

Fairtrade: Chancen nutzen – Resilienz stärken

Jahres- und Wirkungsbericht 2021



Inhalt

- 3 Vorwort: Lasst uns über Chancen reden
- 4 Fokus: Resilienz stärken, Krisen abfedern
- 6 International: Positive Erkenntnisse in schwierigen Zeiten
- 7 Portrait: Eine neue Generation nimmt die Zukunft in die Hand
- 8 Fairtrade-System: Ein globales Netzwerk für Fairness
- 9 Innenansicht: "Fairtrade zeigt Stärke und Solidarität."
- 10 Die Fairtrade-Welt
- 12 Aktiv: Faires Engagement, das alle erreicht
- 14 Südprojekte: Vereinte Kräfte für mehr Wirkung im Süden
- 16 Politik: Menschenrechte im Fokus
- 17 Handel: Partnerschaften pflegen auf neuen Wegen
- 18 Marktübersicht
- 20 Südperspektive
- 22 Jahresabschluss
- 23 Ausblick: Die Zukunft beginnt heute

Fairtrade Deutschland: Facts¹



¹Stand Ende 2021
²Quelle GlobeScan 2021



© Fairtrade / Anna-Maria Langer

Vorwort

Lasst uns über Chancen reden

In einer krisenbehafteten Zeit verstärkt Fairtrade die Zusammenarbeit mit den Partnern, um Perspektiven zu schaffen und gemeinsam neue nachhaltige Wege zu gehen.

Klima, Covid, Krieg – die aktuellen Herausforderungen für die Welt sind groß, die Auswirkungen im globalen Süden besonders spürbar. Zusätzlich zu den Folgen der Klimakrise wie Dürren oder Überschwemmungen haben Kleinbäuerinnen und -bauern im dritten Corona-Jahr mit einer Kostenexplosion zu tun, die Energie und Nahrungsmittel verteuert und Logistikausgaben in die Höhe treibt. Gleichzeitig wird der Weltgemeinschaft deutlich vor Augen geführt, dass kein Land und kein Kontinent die vielfältigen Krisen allein bewältigen kann. Es bedarf der Anstrengung aller. Mit einem Wort: Solidarität.

Seit nunmehr 30 Jahren folgt Fairtrade Deutschland diesem Gedanken. Drei Jahrzehnte, in denen nicht nur ein Siegel etabliert, sondern die Partnerschaft mit den Akteuren im globalen Süden und die Zusammenarbeit mit der Zivilgesellschaft hierzulande verstärkt wurden. Produzent*innen und Arbeiter*innen haben mittlerweile eine paritätische Stimme im Fairtrade-System – das ist einzigartig. Die bisherigen Errungenschaften müssen als Start in eine nachhaltigere Zukunft gesehen werden.

Ähnlich wie bei der Klimakrise wissen wir alle in der Frage des nachhaltigen Konsums sehr wohl, was jetzt zu tun ist: Weniger und wertiger konsumieren.

Klimagerechtigkeit und soziale Gerechtigkeit mit der täglichen Produktauswahl vorantreiben. Mehr nachhaltige und fair gehandelte Produkte anbieten. Produzent*innen zu besseren Lebensbedingungen befähigen, indem existenzsichernde Einkommen und Löhne ermöglicht werden. Wir alle – Konsument*innen, Handel, Industrie, Politik – müssen nun unseren Beitrag leisten, damit der Nachhaltigkeitsturbo eingeschaltet wird. Worauf warten wir?

Nach gut 30 Jahren endet die Tätigkeit von Dieter Overath für Fairtrade Deutschland. Er ist eine der prägenden Figuren der Bewegung, der sie zu dem gemacht hat, was sie heute ist: Ein bedeutender Akteur im entwicklungspolitischen Diskurs, ein gewichtiger Partner für Industrie und Handel. Der gleichberechtigte dreiköpfige Vorstand wird gemeinsam mit allen Mitarbeiter*innen und Partner*innen dafür sorgen, dass die Mission von Fairtrade Deutschland auch künftig erfüllt wird: Zu einer besseren, faireren Welt beizutragen.

Der Vorstand von Fairtrade Deutschland e.V.

Dieter Overath | Claudia Brück | Detlev Grimmelt | Katja Carson

Dieter Overath | Claudia Brück | Detlev Grimmelt | Katja Carson

Resilienz stärken, Krisen abfedern

Die Herausforderungen für Landwirt*innen und Arbeiter*innen in Asien, Afrika und Lateinamerika werden immer größer. Fairtrade unterstützt langfristig und stellt sich gemeinsam mit den Produzent*innen den Krisen der Gegenwart.



Produzentennetzwerke CLAC (Lateinamerika), NAPP (Asien) und Fairtrade Africa. Mehr als 900 Fairtrade-Produzentenorganisationen in fast 60 Ländern wurden mit den Maßnahmen erreicht.

War die erste Phase der Auszahlungen auf Nothilfe ausgelegt, stand im weiteren Verlauf der Aufbau von Resilienz im Fokus. Die Mittel sind beispielsweise in Maßnahmen zur Einkommensdiversifizierung, Steigerung der Wertschöpfung oder Verbesserung des Marktzugangs geflossen. Fairtrade unterstützte die Erzeugerorganisationen auch durch Schulungen zu Themen wie nachhaltiger Anbau, Verhinderung von Kinderarbeit oder durch den Einsatz von Video-Telekommunikation zur Durchführung von Sitzungen.

Klimakrise abfedern

Wetterextreme wie Dürre, Starkregen oder Stürme setzen weltweit immer mehr Produzent*innen zu. Oft fehlen ihnen die Ressourcen, um sich von Ernteaufschlägen zu erholen. Fairtrade bietet vielfach Unterstützung an – etwa durch Beratung vor Ort und Klimaanpassungsmaßnahmen, die über die Fairtrade-Prämie finanziert werden. Dabei geht es beispielsweise um strategische Planung, klimaresistente Pflanzen und die Förderung von Polykulturen.

Fairtrade hilft aber auch mit Finanzmitteln: Um Kaffeebäuerinnen und -bauern zu unterstützen hat das lateinamerikanische Fairtrade-Produzentennetzwerk CLAC einen Krisenfonds für Klimaveränderungen und Katastrophen eingerichtet, zu dem auch Fairtrade Deutschland 25.000 Euro beisteuerte. Fast 2.000 Kaffeeproduzent*innen aus

setzt daher gemeinsam mit Partnerorganisationen in den Anbauländern an verschiedenen Punkten an, damit sich die Menschen bestmöglich auf die Zukunft vorbereiten können. Und auch, um sie in der Gegenwart zu unterstützen.

Covid-Fonds zeigt Wirkung

Im Mai 2020 rief Fairtrade einen Covid-Fonds ins Leben und akquirierte mit einer Vielzahl von Partnern mehr als 15 Millionen Euro an finanzieller Hilfe für den globalen Süden, unter anderem mit großzügiger Förderung des Bundesministeriums für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ). Umgesetzt wurde der Fonds mit Unterstützung der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) und der drei Fairtrade-

Die Widerstandsfähigkeit von Bäuerinnen und Bauern, von Arbeiterinnen und Arbeitern zu stärken – das ist seit jeher die Mission von Fairtrade. Mit Mindestpreisen sorgt das Fairtrade-System für stabile Einkommen und Planungssicherheit, mit der Prämie werden Gemeinschaftsprojekte vor Ort angestoßen, die sich lange positiv auswirken. Das bedeutet eine nachhaltige Unterstützung für die Produzent*innen im globalen Süden.

Gerade in Krisenzeiten ist es besonders wichtig, die Resilienz der Landwirt*innen und Arbeiter*innen zu fördern. Covid-Pandemie, Klimakrise, Kostenexplosion und die Wirtschaftsturbulenzen durch die Folgen des Ukrainekriegs schlagen im globalen Süden besonders hart durch. Fairtrade

Trotz anhaltender Pandemie konnten viele Fairtrade-Kooperativen Pläne für die Zukunft schmieden, wie diese Kaffee-Bäuerinnen in Aceh, Indonesien.

(c) Fairtrade / Brahmantyo Putra / Fairpicture



Bolivien, Brasilien, Kolumbien und Guatemala konnten durch den Fonds Nothilfe- und Klimaanpassungsmaßnahmen realisieren.

Stärkung von Kooperativen

Fairtrade arbeitet überwiegend mit Erzeugerkooperativen zusammen. Werden sie effizienter und professioneller, bedeutet das eine Verbesserung für alle Mitglieder, die meisten von ihnen Kleinbäuerinnen und -bauern. Kleine Kakao-Erzeugerorganisationen in Côte d'Ivoire und in Ghana sind durch das von Fairtrade initiierte West Africa Cocoa Programme (WACP) widerstandsfähiger geworden – das belegt eine von Fairtrade International und Fairtrade Africa in Auftrag gegebene Untersuchung.

Optimierung der Organisationen, Verbesserungen auf Führungsebene, ein solides Finanzmanagement und eine aktivere Teilnahme der Mitglieder sind nur einige der zahlreichen Verbesserungen, die das WACP den Kakao-Produzent*innen bringt. Die Untersuchung zeigt, dass die dem Programm angeschlossenen Kooperativen jetzt professioneller arbeiten und besser auf die Bedürfnisse ihrer Mitglieder ausgerichtet sind.

Motivation für den Nachwuchs

Wenn die Arbeit auf dem Feld keine Perspektiven bietet, haben nachkommende Generationen von Landwirt*innen keine Motivation mehr, die Arbeit ihrer Eltern fortzuführen. Das hat oftmals eine Abwanderung der Jugend in die Städte zur Folge. Durch Fairtrade-Mindestpreise und -Prämie wird die Basis für eine attraktivere kleinbäuerliche Landwirtschaft im globalen Süden gelegt. Das Fairtrade-System unterstützt zudem Kooperativen bei der Jugendarbeit.

Die Fairtrade-zertifizierte Kaffee-kooperative COOPFAM in Minas Gerais, Brasilien, kümmert sich um die jungen Erwachsenen der Genossenschaft. Im Rahmen des „Café Jovem“-Programms erhalten junge Kaffeebäuerinnen und -bauern die nötige Unterstützung, Finanzierung und Ausbildung, um nachhaltig und selbstbewusst ein eigenes Einkommen aus dem Kaffeeanbau zu erwirtschaften. Auch die honduranische Kaffeekooperative Cafés Finos de Corquín, kurz CAFICO, hat sich zum Ziel gesetzt, die Jugend durch spezielle Projekte für eine Weiterführung des Kaffeeanbaus zu gewinnen. Zum Beispiel durch das fünfmonatige Ausbildungsprogramm „Aquí me quedo“ (zu Deutsch: „Ich bleibe hier“). Hier erwerben

Jugendliche zwischen 12 und 16 Jahren grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich des Kaffeeanbaus und der Verarbeitung.

Frauen an die Spitze

Obwohl Frauen im Durchschnitt 43 Prozent der landwirtschaftlichen Arbeitskräfte stellen, ist ihr Zugang zu finanziellen Ressourcen, Land und Bildung deutlich geringer. Erträge in Ländern des globalen Südens könnten bis 4 Prozent steigen, wenn Frauen und Männer gleichgestellt wären.¹ Dafür setzt sich Fairtrade ein. Zum Beispiel mit dem Projekt „Women's School of Leadership and Empowerment“. Frauen werden dabei gezielt darin geschult, Verantwortung zu übernehmen, in Führungspositionen zu arbeiten und ihre Stimme zu nutzen.

Aus einem Modellversuch 2014 in El Salvador wurde das erfolgreichste Projekt zur Förderung von Frauen im gesamten Fairtrade-System. Mittlerweile haben auch die Produzentennetzwerke für Afrika und Asien dieses Instrument zur Förderung von Frauen in Führungspositionen erfolgreich eingeführt. Der Clou dabei: Teilnehmerinnen halten im Rahmen des „Train-the-Trainer“-Konzepts später selbst Workshops und Trainings und wirken somit als Multiplikatorinnen in ihrer Erzeugerorganisation.

¹ Quelle: Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO)

Positive Erkenntnisse in schwierigen Zeiten



17 % der Fairtrade-Farmer*innen sind weiblich, bei den lohnabhängig Beschäftigten sind es 41 %.



1,9 Mio. Produzent*innen in 71 Ländern sind dem Fairtrade-System angeschlossen



Fairtrade sammelte 15 Mio. € für Corona-Hilfen.



91 % der Produzent*innen sind Kleinbäuerinnen und -bauern, 9 % sind lohnabhängig Beschäftigten.



180 Mio. € an Fairtrade-Prämien wurden durch die Top-7-Produkte erwirtschaftet.



Weltweit gibt es 1.880 Fairtrade-zertifizierte Produzentenorganisationen.



Rund 7 von 10 Personen fühlen sich als Teil einer weltweiten Bewegung für globale Handelsgerechtigkeit, wenn sie Fairtrade-Produkte kaufen.



2.552 Unternehmen vertreiben weltweit über 37.000 Fairtrade-Produkte.

Trotz einer Vielzahl von Herausforderungen gab es für Fairtrade-Produzent*innen in Afrika, Lateinamerika und Asien 2021 auch Erkenntnisse, die Mut machen: Produzentenorganisationen sind durch Fairtrade in Krisenzeiten besser aufgestellt und investieren in ihre Resilienz. Zudem wächst

die Bekanntheit und das Vertrauen in Fairtrade bei Verbraucher*innen weltweit. Und immer mehr Unternehmen gewinnen die Einsicht, dass mehr Fairness im globalen Handel unerlässlich ist.



© Fairtrade / Nyimas Laua / Fairpicture

Portrait

Ika Irawati – Eine neue Generation nimmt die Zukunft in die Hand

Man ist nie zu jung, um etwas zu bewirken – und Ika Irawati beweist das. Die 26-jährige ist die Schatzmeisterin von Karmatera, einer Fairtrade-zertifizierten Kokosblütenzucker-Kooperative auf der Insel Java in Indonesien.

Ika wurde der Kokosblütenzucker förmlich in die Wiege gelegt: Ihr Vater zapfte den Kokosnektar, aus dem ihre Mutter durch Kochen und Kristallisieren Kokoszuckerblöcke herstellte. Die Vertrautheit mit diesem traditionellen Handwerk wurde zu ihrer Berufung für die Arbeit in der Kooperative.

Die junge Frau setzt sich mit viel Energie für die Belange von Karmatera und ihres Dorfes Hargorojo ein, dem Sitz der Kooperative. Zwei Drittel der rund 800 Mitglieder zählenden Organisation ist weiblich. Ika, die 2019 die Gender Leadership School – ein Programm zur Förderung der Geschlechtergerechtigkeit des Fairtrade-Produzentennetzwerks Asien und Pazifik (NAPP) – absolvierte, tritt mit viel Selbstbewusstsein für die Rechte und Fähigkeiten von Frauen ein. Sie engagiert sich darüber hinaus als aktives Mitglied der ortsansässigen Jugendorganisation, etwa im Bereich Naturschutz: In lokalen Umweltkampagnen ermutigt sie die Jugendlichen, sich aktiv für die Erhaltung einer gesunden und sauberen Umwelt einzusetzen oder organisiert Jugendwettbewerbe zum Thema Aufforstung und Abfallmanagement.

Als die Covid-19-Pandemie Hargorojo erreichte, übernahm die Kokosblütenzucker-Kooperative eine zentrale Rolle bei der Bewältigung der Krise: Gemeinsam mit der Dorfverwaltung klärte Karmatera die Gemeinde über Sicherheits- und Hygienemaßnahmen auf, richtete am Dorfeingang einen Kontrollpunkt ein, an dem die Körpertemperatur der Menschen gemessen wurde, und verteilte kostenlose Schutzmasken an Bedürftige. Darüber hinaus konnte Karmatera, unterstützt durch den Covid-Nothilfe-Fonds von Fairtrade, der lokalen Verwaltung Hygienematerial und medizinische Geräte zur Verfügung stellen.

Um ihre Gemeinde für aktuelle und zukünftige Krisen widerstandsfähiger zu machen, planen Ika und Karmatera aktuell ein Projekt zur Lebensmittelsicherung für die Dorfbevölkerung. Gemeinsam mit einer regionalen Initiative arbeiten sie daran, dass jeder Haushalt eine eigene Fisch- und Gemüsezucht aufbauen, und sich so mit hochwertigen und nahrhaften Lebensmitteln selbst versorgen kann.

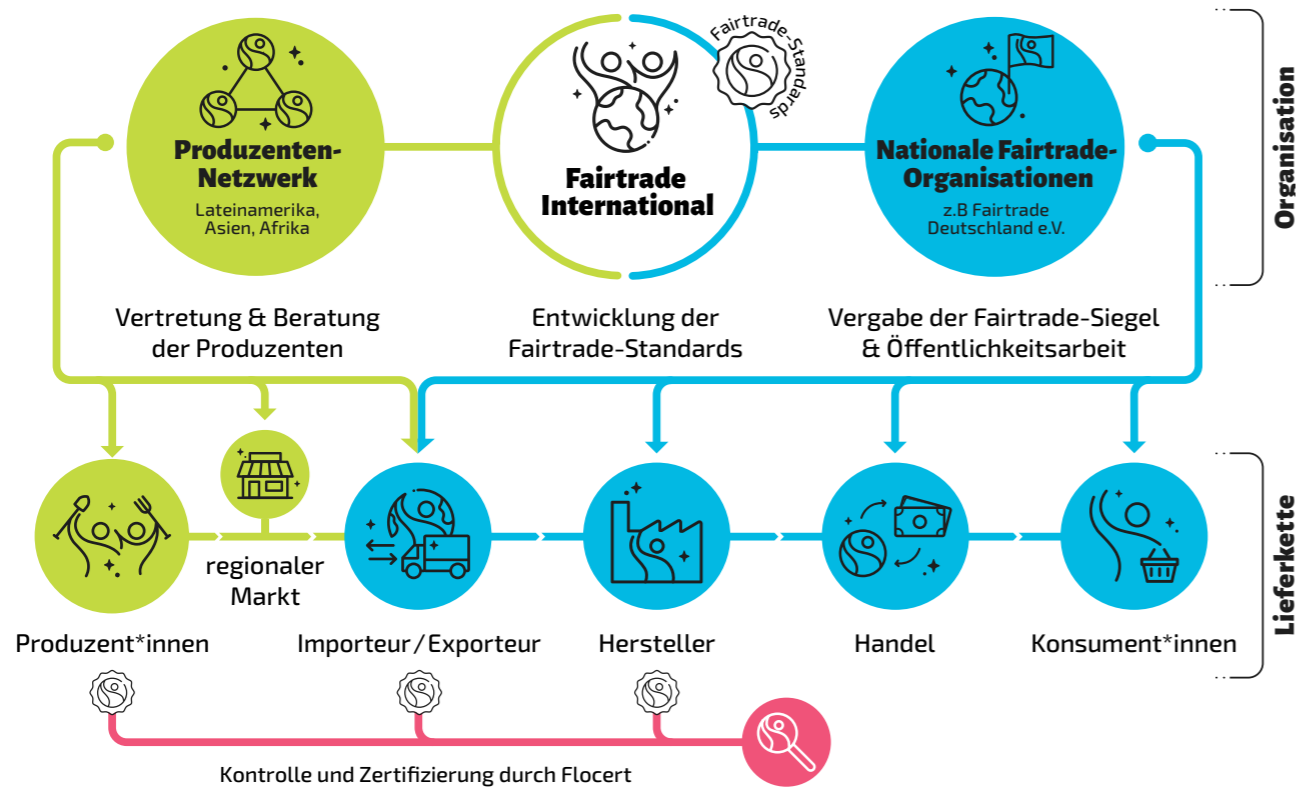
„Ich möchte das Bewusstsein der Jugend für das Zukunftspotenzial einer nachhaltigen lokalen ökologischen Landwirtschaft schärfen. Die Jugendlichen können Kokosblütenzucker herstellen, Bio-Früchte anbauen und diese über die Karmatera-Kooperative verkaufen oder exportieren. Lokale Lösungen sind für junge Menschen hilfreicher als die Suche nach Jobs außerhalb des Dorfes“, sagt Ika. „Wenn wir die Jugend fördern und unterstützen, damit sie sich in nachhaltigen Jobs vor Ort entfalten kann, wird dies zu einem allmählichen Wandel führen: weg von Tätigkeiten, die die Ausbeutung natürlicher Ressourcen beinhalten, hin zu nachhaltiger lokaler Landwirtschaft und Ökotourismus.“

Mit all dem, was Ika in ihren jungen Jahren erlernt hat, wächst auch ihre Leidenschaft für soziale Belange weiter. Zusammen mit Karmatera hat sie den Weg zu sozialer und wirtschaftlicher Nachhaltigkeit in den Heimatdörfern ihrer Mitglieder geebnet. Und durch Ikas Engagement werden auch weiterhin viele selbstständige, sozial- und umweltbewusste Jugendliche ihre Gemeinschaft bereichern.

Treffen Sie Ika Irawati in der Doku-Serie „Farmers – Gemeinsam gegen die Krise“



¹Quelle: Fairtrade International Annual Report 2020



Ein globales Netzwerk für Fairness

Fairtrade verbindet Akteur*innen entlang der Lieferkette für einen gerechten und nachhaltigen Welthandel.

Fairtrade ist ein eng verwobenes Netz von Akteur*innen aus Süd und Nord, die ein gemeinsames Ziel vor Augen haben: durch fairen Handel die Lebens- und Arbeitsbedingungen möglichst vieler Menschen im globalen Süden zu verbessern. Unter dem Dach von Fairtrade International, das paritätisch von Produzentennetzwerken aus den Anbauländern sowie Fairtrade-Organisationen aus den Konsumentenländern geführt wird, arbeitet Fairtrade daran, dass Produzent*innen ein faires Einkommen für ihre Arbeit erwirtschaften, verbindliche Fairtrade-Standards entwickelt werden, Wirtschaft und Politik den fairen Handel fördern und Konsument*innen weltweit sensibilisiert werden für mehr Fairness im Einkaufskorb. Bevor ein Produkt mit

dem Fairtrade-Siegel ausgezeichnet wird, kontrolliert die Zertifizierungsorganisation Flocert, dass die entsprechenden Fairtrade-Standards von Produzent*innen, Ex- und Importeuren sowie Herstellern eingehalten wurden.

Preise, Prämien und Projekte

Kernstück von Fairtrade sind die Fairtrade-Mindestpreise und -Prämien. Der festgelegte Mindestpreis dient als finanzielles Sicherheitsnetz für Kleinbauernfamilien, wenn der Weltmarktpreis für ihr Erzeugnis fällt. Sobald dieser Preis höher liegt als der Fairtrade-Mindestpreis, bekommen sie den Weltmarktpreis ausbezahlt. Die Fairtrade-Prämie ist ein zusätzlicher finanzieller Aufschlag zum

Verkaufspreis, über deren Verwendung die Produzentenorganisationen in einem demokratischen Prozess entscheiden. Die Prämie wird für soziale, ökologische oder ökonomische Projekte eingesetzt, die der gesamten Gemeinschaft nutzen. In Krisenzeiten kann auch eine Direktauszahlung an die Produzent*innen erfolgen.

Das zweite wichtige Standbein von Fairtrade ist die Bildungs- und Projektarbeit im globalen Süden. Berater*innen der Produzentennetzwerke organisieren Weiterbildungen und Schulungsprogramme vor Ort, etwa zu Themen wie Frauenrechte oder Kinderschutz. Gemeinsam mit Partnern aus Politik und Industrie führt Fairtrade außerdem mehrjährige Projekte im Ursprung durch (S. 14).

Interessen bündeln

Von den Erzeuger*innen im Ursprung über Hersteller, Handelspartner und Politik bis hin zur großen Gruppe der Verbraucher*innen aus der Zivilgesellschaft macht Fairtrade auf die Vorteile des fairen Handels aufmerksam. Fairtrade bringt verschiedene Interessensgruppen an einen Tisch, entwickelt nachhaltige Lösungsansätze und steht durch das Siegel seit nunmehr 30 Jahren für mehr Fairness, mehr Nachhaltigkeit und mehr Wirkung für die Menschen im globalen Süden.

Innenansicht Fairtrade zeigt Stärke und Solidarität

Xiomara J. Paredes schildert, wie Fairtrade Kleinbauernfamilien unterstützt, sich für zukünftige Krisen zu wappnen.



Die letzten Jahre waren sehr schwierig für die Produzent*innen: Sie wurden in kurzer Abfolge mit der Klimakrise, einer Gesundheitskrise, einer von der Pandemie ausgelösten Wirtschaftskrise, dann einer globalen logistischen Krise und gerade jetzt mit den bereits spürbaren Folgen des Krieges zwischen Russland und der Ukraine konfrontiert.

Das Umfeld für Produzent*innen und Arbeiter*innen in unseren Regionen scheint jedes Jahr komplexer zu werden. Aber gleichzeitig wird der Anreiz, Fairtrade beizutreten, immer größer. In der Pandemie schlossen sich die Mitglieder des Fairtrade-Systems zusammen und richteten einen Hilfsfonds für akute Sofortmaßnahmen ein, um Produzent*innen bei der Bewältigung erhöhter Kosten sowie der Beschaffung von Masken, Desinfektionsmitteln, Medikamenten und Lebensmitteln zu unterstützen. Diese Maßnahmen mögen unbedeutend erscheinen, aber in einer Zeit, in der die Einkommen der Produzent*innen durch eine andauernde Pandemie erheblich reduziert werden, sind sie wirklich essenziell.

In schwierigen Zeiten, in denen auch der Umsatz rückläufig ist, stellt jede noch so kleine Unterstützung eine große Erleichterung für Familien dar, die auf den Verkauf ihrer Produkte angewiesen sind. Die Zukunft der Produktion hängt weitgehend davon ab, ob die Erzeugerorganisationen die Folgen des Klimawandels bewältigen können. Darum haben wir ein Resilienz-Programm ins

Leben gerufen, das sowohl einen Klimanothilfsfonds für humanitäre Hilfe vorsieht als auch frühzeitige Investitionen ermöglicht, um sich auf zukünftige Krisen vorzubereiten. Allerdings müssen wir auch in der Öffentlichkeit und bei den Regierungen unserer Länder Überzeugungsarbeit leisten, damit wir alle in punkto Klimaschutz am gleichen Strang ziehen. Denn wenn die Emissionen weiter steigen, gibt es trotz aller Bemühungen keine Möglichkeit, die Zunahme der klimabedingten Auswirkungen zu stoppen - oder zumindest zu neutralisieren.

Fairtrade unterstützt und stärkt Kleinbauernfamilien und Beschäftigte auf drei Kontinenten und achtet dabei immer darauf, die Stimme der Produzent*innen vor Ort in alle wichtigen Entscheidungen einzubeziehen. Dazu zählt die Bereitstellung von Dienstleistungen über ein Netzwerk von Fachleuten in jedem Land, so dass die Erzeuger*innen ermächtigt werden, ihre Entwicklung in die eigenen Hände zu nehmen. Trotz der Herausforderungen beliefern die Produzentenorganisationen weiterhin die Märkte, verbessern ihre Qualität und tun dies auf nachhaltige Weise.

Die Herausforderungen werden nicht kleiner, aber wir glauben, dass eine gerechtere und nachhaltige Welt möglich ist - mit der Unterstützung bewusster Verbraucher*innen sowie kommerzieller und staatlicher Partner, die an dasselbe glauben wie wir.



Xiomara J. Paredes, Geschäftsführerin des Fairtrade-Produzentennetzwerkes für Lateinamerika und Karibik – CLAC

© José Luis Casuso

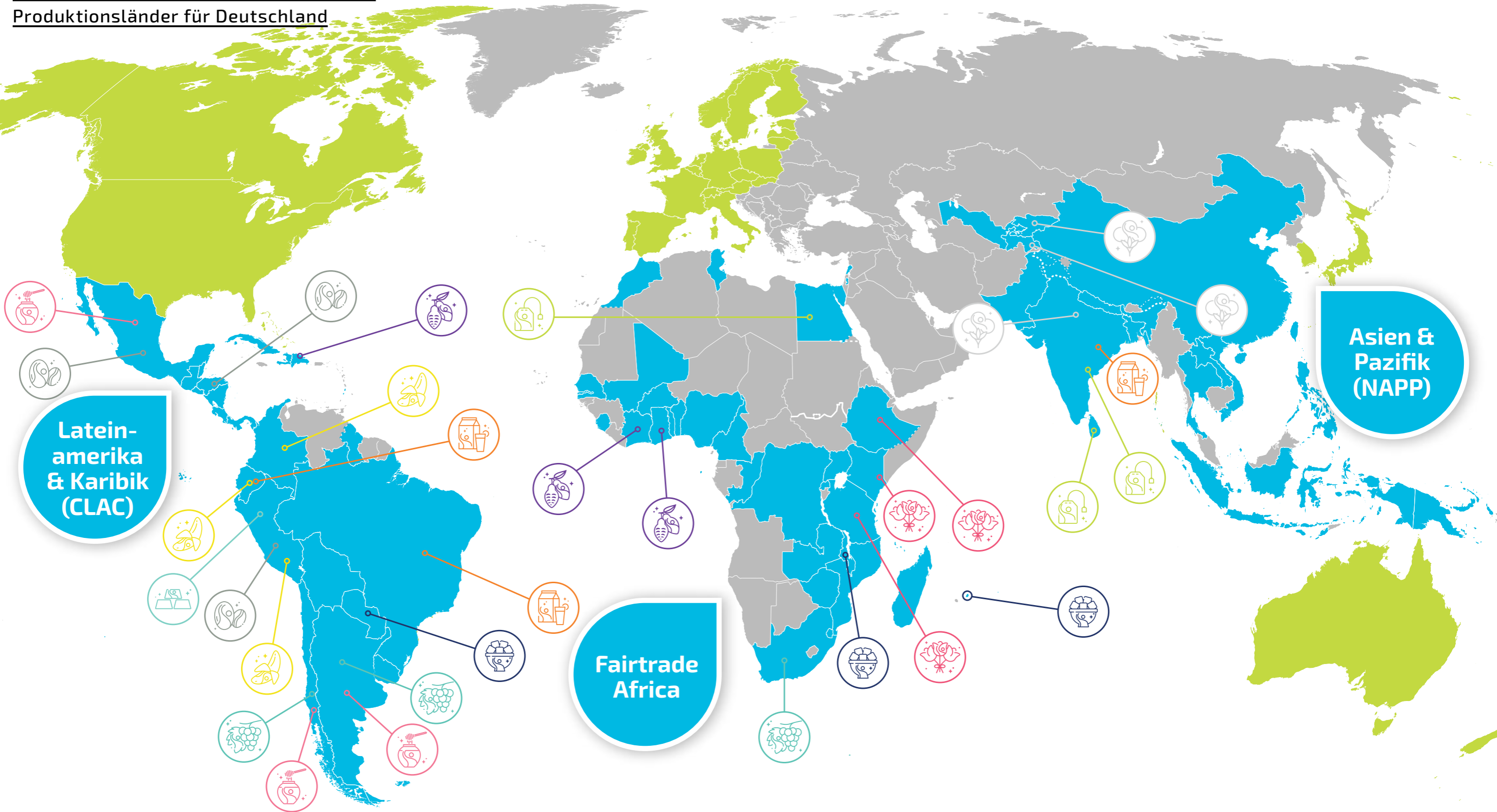
Die Fairtrade-Welt

Die wichtigsten Fairtrade-Produkte und-Produktionsländer für Deutschland

Fairtrade-Konsumentenland

Fairtrade-Produzentenland

Produzentennetzwerk



Bananen
Peru
Ecuador
Kolumbien

Baumwolle
Indien
Kirgistan
Tadschikistan

Blumen
Kenia
Äthiopien
Tansania

Fruchtsaft
Brasilien
Indien
Ecuador

Gold
Peru

Honig
Chile
Argentinien
Mexiko

Kaffee
Honduras
Peru
Mexiko

Kakao
Côte d'Ivoire
Ghana
Peru

Tee
Indien
Sri Lanka
Ägypten

Wein
Südafrika
Chile
Argentinien

Zucker
Paraguay
Mauritius
Malawi



© Fairtrade / Jakub Kaliszewski

Aktiv

Faires Engagement, das alle erreicht

Fairtrade zeichnet sich durch ein weit verzweigtes Netzwerk von Unterstützer*innen aus der Zivilgesellschaft aus, das sich bundesweit für mehr fairen Handel einsetzt. Das Spektrum der Engagierten ist breit gefächert: 36 Mitgliedsorganisationen aus den Bereichen Entwicklungszusammenarbeit, Kirche, Sozialarbeit, Verbraucherschutz, Genossenschaftswesen, Bildung, Politik und Umwelt tragen Fairtrade Deutschland e.V., gestalten die Entwicklung des fairen Handels und aktivieren über ihre Netzwerke Millionen Bürger*innen für Aktionen und Kampagnen zum fairen Handel. Die Mitgliedsorganisationen engagieren sich in der Bildungs- und Jugendarbeit, in Fairtrade-Towns, in der Projektarbeit und in der politischen Lobbyarbeit. 780 Fairtrade-Towns, 813 Fairtrade-Schools und 35 Fairtrade-Universities, 37 FairActivists und rund 50 aktive Fairtrade-Referent*innen trugen 2021 den fairen Handel in die Kommunen, den Bildungsbereich und die Politik. Zahlreiche weitere Aktive beteiligten sich an den jährlichen Aktionskampagnen und verankerten den fairen Handel in den Köpfen und Einkaufskörben der Verbraucher*innen in Deutschland.

Durch das Jahr mit Fairtrade

Voller „Flower Power“ machte Fairtrade gemeinsam mit Unterstützer*innen rund um den Weltfrauentag im März für weltweite Geschlechtergerechtigkeit mobil. Im April präsentierte die Aktion #PushFairtrade mit einem 32-seitigen Modeheft und fairen Schaufenstergestaltungen die Vorzüge nachhaltigen Modekonsums. Fans des guten Frühstücks lud Fairtrade im Mai mit „Fair in den Tag“ dazu ein, die erste Mahlzeit des Tages mit fairen Produkten zu gestalten. Unter dem Motto „Zukunft fair gestalten“ fand im September zum 20. Mal die Faire Woche, die größte Aktionswoche des Fairen Handels in Deutschland, statt. Trotz Corona-Auflagen

veranstalteten Engagierte bundesweit 1.700 Veranstaltungen. In der Vorweihnachtszeit forderte Fairtrade mit der Sweet Revolution faire Einkommen, gerechte Arbeits- und Produktionsbedingungen im Kakaosektor und ein Ende der Kinderarbeit. Gemeinsam mit Teilnehmenden aus ganz Deutschland wurde eine virtuelle Dominokette aus Schokoladentafeln aufgestellt: einmal um den gesamten Globus.



FairActivists: Die junge Stimme des fairen Handels

Seit April 2021 verstärken die FairActivists die junge Stimme des fairen Handels in Deutschland. Die jungen Aktivist*innen beteiligten sich mit viel Energie an den Fairtrade-Aktionskampagnen, wie etwa dem „Fairen Aufbruch“: Die Gemeinschaftsaktion von Fairtrade, dem Weltladen-Dachverband und dem Forum Fairer Handel rief dazu auf, im Vorfeld der Bundestagswahl mit Kandidat*innen aus dem eigenen Wahlkreis ins Gespräch zu kommen und sie dazu zu bewegen, sich mit der Unterzeichnung des „Fairsprechens“ zu den politischen Forderungen des fairen Handels zu bekennen. Die Gespräche der FairActivists mit lokalen Wahlkreis-Politiker*innen führten zu mehreren unterzeichneten Fairsprechen, darunter von prominenten Bundespolitikern wie Anton Hofreiter, Armin Laschet, der heutigen Außenministerin Annalena Baerbock und Bundeskanzler Olaf Scholz.



Fairtrade-Towns: Reich an Ideen und Engagement

Die Hälfte der Bevölkerung in Deutschland lebt in einer Fairtrade-Town. Die Kampagne fördert den fairen



Mit vielfältigen Aktionen tragen engagierte Unterstützer*innen die Fairhandels-Idee in die Öffentlichkeit.



v. l. n. r.

© Jakub Kaliszewski, © Ilkay Karakurt, © Jakub Kaliszewski, © Christian Gossmann, © Fairtrade / Marco Urban.

Handel auf kommunaler Ebene und macht sich gemeinsam mit lokalen Akteur*innen aus Zivilgesellschaft, Politik und Wirtschaft für den fairen Handel stark. Ihr Engagement reicht weit über die kommunale Beschaffung hinaus: Von fair-regionalen Märkten und SDG-Rallies über faire Frühstückspausen und konsumkritische Stadtrundgänge bis hin zu Vorträgen zur Agenda 2030 oder einem Fairtrade-Aktionsbus – dem Ideenreichtum waren auch im vergangenen Jahr keine Grenzen gesetzt. Verschiedene faire Kommunen setzten sich aktiv für die Verabschiedung eines Lieferkettengesetzes ein. Mit Frankfurt-Rhein-Main und München wurden im letzten Jahr zwei weitere Metropolregionen ausgezeichnet. Darüber hinaus feierten zahlreiche Fairtrade-Towns 2021 bereits ihr 10jähriges Engagement, darunter auch die Stadt Köln, der Sitz von Fairtrade Deutschland.

Fairtrade-Schools und -Universities: Meilensteine auf digitalen Wegen

650.000 Schüler*innen in Deutschland besuchten 2021 eine Fairtrade-School und immer mehr kommen dazu. Ende Oktober wurde mit der 800. Titelvergabe an das Robert-Bosch-Gymnasium in Gerlingen ein neuer Meilenstein erreicht. Die hybride Feier mit vielen Ehrengästen wurde digital in jedes Klassenzimmer übertragen. Ebenfalls digital fanden Fairtrade-Schüler*innenakademien für das Saarland und Bayern mit insgesamt über 300 Schüler*innen statt sowie das erste bundesweite Vernetzungstreffen der Fairtrade-Universities. 65 Teilnehmende aus rund 30 Hochschulen und hochkarätige Diskussionspartner*innen diskutierten über die wachsende Bedeutung des fairen Handels an akademischen Bildungsstätten und bauten das Nachhaltigkeits-Netzwerk innerhalb der Hochschulgemeinschaft aus.



Fairtrade-Medien: Am Puls des fairen Handels

Das Fairtrade-Kampagnen- und -Aktionsjahr wurde intensiv von Online-Kommunikation begleitet und erreichte mehr als 650.000 Menschen. Darüber hinaus setzten monatliche Gewinnspiele über Social Media-Kanäle und saisonale Specials wie die Online-Ostereisuche oder der Adventskalender faire Akzente im digitalen Raum. Bei „Besser fair – der Fairtrade-Podcast“ sprachen wir mit prominenten Unterstützer*innen, Unternehmer*innen und Aktivist*innen über aktuelle Themen aus der Welt des fairen Handels. „Was kostet ein gutes Leben?“ fragten Schauspielerin Emilia Schüle und Profi-Fußballer Neven Subotić in der Web-Doku „Impact Diaries“. Dort präsentierten sie authentische Einblicke in das Leben dreier Produzent*innen einer ghanaischen Kakaokooperative mit Beiträgen, die von den Kakaobäuerinnen und -bauern selbst stammten.



Mit „Farmers – Gemeinsam gegen die Krise“ stellte Fairtrade eine neue Dokumentationsreihe vor. Für die vom Bundesministerium für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) finanzierte Dokuserie begleiteten lokale Filmteams über ein Dreivierteljahr hinweg drei Produzent*innen in Indonesien, Kenia und Peru. In neun Folgen berichten sie, wie sie die Herausforderungen in Zeiten von Covid-19 bewältigen, was sie antreibt und wie sie sich stark machen für eine faire Zukunft.





Gemeinsam mit den Produzentennetzwerken im globalen Süden und Partnern im globalen Norden setzt Fairtrade konkrete Maßnahmen zu entwicklungspolitischen Themen um.
© Fairtrade / Angela Ponce / Fairpicture

in Lateinamerika wurden Elemente der Women's School of Leadership in viele Projekte integriert.

Die Rewe-Group unterstützt ein Projekt mit einer ausschließlich von Frauen geführten Gruppe von Kaffeebäuerinnen in Peru und hat parallel ein entsprechendes Produkt auf den Markt gebracht.

Seit 2017 unterstützt Fairtrade Deutschland das Fairtrade-Blumenprogramm, das sich zum Ziel gesetzt hat, im Schnittblumen-/Jungpflanzen-Sektor Arbeitsbedingungen vor allem für Frauen, aber auch Maßnahmen zum Umweltschutz sowie den zielgerichteten Einsatz von Fairtrade-Prämien auf Blumenfarmen weiter zu verbessern.

Kinderrechte

2021 wurden zahlreiche Maßnahmen zur Sensibilisierung und konkreten Umsetzung von Kinderrechten durchgeführt. Dazu gehört z.B. die Etablierung von Kinderschutzkomitees, Risikoanalysen und die Entwicklung von Richtlinien in Kooperativen. Im Dezember 2021 erschien eine von Fairtrade in Auftrag gegebene Studie zu verschiedenen Kinderschutzansätzen in Kooperativen. Aus den Ergebnissen sollen Schlüsse für die Weiterentwicklung der Standards ebenso wie die weitere Unterstützung durch Projekte und Programme gezogen werden.

Rechte von Arbeitnehmer*innen

Im Textilbereich arbeiten Partner wie Brands Fashion und MelaWear weiter mit Fairtrade am Textilprogramm in Indien. 2021 wurde darüber hinaus eine Initiative mit der GIZ und mehreren Unternehmen gestartet, um Beschwerdemechanismen im Textilsektor in Pakistan aufzubauen. Gemeinsam mit dem Weltbananenforum werden Aktivitäten zu Arbeitssicherheit und Geschlechtergerechtigkeit auf Bananenplantagen in Ghana umgesetzt und eine Studie untersucht aktuell Ausmaß und Gründe für unterschiedliche Löhne zwischen den Geschlechtern. Mit der Initiative für Nachhaltige Agrarlieferketten der GIZ arbeitet Fairtrade an neuen Modulen für menschenwürdige Arbeitsbedingungen auf Bananenplantagen in Lateinamerika in Ergänzung zum Thema existenzsichernde Löhne. Im Teesektor in Indien wurde eine Kooperation mit Aldi Nord fortgesetzt, die 2021 in Reaktion auf die Covid-19-Krise insbesondere zu einer Verbesserung der Gesundheitsversorgung in verschiedenen Teegärten beigetragen hat.

Förderung junger Nachwuchsbäuerinnen und -bauern

Mithilfe des BMZ und Engagement Global arbeiten Fairtrade Deutschland und die CLAC mit jungen Menschen aus kleinbäuerlichen Familien in El Salvador daran, die wirtschaftliche, soziale und ökologische Situation kleinbäuerlicher junger Bevölkerungsgruppen in ländlichen Regionen in El Salvador zu verbessern. In Kenia unterstützen wir ein Projekt zur Förderung junger Teebäuerinnen und -bauern, in Thailand ein Projekt im Reisanbau.

Südprojekte

Mit vereinten Kräften für mehr Wirkung im globalen Süden

Ein weit gefächertes Spektrum von Kooperationspartnern ermöglicht es Fairtrade, Projekte im Ursprung effizient zu planen und mit nachhaltiger Wirkung durchzuführen.

Fairtrade Deutschland unterstützt die Produzentennetzwerke in Afrika, Lateinamerika und Asien mit Projekten, die zu verschiedenen entwicklungspolitischen Schwerpunkten beitragen. Mit Partnern aus der Politik, mit Mitgliedsorganisationen sowie Lizenz- und Handelspartnern entwickeln wir Lösungsansätze und setzen gemeinsam mit Produzentenorganisationen konkrete Maßnahmen im Ursprung um.

Viele Partner, ein Ziel

2021 arbeitete Fairtrade Deutschland an insgesamt über 40 Projekten mit verschiedenen Partnern zusammen, davon 12 mit den Lizenz- und Handelspartnern Tchibo, Dibella, Brands Fashion, Melawear, Rewe, Lidl, Aldi Süd und Aldi Nord. Neun Projekte erhielten institutionelle Förderung u.a. von der Europäischen Union, dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), der Deutschen

Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) und der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO). Fairtrade Deutschland ko-finanziert außerdem ein großes Entwicklungsprogramm von Fairtrade Finnland, das Mittel der finnischen Regierung bis 2025 für Projekte in Lateinamerika und Afrika einsetzt. Nicht zuletzt kooperieren wir in gemeinsamen Projekten mit Mitgliedsorganisationen wie etwa dem Global Nature Fund.

Existenzsichernde Einkommen und Löhne

Das Thema existenzsichernde Einkommen und Löhne beschäftigt Fairtrade auf vielen Ebenen. 2021 trugen u.a. Kooperationsprojekte mit Lidl, der Rewe Group mit Unterstützung des BMZ und der GIZ, Aldi, Tony's Chocolonely und Ben&Jerry's zur Erreichung existenzsichernder Einkommen im Kakaosektor in Westafrika bei, indem an den Themen höhere Preise,

Kostensenkung und Produktivität, Einkommensdiversifizierung, Finanzwissen und Professionalisierung der kleinbäuerlichen Landwirtschaft gearbeitet wurde. Darüber hinaus wurden 2021 für Kaffee aus Honduras, Orangensaft aus Brasilien und Bananen aus Ecuador Pilotprojekte mit verschiedenen Unternehmen und Partnern umgesetzt oder vorbereitet, um in weiteren Ländern und Produktkontexten das Thema existenzsichernde Einkommen und Löhne voranzubringen.

Anpassung an den Klimawandel und Erhalt von Biodiversität

Die Anpassung an den Klimawandel ist das drängendste Thema für Fairtrade-Produzent*innen. Darum werden zunehmend Projekte zu diesem Thema umgesetzt und nach weiteren Finanzierungsmöglichkeiten für umfassendere Programme gesucht. Ein mehrjähriges Projekt mit Hofer/Aldi Süd und lokalen Partnerorganisationen vor Ort entwickelt etwa Klimawandel-Anpassungspläne und Schulungen zur Verbesserung des ökologischen Fußabdrucks für Fairtrade-zertifizierte Kaffee-Kleinbauernkooperativen in Honduras. Lidl finanziert zusätzliche Anpassungsmaßnahmen im Kaffeeanbau in Bolivien. In einem Projekt mit Fairtrade Deutschland, dem Global Nature Fund und Fairtrade Africa haben Shea-Butter- und Kakaokooperativen in Ghana Biodiversitäts-Aktionspläne entwickelt und setzen unter anderem Aufforstungsaktivitäten um.

Geschlechtergerechtigkeit

Die Women's School of Leadership hat in Afrika Ende letzten Jahres bereits die dritte Gruppe an Absolvent*innen der Ausbildung hervorgebracht. Auch in Asien wurden Schulungen in mehr als 30 Produzentenorganisationen in sieben Ländern umgesetzt und

Menschenrechte im Fokus



Was lange nicht möglich schien, wurde endlich Wirklichkeit: ein Lieferkettengesetz, das Unternehmen zur Achtung der Menschenrechte entlang der Lieferkette verpflichtet. Zunächst verabschiedete der Bundestag das deutsche Sorgfaltspflichtengesetz Mitte 2021, Anfang 2022 hat die Europäische Kommission ihren Vorschlag für eine EU-weite Richtlinie zur Sorgfaltspflicht für Menschenrechte und Umwelt vorgelegt.

Fairtrade begrüßt diese Entwicklung, macht jedoch auch auf die Schwachstellen aufmerksam. Denn viele Fairtrade-zertifizierte Bauerngruppen befürchten, dass vulnerable Produzent*innen und Arbeiter*innen aus den Lieferketten verdrängt werden könnten. Existenzsichernde Löhne, faire Handelspraktiken, die Fragen der Preisgestaltung, der zivilrechtlichen Haftung und der Kosten des Verfahrens, die auf die Produzent*innen

abgewälzt werden könnten – hier muss nach Meinung von Fairtrade unbedingt nachgeschärft werden.

Der Koalitionsvertrag der Ampelparteien enthält nicht nur die Unterstützung für das EU-Lieferkettengesetz, sondern auch ein Bekenntnis zu existenzsichernden Löhnen weltweit. Dafür hatte sich Fairtrade im Vorfeld der Bundestagswahlen mit der Kampagne „Fairsprechen“ eingesetzt, die neben vielen Politiker*innen auch von den Spitzenkandidat*innen von SPD, CDU und Grünen unterzeichnet wurde. Den Worten müssen nun Taten folgen.

Im Mai 2021 hat der Bundestag die EU-Richtlinie über unlautere Handelspraktiken (UTP-Richtlinie) in der Agrar- und Lebensmittelversorgungskette in Deutschland umgesetzt. Diese Richtlinie verbietet unfaire Handelspraktiken wie verspätete Zahlungen für verderbliche Lebensmittel, Last-Minute-Auftragsstornierungen oder rückwirkende Vertragsänderungen. Vor allem durch die Arbeit einer breiten Koalition von Nichtregierungsorganisationen mit großem Beitrag der Fair-Handels-Bewegung war der Geltungsbereich der Richtlinie auf Produzent*innen aus dem globalen Süden, die in die EU exportierten, ausgeweitet worden. Fairtrade forderte die Bundesregierung auf, das Verbot des Einkaufs unterhalb der Produktionskosten schnellstmöglich und unter Berücksichtigung der wahren Kosten einer nachhaltigen Produktion einzuführen.

Ein weiteres politisches Thema: Im November 2021 hat die Europäische Kommission einen Gesetzesvorschlag für entwaldungsfreie Lieferketten vorgestellt. Der Vorschlag ist ein zukunftsweisender Schritt, um Entwaldung zu bekämpfen, so die Einschätzung von Fairtrade. Allerdings darf hier die kleinbäuerliche Landwirtschaft nicht im Stich gelassen werden. Sie und ihre Bedürfnisse müssen im Prozess berücksichtigt werden.



Trotz eingeschränkter Möglichkeiten konnte Fairtrade auch 2021 am Point of Sale zum fairen Handel informieren. © Fairtrade / Kimberly Kober

entlang der Wertschöpfungskette vor und zeigte, wie der faire Handel dazu beiträgt, Kleinbäuerinnen und -bauern gegen Folgen des Klimawandels resilient zu machen.

Fairtrade-Message erreicht die Haushalte

Am PoS konnten wir insbesondere im 2. Halbjahr 2021 den Verbraucher*innen mit Promotion-Teams ausgewählte Produkte unserer Lizenzpartner präsentieren. Im "Fairen Supermarktzug", einer Kooperation mit Rewe Mitte und DB Regio, konnten Verbraucher*innen an sechs Bahnhöfen in Hessen fair und nachhaltig einkaufen und sich über den fairen Handel informieren. Zur Fairen Woche im September verteilte Fairtrade einen Werbebeileger an 720.000 Haushalte, in dem über 40 Lizenzpartner und das Fairtrade-System vorgestellt wurden. Viele Marketingaktionen fanden 2021 online statt und zahlreiche Lizenzpartner konnten in unsere reichweitenstarken Aktionen wie etwa „Summer in the City“, der „Sweet Revolution“ oder den Online-Adventskalender integriert werden, bei dem es jeden Tag Produkte unserer Partner zu gewinnen gab.

Fairtrade-Lizenzpartnertreffen: Get-together der fairen Handelsszene

Das jährliche Lizenzpartnertreffen fand 2021 wieder physisch statt. Spannende Vorträge, etwa von Stephan Grünewald vom Rheingold Institut oder Xiomara J. Paredes vom lateinamerikanischen Fairtrade-Produzentennetzwerk CLAC, informierten die Handelspartner zur Relevanz von Fairtrade in Zeiten der Pandemie und über das Thema menschenrechtliche Sorgfaltspflichten von Handel und Industrie entlang der Lieferkette.

Dank digitaler Möglichkeiten konnten die Pandemiezeit gut überbrückt und Partnerschaften gepflegt werden. Nun freuen wir uns auf ein echtes Wiedersehen – auf Messen, in den Märkten und bei neuen Projekten.

Handel

Partnerschaften pflegen auf neuen Wegen



Das Jahr 2021 war geprägt von abgesagten oder digital stattfindenden Messen und stark eingeschränkter Präsenz in den Märkten. Doch dank starker Partnerschaften mit engagierten Handelsakteuren konnte Fairtrade am Point of Sale (PoS) weiterhin Flagge zeigen, neue Kooperationen anstoßen und bewährte Projekte ausbauen.

Messen: Digital und physisch gut vernetzt

Die alle zwei Jahre stattfindende Biofach Messe in Nürnberg wurde 2021 ausschließlich digital umgesetzt. Fairtrade war im Februar auf der digitalen Plattform vertreten und tauschte sich mit Fairtrade-Produzentennetzwerken sowie Handels- und Lizenzpartnern im Bio-Bereich aus. Auf der erstmals wieder physisch in den Kölner Messehallen stattfindenden Lebensmittelmesse Anuga stellte Fairtrade Ansätze für die menschenrechtliche Sorgfaltspflichten



Im Rahmen der Aktion #FairerAufbruch unterzeichnete Bundeskanzler Olaf Scholz das "Fairsprechen", sich zu den politischen Forderungen des fairen Handels zu bekennen. © Fairtrade / Jakub Kaliszewski

Marktübersicht

2021 wurden Fairtrade-Produkte im Wert von 2,1 Milliarden Euro verkauft: Die „Corona-Delle“ konnte mit rund 9 Prozent Umsatzwachstum überwunden werden.

Nach einem schwierigen Vorjahr erholte sich 2021 trotz anhaltender Pandemie der Absatz von Fairtrade-Produkten in Deutschland. Der Umsatz stieg um 9 Prozent auf 2,1 Milliarden Euro und übersteigt somit die Umsatzzahlen aus dem „Vor-Corona-Jahr“ 2019. Rund 7.800 Fairtrade-Produkte waren in Supermärkten, Discountern und Drogeriemärkten, in Fachgeschäften, Bioläden und im Online-Handel erhältlich. Der Bio-Anteil ging aufgrund einer Bio-Bananenauslistung auf 58 Prozent zurück. Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland gaben 2021 durchschnittlich 25 Euro für fair gesiegelte Produkte aus. Insbesondere die vielfältigen Eigenmarken der Handelspartner sorgten für eine breitere Auswahl fair gehandelter Produkte, und auch im Gastronomiebereich zeichnete sich langsam eine Erholung nach den Lockdown-Maßnahmen ab.

Fairtrade-Kaffee behauptet sich auf hohem Niveau (+1%)

2021 wurden über alle Kanäle und Segmente über 24.400 t Fairtrade-Röstkaffee verkauft. Damit hält Fairtrade weiterhin einen Marktanteil von 5 Prozent – und das bereits seit 2019. Ein beachtliches Ergebnis trotz zwei schwieriger Corona-Jahre, die insbesondere in der Gastronomie große Absatzlücken hinterließen. Haupttreiber der trotz allem positiven Gesamtentwicklung im Bereich Kaffee ist das Segment „ganze Bohne“, das ganz aktuell mit 5 Prozent Wachstum für rund 63 Prozent der Absätze verantwortlich ist, deutlich vor dem Segment „gemahlener Kaffee“ mit 30 Prozent Anteil. Wie gut die beiden Mehrwerte Bio und Fairtrade

harmonisieren, wird durch den sehr hohen Bioanteil von rund 74 Prozent bestätigt.

Faire Blumen wachsen schneller (+25%)

Mit 631 Millionen Stielen wurden 2021 rund ein Viertel mehr Fairtrade-Rosen verkauft als im Vorjahr – die größte Absatzsteigerung unter den fünf wichtigsten Fairtrade-Produkten. Ausschlaggebend dafür sind unter anderem die hohe Nachfrage nach Schnittblumen in Corona-Zeiten und ein wachsendes



Angebot an kleinstieligen Fairtrade-Moosrosen, die vorrangig in Discountern verkauft werden. Die signifikanten Kostensteigerungen im Ursprung, vor allem in Produktion und Logistik, wurden nur selten an den Handel und somit Konsument*innen weitergegeben, was den Preisdruck auf die Rosenfarmen verstärkt. Das Segment Topfpflanzen macht

weiterhin nur einen kleinen Teil des fairen Blumensortiments aus, wuchs aber dennoch um 19 Prozent auf rund 766.000 verkaufte Pflanzen.

Bananen brauchen faire Preise (-3%)

Der Fairtrade-Bananenmarkt schloss 2021 mit einem Minus von 3 Prozent. Grund dafür ist der anhaltende intensive Preiskampf auf dem Bananen-Markt: Der durchschnittliche Endverbraucherpreis der gelben Früchte sank weiter auf 1,16 Euro/kg für konventionelle, und 1,69 Euro/kg für Bio-Bananen – der Preisunterschied zu Fairtrade-Bananen erscheint daher vielen Konsument*innen zu hoch. Auch die Auslistung bei Netto trug zu der Absatzminderung bei und ließ den Absatz von Fairtrade-Bio-Bananen um rund 7 Prozent fallen. Limetten, Passionsfrucht, Physalis und Tafeltrauben, die Top-Seller unter den Südfrüchten neben Bananen, entwickelten sich weitestgehend auf Vorjahres-Niveau.

Fairtrade-Kakao bleibt auf Erfolgsspur (+12%)

Treiber der positiven Entwicklung von Kakao ist vor allem das Rohstoff-Modell, über das im Jahr 2021 ein Volumen von rund 77.000 Tonnen Rohkakao abgesetzt werden konnte – eine Steigerung von 11,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Dieses Absatzplus ist durch eine positive Entwicklung unserer Handelspartner, insbesondere durch Aldi, Lidl und Rewe begründet. Darüber bewirkte die komplette Umstellung von Manner auf Kakao aus dem Rohstoff-Modell einen wichtigen Absatzschub. Auch Produkte mit dem

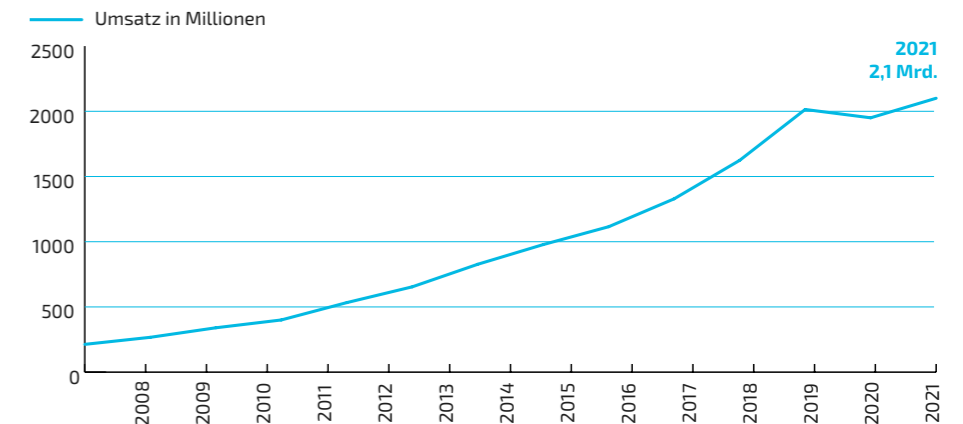
Marktentwicklung

Tonnen (t)
Liter (l)

Produkt	Einheit	Umsatz ≈ in Euro 2021	Veränderung zum Vorjahr	Absatz 2021	Veränderung zum Vorjahr	Bioanteil*
FSP Kakao	t	554.321.207	16,1%	77.061	11,5%	0,0%
Kaffee (geröstet)	t	540.891.472	9,9%	24.425	1,1%	73,9%
Blumen	Stiele	179.730.477	7,4%	631.320.867	24,5%	0,0%
Bananen/Südfrüchte	t	176.818.575	-3,0%	114.076	-3,0%	67,7%
Textilien	Stück	172.472.268	-3,4%	15.743.892	1,0%	50,1%
Eiscreme	l	147.755.209	-8,1%	10.442.064	-8,1%	0,7%
Schokolade	t	79.442.430	30,1%	4.203	30,1%	38,7%
Kalte Mischgetränke	l	47.842.636	29,3%	5.842.315	30,5%	90,0%
Süßwaren	t	26.757.372	33,0%	1.905	24,8%	31,7%
Tee	t	25.656.223	19,0%	513	19,1%	89,4%
Zucker	t	23.321.874	3,6%	7.960	3,6%	1,5%
Fruchtsaft	l	21.610.342	-3,4%	16.007.661	-3,4%	2,2%
Reis	t	12.374.464	35,3%	1.672	35,3%	97,8%
Honig	t	11.893.351	1,3%	1.321	-5,9%	4,0%
Wein	l	9.738.820	-26,0%	1.947.764	-26,0%	7,3%
Kakao/Trinkschokolade	t	8.735.945	7,2%	941	6,3%	92,6%
Kosmetik	l	479.858	-4,8%	35.700	6,2%	97,4%
Gold	kg	283.932	16,8%	11	89,3%	0,0%
Gewürze	t	188.431	-92,4%	9	-92,4%	100,0%
sonstige		75.529.014	27,3%			
Gesamt		2.115.843.900	8,6%			

* Bioanteil basiert auf Absatzmengen

Umsatzentwicklung

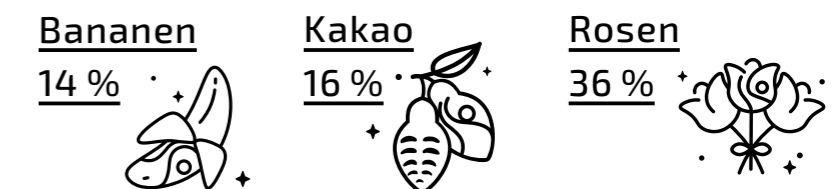


Fairtrade-Produkt-Siegel wurden in 2021 stärker nachgefragt. Neue Lizenzpartner wie etwa Jokolade, aber auch die sehr positive Entwicklung von Tony's Chocolonelys mit rund 77 Prozent Plus sorgten für mehr Vielfalt und Absatz im Kakaobereich.

Baumwoll-Textilien im Aufschwung (+1%)

Mit 1 Prozent Plus entwickelte sich der Absatz von Textilien mit Fairtrade-Siegel ungleich langsamer als der Gesamtabsatz von Fairtrade-Baumwolle. Grund dafür sind weitere Baumwollmengen, die über das Mengenausgleichsmodell abgesetzt wurden – etwa für die Fashion Collection Nah/Studio von Tchibo oder im Rahmen des mehrjährigen Pilotprojekts für Berufsbekleidung. Brands Fashion stattet als führender Corporate-Wear-Hersteller für Fairtrade-Deutschland verschiedene namhafte Unternehmen, und seit 2021 zudem den VfB Stuttgart mit einer Fan-Kollektion aus, deren vollständige Lieferkette nach dem Fairtrade-Textilstandard zertifiziert ist. Im Segment Fashion erzielten insbesondere Ernting's Family, Melaware und Comazo erfolgreiche Absätze.

Top 3 Produkte mit den höchsten Marktanteilen 2021



Südperspektive

Pandemie und Klimawandel machen deutlich:
Es bedarf neuer Wege, um kleinbäuerliche Landwirtschaft
im globalen Süden am Leben zu erhalten. Gemeinsam
mit den Produzent*innen baut Fairtrade diese Wege aus.

Nach einem schwierigen Jahr 2020, das zum Teil drastische finanzielle Einbußen für Fairtrade-Produzent*innen mit sich brachte, entspannte sich 2021 die Situation leicht. Viele Produzentenorganisationen nutzten Mittel aus dem Fairtrade-Covid-19-Fonds, um dringende Hilfsmaßnahmen in die Wege zu leiten, aber auch, um sich für die aktuelle sowie kommende Krisen besser aufstellen zu können. Viele von ihnen nehmen an Programmen teil, um ihre Produkte zukünftig nachhaltiger, selbstbewusster und effizienter vermarkten zu können.



Kaffee
29.400 t, +1%

Die Weltmarktpreise für Kaffee sind auf einem historisch hohen Niveau, doch Produktionseinbußen durch Klimaveränderungen, Arbeitskräftemangel und stark angestiegene Produktionskosten führen vielfach dazu, dass die Produzent*innen kaum von den hohen Preisen profitieren. Damit insbesondere Nachwuchsbäuerinnen und -bauern trotzdem eine Zukunftsperspektive erhalten, wurden Programme wie die Vuna Coffee School ins Leben gerufen, in der Fairtrade-Kaffeeproduzent*innen aus aller Welt an Online-Kaffee-Schulungen teilnehmen können. Bei den nationalen Golden Cup-Wettbewerben werden herausragende Fairtrade-Kaffees prämiert und dem internationalen Markt vorgestellt. Die Überarbeitung des Fairtrade-Kaffee-Standards und ein Referenzpreis für existenzsichernde Einkommen in Kolumbien sind weitere wichtige Schritte auf dem Weg, Kaffeeproduzent*innen langfristig zu stärken.



„Seit vier Jahren organisieren wir Projekte für den Nachwuchs der Genossenschaft: Sie erhalten Unterstützung, Finanzierung und Ausbildung im Kaffeeanbau und dabei, wie sie sich weitere Verdienstmöglichkeiten schaffen können.“ – Paulo Alfonso Vieira Junior, Kooperative COOPFAM, Brasilien



Bananen
108.700 t, -3,2%

2021 führte Fairtrade einen Grundlohn für Beschäftigte im Bananananbau ein: Alle zertifizierten Plantagen verpflichteten sich, ihren Beschäftigten mindestens 70 Prozent eines existenzsichernden Nettolohnes zu zahlen und die Löhne nach und nach zu steigern. Ein wichtiger Schritt, denn angesichts steigender Produktionskosten für Verpackungsmaterial und Düngemittel in Verbindung mit den wirtschaftlichen Folgen des Klimawandels geraten Bananenproduzent*innen zunehmend unter finanziellen Druck. Sie sehen sich oft gezwungen, Preise zu akzeptieren, die ihre Produktionskosten nicht decken. Covid 19 und die Bekämpfung von Pflanzenkrankheiten wie Fusarium TR4 kommen hinzu. Um den Auswirkungen steigender Exportkosten und sinkender Importpreise entgegenzuwirken, hob Fairtrade den Mindestpreis für Bananen im Januar 2022 an.



„Die Pandemie traf viele von uns hart. Aber die Kooperative hat uns nicht im Stich gelassen, uns in allen Belangen unterstützt und unsere Bananen weiter exportiert.“ – Yensi Ismael Arevalo Siancas, Kooperative APPBOM, Peru



Kakao
81.900 t, +7%

2021 lagen die größten Herausforderungen für Kakaoproduzent*innen in der Pandemie, deren Folgen in vielen Fällen durch den Fairtrade-Covid-Fonds abgemildert werden konnten. Bäuerinnen und Bauern nutzten die Gelder neben Hilfsmaßnahmen auch dazu, zusätzliche Einkommensmöglichkeiten jenseits des Kakaoanbaus zu schaffen. Die 2021 Studie „Cocoa Farmer Income“ belegte, dass Fairtrade-Kakaobäuerinnen und -bauern in Côte d'Ivoire ihr Haushaltseinkommen von 2017 bis 2021 um 85 Prozent steigern konnten. Positive Ergebnisse zeigte auch die Auswertung des Programms „Women's School of Leadership“: Im vergangenen Jahr schlossen rund 60 Teilnehmende aus sieben Kakao-Kooperativen das Programm ab und klärten ihrerseits als Multiplikator*innen fast 4000 Menschen in ihren Gemeinden über Frauenrechte und Empowerment auf.



„Dank meiner Ausbildung bei der Women's School of Leadership nehme ich heute meine Zukunft selbst in die Hand. 2023 möchte ich ein Haus bauen, finanziell unabhängig sein und weiter mit Fairtrade zusammenarbeiten.“ – Azeta Sankara, Kooperative ECAMOM, Côte d'Ivoire



Blumen
631 Mio. Stiele, +25%

Die Fairtrade zertifizierten Blumen- und Pflanzenfarmen in Ostafrika arbeiteten 2021 wieder auf Vor-Pandemie-Niveau. Um langfristig in ihre Resilienz zu investieren, nutzten viele Farmen Gelder aus dem Covid-19-Hilfsfonds, legten etwa Obst- und Gemüsegärten für die Belegschaft an oder gaben Saatgut zur Selbstversorgung aus. Immer mehr Blumenfarmen investieren zudem in Solartechnologie und andere emissionsarme oder -freie Technologien. Außerdem zeigte

eine Seefracht-Studie, an der viele zertifizierte kenianische Blumenfarmen teilnahmen und bei der zum Teil die Hälfte der Produktion per Schiff nach Europa gebracht wurde, dass bis zu 95% der CO2-Emissionen gegenüber der Luftfracht eingespart werden können.



„Mein Sohn studiert im dritten Jahr an der Maasai Mara Universität. 90 % aller Studiengebühren werden durch ein Stipendium übernommen, das aus der Fairtrade-Prämie finanziert wird. Dafür bin ich sehr dankbar, denn ich hätte es sonst nicht geschafft, mein Kind durch die Universität zu bringen.“ – Jane Kinyanjui, Blumenfarm Mzurrie Flowers, Kenya



Baumwolle
8.700 t, +6%

Fairtrade startete 2021 ein Pilotprojekt in Indien, bei dem zusätzlich zum Fairtrade-Preis für Bio-Baumwolle ein weiterer Geldbetrag gezahlt wird, das sogenannte Bio-Differential. Der Aufschlag macht einen großen Unterschied für Baumwollproduzent*innen, die trotz hoher Bio-Baumwollpreise und einer großen weltweiten Nachfrage von existenzsichernden Einkommen weit entfernt sind. Fairtrade führt mit seinem Partner Tchibo, Textilunternehmen Dibella India und der Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) ein Pilotprojekt in Indien durch, bei dem über 500 Baumwollproduzent*innen der Fairtrade-Kooperative Chetna bei der aufwändigen und teuren Umstellung auf nachhaltigen Baumwollanbau unterstützt werden.



„In Anbetracht der hohen Nachfrage nach Bio-Baumwolle und den Unsicherheiten auf dem Weltmarkt glaube ich, dass das Bio-Differential ein großes Potenzial für Baumwollproduzent*innen und Textilunternehmen in sich birgt.“ – Arun C. Ambatipudi, Gründer von Chetna Organic, Indien



Prämien-Fact

40 Mio. Euro Fairtrade-Prämie wurden 2021 über den deutschen Markt generiert, davon 17 Mio. € aus Kakao, 12 Mio. € aus Kaffee, 5 Mio. € aus Bananen, 4 Mio. € aus Rosen, 1 Mio. € aus Baumwolle.

S. 20 – 21 v.l.n.r.

© privat, © Midaly Garcia, © Fairtrade / Mohamed Aly Diabate / Fairpicture, © Fairtrade Africa, © privat.

Jahresabschluss zum 31.12.2021



Durch die gute Einnahmesituation kann Fairtrade Deutschland e.V. seine satzungsgemäße Aufgabe, die Förderung des fairen Handels, zum größten Teil selbstfinanziert durchführen. Größere Ausgaben entfallen auf das internationale Engagement, Beiträge an Fairtrade International, die Produzentennetzwerke sowie die Weiterleitung von Lizenzentnahmen. Im Inland bilden Kampagnen wie die Fairtrade-Towns und -Schools, die über

das Jahr stattfindenden Aktionen sowie Marktförderung die Schwerpunkte, an denen 92 Angestellte auf 74 Vollzeitstellen arbeiten. Finanzielle Förderung erhielt die Kampagne Fairtrade-Schools durch Engagement Global. Die Faire Woche, veranstaltet vom Forum Fairer Handel, Fairtrade Deutschland und dem Weltladen-Dachverband, wurde kofinanziert durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), Misereor und Brot

für die Welt. Mit Mitteln des BMZ konnte ein zweijähriges Projekt mit Kaffee-Kleinbauernkooperativen in El Salvador weitergeführt, sowie ein umfangreiches COVID-Unterstützungsprojekt für Produzierende in Afrika, Lateinamerika und Asien umgesetzt werden. Der Jahresabschluss wurde durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft in Köln geprüft und uneingeschränkt testiert.

Ausblick

Die Zukunft beginnt heute

Klimagerechtigkeit und faire Handelsbedingungen sind kein Nice-to-have. Sie sind vielmehr die Voraussetzung für eine friedvolle Zukunft – heute mehr denn je.

Gewinn- und Verlustrechnung

IN EURO	2021	2020	IN EURO	2021	2020
Erträge	29.245.577 €	27.713.367 €	Aufwendungen	29.245.577 €	27.579.031 €
Lizenzentnahmen	22.084.595 €	21.049.731 €	Personal	5.031.697 €	4.421.848 €
Zuschüsse	241.635 €	415.289 €	Abschreibungen	190.918 €	154.683 €
			Presse-, Öffentlichkeitsarbeit, Kampagnen & Marketing	3.788.430 €	3.303.708 €
			Internationales/Produzentenunterstützung	1.695.631 €	1.409.003 €
Mitgliedsbeitrag	3.600 €	3.700 €	Verwaltung	1.474.056 €	1.168.426 €
Spenden	5.542 €	929 €	Mitgliedsbeitrag Fairtrade International	5.662.630 €	5.624.500 €
Sonstige Erträge	825.869 €	403.345 €	Weiterleitung Lizenzentnahmen	5.682.275 €	5.236.863 €
Gewinnvortrag Vorjahr	134.337 €	140.373 €	Einstellung in Rücklagen	5.719.941 €	6.260.000 €
Entnahmen aus Rücklagen	5.950.000 €	5.700.000 €			
			BILANZGEWINN	0 €	134.337 €

Bilanz

AKTIVA IN EURO	2021	2020	PASSIVA IN EURO	2021	2020
A. Anlagevermögen	697.849 €	735.516 €	A. Eigenkapital	7.679.941 €	8.044.337 €
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	36.906 €	44.848 €	I. Rücklagen	7.679.941 €	7.910.000 €
II. Sachanlagen	660.943 €	690.669 €	davon Betriebsmittelrücklage	5.420.000 €	4.950.000 €
			davon Projektrücklage	299.941 €	1.000.000 €
			davon freie Rücklage	1.960.000 €	1.960.000 €
B. Umlaufvermögen	11.316.503 €	11.598.664 €	II. Bilanzgewinn	0 €	134.337 €
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	8.017.025 €	7.211.690 €	B. Rückstellungen	3.503.805 €	3.076.026 €
II. Bank- und Kassenbestand	3.299.478 €	4.386.974 €	C. Verbindlichkeiten	1.293.575 €	1.130.146 €
C. Rechnungsabgrenzungsposten	671.303 €	66.329 €	I. Verbindlichkeiten aus Leistungen	1.083.626 €	985.435 €
			II. Sonstige Verbindlichkeiten	209.949 €	144.712 €
BILANZSUMME	12.685.655 €	12.400.509 €	D. Rechnungsabgrenzungsposten	208.333 €	150.000 €
			BILANZSUMME	12.685.655 €	12.400.509 €

30 Jahre nach Gründung von Fairtrade in Deutschland stellen Klimakrise, Pandemie, unfaire Handelspraktiken und weltpolitische Faktoren die Produzentenorganisationen in den Anbauländern vor massive Herausforderungen. Fairtrade bündelt seine Kräfte weltweit, um Menschen im globalen Süden (Zukunfts-)Perspektiven zu eröffnen.

Klimawandel – Existenzen sichern durch Anpassungsmaßnahmen

Extremwetter, Biodiversitätsverlust oder Entwaldung – diese und weitere Faktoren gefährden zunehmend die Lebensgrundlage von Fairtrade-Produzent*innen. Fairtrade-Deutschland bietet fortlaufend Klimaanpassungsprojekte an, deren positive Wirkungen 2021 in einer Evaluierung dokumentiert wurden und die für die Sicherung von Lieferketten zukünftig immer wichtiger werden. Auch die positiven Ergebnisse der Evaluierung des Fairtrade-Klimastandards, bei dem Unternehmen nicht vermeidbare CO₂-Emissionen durch Klimaprojekte im globalen Süden ausgleichen können, werden für die Überarbeitung des Standards und zukünftige Projekte relevant. Angesichts des zunehmenden Engagements von Fairtrade im Klima- & Umweltbereich wird ein internationales „Center of Excellence Climate & Environment“ die wichtigsten Aktivitäten und Projekte zu diesem Querschnittsthema bündeln.

Sorgfaltspflichten für Mensch und Umwelt etablieren

Um globale Handelsgerechtigkeit verbindlich zu gestalten, bietet sich Fairtrade insbesondere in Bezug auf die Umsetzung des Lieferkettensorgfaltspflichten-gesetzes als starker Partner für alle Beteiligten

entlang der Wertschöpfungskette an. Als standard-setzende Organisation werden auch wir unsere eigenen Sorgfaltspflichtenprozesse verbessern und zunehmend in Kontakt mit Politik und Behörden treten, um die Perspektiven von Kleinbauernfamilien und Beschäftigten im Fairtrade-System sowie deren Heimat-Gemeinden dort einzubringen. Außerdem setzen wir uns dafür ein, dass belastbare Kriterien für die Anerkennung von Standards und Zertifizierung im Zuge von Sorgfaltspflichten definiert werden. Auf dieser Basis werden wir das Angebot für unsere Lizenzpartner ausbauen und konkrete Unterstützung bei der Umsetzung von deutschen und europäischen Sorgfaltspflichten anbieten.

Eine Formel für existenzsichernde Einkommen

Wie hoch muss der Verkaufspreis für ein Agrarprodukt sein, damit ein typischer Produzentenhaushalt eines bestimmten Landes ein existenzsicherndes Einkommen erzielen kann? Um dies herauszufinden, hat Fairtrade das LIRP-Modell (Living Income Reference Price) entwickelt. Die ermittelten Referenzpreise dienen als Instrument, um den Markt für die Notwendigkeit nachhaltiger Preise zu sensibilisieren, verschiedene Lizenzpartner zahlen den LIRP bereits auf freiwilliger Basis. Die Preisermittlung wird nun vorrangig für die Produkte Kakao, Kaffee und Bananen auf andere Länder ausgeweitet bzw. aktualisiert. Darüber hinaus werden Kleinbauernfamilien darin unterstützt, ihre Farmen insgesamt profitabler zu machen. Für Beschäftigte im Bananenanbau hat Fairtrade 2021 einen Grundlohn eingeführt, der sukzessive gesteigert wird. Nach diesem Vorbild wird nun auch ein Modell für Blumenfarmen entwickelt.

Fairtrade Deutschland e.V

Das Ziel des gemeinnützigen Vereins Fairtrade Deutschland e.V. ist es, durch faire Handelsbedingungen die Lebens- und Arbeitssituation von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern sowie Beschäftigten auf Plantagen im globalen Süden zu verbessern, fair gehandelte Produkte aus der Nische zu holen und einer breiten Verbraucherschicht anzubieten. Der Verein engagiert sich durch Beratung, Projekt- und Programmarbeit sowie in der Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Unsere Vision ist eine Welt, in der alle Produzentinnen und Produzenten über

existenzsichernde Lebensgrundlagen verfügen und ihre Zukunft selbstbestimmt gestalten können.

Fairtrade ist ein weltumspannendes Netzwerk mit paritätischer Entscheidungsgewalt in Süd und Nord, internationalen, transparenten Standards für alle Akteurinnen und Akteure entlang der Lieferkette sowie unabhängiger Zertifizierung und Kontrolle. Fairtrade Deutschland wird von 36 Mitgliedsorganisationen aus Bereichen wie Entwicklungszusammenarbeit, Kirche, Sozialarbeit, Verbraucherschutz, Bildung, Politik und Umwelt getragen.

Mitgliedsorganisationen



* bis 31.12.2021

Aufsichtsrat

Dr. Matthias Lehnert (Vorsitz), Christina Arkenberg (Stellvertreterin), Marion Hammerl, Thilo Hoppe, Dr. Clemens Kienzler, Dr. Klaus Piepel, Barbara Wieler

Geschäftsführender Vorstand

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

Impressum

Herausgeber: Fairtrade Deutschland e.V.
Redaktion: Claudia Brück (verantwortlich), Melanie Leucht, Marcelo Crescenti, Tobias Thiele, Katharina Kulakow, Michael Jentsch, Philipp Paust
V.i.S.d.P.: Claudia Brück
Gestaltung & Satz: Ladiges Studio
Druck: Klimaneutral durch Thiekötter Münster
Papier: 100 Prozent Recycling

Fairtrade Deutschland e.V.

Maarweg 165 | 50825 Köln
T +49 221 94 20 40 - 0
F +49 221 94 20 40 - 40
info@fairtrade-deutschland.de
www.fairtrade-deutschland.de

