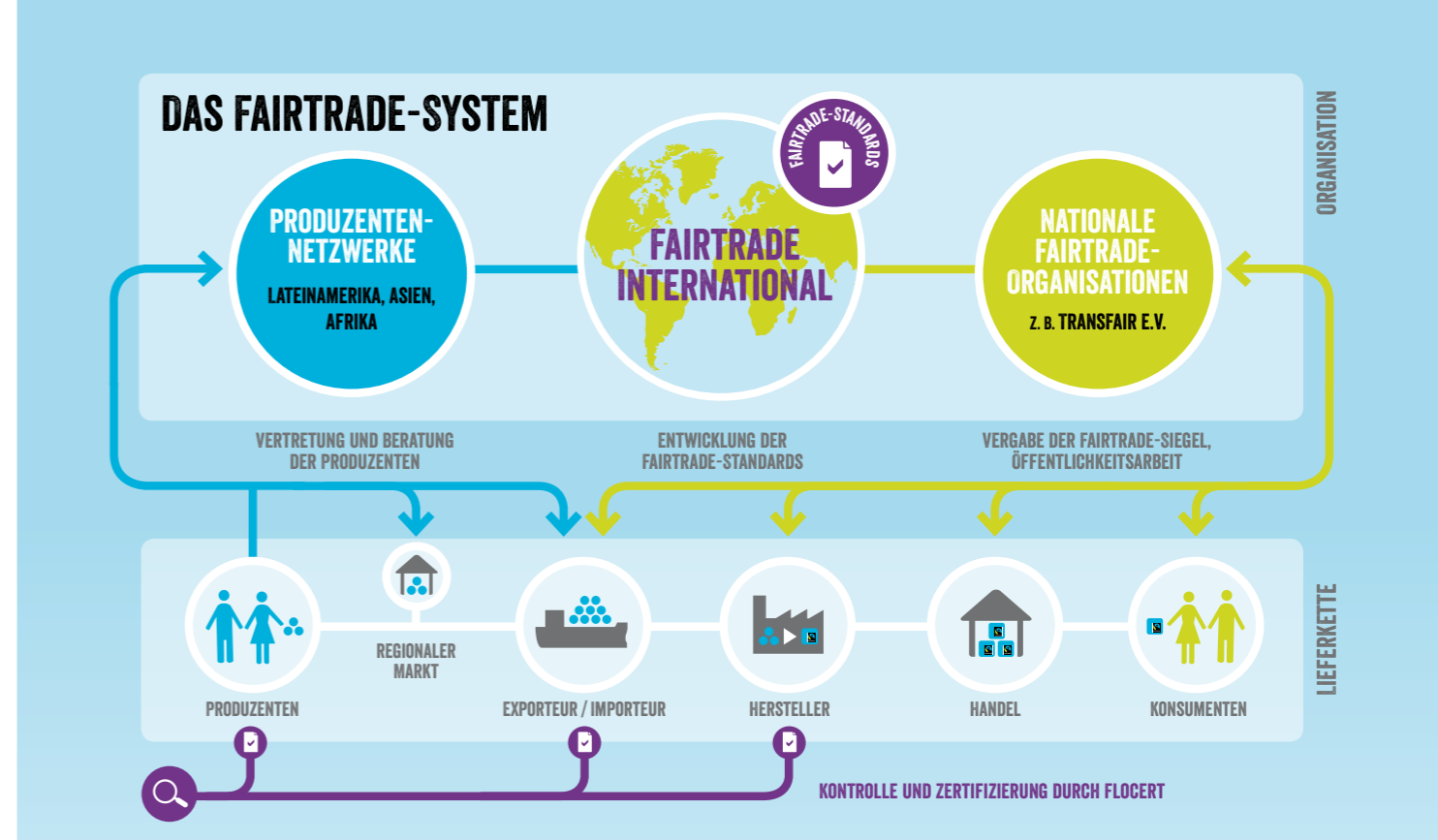
den Produkten ist immer ausgeschildert, welche Zutaten aus dem fairen Handel sind und welche nicht. Damit die Verbraucherinnen und Verbraucher immer genau wissen, was sie da kaufen.

Wie kann man als Konsumentin oder Konsument überhaupt etwas am Welthandel ändern? (Patrick P., Schweiz)

Jede und jeder einzelne von uns kann Veränderungen bewirken! Im Supermarkt entscheide ich bewusst, was ich kaufen will. Wenn ich keine Fairtrade-Produkte finde, kann ich die Filialeitung vor Ort fragen, warum es beispielsweise keine Blumen oder keinen Kaffee aus fairem Handel gibt. Ich kann mich in meiner eigenen Community organisieren. Ich kann mit Freunden, Bekannten und natürlich der Familie über Fairtrade sprechen. Es ist wichtig, dass die Bewegung größer wird und weitere Menschen für den fairen Handel gewonnen werden. Je mehr Menschen mitmachen, umso schwerer wird es für Unternehmen und Regierungen, das Thema zu ignorieren.

Wie viel kostet das Fairtrade-Label? Anders gefragt: Wie viel muss die jeweilige Bäuerin oder der jeweilige Bauer zahlen, beispielsweise für den Kakao? (Emily E., Deutschland)

Fairtrade zertifiziert keine einzelnen Bauernfamilien. Diese müssen sich zuerst in demokratisch organisierten Kooperativen zusammenschließen, um am Fairtrade-System teilzunehmen. Die Kosten richten sich nach Größe, Anzahl der zu zertifizierenden Produktarten und anderen Kriterien und werden von den Mitgliedern der Kooperative gemeinsam getragen. Ein Beispiel: Eine Kooperative mit 100 Mitgliedern zahlt etwas mehr als 3.000 Euro



im ersten Jahr, um die Kosten für den Zertifizierungsprozess und ein umfangreiches erstes Audit abzudecken. In den Folgejahren zahlen sie deutlich weniger. Für die Produkte, die sie zu Fairtrade-Bedingungen absetzen kann, erhält die Kooperative einen Mindestpreis und eine Fairtrade-Prämie.

Welche Pläne verfolgt Fairtrade, um neue Händler, Produzentenorganisationen oder auch Unternehmen international dazuzugewinnen? (Joel W., Deutschland)

Fairtrade ist ein offenes System. Je mehr Kleinbauernfamilien und Beschäftigte in Afrika, Asien und Lateinamerika mitmachen, umso besser. Auf der anderen Seite wollen wir aber auch sicherstellen, dass diese Mitglieder im Fairtrade-System Erfolg haben. Dazu gehört, dass sie vereinbarte Mengen liefern können und Zugang zum internationalen Markt erhalten, auf dem sie ihre Rohstoffe zu Fairtrade-Bedingungen absetzen können. Wir wollen den Produzentenorganisationen einen guten Dienst erweisen, deshalb ist es aber auch wichtig, dass diese bereits einen funktionierenden Businessplan haben und einhalten können, was sie versprechen.

Wie kann es sein, dass Fairtrade Unternehmen zertifiziert, die für ihre unfairen Praktiken bekannt sind? (Michael B., Deutschland)

Fairtrade zertifiziert nie Unternehmen, immer nur einzelne Produkte. Viele Produzenten können nur einen geringen Teil ihrer Ernte zu Fairtrade-Bedingungen verkaufen – weil die Nachfrage kleiner ist. Somit ist klar: Jedes Unternehmen, das Fairtrade-Produkte verwendet, unterstützt direkt Kleinbauernfamilien und Beschäftigte.

Hat Fairtrade in der Vergangenheit genug unternommen, um die Einstellung der Menschen zum fairen Handel zu verändern? (Ruth J., Schweiz)

Tatsächlich hat Fairtrade in den vergangenen Jahrzehnten viel getan. Einerseits um im Norden die Einstellung gegenüber dem fairen Handel zu ändern und das Verständnis für die Produzenten im Süden zu fördern. Andererseits ist es aber auch wichtig, dass

die Kleinbauernfamilien verstehen: Gemeinsam als Kooperative erreichen sie mehr. Heißt das nun, dass wir schon genug getan haben? Vermutlich nicht. Fairtrade kann eigentlich nie genug tun für die Kleinbauernfamilien im Süden. Wir wollen unsere Dienstleistungen für die Produzentenorganisationen ständig verbessern. Da gibt es immer etwas, das man zusätzlich tun kann. Und daran arbeiten wir.

Wo sehen Sie Fairtrade in 20 Jahren? (Herthi, Deutschland)

Unsere Vision ist, dass weltweit alle Kleinbauernfamilien und alle Beschäftigten auf Plantagen genug verdienen, um ein gutes Leben zu führen und nicht nur am Existenzminimum darben. Wenn wir das erreichen, würde mich das sehr glücklich machen. Damit hätte Fairtrade seine Daseinsberechtigung langfristig unter Beweis gestellt.




«ES ERFÜLLT MICH MIT STOLZ, TEIL VON FAIRTRADE ZU SEIN. UNSER REIS IST EINER DER BESTEN IN DIESER REGION. UND WIR SETZEN WEITERHIN AUF QUALITÄT!»

Bahadur Singh Bajwal,
 Reisbauer und Präsident
 der Fair-Farming-Stiftung
 Ramnagar in Indien



DIE FAIRTRADE-WELT

DIE WICHTIGSTEN FAIRTRADE-PRODUKTE UND PRODUKTIONS-LÄNDER FÜR DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DIE SCHWEIZ

-  Nationale Fairtrade-Organisation
-  Fairtrade-Produzentenland
-  Fairtrade-Produzentenland und Fairtrade-Marketingorganisation



FAIRTRADE INTERNATIONAL

1997 schlossen sich verschiedene Siegelinitiativen zusammen, um alle ihre auf die Produzentenorganisationen ausgerichteten Aktivitäten zu koordinieren. Aus diesem Zusammenschluss entstand Fairtrade International, ein gemeinnütziger Verein mit Sitz in Bonn. Fairtrade International ist der Dachverband aller Fairtrade-Organisationen. Er entwickelt die Fairtrade-Standards und repräsentiert in seinen Gremien die Produzenten- und Marktseite.



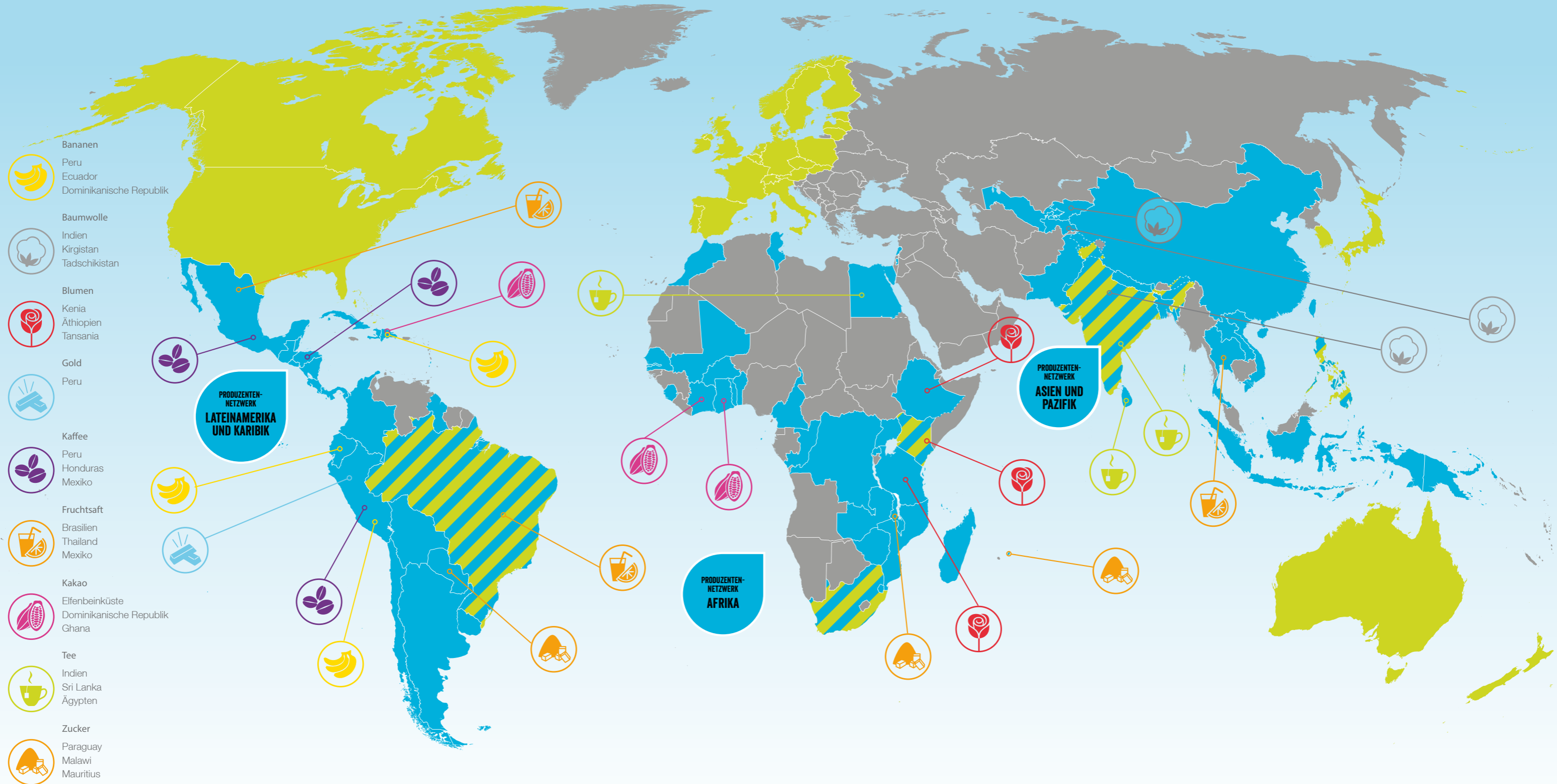
PRODUZENTENNETZWERKE

Die Produzentennetzwerke vertreten die Stimmen der 1,6 Millionen Kleinbäuerinnen und Kleinbauern sowie Arbeiterinnen und Arbeiter im Fairtrade-System. Sie stellen sicher, dass die Fairtrade-Standards für die Produzentenorganisationen praktikabel sind.

Die Vertreterinnen und Vertreter der Kleinbauernfamilien, Arbeiterinnen und Arbeiter sind bei Fairtrade International mit **50% STIMMANTEIL** gleichberechtigt in allen wichtigen Entscheidungsgremien und internationalen Komitees beteiligt.

NATIONALE FAIRTRADE-ORGANISATIONEN

In den Konsumländern sind die nationalen Fairtrade-Organisationen, wie TransFair, FAIRTRADE Österreich und Max Havelaar Schweiz für die Vergabe des Fairtrade-Siegels verantwortlich. Sie schaffen Marktzugang für Fairtrade-Produkte und sensibilisieren die Öffentlichkeit für den fairen Handel.





FAIRTRADE GEHT IM RAHMEN DER UMWELTKONFERENZ COP23 IN BONN FÜR VERBINDLICHE KLIMASCHUTZZIELE AUF DIE STRASSE.

Foto: Fairtrade / Jakub Kaszewski

KLIMAWANDEL – WAS TUT FAIRTRADE?

FAIRTRADE UNTERSTÜTZT KLEINBAUERNFAMILIEN MIT EINEM BREITEN SPEKTRUM AN MASSNAHMEN ZUR BEWÄLTIGUNG DER FOLGEN DES KLIMAWANDELS.

Für 1,6 Millionen Fairtrade-Produzentinnen und -Produzenten in den Ländern des globalen Südens ist er bereits seit Jahren spürbare Realität. Regenzeiten verschieben sich oder bleiben ganz aus. Schädlinge und Pflanzenkrankheiten, wie zum Beispiel der aggressive Kaffeerost, treten verstärkt auf und ziehen die Produktivität der Pflanzen in Mitleidenschaft. Klimawandel ist eine der größten weltweiten Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Durch den Klimawandel bedingte Ernterückgänge oder -ausfälle bedrohen die Existenz zahlreicher Kleinbauernfamilien. Wenn es die finanziellen und geographischen Gegebenheiten erlauben, verlegen viele ihre Pflanzungen in höhere Lagen. Hierfür werden oftmals neue Flächen gerodet, wodurch die Zerstörung der natürlichen Ressourcen und letztlich auch der Klimawandel weiter zunehmen. Eine andere Möglichkeit, auf die veränderte Situation zu reagieren, ist die Abwanderung in die Städte, in andere Regionen oder gar in den globalen Norden. Kleinbäuerinnen und -bauern im Süden benötigen dringend technische und finanzielle Unterstützung bei der Anpassung an die sich verändernden Bedingungen. Darüber hinaus müssen nachhaltige Anbaumethoden entwickelt werden, die weniger Emissionen verursachen und die natürlichen Ressourcen schonen. Das Fairtrade-System bietet verschiedene Module, die helfen, diesen Herausforderungen zu begegnen.

Mehr als Standardsetzung

In den Fairtrade-Standards finden sich eine Vielzahl klimarelevanter Entwicklungskriterien und Aspekte zu Umweltmanagement, die regelmäßig überprüft werden. Denn Umweltschutz und der Kampf gegen den Klimawandel gehen Hand in Hand: Die in den

Fairtrade-Standards verankerten Kriterien wie sparsame Wasserverwendung, stark eingeschränkter Einsatz von Düngemitteln und Pestiziden – die in der Herstellung jeweils extrem energieaufwändig und klimaschädlich sind – sowie die Förderung von Bio-Anbau sind nur einige Beispiele für diese Wechselwirkung. Darüber hinaus hat Fairtrade das Klimaprogramm entwickelt. Es setzt vor allem auf Weiterbildungen und Schulungen durch die Fairtrade-Produzentennetzwerke, aber auch auf konkrete Pilotprojekte und Anpassungsmaßnahmen vor Ort. Das Klimaprogramm verfolgt folgende drei Ansätze:

1. Unterstützung bei der Anpassung an Klimawandel

Lokale Berater der drei Produzentennetzwerke in Afrika, Asien und Lateinamerika organisieren Weiterbildungen, die den Kleinbauernfamilien helfen, die Folgen des Klimawandels zu erkennen, Anpassungsstrategien zu entwickeln und umzusetzen. So führen sie zum Beispiel Trainings zu nachhaltigen Anbaumethoden durch, legen Demonstrationsflächen für

Fünf Arbeitsschwerpunkte

Der Klimawandel ist einer der fünf Arbeitsschwerpunkte, die Fairtrade aus den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen ableitet. Darüber hinaus engagiert sich Fairtrade intensiv in den Bereichen Kinderrechte, Arbeiterrechte, Geschlechtergerechtigkeit und Stärkung von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern.



ZEDDY ROTICH, FAIRTRADE-KAFFEEBÄUERIN AUS KENIA PRODUZIERT BIOGAS FÜR IHREN GASOFEN.

Foto: Fairtrade / David Mbachira

mehr Biodiversität an oder betreiben Wiederaufforstung, die von lokalen und internationalen NGOs oder Unternehmen mitfinanziert werden.

2. Weniger Treibhausgase in der Produktionskette

Effizienz und erneuerbare Energien sind die wichtigsten Schritte auf dem Weg, schädliche Emissionen zu verringern. Bewährte Maßnahmen bei Produzentinnen und Produzenten in Entwicklungsländern sind beispielsweise energieeffiziente Kochöfen, die weniger Brennholz benötigen und somit die CO₂-Emissionen verringern, Biogasanlagen oder Solarenergie zum Kochen, für Lampen oder warmes Wasser.

Mit dem Klimastandard finanziert Fairtrade Klimaschutzprojekte im Süden, welche die Emissionen von Klimagasen reduzieren. Diese Reduktion kann in Form von Klimazertifikaten, den Fairtrade Carbon Credits, gehandelt werden. Wer als Unternehmen an diesem freiwilligen Emissionshandel teilnimmt, muss zunächst den eigenen CO₂-Fußabdruck soweit wie möglich reduzieren. Unvermeidbare Emissionen kann das Unternehmen durch den Kauf der Fairtrade-Klimazertifikate ausgleichen. So werden die Emissionen im Norden und im Süden reduziert.

3. Gezielte Lobbyarbeit

Im globalen Norden mobilisieren die Fairtrade-Organisationen wie Fairtrade Deutschland, FAIRTRADE Österreich und Max Havelaar Schweiz die Zivilgesellschaft und politischen Akteure, um den vom Klimawandel betroffenen Kleinproduzentinnen und -produzenten mehr Gehör zu verschaffen. Dieses gemeinsame Engagement zeigt sich unter anderem an UN-Klimakonferenzen, die Fairtrade International nutzt, um zusammen mit Produzentinnen und Produzenten auf deren Lage aufmerksam zu machen. Nationale Fairtrade-Organisationen helfen zudem bei der Suche nach finanzieller Unterstützung für Anpassungsprojekte an den Klimawandel oder der Zusammenarbeit in gesellschaftlichen Klimaschutz-Bündnissen, wie zum Beispiel in Deutschland in der Klima-Allianz.

Nächste Schritte

Die Herausforderungen des Klimawandels für Fairtrade-Produzentinnen und Produzenten sind enorm. Deshalb hat Fairtrade International 2015 eine Arbeitsgruppe (Climate Change Working Group) gegründet, die den Fairtrade-Klimastandard erarbeitet hat und ihn nun umsetzt. Zukünftig wird sich die Arbeitsgruppe darauf konzentrieren, das Fairtrade-Klimaprogramm voranzubringen. Auch die Produzentennetzwerke ergreifen weiterführende Maßnahmen, um die Kleinbauernfamilien bei den Anpassungen an den Klimawandel zu unterstützen. So plant zum Beispiel Fairtrade Africa den Aufbau einer Climate Change Academy zur gezielten Forschung und Schulung.

Klar ist: Das Ausmaß der erforderlichen Maßnahmen gegen den Klimawandel ist riesig und übersteigt die Möglichkeiten eines einzelnen Systems wie Fairtrade bei Weitem. Es erfordert die Bereitschaft der Menschen, der Entscheidungsträger in der Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft, bei der Bewältigung des Klimawandels gemeinsam Verantwortung zu übernehmen.

«WIR VERSUCHEN MIT DEN FOLGEN DES KLIMAWANDELS ZURECHT ZU KOMMEN. DANK FAIRTRADE ERHALTEN WIR SCHULUNGEN UND KONNTEN EINE BIOGASANLAGE INSTALLIEREN.»

Zeddy Rotich, Kaffeebäuerin des «Women in Coffee»-Projekts in Kenia



«FAIRTRADE IST EIN ENTWICKLUNGSSTANDARD UND EIN ENTWICKLUNGSSYSTEM.»
Rüdiger Meyer,
Geschäftsführer von Flocert

WESHALB STANDARDS NICHT STARR SEIN DÜRFEN

NEBEN 718 ZERTIFIZIERUNGEN GAB ES 2017 IM FAIRTRADE-SYSTEM 220 SUSPENDIERUNGEN UND 77 DEZERTIFIZIERUNGEN. GESCHÄFTSFÜHRER RÜDIGER MEYER ÜBER ZIELE UND VORGEHENSWEISE VON FLOCERT.

Weshalb führt die Zertifizierungsgesellschaft Flocert angekündigte und unangekündigte Audits durch?

Angekündigte Audits sind notwendig, weil wir unseren Kunden Zeit für die Vorbereitungen geben müssen. Wir schauen uns die Bücher und Lieferscheine an. All das braucht in der Regel einen Fachmann auf der anderen Seite, der uns genau erklärt, was dort eigentlich passiert ist.

Unangekündigte Audits haben eine ganz andere wichtige Funktion: Denn wir erhalten immer wieder Informationen von Arbeiterinnen und Arbeitern, aber auch von Gewerkschaften, dass bestimmte Standards nicht erfüllt worden sind. Um diese Beschwerden zu überprüfen, schicken wir dann unsere Auditoren unangekündigt vor Ort.

Wie häufig müssen die Produzentenorganisationen nachbessern?

Wir haben bei 4.000 zertifizierten Organisationen – also Produzentenorganisationen, Exporteuren, Importeuren, Händlern – rund 17.000 Abweichungen weltweit pro Jahr. Diese Abweichungen müssen sehr schnell korrigiert werden. Wenn dies der Organisation nicht gelingt, erfolgt eine Suspendierung. Das heißt, dann setzen wir den Handel mit dieser Organisation aus, bis die Abweichung korrigiert ist.

Die 17.000 Abweichungen haben im letzten Jahr zu 220 Suspendierungen geführt. Aus den 220 Suspendierungen sind dann 77 Dezertifizierungen erfolgt. Das ist sozusagen die Eskalationsstufe. Aber das Ziel des fairen Handels ist ja, Organisationen zu entwickeln und nicht Organisationen zu dezertifizieren. Das ist wirklich das letzte Mittel.

Und wenn eine Organisation die Standards erfüllt: Ist dann alles heile Welt?

Heile Welt ist das Ziel. Aber wir fangen natürlich ganz woanders an. Fairtrade ist ein Entwicklungsstandard und ein Entwicklungssystem. Wir wollen Produzentenorganisationen helfen, sich weiterzuentwickeln. Und darum arbeiten wir gerade auch mit Organisationen zusammen, deren Entwicklungsstand vielleicht nicht so gut ist, wie man das gerne hätte.

Heißt das, dass zu Beginn gar nicht alle Fairtrade-Standards erfüllt sein müssen?

Das ist das interessante und auch innovative am Fairtrade-System: Wir arbeiten mit einem Entwicklungsstandard, der sich aufteilt: Zum einen in Grundstandards, die immer erfüllt sein müssen – beispielsweise keine missbräuchliche Kinderarbeit, keine Sklavenarbeit. Hier gibt es keine Toleranz, bei Verstößen erfolgt eine Dezertifizierung. Und dann gibt es zum anderen die Entwicklungsstandards. Diese müssen über die nächsten drei bis sechs Jahre erfüllt werden. Und die sind so angelegt, dass die Produzentenorganisation einen eigenen Entwicklungspfad definieren kann. Das heißt, der Standard bietet einen Korridor und innerhalb dieses Entwicklungskorridors entscheidet jede Organisation für sich selber, welchen Weg sie gehen will. Für uns ist wichtig, dass auf diesem Weg die entsprechenden Wegmarken nach drei und sechs Jahren auch erfüllt worden sind.

Das ausführliche Interview finden Sie als Video auf <http://bit.ly/flocertinterview>

«IM HANDEL SEHE ICH EINEN WESENTLICHEN MOTOR FÜR DIE ARMUTSBEKÄMPFUNG.»
Marika de Peña,
Präsidentin Lateinamerika-
Produzentennetzwerk CLAC

FAIRER HANDEL STATT ALMOSEN

WAS MUSS DER NORDEN TUN, DAMIT FAIRER HANDEL FUNKTIONIERT? ERWARTUNGEN VON MARIKE DE PEÑA, PRÄSIDENTIN DES LATEINAMERIKA-PRODUZENTENNETZWERKS, IN EINER CARTE BLANCHE, EINEM FREIEN KOMMENTAR.

« Entstanden ist fairer Handel von und für Kleinbauernfamilien sowie Angestellte auf Plantagen im Süden. Der Verkauf von Fairtrade-Produkten trägt zur Entwicklung und zum Wohlergehen Hunderttausender Familien sowie ganzer Gemeinschaften bei.

Fairer Handel basiert auf den Prinzipien von Gerechtigkeit, Solidarität, Demokratie, Transparenz, Partizipation und Rechenschaftspflicht. Die Erfolgselemente sind langfristige Geschäftsbeziehungen, die Zahlung eines fairen Preises sowie die Fairtrade-Prämie für Investitionen in Infrastruktur und in die Grundbedürfnisse von Familien und Gemeinschaften.

Ich bin überzeugt: Die Menschen im Süden können sich durch ihre Arbeit aus der Armut befreien, wenn sie Zugang zu einem Markt mit fairen Bedingungen erhalten. Im Handel sehe ich einen wesentlichen Motor für die Armutsbekämpfung. Voraussetzung ist aber, dass er auf den drei Grundpfeilern der Nachhaltigkeit basiert: sozial, ökologisch und wirtschaftlich.

Der bisherige Erfolg und das künftige Wachstum von Fairtrade hängen von Unternehmen ab, die sich verpflichten, den Produzentinnen und Produzenten einen fairen Preis zu zahlen. Dieser deckt nicht nur die Kosten einer nachhaltigen Produktion, sondern sichert den Kleinbauernfamilien und den Angestellten auf den Plantagen ein menschenwürdiges Leben.

Ich hoffe, dass jede Entscheidung und jede Handlung des Nordens mit Auswirkungen für den globalen Süden auf den Prinzipien des fairen Handels basiert. Diese Entscheidungen sollten auf demokratische, partizipative und transparente Weise zustande kommen. Dabei stehen folgende Fragen im Zentrum: Nützt die Entscheidung den Kleinproduzenten und Angestellten

im Süden? Oder bedroht sie die Kontinuität dessen, was Fairtrade in den letzten Jahrzehnten aufgebaut hat?

Ich erwarte vom Norden, dass er weiterhin den Handel fördert und nicht die Barmherzigkeit. Handel soll nicht auf Ausbeutung der Schwächsten beruhen – sondern alle Akteure der Lieferkette übernehmen im gleichen Maß Verantwortung und Risiken.

Ich erwarte vom Norden, dass er sich nicht von Theorien hinreißen lässt, die auf reinem Materialismus und schnellem, rücksichtslosem Wirtschaftswachstum beruhen. Im Süden sind wir uns der Schwierigkeiten bewusst, einen Markt zu fördern und zu bearbeiten, der noch kein Markt der großen Massen ist. Die Prinzipien und Werte, die diesen Handel begründet haben, werden uns im Laufe der Jahre immer stärker machen.

Wir alle leben in einer Welt, die neu lernen und zu ihren Ursprüngen zurückkehren muss. In einer solchen Welt braucht es einen Handel, der in erster Linie den Menschen und unserer Mutter Erde zuträglich ist. »

«DANK DER UMSTELLUNG AUF BIOLOGISCHEN ANBAU ERREICHT DER KAFFEE UNSERER KOOPERATIVE BESTE QUALITÄT. IN KOMBINATION MIT FAIRTRADE IST DAS UNSER SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG.»

Gregorio Méndez Moreno,
Mitglied der Bio-Fairtrade-
Kaffee-Kooperative Tiemelonla
Nich Klum in Mexiko



ESTHER NYAMBURA JUMA BEI IHRER TÄGLICHEN KONTROLLE DER FRISCH GESCHNITTENEN ROSEN.

Foto: Fairtrade / Tobias Thiele



ALS MITARBEITERIN DER FAIRTRADE-ZERTIFIZIERTEN BLUMENFARM BEKOMMT ESTHER NYAMBURA DAS SCHULGELD FÜR IHRE KINDER BEZAHLT.

Foto: Fairtrade / Tobias Thiele

«FAIRTRADE TUT EINE MENGE FÜR UNS»

BEST PRACTICE IN AKTION: VORBILDICHE ARBEITSBEDINGUNGEN EINER FAIRTRADE-BLUMENFARM IN KENIA WERDEN ZUR REFERENZ FÜR DIE ANGESTELLTEN EINER GANZEN REGION.

Bis die Rosen auf die Reise nach Europa gehen, fehlen nur noch wenige Arbeitsschritte. Mit dem Klemmbrett in der Hand prüft Esther Nyambura Juma die Menge der Rosen, die ins Kühlhaus kommen und dort auf den Abtransport warten. Nach der Kontrolle gibt die 29-Jährige die Daten in den Computer ein. Dass sie als Protokollantin des Warenausgangs, genannt «Recorder», arbeitet, liegt wohl an ihrem ehrgeizigen Naturell. Und an der Weiterbildung, die Fairtrade ihr ermöglicht hat.

Erst nach der Anstellung erfahren, was Fairtrade bedeutet 2012 sah Esther Nyambura eine Stellenausschreibung von Bigot Flowers am Naivasha See. Sie bewarb sich als Sortiererin und bekam den Job. Fortan klassifizierte sie die Blumen nach Art und Qualität.

Von den vielen Blumenfarmen in der Region gehört Bigot Flowers zu den Fairtrade-zertifizierten Betrieben. Als sie sich bewarb, wusste Nyambura noch nicht was Fairtrade bedeutet, doch ihre Kolleginnen und Kollegen erklärten es ihr bald: «Sie sagten, Fairtrade tut eine Menge, damit es uns hier besser geht als den Arbeiterinnen und Arbeitern auf den anderen Blumenfarmen.» Das wurde ihr mit ihrem Arbeitsvertrag klar: «Wenn wir Überstunden machen, können wir sie später kompensieren. Wir bekommen vernünftige Schutzkleidung, hier gibt es eine Krankenklinik und die Schulgebühren unserer Kinder werden von den Fairtrade-Prämien bezahlt.»

2014 erhielt Nyambura die Chance, eine von den Fairtrade-Prämien finanzierte Computer-Weiterbildung zu starten. 2015 schloss sie diese ab und bewarb sich sofort um ihre heutige Stelle als Recorder. Sie erzählt stolz von ihrem Aufstieg.

Ihr Weg dorthin war alles andere als leicht. Sie wuchs als drittes von fünf Kindern in ärmlichen Verhältnissen auf, nur 70 Kilometer nördlich von Naivasha, in Nakuru. Ihre Eltern bauten Mais und Bohnen an. Die Gegend ist geprägt von einer Landwirtschaft, die knapp zum Überleben reicht. Nyambura ist die einzige ihrer Familie, die eine weiterführende Schule besuchen konnte. Sie weiß dieses Privileg zu schätzen und fühlt sich angespornt, etwas daraus zu machen.

«Hier werden Männer nicht bevorzugt»

Dass sie auf einer Fairtrade-zertifizierten Farm arbeitet, macht für die alleinerziehende zweifache Mutter einen großen Unterschied. «Eine Freundin von mir arbeitet nebenan. Die Farm ist nicht Fairtrade-zertifiziert. Dort sind sie total überarbeitet, kriegen keine Überstunden ausbezahlt und der Einsatz von Chemikalien ist nicht in Ordnung.» Was Nyambura besonders betroffen macht, ist der Umgang mit den Frauen: «Wenn du schwanger wirst, bekommst du kein Geld mehr, sobald du nicht mehr arbeiten kannst. Wer den Job nach der Entbindung wiederhaben will, muss erstmal zwei Monate umsonst arbeiten.» Im Management arbeiten dort einzig Männer.

Bei Bigot Flowers haben Frauen gleiche Chancen, berichtet Nyambura. «Hier werden Männer nicht bevorzugt. Es zählt nur, dass du für den Job qualifiziert bist.»

Für eine große Blumenfarm wie Bigot Flowers, die rund 1.000 Menschen beschäftigt, bedeutet die Fairtrade-Zertifizierung eine Menge Änderungen gegenüber den gesetzlichen Anforderungen. Ohne Überzeugung für die Grundidee des Empowerments strebt keine Farm die Zertifizierung an.

Dank Fairtrade sind mittlerweile 75 Prozent der Angestellten Mitglieder in einer Gewerkschaft. Über die Verwendung der Fairtrade-Prämie entscheiden nur die Angestellten – kein Mitglied des Managements. So fließen mehr als die Hälfte der Prämien in Stipendien. Alle Angestellten erhalten finanzielle Unterstützung für die Schulgebühren ihrer Kinder. Wenn die kenianische Regierung wie versprochen noch dieses Jahr die Schulgebühren senken will, bleibt zukünftig mehr Geld, damit die Beschäftigten ihren Kindern ein Studium ermöglichen können.

Mit der Prämie ein Spital für die Mütter gebaut

Mehrere Fairtrade-zertifizierte Blumenfarmen um Naivasha haben sich zusammengeschlossen, um ein großes Projekt zu finanzieren: Das Naivasha Maternity Hospital wurde vor fünf Jahren gebaut. Seitdem wurden dort über 14.000 Babys geboren. Für die Region ist das ein bedeutender Fortschritt. Mehr als die Hälfte der Angestellten im Blumensektor sind Frauen. Die Gesundheitsversorgung hat sich für sie enorm verbessert.

Ein besonderes Projekt auf dem Bigot-Farmgelände ist das Welfare-Programm für HIV-Erkrankte. Nebile Aliudra, eine Kollegin von Nyambura, gehört zu den wenigen HIV-Positiven, die offen über ihre Infektion sprechen. «In der Zeit, in der ich in dem Programm bin, habe ich zwei Kinder bekommen. Sie sind beide gesund.» Aliudra erhält nicht nur spezielle Mahlzeiten, sie besucht auch Schulungen zum Umgang mit den Folgen der HIV-Infektion und erhält medizinische Betreuung. «Fairtrade unterstützt uns, ich bin sehr dankbar. Ich hoffe, dass mehr Menschen meinem Weg folgen und offen mit der Infektion umgehen.» Die meisten HIV-Positiven trauen sich wegen der herrschenden Vorurteile nicht, über ihre Infektion zu sprechen. Aliudra weiß, dass viele sie für mutig halten. Es ist ihr größter Wunsch, dass der Umgang mit HIV, wie sie ihn lebt, normal wird.

Fairtrade setzt andere Farmen unter Druck

Für Nyambura ist klar: Viele Menschen wollen hier arbeiten, weil Fairtrade-Farmen den Angestellten Sicherheit bieten. «Dennoch müssen die Löhne in Zukunft steigen», stellt sie fest. Gerade die

Einstiegsgehälter sind gering, auch wenn es dank Fairtrade mehr ist als auf anderen Farmen. Aber auch abseits der finanziellen Aspekte schafft Fairtrade spürbare Verbesserungen, die nicht-zertifizierte Farmen unter Druck setzen und das Niveau der Arbeitsbedingungen in der Region steigern. Diese positive Entwicklung bleibt bestehen, solange der Markt für die Fairtrade-Blumen da ist und Konsumentinnen und Konsumenten beim Einkauf auf das Siegel achten.

Für die Zukunft hat Esther Nyambura klare Pläne: «Ich möchte einmal meine eigene Hilfsorganisation haben. Es macht so einen großen Unterschied, wenn die Kinder der Angestellten zur Schule gehen können. Ich möchte noch mehr Menschen helfen, dass ihre Kinder eine Ausbildung bekommen.»

«DURCH FAIRTRADE BEKOMMEN WIR GESUNDHEITSBERATUNGEN UND REGELMÄSSIG SPEZIAL-MAHLZEITEN FÜR HIV-INFIZIERTE.»

Nebile Aliudra, Arbeiterin auf der Fairtrade-Blumenfarm Bigot Flowers in Kenia



ROSEN WAREN IN DEUTSCHLAND, IN ÖSTERREICH UND IN DER SCHWEIZ DAS ERSTE NONFOOD-PRODUKT AUS DEM FAIREN HANDEL.



WELTWEIT WURDEN 2016 7,58 MIO EURO PRÄMIENGELDER FÜR DIE BLUMENARBEITER AUSBEZAHLT

54.000 ARBEITERINNEN UND ARBEITER SIND AUF BLUMENFARMEN BESCHÄFTIGT



99% DER FAIRTRADE-BLUMENSTIELE, WELCHE WELTWEIT VERKAUFT WERDEN, KOMMEN AUS OSTAFRIKA

Zahlen von Fairtrade International, 2016



Foto: Fairtrade / Wolf Sondermann



Foto: FAIRTRADE Österreich / Dominik Schallauer

Impressum:

Herausgeber: FAIRTRADE Österreich,
Max Havelaar-Stiftung
(Schweiz),
TransFair e.V. Deutschland

Redaktion: Peter Ehrenberger,
Patricio Frei,
Melanie Leucht,
Tobias Thiele

Layout: Dreimalig Werbeagentur, Köln

Druck: Klimaneutral durch Thiekötter,
Münster

Publiziert: Mai 2018

Titelbild:

Doris Marchena von der
Bananenkooperative APPBOSA in Peru.

Bildnachweise:

S. 3 :
Fairtrade-Produzentenmotive: Sean Hawkey
CEO-Portraits v.l.n.r.:
Peter Tuma, Gaëtan Bally, Jakub Kaliszewski

Portraits jeweils rechts unten:

S. 5: Peter Tuma
S. 7: David Macharia
S. 11: Thomas Meyer
S. 13: Dominik Schallauer
S. 15: Tobias Thiele

Vi.S.d.P.:

Claudia Brück (TransFair e.V. Deutschland)
Elie Peter (Max Havelaar-Stiftung Schweiz)
Veronika Polster (FAIRTRADE Österreich)

Internationales Netzwerk

FAIRTRADE Österreich, die Max Havelaar-Stiftung (Schweiz) und TransFair e.V. Deutschland gehören zum internationalen Verbund Fairtrade International e.V., in dem Fairtrade-Organisationen aus 24 Ländern und die drei kontinentalen Produzentennetzwerke zusammengeschlossen sind.
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



FAIRTRADE
ÖSTERREICH

FAIRTRADE Österreich

Ungargasse 64-66, Stiege 1, Top 209
1030 Wien
+43 1 533 09 56
office@fairtrade.at
www.fairtrade.at
facebook.com/fairtrade.oesterreich
twitter.com/FAIRTRADE_AT
ZVR 881545394



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR

Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)

Limmatstrasse 107
8005 Zürich
+41 44 278 99 00
info@maxhavelaar.ch
www.maxhavelaar.ch
facebook.com/fairtrademaxhavelaar
twitter.com/maxhavelaarch
instagram.com/fairtradech



FAIRTRADE
DEUTSCHLAND

**TransFair – Verein zur Förderung des
Fairen Handels in der Einen Welt e.V.**

Remigiusstraße 21
50937 Köln
+49 221 94 20 40 - 0
info@fairtrade-deutschland.de
www.fairtrade-deutschland.de
facebook.com/fairtrade.deutschland
twitter.com/Fairtrade_DE
instagram.com/fairtradede
Vereinsregister Köln: VR 16551



ClimatePartner^o
klimaneutral

Druck | ID 10711-1702-1002



Foto: Fairtrade

TRANSFAIR E.V.

JAHRES- UND WIRKUNGSBERICHT 2017



FAIRTRADE
DEUTSCHLAND

INHALTSVERZEICHNIS

- S. 3: DER KERN VON FAIRTRADE, GASTBEITRAG VON TSITSI CHORUMA
- S. 4: EDITORIAL
- S. 5: FAIRTRADE LEBT
- S. 6: MARKTÜBERSICHT UND MARKTENTWICKLUNG 2017
- S. 8: SÜDPERSPEKTIVE
- S. 10: JAHRESABSCHLUSS
- S. 11: PROJEKTARBEIT UND STUDIEN

FAIRTRADE IN DEUTSCHLAND 2017

1,33 MRD. €

WURDEN MIT
FAIRTRADE-GESIEGELTEN
PRODUKTEN 2017 UMGESETZT,
EIN ANSTIEG VON 15 %

€25 MIO.
FAIRTRADE-
PRÄMIEN

NAHMEN DIE
PRODUZENTEN-
ORGANISATIONEN 2017 EIN.
EIN ANSTIEG VON 23 %



520 FAIRTRADE-TOWNS,
444 FAIRTRADE-SCHOOLS UND
16 FAIRTRADE-UNIVERSITIES
ENGAGIEREN SICH



360
LIZENZPARTNER BIETEN
FAIRTRADE-PRODUKTE AN



5.500
FAIRTRADE-PRODUKTE
SIND ERHÄLTICH

84%
BEKANNTHEIT
95%
VERTRAUEN

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

Quelle: GlobeScan 2017



Foto: Deutscher Fachverlag / Torsten Silz

DER KERN VON FAIRTRADE

VON TSITSI CHORUMA, COO VON FAIRTRADE AFRICA

Die Geschichte von Fairtrade ist einzigartig und in ihrem Mittelpunkt stehen die vom Welthandel am stärksten benachteiligten Bäuerinnen und Bauern, die in den mehr als 25 vergangenen Jahren für ihr Recht auf eine bessere Lebensgrundlage eintreten. Der Kampf um die Anerkennung ihrer Rechte hat sich vielschichtig gestaltet und bleibt zweifelsohne äußerst kompliziert.

Die Kernfrage „Warum Fairtrade?“ lenkt unser Augenmerk auf den Machtmissbrauch jener, die über Macht verfügen, sowie auf das Leid derer, die am schwersten von Armut betroffen sind – und auf deren Recht auf ein besseres Leben. Fairtrade versichert uns außerdem, dass wir eine bessere Welt erreichen können, wenn wir alle unseren Beitrag dazu leisten, unnötiges Leiden zu mindern. Denn ironischerweise bereichern benachteiligte Kleinbauernfamilien und lohnabhängig Beschäftigte mit ihren Erzeugnissen das Leben derer, die bereits über einen besseren Lebensstandard verfügen.

Der Wandel, den Fairtrade vorantreibt, vollzieht sich in einem Umfeld, in dem unterschiedliche Wertvorstellungen darüber existieren, wie ein gerechterer Handel aussehen muss. Die paradoxe Situation, dass diejenigen, denen die Rohstoffe gehören, nur über eine äußerst geringe Verhandlungsmacht verfügen, führt zu diversen globalen Herausforderungen, darunter:

- Hohe Produktions- und Handelskosten versus geringe Handelsvorteile auf Grund von eingeschränkten Marktzugängen und geringen Handelsvolumina.
- Hoher Grad an Armut, Arbeitslosigkeit und Migration versus geringes Wachstum lokaler Wirtschaft.
- Geschlechterdiskriminierung, immer mehr Verschwendung und der geringe Beitrag landwirtschaftlicher Erzeugnisse zum allgemeinen Wachstum.

Wenn Fairtrade nur einige dieser Probleme lösen soll, muss eine radikale Wende im Denken, in der Vorgehensweise und den Erwartungshaltungen erfolgen. Von eminenter Bedeutung ist außerdem, dass Fairtrade starke Partnerschaften mit Bäuerinnen, Bauern und Regierungen des Globalen Südens unterhält, damit Landwirtschaft zu einem tragfähigen Geschäftsfeld wird. Gleichzeitig muss Fairtrade weiterhin die Einhaltung der Menschenrechte als zentrales Gebot vorantreiben.

Auch wenn Fairtrade kein Allheilmittel für all diese wirtschaftlichen Herausforderungen ist: Es ist wichtig, den von Fairtrade geleisteten Beitrag zu verstehen, ihn Wert zu schätzen und zu erhalten – vor allem im Vergleich zu anderen Systemen, die benachteiligten Produzenten zwar weniger Unterstützung bieten, jedoch das Gegenteil beweisen wollen. Das von Fairtrade verfolgte Modell bietet Bäuerinnen und Bauern eine gute Grundlage für nachhaltige Stärkung und garantiert ihnen Widerstandskraft in schwierigen Zeiten. Neben besseren Absatzchancen ist dies ein Grund für die phänomenale Zahl an Kleinbauern, die dem Fairtrade-System neu beitreten.

So wie sich die Welt verändert, verändert sich auch die Unterstützung, die Fairtrade Kleinbauernfamilien und lohnabhängig Beschäftigten bietet. Der Ausbau von Märkten bleibt weiterhin unerlässlich, um Armut und Migration wirkungsvoll zu mindern, ungerechte Handelsbeziehungen auszuschalten sowie existenzsichernde Einkommen für Kleinbauern und Arbeitskräfte zu erkämpfen. Insbesondere muss Fairtrade Frauen und junge Menschen erreichen, damit starke und selbstbewusste Gemeinschaften vor Ort entstehen können. Von daher wird Fairtrade weiterhin Barrieren durchbrechen und die Akteure des Welthandels auffordern, das Richtige zu tun, vor allem in Bezug auf die nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen.



Foto: Fairtrade / Rainer Holz

EDITORIAL

UM SEINE VOLLE WIRKUNG ZU ENTFALTEN, MUSS DER FAIRE HANDEL ZUM ALLTAGSHANDEL WERDEN. TRANSFAIR WIRD DEN WEG DORTHIN ZUNEHMEND POLITISCHER UND FORDERNDER BESCHREITEN.

Anlässlich des 25-jährigen Bestehens von TransFair diskutierten wir im Mai 2017 mit Vertreter*innen aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft, Politik und Wissenschaft sowie Verbraucher*innen, wie sich der faire Handel für die Zukunft aufstellen sollte. Als Essenz konnten wir drei Arbeitsaufträge mitnehmen: existenzsichernde Einkommen und Löhne entlang der Lieferketten ermöglichen, politische Arbeit im globalen Norden verstärken sowie die Zusammenarbeit auf allen Ebenen des Fairtrade-Systems und mit der Zivilgesellschaft intensivieren. Wir haben begonnen, dieser Aufgabenstellung angesichts immenser Herausforderungen wie dem Klimawandel oder weltpolitischer Turbulenzen nachzukommen; sie mit Leben zu füllen und erfolgreich umzusetzen, wird uns in den nächsten Jahren fordern.

Um die angestrebten Ziele zu erreichen, braucht es vor allem eines: wachsende Märkte für Fairtrade-Produkte. Denn eine umfassend mess- und spürbare, eine nachhaltige Wirkung kann Fairtrade nur dann erreichen, wenn der faire Handel zum Alltags-handel wird. Dafür muss die Politik einen verpflichtenden Rahmen schaffen. Mit dem „Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte“ des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales geht die Bundesregierung einen ersten Schritt, um die Einhaltung von Menschenrechten in globalen Liefer- und Wertschöpfungsketten durchzusetzen und die Unternehmen stärker in die Verantwortung zu nehmen.

Fairtrade und seine Standards basieren auf dem Prinzip menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten, daher bietet sich hier der faire Handel als erfahrener und gesellschaftlich verankerter Partner an. Der Erfolg von TransFair bestätigt dies: 2017 wuchs der Umsatz von Fairtrade-Produkten um 15 Prozent auf 1,33 Milliarden

und brachte den Produzenten und Beschäftigten, neben den Verkaufserlösen, Prämiegelder in Höhe von 25 Millionen Euro für Gemeinschaftsprojekte in den Erzeugerländern. Die positiven Entwicklungen, die durch Fairtrade in den letzten 5 Jahren angestoßen werden konnten, zeigt eine soeben erschienene Studie zum Beitrag von Fairtrade für die ländliche Entwicklung im Süden.

Solange sich Konsument*innen bei jedem Einkauf bewusst für oder gegen fair gehandelte Waren entscheiden müssen, wird der faire Handel hinter seinen Möglichkeiten zurückbleiben. Es braucht einen Paradigmenwechsel: Faire Handelspraktiken und Menschenrechte entlang der Lieferkette müssen zur wirtschaftlich-moralischen Selbstverständlichkeit werden, die Wertschätzung von guter Arbeit und nachhaltigen Produkten muss die immer noch vorherrschende Schnäppchenmentalität und die „Möglichst-Billig-Angebote“ ablösen. Dies zu erreichen ist kein Spaziergang, aber es ist für viele Menschen ein entscheidender Schritt in eine bessere globale Zukunft. Er erfordert ein entschlossenes, beharrliches und mitunter unbequemes Vorgehen all derer, die den fairen Handel nicht als Alternative, sondern als Selbstverständlichkeit sehen.

Gemeinsam mit Ihnen möchten wir diesen Weg weitergehen. Herzlichen Dank für Ihr Vertrauen und Ihr Engagement.

Ihr

Heinz Fuchs

Dieter Overath



Fotos v.l.o.n.r.u.: Iris Maria Maurer, Phuong Tran Minh, Jakub Kaliszewski, Santiago Engelhardt, Jakub Kaliszewski

FAIRTRADE LEBT

MENSCHEN, DIE MIT KOPF, HERZ UND HAND FÜR IHRE ÜBERZEUGUNGEN EINTRETEN, FÜLLEN DIE FAIRTRADE-IDEE MIT LEBEN UND TREIBEN IHREN ERFOLG SEIT 25 JAHREN VORAN.

Im Jahr 1991, dem Geburtsjahr von Fairtrade in Deutschland, unterstützte zunächst nur eine handvoll Idealisten die Idee eines fairen Welthandels. Aus der Idee wurde eine Bewegung: Heute setzt sich ein bundesweit verzweigtes Netzwerk aus Fairtrade-Unterstützer*innen aller zivilgesellschaftlichen Bereiche und Altersgruppen für weltweit gerechte Handelsbedingungen und nachhaltige Produktionsweisen ein. 2017 verankerten 31 Mitgliedsorganisationen, 520 Fairtrade Towns, 444 Fairtrade Schools, 16 Fairtrade Universities sowie 70 externen Referent*innen durch ihr sozialpolitisches Engagement den fairen Handel in Deutschland und gaben ihm ein solides Fundament.

Viele Stimmen für ein Ziel

Mit „Flower Power – Fairtrade stärkt Frauenrechte“ startete TransFair in das Fairtrade-Kampagnenjahr 2017. Bundesweit gab es am Valentinstag, am Weltfrauentag und am Muttertag über 200 Aktionen für mehr Geschlechtergerechtigkeit. Im Mai riefen die nationalen Fairtrade-Organisationen gemeinsam mit den Produzentenorganisationen in Afrika, Asien und Lateinamerika zur zweiten World Fairtrade Challenge auf. Mehr als zwei Millionen Unterstützer*innen des fairen Handels nahmen weltweit mit kleinen und großen Fairtrade-Aktionen teil. Bei den Fairtrade-Towns, -Schools und -Universities bleibt Vernetzung das Schlüsselement: Im Rahmen der Internationalen Fairtrade Towns Konferenz in Saarbrücken tauschten sich Delegierte der Städte über die Verankerung des fairen Handels auf kommunaler Ebene aus. Durch die Zusammenarbeit von 24 ausgezeichneten Fairtrade-Städten, 27 -Schulen und zwei -Hochschulen in der Europäischen Metropolregion Nürnberg wurde diese zur ersten Fairtrade-Metropolregion ernannt.

Politische Weichen stellen

Im Rahmen der Fairen Woche, Deutschlands größter Aktionswoche zum fairen Handel, forderte TransFair im September die Bundesregierung auf, die Kaffeesteuer für fair gehandelten Kaffee abzuschaffen. Mehr als 15.000 Unterstützer*innen unterzeichneten die Petition, die Bundesentwicklungsminister Müller im Rahmen der Grünen Woche in Berlin persönlich übergeben und im April 2018 dem Bundesfinanzministerium vorgelegt wurde. Das entwicklungspolitische Profil von TransFair schärft sich: Auf dem Weg, nötige wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen für den fairen Handel herbeizuführen, entwickelt Fairtrade langfristige Strategien mit konkreten Zielen, die die politischen Forderungen untermauern.

Konkrete Lösungsansätze vorstellen

So wurde auf der internationalen Pflanzenmesse IPM über das erste Projekt zu existenzsichernden Löhnen auf einer Weihnachtsstern-Plantage in Uganda als Best Practice-Beispiel berichtet. Im Rahmen der Pressekonferenz der Fruit Logistica konnte gemeinsam mit der CLAC, dem Produzentennetzwerk für Lateinamerika und die Karibik, die „True Cost“-Studie zu Bananen vorgestellt werden, die klare Empfehlungen formuliert, wie politische Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Bananenerntekette aussehen müssen. Die rege Beteiligung von Fairtrade-Partnern aus den Produzentenländern an TransFair-Veranstaltungen unterstreicht die Dringlichkeit, mit der politische Lösungen gefordert und gefunden werden müssen.



Fotos v.l.n.r.: M. Stengel, Fairtrade, Adam Samorajski

MARKTÜBERSICHT

DIE NACHFRAGE NACH FAIR GEHANDELTEN PRODUKTEN WÄCHST MIT DEM ANGEBOT – ALLEIN 2017 WURDEN ÜBER 500 NEUE PRODUKTE MIT FAIRTRADE-SIEGEL IN DEUTSCHLAND AUF DEN MARKT GEBRACHT.

2017 kauften Verbraucher*innen in Deutschland Fairtrade-gesiegelte Produkte im Wert von 1,33 Milliarden Euro, was ein Umsatzplus von 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr bedeutet. 5.500 Fairtrade-Produkte von 360 Lizenzpartnern tragen das Siegel, 73 Prozent der verkauften Produkte sind zusätzlich Bio-zertifiziert. Rund 42.000 Verkaufsstellen sowie der Online-Handel bieten ein breites Sortiment an Fairtrade-Produkten an, die treibende Kraft des Wachstums sind derzeit die Handelseigenmarken. Darüber hinaus bereichern mehr als 30.000 gastronomische Betriebe ihr Angebot durch Fairtrade-zertifizierte Speisen und Getränke.

Stabiles Wachstum für Kaffee

Im vergangenen Jahr konnte Fairtrade-Kaffee eine Absatzsteigerung von knapp acht Prozent auf über 18.000 Tonnen Röstkaffee erreichen und hat somit einen Marktanteil von 4,1 Prozent. Vorreiter auf Seiten der Röster sind weiterhin Tchibo und Darboven, bei den Handelspartnern bleiben der Discount und Rewe mit ihren Eigenmarken absatzstark. Im Außer-Haus-Markt für Kaffee wuchs der Absatz um 14,4 Prozent. 77 Prozent des Fairtrade-Kaffees tragen zusätzlich das Bio-Siegel.

Fairtrade treibt Blüten

2017 wurden mit 406 Millionen Stielen vier Prozent mehr Fairtrade-Rosen verkauft als im Vorjahr, was einen Marktanteil von 28 Prozent ausmacht. 96 Prozent der zertifizierten Rosen wurden über den Lebensmitteleinzelhandel wie Edeka/Netto oder Rewe/Penny verkauft. Im Blumenfachhandel waren insbesondere Omniflora/Fleurop und Blume2000 wichtige Partner. Auch im letzten Jahr wurden Fairtrade-Weihnachtssterne vermehrt nach-

gefragt – 890.000 Pflanzen gingen über die Ladentheken, sechs Prozent mehr als im Vorjahr, die meisten bei Toom.

Faire Früchte legen zu

Der Absatz von Fairtrade-Bananen wuchs 2017 um 21 Prozent auf knapp 87.000 Tonnen gegenüber dem Vorjahr, was einen Anteil von 12 Prozent am Gesamtmarkt ausmacht. Die größten Mengen wurden flächendeckend über den Discount verkauft. Super- und Verbrauchermärkte, Edeka Minden-Hannover und Rewe Dortmund haben regional Fairtrade-Bananen gelistet. 100 Prozent der Fairtrade-Bananen in Deutschland sind auch Bio-zertifiziert. Auch Limetten, Orangen und Passionsfrüchte erfuhr 2017 ein Absatzplus, unter anderem durch deren Verkauf bei Lidl und Kaufland.

Kakao weiter im Aufwind

Knapp 37.000 Tonnen fair gehandelten Kakao kauften Hersteller im vergangenen Jahr insgesamt ein, davon gut 34.000 Tonnen über das Kakaoprogramm. Das entspricht einem Anstieg um 23 Prozent, was den Marktanteil von Fairtrade-Kakao auf acht Prozent steigen lässt. Bei den Süßwaren stieg der Absatz sowohl bei der ganzjährigen Süßwarenvelfalt als auch bei den Saisonprodukten. Der Umsatzrückgang von Fairtrade-Süßwaren erklärt sich durch eine stärkere Präsenz von Handelsmarken. Das Kakaoprogramm etabliert sich als erfolgreiches Modell: Weltweit agierende Unternehmen wie Lidl und Ferrero, der klassische Lebensmitteleinzelhandel sowie immer mehr Markenartikel sorgen für steigende Absätze. Mit Aldi Nord und Aldi Süd engagieren sich nun zwei weitere starke Partner, Fairtrade-zertifizierten Kakao einzukaufen.

MARKTENTWICKLUNG

Produkt	Einheit	Absatz 2017	Veränderung zum Vorjahr	Umsatz (gerundet) (Euro) 2017	Veränderung zum Vorjahr	Bioanteil*
Bananen/Südfrüchte	Tonnen (t)	90.946	23%	159.156.216	23%	95%
Blumen	Stiele	406.255.532	4%	121.876.660	4%	0%
Eiscreme	Liter (l)	7.663.726	11%	107.292.169	11%	1%
Fruchtsaft	l	14.886.405	-3%	21.585.288	-3%	1%
Gewürze	t	128	4%	2.550.316	-17%	10%
Honig	t	1.375	11%	12.141.829	10%	0%
Kaffee (geröstet)	t	18.367	8%	441.960.854	6%	77%
Kakao/Trinkschokolade	t	671	20%	6.370.518	42%	90%
Kalte Mischgetränke	l	4.346.675	5%	42.058.426	1%	99%
Kosmetik	l	46.685	15%	471.350	-12%	82%
Reis	t	674	-13%	4.450.712	-28%	84%
Schokolade	t	1.723	38%	34.032.960	5%	70%
Süßwaren	t	2.083	6%	28.127.745	-8%	37%
Sportbälle	Stück	9.824	-55%	147.360	-55%	0%
Tee	t	365	9%	18.272.901	9%	86%
Textilien	Stück	12.239.372	45%	129.125.375	66%	23%
Wein	l	2.541.080	28%	13.975.941	28%	17%
Zucker	t	4.505	-9%	16.114.186	-7%	12%
FSP-Kakao (gesiegelt)	t	21.700	35%	150.000.000	35%	1%
Gold	kg	19	-44%	45.000	-44%	0%
Gesamt				1.329.345.276	15%	

*Bioanteil basiert auf Absatzmengen

Mehr Nachfrage nach fairen Fasern

Im Jahr 2017 wurden knapp 7.000 Tonnen Fairtrade-Baumwollfaser eingekauft. Dieses Wachstum von 86 Prozent stammt zum einen von Aktionen im Discount- und Retail-Segment, hier vor allem Aldi und Ernstings. Dazu kommt der Absatz an Einkaufstaschen im Einzelhandel, bei dem Fairtrade eine wichtige Rolle spielt. Besonders gesteigert hat sich der Bereich der Berufsbekleidung: Hier haben unter anderem Kaufland und Ferrero die Bekleidung ihrer Mitarbeiter auf Fairtrade-Baumwolle umgestellt.

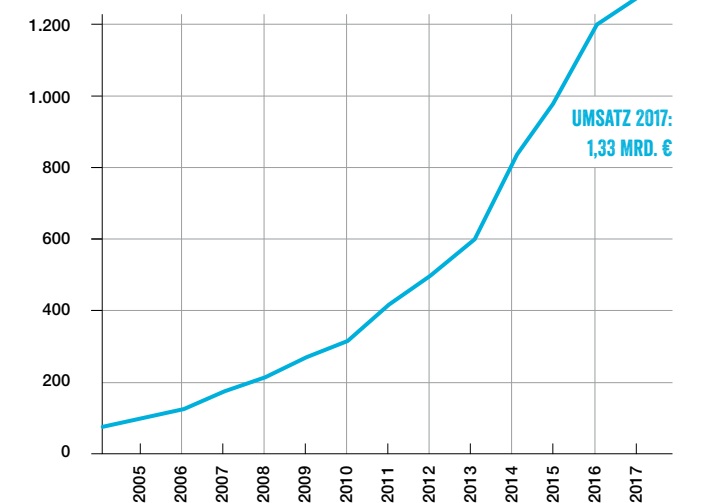
Fairtrade Kalt- und Heißgetränke

Die Stagnation bei den kalten Mischgetränken erklärt sich hauptsächlich durch den rückläufigen Absatz von Fruchtsaft um 2,6 Prozent auf 15 Millionen Liter – zum einen bedingt durch das Auslaufen von Fairtrade-Aktionen im Discount, zum anderen durch Probleme bei der Rohstoffbeschaffung. Tee und insbesondere Wein entwickelten sich positiv, vor allem durch die wachsende Verfügbarkeit im Lebensmitteleinzelhandel und im Discount.

Von Eis bis Reis

Fairtrade-Honig nahm nach den Absatzeinbußen 2016 wieder an Fahrt auf, auch Eiscreme entwickelt sich mit Ben&Jerry's als wichtigem Partner positiv. Der Rückgang im Umsatz bei leichtem Absatzplus im Bereich Gewürze rührt hauptsächlich vom guten Verkauf von Schwarzem Pfeffer im Discount. Zucker bleibt nach dem Wegfall der EU-Zuckermarktordnung 2017 unter seinen Entwicklungsmöglichkeiten, ebenso wie Reis, der unter anderem durch Auslistungen im Discount fallende Absatzzahlen erfährt.

UMSATZENTWICKLUNG (IN MIO. EURO)



Fairtrade zum (Auf-)Tragen

Der Umsatz von Kosmetika sank trotz Absatzwachstum um zwölf Prozent, da 2017 weniger hochpreisige Kosmetika, dafür mehr Merchandising-Artikel verkauft wurden. Bei Gold gab es dagegen starke Absatzeinbußen, was jedoch nicht an mangelnder Nachfrage, sondern an der fehlenden Verfügbarkeit relevanter Goldmengen im Ursprung lag. Im Segment Sportbälle lässt das Fußball-WM-Jahr 2018 auf steigende Absatzzahlen hoffen.



Fotos v.l.n.r.: Kristina Eggert, Sean Hawkey



Foto: Sean Hawkey

SÜDPERSPEKTIVE

TROTZ MASSIVER HERAUSFORDERUNGEN KONNTEN FAIRTRADE-PRODUZENTENORGANISATIONEN 2017 ÜBER DEN DEUTSCHEN MARKT 25 MILLIONEN EURO PRÄMIENGELDER EINNEHMEN.

Kaffee, Bananen, Kakao, Rosen und Baumwolle – so verschieden die absatzstärksten Fairtrade-Produkte und ihre Ursprünge auch sind, die Herausforderungen durch Klimawandel, fehlende Absatzmärkte und Preisdruck sowie die dringende Notwendigkeit existenzsichernder Einkommen sind überall zu spüren.

KAFFEE
2017: **22.081 Tonnen Rohkaffee +8 %**

Der Weltmarktpreis für Kaffee lag auch 2017 für mehrere Monate unter dem Fairtrade-Mindestpreis. Fairtrade-Verträge, insbesondere für Kaffee mit Bioqualität, sind daher als finanzielles Sicherheitsnetz für die Kooperativen sehr wichtig. Die kritische politische Situation in wichtigen Kaffee Ursprungsländern wie Honduras oder Äthiopien führt bei den Produzent*innen unter anderem zu Logistikproblemen, zum Beispiel darin, die geerntete Ware rechtzeitig zu Verarbeitungsanlagen zu bringen oder zu exportieren. Neue Kaffee-Kooperativen konnten zertifiziert werden, bereits bestehende konnten ihre Produktivität durch erfolgreiche Anpassungsmaßnahmen, vor allem an die Folgen des Klimawandels, steigern und die Kaffee-Qualität verbessern.

BANANEN
2017: **87.379 Tonnen +21 %**

In den Ursprungsländern hatten die Bananen-Produzent*innen mit den Folgen des Klimawandels zu kämpfen: Im Norden Perus

sorgte das Klimaphänomen El Niño für Überflutungen der Bananen-Felder und hohe Ernteverluste. Peru ist eines der wichtigsten Herkunftsländer für den deutschen Markt, da die Fairtrade-Banane hier aktuell nur in Bioqualität angeboten wird. Fairtrade-Bananen-Produzent*innen im konventionellen Anbau, z. B. aus Kolumbien, brauchen jedoch dringend Absatzchancen, um ihre Existenz zu sichern. Das zeigte der stark fallende Weltmarktpreis in 2017. Dass es bei der Preisentwicklung um mehr als Angebot und Nachfrage geht, zeigt die TrueCost Studie, die Fairtrade Deutschland im Februar auf der Fruit Logistica vorstellte. Sie zeigt auf, welche Faktoren bei der Preisberechnung mit einbezogen werden müssten, um die tatsächlichen Kosten der Bananenproduktion zu decken.

KAKAO
2017: **36.891 Tonnen +23 %**

Stark fallende Weltmarktpreise hatten 2017 drastische Auswirkungen auf Kakaobäuerinnen und -bauern. Erstmals seit vielen Jahren lag der Fairtrade-Mindestpreis für Kakao über dem Weltmarktpreis und diente als finanzielles Sicherheitsnetz. Nicht zuletzt der Mindestpreis macht Fairtrade attraktiv – insbesondere in Westafrika ließen sich viele weitere Kakaokooperativen zertifizieren, bestehende Kooperativen konnten ihren Absatz erhöhen. Darüber hinaus wurde das Kakaoprogramm in Westafrika ausgeweitet: Zusammen mit starken Kakaopartnern im Norden werden Fairtrade-Kakaokooperativen in Westafrika gestärkt und neue Absatzmöglichkeiten für ihren Kakao ge-

schaffen. Aktuell erarbeitet Fairtrade zudem eine Strategie zur Entwicklung existenzsichernder Einkommen für den westafrikanischen Kakaosektor, die 2018 im Rahmen von Pilotprojekten umgesetzt wird.

ROSEN (BLUMEN UND PFLANZEN)
2017: **406 MIO. Stiele +4 %**

Trotz steigendem Absatz von Fairtrade-Rosen in Deutschland sind weitere Absatzkanäle dringend notwendig, denn durchschnittlich können international nur 21 Prozent der gesamten Erntemenge unter Fairtrade-Bedingungen verkauft werden. Der anhaltende Preisdruck der Supermärkte macht insbesondere den kenianischen Rosenfarmen zu schaffen, da diese im Vergleich mit den günstiger produzierten Rosen äthiopischer Herkunft preislich nicht mithalten können. Darüber hinaus zeigt der Klimawandel seine Auswirkungen auch in der Blumenproduktion Ostafrikas, wo eine ungewöhnliche Kälteperiode im Herbst für hohe Ernteauffälle sorgte. Auf dem Weg zu existenzsichernden Löhnen im Blumensektor gibt es erste erfolgversprechende Pilotprojekte. So zum Beispiel auf der Wagagai Blumenfarm in Uganda: Hier fließen zusätzlich zur Fairtrade-Prämie 4,5 Cents pro Steckling in einen Fonds, der zur Erreichung von existenzsichernden Löhnen genutzt wird.

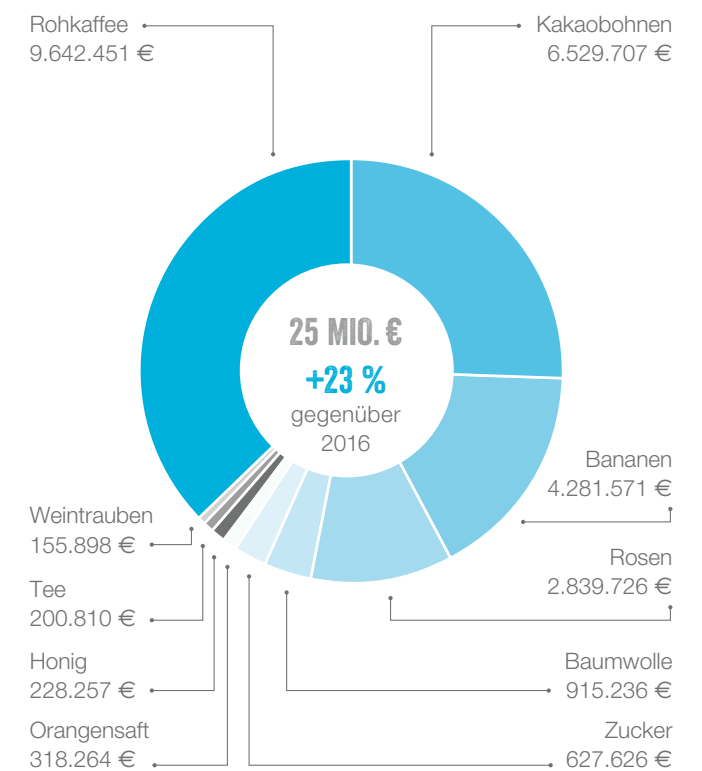
BAUMWOLLE
2017: **6.956 Tonnen +86 %**

Das Textilprogramm nimmt konkrete Züge an. Derzeit arbeitet Fairtrade intensiv daran, in indischen Fabriken die Grundvoraussetzungen dafür zu schaffen, dass der Textilstandard für bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette umgesetzt werden kann. Weltweit haben sich bisher drei deutsche und ein englisches Markenunternehmen zur Umsetzung des Textilstandards verpflichtet. Aktuell nehmen

elf indische Zulieferbetriebe am Textilprogramm teil, dass in seinem Multistakeholder-Ansatz die Arbeiterschaft, Unternehmen, Gewerkschaften, Nichtregierungsorganisationen und viele mehr mit einbezieht. Der Fairtrade-Textilstandard gilt als derzeit anspruchsvollster Standard für Textilien.

PRÄMIENEINNAHMEN

Für die Produzentenorganisationen



JAHRESABSCHLUSS ZUM 31.12.2017

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in EURO	2017	2016
Erträge	18.372.317	16.436.621
Lizeneinnahmen	13.485.690	12.436.090
Zuschüsse	395.975	460.395
Mitgliedsbeitrag	3.200	3.200
Spenden	31.435	7.040
Sonstige Erträge	623.153	537.012
Gewinnvortrag Vorjahr	202.865	232.884
Entnahmen aus Rücklagen	3.630.000	2.760.000

Die Einnahmesituation für TransFair hat sich dank des Einsatzes unserer Lizenzpartner und anderer Unterstützer durch gute Entwicklungen unter anderem bei Kaffee, Bananen und Blumen positiv entwickelt. Dies führte auf der Ausgabenseite zu erhöhten Mitgliedsbeiträgen an Fairtrade International. Hier wurden auch die im Rahmen der internationalen Strategie vereinbarten zusätzlichen Beiträge für die Produzentennetzwerke abgeführt. Ebenso wurden die Ausgaben für zusätzliche Projekte bei den Fairtrade Produzenten-Organisationen und deren Mitgliedern im Süden

BILANZ

AKTIVA in EURO	2017	2016
A. Anlagevermögen	316.121	286.702
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	51.841	48.309
II. Sachanlagen	264.280	238.393
B. Umlaufvermögen	8.113.847	7.068.888
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	5.640.952	4.510.543
II. Bank- und Kassenbestand	2.472.895	2.558.345
C. Rechnungsabgrenzungsposten	129.605	121.156
Bilanzsumme	8.559.573	7.476.746

in EURO	2017	2016
Aufwendungen	-18.173.878	-16.233.756
Personal	-3.205.984	-2.890.969
Abschreibungen	-107.687	-87.253
Presse-, Öffentlichkeitsarbeit, Kampagnen & Marketing	-2.255.247	-1.889.661
Internationales/Produzentenunterstützung	-1.346.372	-960.118
Verwaltung	-855.389	-857.175
Mitgliedsbeitrag		
Fairtrade International	-3.418.502	-3.047.942
Weiterleitung Lizeneinnahmen	-2.264.698	-2.390.639
Einstellung in Rücklagen	-4.720.000	-4.110.000
Bilanzgewinn	198.440	202.865

erhöht. Weitere Schwerpunkte auf der Ausgabenseite waren die Aktivitäten rund um das TransFair-Jubiläum, Lizenzpartner-, Konsumenten- und zivilgesellschaftliche Kampagnen und Vorbereitungen für die neue „Es beginnt mit Dir“-Kampagne. Ein weiterer wichtiger Schwerpunkt waren Investitionen in neue IT-Strukturen und Softwarelösungen zur Verbesserung der Abläufe in verschiedenen Bereichen. In der Rücklage sind hauptsächlich Mittel für die Sicherung der Betriebsausgaben über einen Zeitraum von 6 Monaten enthalten.

PASSIVA in EURO	2017	2016
A. Eigenkapital	6.418.440	5.332.865
I. Rücklagen	6.220.000	5.130.000
davon Betriebsmittelrücklage	3.820.000	3.030.000
davon Projektrücklage	900.000	600.000
davon freie Rücklage	1.500.000	1.500.000
II. Bilanzgewinn	198.440	202.865
B. Rückstellungen	1.144.700	1.233.200
C. Verbindlichkeiten	986.020	898.669
I. Verbindlichkeiten aus Leistungen	743.995	711.034
II. Sonstige Verbindlichkeiten	242.025	187.635
D. Rechnungsabgrenzungsposten	10.413	12.011
Bilanzsumme	8.559.573	7.476.746



DIE FRAUENGRUPPE DER KAFFEESKOOPERATIVE FLOR DEL PINO IN HONDURAS INVESTIERTE IN EINE EIGENE KAFFEERÖSTUNG. DIE FÖRDERUNG VON WERTSCHÖPFUNG IM URSPRUNG IST DER TEIL DER FAIRTRADE-PROJEKTARBEIT.

Foto: Sean Hawkey

ZUSÄTZLICHE PROJEKTARBEIT – MEHR WIRKUNG IM SÜDEN

Die Produzentenorganisationen und ihre Netzwerke wurden auch 2017 durch TransFair bei der Umsetzung eigener Projekte in den Bereichen Klimawandel, Stärkung von Kleinbauernorganisationen, Kinder-, Frauen- und Arbeiterrechte unterstützt. Die erfolgreich begonnenen Projekte mit Kaffeekooperativen in Honduras und Bolivien, in Indien zur Implementierung des Textilprogramms, zum Klimawandel in Uganda oder dem Ausbau der Beratung von Blumenfarmen in Ostafrika wurden 2017 fortgesetzt und neue Projekte entwickelt, beispielsweise im Teeanbau in Indien und Weinanbau in Südafrika, für Honigproduzent*innen in mehreren Ländern Lateinamerikas und Gold-Kleinschürfer*innen in Kenia. Gemeinsam mit der TransFair-Mitgliedsorganisation Global Nature Fund wurden Maßnahmen zum Biodiversitätsschutz in Ghana umgesetzt, mit verschiedenen Partnern haben wir die Gender-Working-Group des Weltbananenforums unterstützt. Die Unternehmen Brands Fashion, Melawear und 3Freunde setzen im Rahmen eines PPP-Projekts gemeinsam mit Fairtrade Maßnahmen in textilen Lieferketten um, und für die Unterstützung der Gold-Kleinschürfergruppe konnte eine Förderung des BMZ gesichert werden. Das Kaffee-Projekt in Bolivien wurde finanziell maßgeblich unterstützt von Lidl, das Kaffee-Projekt in Honduras von Aldi Süd und das Tee-Projekt in Indien von Aldi Nord. Darüber hinaus konnten 2017 dank finanzieller Förderung erfolgreiche Kampagnen wie die Faire Woche – 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 Engagement Global mit finanzieller Unterstützung des BMZ, durchgeführt werden. Zudem wurde die CEval-Folgestudie zur Wirkung von Fairtrade auf ländliche Entwicklung Anfang 2017 von TransFair, Max Havelaar Schweiz und Fairtrade Österreich beauftragt und von dem Schweizer SECO (Staatssekretariat für Wirtschaft) finanziell unterstützt. Wir danken allen Unterstützern, Partnern und Förderern herzlich.

FAIRTRADE VERÄNDERT DIE WELT NACHWEISBAR

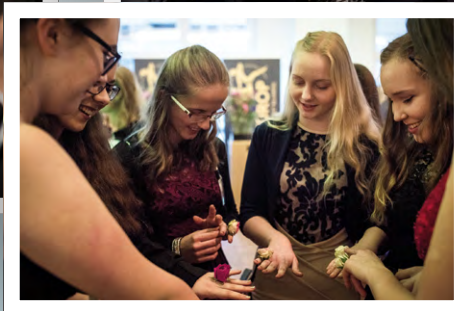
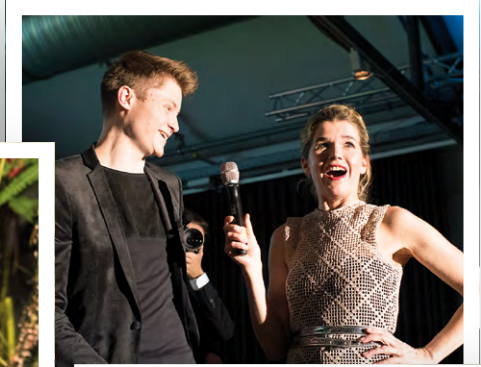
Die Zahl und Bandbreite von wissenschaftlichen Studien zur Wirkung von Fairtrade wächst beständig. Im Rahmen der „Theorie des Wandels“, dem Wirkungsmodell von Fairtrade, werden diese Studien systematisch ausgewertet, mit der „Theorie des Wandels“ abgeglichen und fließen sodann in die Arbeit an den Wirkungszielen ein.

In der aktuellen Studie „Fünf Jahre später – Der Beitrag von Fairtrade auf ländliche Entwicklung“ untersucht das CEval Institut, was sich sechs Jahre nach der ersten Studie zu diesem Thema bei den bereits 2012 besuchten Produzentenorganisationen in Afrika, Lateinamerika und Asien verändert hat. Erste Erkenntnisse legen nahe, dass die Auswirkungen des Klimawandels einerseits, und die Flucht der jungen Generation aus der Landwirtschaft aufgrund zu geringer Wertschöpfung im Ursprung andererseits, massive Produktionsrückgänge zum Beispiel bei Kaffee erwarten lassen. Die auf landwirtschaftlichen Rohstoffen beruhenden Lieferketten mit ihrer bisherigen Wertschöpfung überwiegend im globalen Norden wird hier grundsätzlich in Frage gestellt. Die Studie wird im Mai 2018 veröffentlicht.

In der Studie „Verändert der Faire Handel die Gesellschaft?“ aus dem Jahr 2016 wurde erstmalig wissenschaftlich analysiert, ob und in welchem Maße der faire Handel in den letzten 15 Jahren die deutsche Gesellschaft beeinflusst und verändert hat. Die Ergebnisse zeigen: In allen untersuchten Bereichen gibt es einen Trend hin zu verändertem Bewusstsein und Verhalten. Zurzeit laufen die Vorbereitungen für die Ausschreibung der Studien „Impact of Fairtrade on Natural Environment and Climate Change Adaptation“ und „Impact of Fairtrade on Gender“, die beide etwa Mitte 2019 fertiggestellt sein sollen.

Alle aktuellen Studien sind einsehbar auf www.fairtrade-deutschland.de

FAIRTRADE AWARDS 2018



AM 21. MÄRZ 2018 VERLIEH TRANSFAIR ZUM SECHSTEN MAL DIE FAIRTRADE AWARDS FÜR HERAUSRAGENDEN EINSATZ FÜR DEN FAIREN HANDEL IN BERLIN.

Die Auszeichnung prämiiert Unternehmen und Zivilgesellschaft, die sich vorbildlich für die Fairtrade-Idee eingesetzt haben. Die Awards werfen einen neuen Fokus auf die Entwicklung des fairen Handels: durch Inspiration der Akteure und als Podium für die Kommunikation beispielhafter Arbeit für Fairtrade in Deutschland. Anke Engelke moderierte die Gala in Berlin.





HERSTELLER

Den ersten Platz in der Kategorie „Hersteller“ erhielt **FERRERO**. Der Süßwarenhersteller setzt seit 2014 auf fairen Kakao und baut die Zusammenarbeit kontinuierlich aus, seit 2016 auch für Zucker.

Platz zwei ging an das Textilunternehmen **BRANDS FASHION**, die Pionierarbeit für mehr Fairness im Baumwollanbau und der Textillieferkette leisten.

Dritter wurde das Projekt **„FAIRE KOHLE“** der konfessionellen Jugendverbände, die mit nachhaltiger Grillkohle aus Kokosnussschalen Perspektiven für Kleinbauern auf den Philippinen schaffen.



NACHWUCHSPREIS

Platz eins ging an die **FAIR-TRADE-COMPANY KNECHTSTEDEN**. Die Schülerfirma bietet Naschwaren aus einem fairen Süßwarenautomaten an sowie ihren eigenen „Knechtsteden Café“.

Zweiter wurde die **WELTLADEN AG FULDA** der Eduard Stieler Schule, die neben fairen Produkten auch globalisierungskritische Stadtrundgänge durchführt.

Platz drei ging an das Start-up **TIPME**, das ein Plug-in für ein globales Trinkgeld entwickelt hat.



HANDEL

In der Kategorie „Handel“ fiel der Jury-Entscheid auf **ALDI NORD & ALDI SÜD**. Der Discounter macht eine Vielzahl fair gehandelter Waren für jeden zugänglich – mit eigens kreierten Fair-Handels-Eigenmarken, bietet Infos für Mitarbeiter und Kunden und unterstützt Projekte in den Anbauländern.

Wertschöpfung in den Süden! – dafür erhielt das Berliner Start-up **KAFFEE-KOOPERATIVE.DE** den zweiten Preis, denn von der Bohne bis zur Verpackung liegt der gesamte Prozess in Kigali (Ruanda) und in den Händen der Kaffeebauern.

Platz drei erhielt die **GASTRONOMIE DER DEUTSCHEN BAHN** – in den Bordbistros der ICs und ICEs trinken Fahrgäste fairen Kaffee, Kakao und Tee.



PUBLIKUMSPREIS



Einen Monat hatten die Website-Besucher von Fairtrade Deutschland die Möglichkeit Ihren Favoriten zu wählen.

Nach einem Kopf-an-Kopf-Rennen in der Online-Abstimmung teilen sich der **EINE-WELT-LADEN AM JOHANN-SEBASTIAN-BACH-GYMNASIUM MANNHEIM** und das **BEFAIRTEAM DES JOHANNES-GUTENBERG-GYMNASIUMS WALDKIRCHEN** den ersten Platz.

Mehr unter www.fairtrade-deutschland.de/awards



ZIVILGESELLSCHAFT

Der erste Platz 2018 ging an die **PFADFINDERSCHAFT SANKT GEORG**, die fairen Handel in die Öffentlichkeit trägt und die eigenen Ortsgruppen: Es gibt sogar ausgezeichnete Fairtrade-Stämme.

Für ihr Engagement, sich für den fairen Handel zu vernetzen, erhielt der Verbund von **FAIRTRADE-STADT UND -HOCHSCHULE EMDEN** Platz zwei.

Dritter wurde die **INITIATIVE FAIREKITA** aus Dortmund – faire Früherziehung für die Kleinsten!



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



FAIRTRADE
DEUTSCHLAND

V.i.S.d.P.: Claudia Brück

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 dafür ein, den Handel mit fair gehandelten Produkten und Rohstoffen zu fördern und mehr Bewusstsein für nachhaltigen Konsum zu erreichen.
www.fairtrade-deutschland.de

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

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

IMPRESSUM

Titelbild:

Sol Maria Toro Arcos auf dem Coffee Fairday 2017 in Köln. Sie arbeitet als Koordinatorin im lateinamerikanischen Produzentennetzwerk CLAC. „Fairtrade ist nicht nur ein Zertifikat – für Kleinbauern bedeutet es eine Veränderung der Lebensumstände. Fairtrade ist Teil meines Lebens sowie Teil des Lebens unserer Produzenten.“

Herausgeber: TransFair e.V.

Redaktion: Claudia Brück (verantwortlich), Melanie Leucht

Layout: Dreimalig Werbeagentur

Druck: Klimaneutral durch Thiekötter, Münster

Papier: 100 Prozent Recycling

MITGLIEDSORGANISATIONEN



FÖRDERMITGLIEDER

Stiftung Apfelbaum und Stadt Neuss

GESCHÄFTSFÜHRENDER VORSTAND

Dieter Overath, Claudia Brück, Detlev Grimmelt
Vereinsregister Köln: VR 16551

AUFSICHTSRAT

Norbert Dreßen, Dr. Frank Eichinger, Kai Falk, Heinz Fuchs,
Dr. Florian Grohs, Marion Hammerl, Dr. Clemens Kienzler

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