

**2017**

# **AKTUELLE ENTWICKLUNGEN IM FAIREN HANDEL**

- **UMSATZ- UND ABSATZZAHLEN IM GESCHÄFTSJAHR 2016**
- **AKTUELLE HERAUSFORDERUNGEN**
- **POLITISCHE FORDERUNGEN ZUR BUNDESTAGSWAHL 2017**

## Impressum

Herausgeber: Forum Fairer Handel e.V.

Text: Manuel Blendin, Katrin Frank, Maja Volland (Forum Fairer Handel e.V.)

Redaktion: Katrin Frank, Lisa Niklas (Forum Fairer Handel e.V.)

Gestaltung: Philipp Striegler / philippstriegler.de

Berlin, Juli 2017

Klimaneutral gedruckt auf Recyclingpapier

Alle Internet-Quellen in dieser Broschüre sind in der digitalen Fassung verlinkt.

Sie erhalten diese auf unserer Website unter [www.forum-fairer-handel.de/materialien/](http://www.forum-fairer-handel.de/materialien/)

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein Forum Fairer Handel e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global gGmbH und dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Gefördert mit Mitteln des evangelischen Kirchlichen Entwicklungsdienstes, von MISEREOR und von ENGAGEMENT GLOBAL im Auftrag des



## INHALT

### 04 Umsatz- und Absatzzahlen im Geschäftsjahr 2016

#### 04 Umsatzentwicklungen

05 Pro-Kopf-Verbrauch fair gehandelter Produkte

#### 06 Anteil einzelner Produkte am Gesamtumsatz des Fairen Handels

#### 07 Absatz einzelner Produkte

07 Südfrüchte

07 Schokolade

07 Kaffee

#### 08 Kaffee im Fokus: Nur vier von 100 Tassen Kaffee sind fair gehandelt

### 09 Aktuelle Herausforderungen

09 Klimagerechtigkeit ist das Zukunftsthema

09 Wertschöpfung im Ursprungsland erhöhen

10 Niedrige Kakao-Preise verschärfen Armut

10 Fairer Handel versus Direct Trade?

11 Studie bestätigt: Der Faire Handel verändert die Gesellschaft

11 Politische Arbeit des Fairen Handels wichtiger denn je

### 12 Politische Forderungen des Fairen Handels zur Bundestagswahl 2017

13 EPAs stoppen: Forderungen zu den Wirtschaftspartnerschaftsabkommen mit Afrika

### 14 Was Sie über den Fairen Handel wissen müssen

14 Woran sind fair gehandelte Produkte zu erkennen?

### 15 Datenbasis zur Berechnung der Umsatz- und Absatzzahlen

# UMSATZ- UND ABSATZZAHLEN IM GESCHÄFTSJAHR 2016

## Umsatzentwicklungen

Im Geschäftsjahr 2016 erreichte der Faire Handel in Deutschland mit 1,3 Milliarden Euro zu Endverbraucherpreisen einen neuen Rekordumsatz und weist eine Steigerung von 14 % im Vergleich zum Vorjahr auf. Gegenüber 2012 verdoppelte sich der Umsatz.

Mit 1,05 Mrd. Euro trägt das Fairtrade-Produktsiegel 2016 den größten Anteil (80 %, + 17 %) am Umsatz. Über 7.000 Fairtrade-Produkte sind inzwischen in Supermärkten, Discountern und Bioläden sowie in gastronomischen Betrieben erhältlich.

Bei den anerkannten Fair-Handels-Importeuren wurden im vergangenen Jahr fair gehandelte Waren im Wert von 190 Mio. Euro (+ 2,5 %) verkauft, darunter gesiegelte und ungesiegelte Waren. Insgesamt weisen sie seit Jahren eine solide Umsatzentwicklung auf – im Jahr 2016 waren es 15 % am Gesamtumsatz mit fair gehandelten Produkten. Fair-Handels-Importorganisationen sind ausschließlich im Fairen Handel tätig und folgen mit ihrer Unternehmenspolitik seinen international definierten Grundsätzen.

Die Weltläden und Weltgruppen haben im Jahr 2016 fair gehandelte Waren im Wert von 77 Mio. Euro (+ 1 %) vertrieben und damit ihren Umsatz gehalten. Als Fachgeschäfte des Fairen Handels bieten rund 800 Weltläden in Deutschland die größte Auswahl an fair gehandelten Lebensmitteln und Handwerksprodukten an.

In 2016 betrug der Gesamtumsatz mit fair gehandelten Produkten aus dem Globalen Süden 1.234 Millionen Euro. Seit 2014 werden auch die Umsätze mit fair gehandelten Produkten aus dem Globalen Norden ausgewiesen. In Deutschland wurden 2016 fair gehandelte Landwirtschaftsgüter aus Europa im Wert von 67 Mio. Euro (+ 10 %) verkauft. Die Produkte werden unter Beachtung der Kriterien des Fairen Handels von strukturell benachteiligten Erzeuger\*innen in den Ländern des Globalen Nordens hergestellt. Neben den klassischen Fair-Handels-Produkten wird die Naturland Fair Zertifizierung auch für fair gehandelte Produkte wie Milch und Brot aus dem Globalen Norden vergeben.

	Gesamtumsatz	Fair-Handels-Importorganisationen*	Fairtrade-Produktsiegel**	Weltläden & Weltgruppen***
2016	1.301 Mio. €	190 Mio. €	1.045 Mio. €	77 Mio. €
2015	1.139 Mio. €	185 Mio. €	895 Mio. €	76 Mio. €
2014	1.027 Mio. €	176,5 Mio. €	797 Mio. €	72,5 Mio. €
2013	784 Mio. €	166 Mio. €	654 Mio. €	69 Mio. €
2012	650 Mio. €	146 Mio. €	533 Mio. €	63 Mio. €
2011	477 Mio. €	130 Mio. €	400,5 Mio. €	56 Mio. €
2010	413 Mio. €	134 Mio. €	340 Mio. €	60 Mio. €
2009	322 Mio. €	105 Mio. €	267 Mio. €	47,5 Mio. €
2008	266 Mio. €	103 Mio. €	213 Mio. €	47,5 Mio. €
2007	193 Mio. €	101 Mio. €	142 Mio. €	44 Mio. €

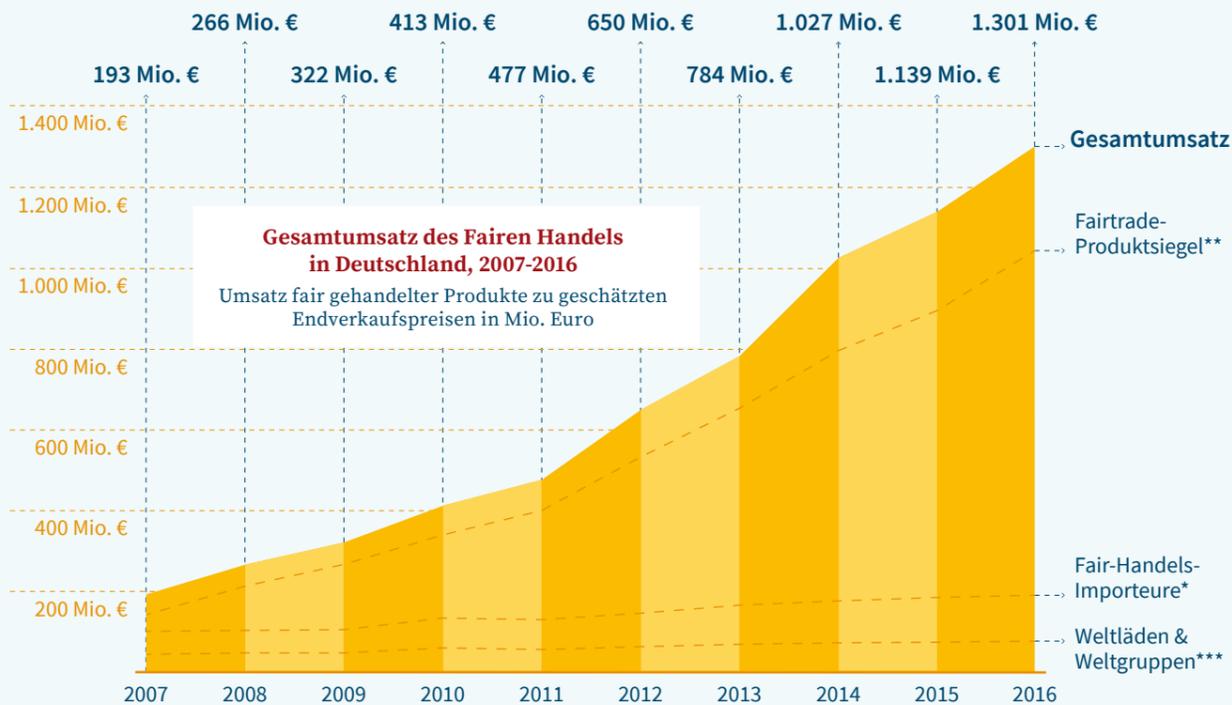
### Umsatzentwicklungen verschiedener Fair-Handels-Bereiche in Deutschland, 2007-2016

Umsatz fair gehandelter Produkte zu geschätzten Endverkaufspreisen

\* Zu den hier erfassten Waren zählen auch Produkte mit dem Fairtrade-Siegel.

\*\* Zu den hier erfassten Waren zählen Produkte mit dem Fairtrade-Produktsiegel sowie den Fairtrade-Siegeln für Baumwolle und Kosmetik.

\*\*\* Erfasst wurde der Umsatz mit Produkten anerkannter Fair-Handels-Importorganisationen.

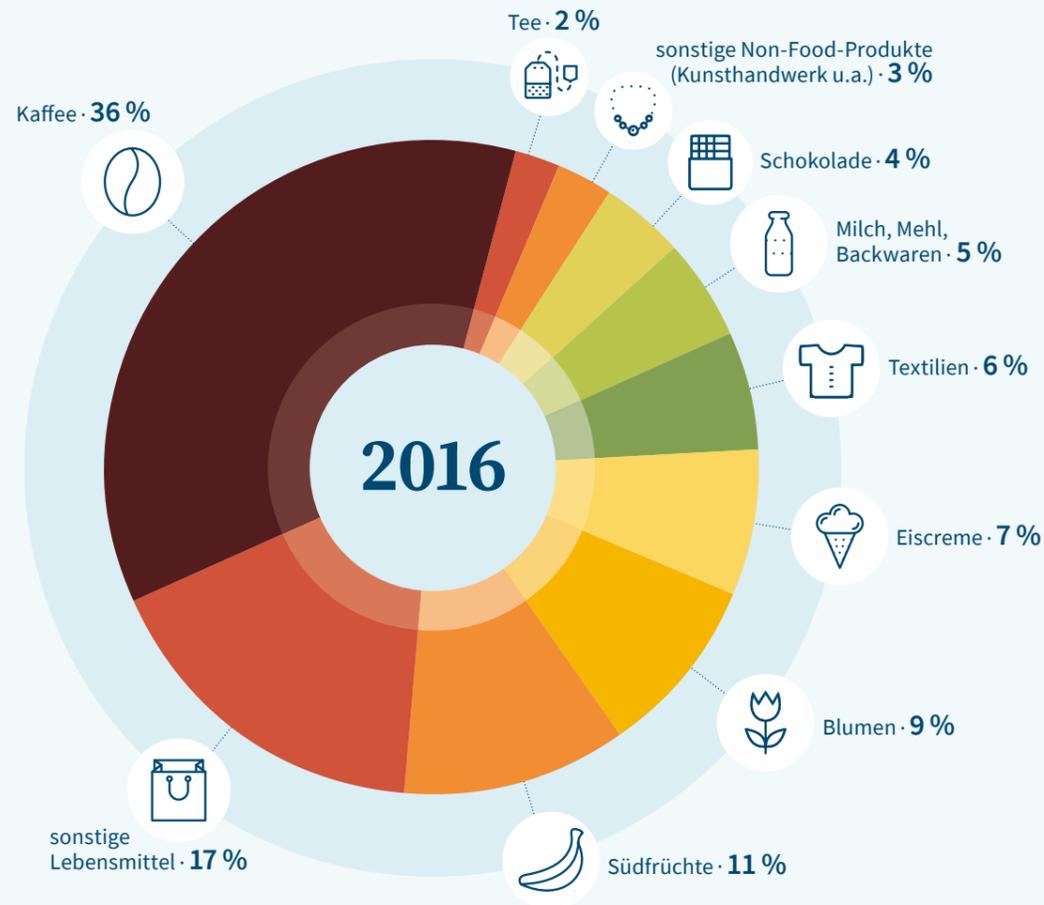


### Pro-Kopf-Verbrauch fair gehandelter Produkte in Deutschland

Immer mehr Menschen in Deutschland legen Wert auf Produkte, bei deren Herstellung die Menschen- und Arbeitsrechte der Produzent\*innen gewahrt und die Umweltressourcen geschont werden. Gut **16 Euro pro Kopf** gaben deutsche Verbraucher\*innen im Jahr 2016 durchschnittlich für Lebensmittel und Handwerk aus Fairem Handel aus. Im EU-Vergleich liegt Deutschland damit zwei Euro vor Frankreich, bleibt jedoch deutlich hinter der Schweiz und dem Vereinigten Königreich zurück. Der Pro-Kopf-Verbrauch fair gehandelter Produkte in der Schweiz ist mehr als viermal so hoch wie in Deutschland.

## Anteil einzelner Produkte am Gesamtumsatz des Fairen Handels

Mit 36 % am Gesamtumsatz des Fairen Handels zu Endverbraucherpreisen hält Kaffee weiterhin deutlich die Spitzenposition. Danach weisen Südfrüchte, Blumen (vorwiegend Rosen), Eiscreme und Textilien den stärksten Umsatz aller fair gehandelten Waren für das Jahr 2016 auf. Fair gehandelte Produkte aus dem Globalen Norden, vor allem Milch, Mehl und Backwaren, vorwiegend aus Deutschland, machten im vergangenen Jahr 5 % am Gesamtumsatz des Fairen Handels aus.



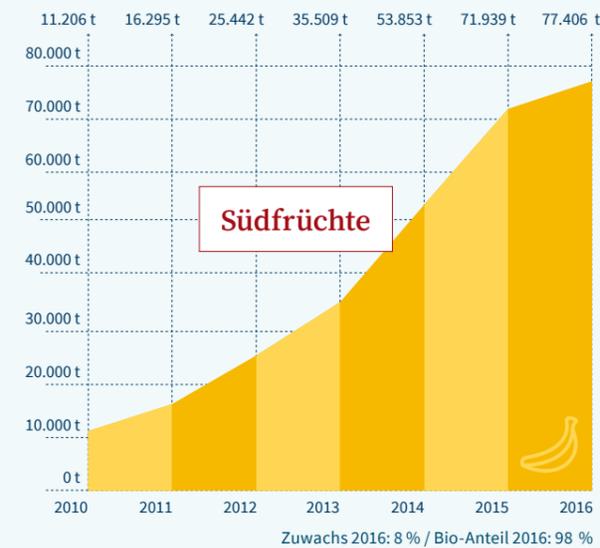
Anteil einzelner Produkte am Gesamtumsatz des Fairen Handels 2016

## Absatz einzelner Produkte

Lebensmittel machten mit 82 % den größten Anteil am Absatz von fair gehandelten Produkten zu Endverbraucherpreisen aus. 73 % davon stammten aus kontrolliert biologischem Anbau.

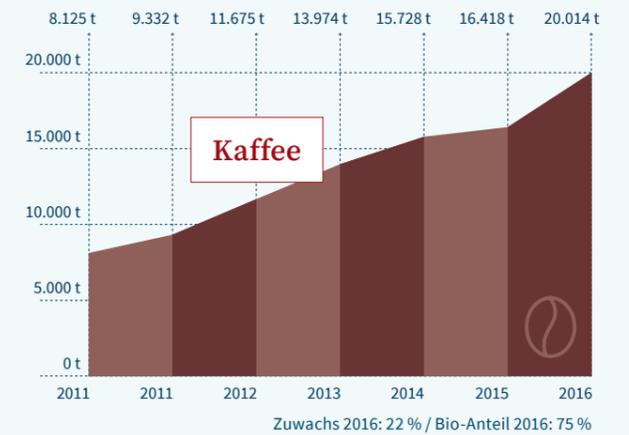
### Südfrüchte

Südfrüchte wie Bananen, Ananas und Mango sind im Fairen Handel in punkto Menge weiterhin die Spitzenreiter. Mit 77.406 Tonnen und einem Zuwachs von 8 % gegenüber 2015 erzielten sie ein neues Absatzhoch. Seit 2012 hat sich der Absatz von Südfrüchten mehr als verdreifacht. Bananen haben den größten Anteil daran. 98 % aller fair gehandelten Südfrüchte waren 2016 bio-zertifiziert. Hierfür erhalten die Kooperativen einen Bio-Zuschlag. Die wichtigsten Anbauländer für Südfrüchte aus Fairem Handel sind Peru, die Dominikanische Republik und Ecuador.



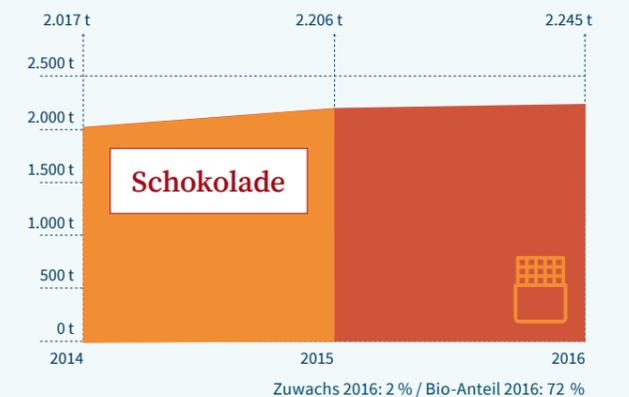
### Kaffee

Der Absatz von fair gehandeltem Kaffee wuchs 2016 um 22 % auf 20.014 Tonnen. Damit setzt das Lieblingsgetränk der Deutschen sein kontinuierliches Wachstum im Fairen Handel fort. Innerhalb der letzten fünf Jahre hat sich der Umsatz mit fair gehandeltem Kaffee mehr als verdoppelt. 75 % des fair gehandelten Kaffees waren 2016 bio-zertifiziert. Wichtige Anbauländer für Kaffee aus Fairem Handel sind Honduras, Peru, Mexiko und Tansania. Kaffee ist nach Erdöl wertmäßig der meist gehandelte Rohstoff weltweit.

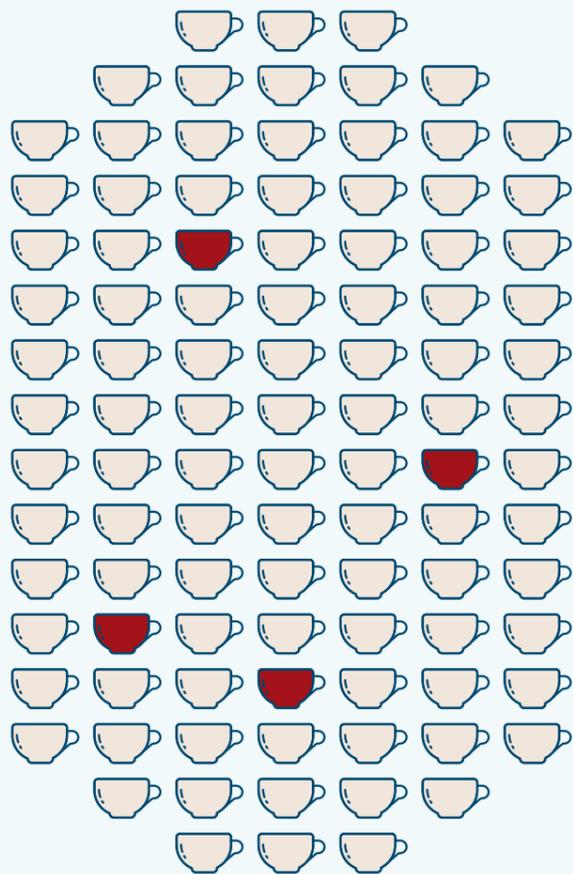


### Schokolade\*

Die deutschen Verbraucher\*innen haben im Jahr 2016 2.245 Tonnen fair gehandelte Schokolade konsumiert. Damit liegt der Absatz nur leicht über dem des Vorjahres (+2 %). 72 % der darin verarbeiteten Kakaobohnen wurden unter ökologischen Bedingungen angebaut. Wichtige Anbauländer für fairen Kakao sind die Elfenbeinküste, Bolivien, die Dominikanische Republik und Peru.



\* Den Absatz von Schokolade als zusammengesetztes Fair-Handels-Produkt erhebt das Forum Fairer Handel erst seit 2014.



## Kaffee im Fokus: Nur vier von 100 Tassen Kaffee sind fair gehandelt

In Deutschland werden jährlich 162 Liter Kaffee pro Kopf konsumiert, Tendenz steigend.<sup>1</sup> Doch obwohl auch der Absatz von fair gehandeltem Röstkaffee kontinuierlich wächst, liegt dessen Anteil am gesamten Markt nur bei 4,4 %.

Generell unterliegt der Kaffeepreis auf dem Weltmarkt starken Schwankungen. Der Klimawandel sowie Spekulationsgeschäfte verstärken diese Volatilität, was die Planungssicherheit für die Produzent\*innen einschränkt. Erschwerend kommt hinzu, dass wenige Händler und Röstereien im Kaffeesektor über große Marktmacht verfügen.

Im Februar 2016 lag der Kaffeepreis auf einem Tiefstand von 110 US Cents pro Pfund.<sup>2</sup> Für Kleinbauernkooperativen, die sich - kaum von den Schäden des Kaffeerostes erholt - wieder auf Dürrezeiten einstellen mussten, wurde der Druck dadurch verstärkt. Gerade in Zeiten niedriger Preise zeigt sich, wie wichtig die Mechanismen des Fairen Handels wie garantierte Mindestpreise und langfristige Handelspartnerschaften für die Produzent\*innen sind.

Doch die große Mehrheit der Kaffeebauer\*innen ist den Schwankungen von Weltmarkt und Klima ausgesetzt. Nur stabile Rahmenbedingungen ermöglichen es den Produzent\*innen, eine soziale, ökologische und wirtschaftlich nachhaltige Produktion zu gestalten. Das Forum Fairer Handel setzt sich daher für eine stärkere Regulierung der Rohstoffmärkte und für weitere Maßnahmen zu deren Stabilisierung ein. Hier besteht großer Handlungsbedarf seitens der Politik.

<sup>1</sup> Deutscher Kaffeeverband (2017):  
Weitere Informationen unter [www.kaffeeverband.de](http://www.kaffeeverband.de).  
<sup>2</sup> Fairtrade Deutschland (2017):  
[Jahres- und Wirkungsbericht 2015/2016](#).

## AKTUELLE HERAUSFORDERUNGEN

### Klimagerechtigkeit ist das Zukunftsthema

Der Klimawandel stellt eine der größten Herausforderungen unserer Zeit dar. Durch Präsident Trumps Ausstieg aus dem Klimaabkommen ist das Thema noch brisanter geworden. Von den sozialen, ökologischen und ökonomischen Folgen des Klimawandels sind diejenigen am meisten betroffen, die am wenigsten dazu beigetragen haben. Die Rede ist von der wirtschaftlich schwachen, ländlichen Bevölkerung sowie den Kleinbauer\*innen im Globalen Süden, also auch von den Handelspartner\*innen des Fairen Handels.

„Meine Großeltern konnten sich noch auf die festen Säh- und Erntezeiten verlassen. Heute ist das Wetter ein Lotteriespiel.“

Auch die Kaffeequalität leidet unter dem Klimawandel:

„Wegen der hohen Temperaturen trocknet der Kaffee zu schnell. Das bedeutet höhere Kosten. APROLMA muss z. B. in künstliche Beschattung investieren.“

Flhor de Maria Zelaya Contreras, Gründungsmitglied der Frauenkooperative APROLMA in Honduras (von APROLMA bezieht die GEPA Kaffee)

Der Faire Handel spielt eine wichtige Rolle bei der Anpassung an den Klimawandel und dessen Bekämpfung. Im Fairen Handel wird technische Unterstützung geleistet, werden klimafreundliche Produktionsweisen gefördert und Beratung zum Aufbau nachhaltiger Anbaumethoden gegeben. Beispielsweise kann der Bioanbau die Schäden des Klimawandels abmildern, durch Schattenanbau kann der Wasser- und Nährstoffgehalt der Böden verbessert werden, alte Sorten sind häufig robuster gegenüber klimabedingten Veränderungen. Die Genossenschaften erhalten im Fairen Handel auch finanzielle Unterstützung bei der Umstellung auf Bioanbau. Ohne diese Hilfe wäre die Umstellung oft nicht zu schaffen. Denn die Übergangphase ist kosten- und zeitintensiv.

### Wertschöpfung im Ursprungsland erhöhen

Im Zentrum des Fairen Handels stehen die Perspektiven der Produzent\*innen vornehmlich in Lateinamerika, Asien und Afrika. Für sie sind die Erhöhung der Wertschöpfung und Beschäftigungswirksamkeit von grundlegender Bedeutung. Denn je weiter die Rohstoffe im Erzeugerland verarbeitet werden, desto höher ist der Anteil der Wertschöpfung für die Produzentenorganisationen, desto mehr Arbeitsplätze werden geschaffen. Diese Entwicklung führt zu besseren Absatzmöglichkeiten und oft auch zum Erlernen neuer Qualifikationen.

„Hinter den Kartoffelchips, die wir in Deutschland über dwp vermarkten, steckt die unermüdete Arbeit eines ganzen Teams: die Kleinproduzent\*innen, die Agrarberater\*innen, das Team der Weiterverarbeitungsanlage. Alle zusammen tun wir täglich unser Bestes, um eine nachhaltige Lebensgrundlage für unsere Mitglieder zu schaffen, im Einklang mit der Natur zu arbeiten und um ein hochwertiges Produkt anzubieten.“

Yanet Giovana Garay Flores, Geschäftsführerin der Kooperative Agropia in Peru

Es gibt bereits einige gute Ansätze zur Förderung der Wertschöpfung im Ursprungsland. Zunächst ist das umfassende Handwerkssortiment im Fairen Handel zu benennen. In diesem Segment werden nur fertig verarbeitete Produkte exportiert, so dass die Wertschöpfung vollständig bei den Produzent\*innen verbleibt. Auch im Lebensmittelbereich gibt es gute Beispiele für Weiterverarbeitung und Abfüllung vor Ort. So wird der Bio Kagera Instant-Kaffee aus Tansania in einer Anlage produziert, die mehrheitlich dem Kooperativen-Dachverband KCU gehört. Auch Café Chavalo bezieht zum Teil direkt vor Ort gerösteten und verpackten Kaffee des Kooperativenverbands Tierra Nueva in Nicaragua. In der Andenregion Perus produziert die 2008 gegründete Kooperative Agropia Bio-Chips aus nativen Kartoffelsorten. Dank der Vermarktung über Fair-Handels-Genossenschaften wie dwp und Ethiquable, den verlässlichen Prämien und der damit verbundenen Planungssicherheit konnte Agropia eine eigene Weiterverarbeitungsanlage aufbauen.

Auch beim Familienunternehmen Biofoods in Sri Lanka finden alle Verarbeitungsschritte vor Ort statt. Biofoods verarbeitet Kokosnüsse weiter, die ausschließlich von Kleinbäuer\*innen in Mischkulturen angebaut werden. Dennoch: In Punkto Steigerung der Wertschöpfung im Ursprungsland bleibt für den Fairen Handel noch viel zu tun.

## Niedrige Kakao-Preise verschärfen Armut

Der weltweite Kakaomarkt ist von starken Preisschwankungen geprägt. Ursächlich dafür sind schlechte Ernten durch Dürren oder Schädlingsbefall, politische Unruhen in den Anbaugebieten, aber auch Spekulationsgeschäfte. So sank der Weltmarktpreis für Kakao zwischen Juli 2016 von 3.000 US-Dollar pro Tonne auf 1.900 US-Dollar pro Tonne im März 2017. Die Kakao-Produzent\*innen haben entsprechend keine Planungs- und Einkommenssicherheit. Das verschärft die Armut der Kakao-Bäuer\*innen, welche in den größten Anbaugebieten Westafrikas bereits vor der Krise von Einkommen unterhalb der international definierten Armutsgrenze leben mussten.

„Niemand im Dorf kann allein vom Kakaoanbau leben – alle brauchen ein Zusatzeinkommen – vor allem, wenn man die Kinder auf eine weiterführende Schule schicken möchte.“

Joseph Ameyaw, Kakaobauer aus Ghana, Ashanti Region

Im Fairen Handel greifen in Zeiten niedriger Weltmarktpreise für Kakao festgelegte Mindestpreise. Im Kakaobereich ist dieser Fall in 2017 eingetreten. Der Mindestpreis von Fairtrade International liegt bei 2.000 US-Dollar je Tonne, beziehungsweise 2.300 US-Dollar für Bio-Kakao. Dazu kommt jeweils die Fairtrade-Prämie von 200 US-Dollar. Liegt der Weltmarktpreis über dem Mindestpreis, wird mindestens der Weltmarktpreis zuzüglich der Fairtrade-Prämie gezahlt. Unsere Mitgliedsorganisation GEPA – The Fair Trade Company zahlt z.B. deutlich über 3.000 US-Dollar für Bio-Kakao (Stand 06/2017).

Positiv auf den Absatz der Produzent\*innen in Ghana und der Elfenbeinküste wirkt sich das Fairtrade-Kakaoprogramm aus. In Deutschland hat dieser Kakao inzwischen einen Marktanteil von 6 %. In den vom Forum Fairer Handel vorgelegten Umsatzzahlen fair gehandelter Produkte sind diese Mengen nicht erfasst, da sich das Programm vornehmlich auf den Rohstoffeinkauf der Zutat Kakao zu Fairtrade-Konditionen bezieht und nicht auf die Zertifizierung der Endprodukte.

Die Kampagne „Make Chocolate Fair!“ fordert Schokoladenunternehmen, Kakaoverarbeiter und Regierungen dazu auf, ihre Bemühungen zur Verbesserung der Lebenssituation von Kakaobauernfamilien zu verstärken:

- Faire Bezahlung von Kakaobäuer\*innen und ihren Arbeiter\*innen
- Einhaltung der Menschen- und Arbeitsrechte entlang der gesamten Kakao-Wertschöpfungskette und Verbot missbräuchlicher Kinderarbeit

Auch Verbraucher\*innen stehen in der Verantwortung: Als Endkonsumenten sollten sie faire Schokolade einfordern und einkaufen.

[www.makechocolatefair.org](http://www.makechocolatefair.org)

## Fairer Handel versus Direct Trade?

Ethischer bzw. nachhaltiger Konsum liegt zunehmend im Trend. Immer mehr Unternehmen bezeichnen ihre Art zu handeln als fair oder nachhaltig und messen sich dabei mit dem Fairen Handel. Begünstigt wird dieser Trend durch zwei Faktoren: Zum einen ist der Begriff „fair“ nicht rechtlich geschützt, zum anderen erleichtert ein hohes Maß an Transparenz im Fairen Handel die Kritik an dessen Ansatz und Wirkungen.

Die vermeintliche Konkurrenz kommt derzeit verstärkt von jungen Unternehmen, die unter dem Begriff „Direct Trade“ vor allem Spezialitätenkaffees aber auch Schokolade anbieten. Im Zentrum ihrer Kritik am Fairen Handel steht meist die Frage, wieviel bei den Produzent\*innen finanziell ankommt. Dabei sehen sie sich weit vorne, bleiben aber mangels unabhängiger Kontrollen häufig den entsprechenden Beweis schuldig. Zudem wird mit dieser Vorgehensweise der breite Entwicklungsansatz des Fairen Handels auf nur einen (wichtigen) Aspekt reduziert: den des Preises. Die verkürzte Auseinandersetzung sorgt bei den Konsument\*innen für Verwirrung, weswegen eine Einordnung notwendig ist.

„Direct trade is fair trade (without the other eight principles).“<sup>3</sup>  
Dana Geffner, Geschäftsführerin des Fair World Projects, USA

<sup>3</sup> So lautet auch der Titel eines Artikels von Dana Geffner aus dem Jahr 2015 in der [Huffpost](https://www.huffpost.com).

Was steckt also - abgesehen von direkten Handelsbeziehungen - hinter dem Begriff „Direct Trade“ und was hat das mit dem Fairen Handel zu tun?

Der Begriff „Direct Trade“ wurde vor ca. zehn Jahren von Intelligentsia Coffee, Counter Culture & Stumptown in den USA geprägt. Intelligentsia definiert die Ziele von Direct Trade wie folgt:

- Außergewöhnliche Kaffee-Qualität ist Voraussetzung;
- Die Produzent\*innen müssen sich zu ökologisch und sozial nachhaltigen Praktiken verpflichten;
- Der Preis, der an die Produzent\*innen oder die Kooperativen gezahlt wird, muss mindestens 25 % über dem Fairtrade-Preis liegen;
- Alle Teilnehmenden müssen finanzielle Transparenz bis zum individuellen Produzenten gewährleisten;
- Die Farmen oder Kooperativen müssen mindestens einmal pro Erntesaison besucht werden.

Der ursprüngliche Begriff des Direct Trade umfasst deutlich mehr als nur direkte Handelsbeziehungen, was aus Sicht der Produzent\*innen positiv zu bewerten ist. Da es aber keine einheitliche Definition und keinen Schutz vor Missbrauch gibt, kann der Begriff auch als reines Marketing-Instrument genutzt werden. Wer Fairness und Transparenz verspricht, muss nachweisen, dass diese auch eingehalten werden. Im Fairen Handel gibt es dafür verbindliche Standards und unabhängige Kontrollsysteme. Ferner sind direkte, partnerschaftliche Handelsbeziehungen keine neue Idee und im Fairen Handel häufig vorhanden. Zudem wird fair gehandelter Kaffee immer von Kleinbauernkooperativen erzeugt.

Ein direkter Vergleich zwischen beiden Ansätzen ist auch wenig zielführend, da hier Äpfel mit Birnen verglichen werden. Denn „Direct Trade“ bezieht sich auf ein sehr eng definiertes Produktsegment, meist hochwertige Kaffee-Spezialitäten, für die interessierte Konsument\*innen gerne höhere Preise zahlen. Der Faire Handel zielt hingegen auf die Verbesserung der Produktionsbedingungen von verschiedenen Alltagsprodukten – seien es Lebensmittel oder handwerkliche Erzeugnisse. Er ist jedoch nicht nur ein Modell nachhaltigen Wirtschaftens, sondern auch eine entwicklungspolitische Bewegung, die sich seit mehr als vierzig Jahren für veränderte Rahmenbedingungen im Welthandel einsetzt.

Fest steht: Konsument\*innen, die auf echt Fairen Handel setzen, haben es zunehmend schwer, sich zu orientieren.

Deswegen untersucht das Forum Fairer Handel in regelmäßigen Abständen Standards auf dem „ethischen Markt“ und informiert darüber, anhand welcher Zeichen und Siegel faire Produkte verlässlich erkennbar sind (vgl. „Woran sind fair gehandelte Produkte zu erkennen?“ Seite 14).

## Studie bestätigt: Der Faire Handel verändert die Gesellschaft

Der Faire Handel trägt nicht nur dazu bei, die Lebens- und Arbeitsbedingungen in Ländern Afrikas, Asiens und Lateinamerikas zu verbessern. Er zielt auch auf ein verändertes Bewusstsein und Verhalten in der deutschen Gesellschaft. Der Faire Handel hat bewirkt, dass immer mehr Verbraucher\*innen in Deutschland die Produktionsbedingungen in den Herkunftsländern in ihre Kaufentscheidung einbeziehen. Zu diesem Ergebnis kommt die 2017 veröffentlichte Studie „Verändert der Faire Handel die Gesellschaft?“<sup>4</sup>, die von der CEval GmbH im Auftrag von TransFair, der Servicestelle Kommunen in der Einen Welt/ Engagement Global, Brot für die Welt, MISEREOR und dem Forum Fairer Handel erstellt wurde.

Darin 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 – bei Zivilgesellschaft, Wirtschaft, Politik und privatem Konsum – gibt es einen Trend hin zu verändertem Bewusstsein und Verhalten. Der Faire Handel hat mit intensiver Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit dazu beigetragen. Die Studie zeigt aber auch Grenzen des Fairen Handels auf und bescheinigt ihm weiterhin ein großes Potenzial für gesellschaftliche Veränderungen.

## Politische Arbeit des Fairen Handels wichtiger denn je

Die erwähnte Studie stellt fest: Trotz einer wachsenden Unterstützung des Fairen Handels durch die Politik sind substanzielle Veränderungen der ordnungspolitischen Rahmenbedingungen im Sinne der Fair-Handels-Bewegung in den letzten 15 Jahren ausgeblieben. Vor diesem Hintergrund empfiehlt die Studie der Fair-Handels-Bewegung, ihr soziales Kapital in politischen Entscheidungsprozessen stärker zur Geltung zu bringen und ihre politische Arbeit weiter zu intensivieren.

<sup>4</sup> Bätge, S. (2017): Kurzfassung zum Abschlussbericht der Trend-Wirkungsstudie „Verändert der Faire Handel die Gesellschaft?“ Die Kurzfassung steht unter <https://www.forum-fairer-handel.de/nc/materialien/> zum Download bereit. Die Langversion der Studie samt Anlagen wurde herausgegeben von der CEval GmbH und steht auf deren [Website](https://www.ceval.de/) als digitale Version zur Verfügung.

# POLITISCHE FORDERUNGEN DES FAIREN HANDELS ZUR BUNDESTAGSWAHL 2017



Anlässlich der Bundestagswahl im September 2017 hat das Forum Fairer Handel als Verband des Fairen Handels in Deutschland zusammen mit dem Weltladen-Dachverband drei Visionen für die Zukunft formuliert:

- **Faire Arbeitsbedingungen weltweit:** Alle Menschen können weltweit in Würde arbeiten und sich dadurch einen guten Lebensstandard leisten.
- **Eine bäuerliche Landwirtschaft, die alle Menschen ernährt:** Die Landwirtschaft kann uns alle nachhaltig und ökologisch ernähren und ermöglicht den Bäuer\*innen weltweit ein gutes Auskommen.
- **Menschenwürdiger Umgang mit allen:** Wir sind eine weltoffene, solidarische Gesellschaft, die lebenswerte Perspektiven für Schutzsuchende bietet und in der Rassismus und Diskriminierung keinen Platz haben.

Mit diesen Visionen setzen das Forum Fairer Handel und der Weltladen-Dachverband denjenigen, die mit negativen Bildern Ängste schüren, den Entwurf eines menschenwürdigen Lebens für alle weltweit entgegen. Dabei geht es nicht um romantische Träumereien oder Utopien, sondern um Zukunftsbilder, die bis 2021 umsetzbar sind, wenn in den nächsten vier Jahren die notwendigen politischen Maßnahmen ergriffen werden.

Damit die Zukunftsvisionen des Fairen Handels Realität werden, haben wir sie mit politischen Forderungen für die nächste Legislaturperiode untermauert:

1. **Arbeits- und Menschenrechte weltweit schützen**
2. **Fairer Handel statt Freihandel**
3. **Faire Beschaffung zum Standard machen**
4. **Entwicklungspolitik muss Kleinbäuer\*innen fördern**
5. **Eine Agrarpolitik, die eine bäuerliche, ökologische Landwirtschaft fördert**
6. **Konzernmacht eindämmen und unfaire Handelspraktiken verbieten**
7. **Eine humane und integrative Asylpolitik mit fairen Asylverfahren**
8. **Ein selbstständiges und selbstbestimmtes Leben für Geflüchtete**
9. **Ein gutes Zusammenleben ohne Rassismus und Diskriminierung fördern**

## EPAs stoppen: Forderungen zu den Wirtschaftspartnerschaftsabkommen mit Afrika

Im Rahmen unserer Forderung nach einem fairen Handel appellieren wir an die Europäische Union (EU), die bilateralen Handelsabkommen mit den afrikanischen, karibischen und pazifischen Staaten so schnell wie möglich rückgängig zu machen. Diese Forderung hat mit Blick auf die G20-Präsidentschaft der deutschen Bundesregierung, die mit dem G20-Gipfel am 7. und 8. Juli 2017 endete, noch einmal an Aktualität gewonnen. Die Bundesregierung hatte Afrika zu einem Schwerpunkt ihrer G20-Präsidentschaft gemacht. Sie setzte eine Reihe von Programmen mit dem Ziel auf, die politische und wirtschaftliche Stabilität Afrikas zu stärken.<sup>5</sup> Doch keines dieser Programme wird seine Ziele erreichen, wenn nicht gleichzeitig auch die Handelsbeziehungen zwischen der EU und den afrikanischen Staaten neu ausgerichtet werden.

Seit fünfzehn Jahren drängt die EU auf den Abschluss sogenannter Wirtschaftspartnerschaftsabkommen (Economic Partnership Agreements, kurz: EPA) mit sieben regionalen Zusammenschlüssen in Afrika, der Karibik und im pazifischen Raum (AKP-Staaten). Diese Verträge setzen gemäß der Freihandelslogik auf eine weitreichende Liberalisierung und Marktöffnung, die es den Ländern fast unmöglich macht, eigene nationale und regionale Binnenmärkte aufzubauen. Besonders umstritten ist die Öffnung der afrikanischen Märkte für europäische Importe um 75 und 82 Prozent in den nächsten 20 Jahren. Sie wird unter anderem dazu führen, dass Staatseinnahmen verloren gehen und einheimische Produkte (noch stärker) mit Importen aus der EU konkurrieren müssen.

Die sogenannten Wirtschaftspartnerschaftsabkommen der EU mit den AKP-Staaten laufen allen entwicklungspolitischen Bemühungen zuwider. Sie hindern die Staaten daran, eigene nationale und regionale Binnenmärkte aufzubauen und die Wertschöpfung vor Ort zu steigern. Die vielen Programme für Afrika, die die deutsche Regierung in ihrer G20-Präsidentschaft aufgesetzt hat, werden ohne eine veränderte Handelspolitik ihre Ziele verfehlen.

Trotz des Widerstands der Zivilgesellschaft haben einige Regionen bereits EPAs bzw. einzelne Länder sogenannte Interimsabkommen unterzeichnet und ratifiziert.

<sup>5</sup> Die Bundesregierung (2017): Initiativen im Rahmen der G20 Afrika Partnerschaft, online unter: <https://www.bundesregierung.de/>

Und das nicht zuletzt auch aufgrund von Drohungen der EU, den betroffenen Ländern den bevorzugten Marktzugang zur EU zu entziehen. Mit der Entwicklungsgemeinschaft des südlichen Afrika (Southern African Development Community, kurz SADC) hat die EU 2016 ein EPA unterzeichnet. Das Abkommen enthält viele Bestimmungen, die die Handlungsspielräume der SADC-Länder einschränken. So können die Länder im Rahmen des EPA nur noch sehr eingeschränkt Exportsteuern verhängen, obwohl diese von der Welthandelsorganisation WTO erlaubt sind. Exportsteuern auf Rohstoffe generieren mehr Einnahmen für den jeweiligen Staatshaushalt und schaffen zudem Anreize dafür, dass die Rohstoffe nicht exportiert, sondern im eigenen Land weiter verarbeitet werden. Nach wie vor ist der rohstoffreiche Globale Süden in erster Linie Lieferant für die Unternehmen im Globalen Norden. Mit den Einschränkungen behindern die EPAs die Steigerung der Wertschöpfung in den AKP-Staaten.

Bei ihrem Treffen mit der Zivilgesellschaft im Vorfeld des G20-Gipfels am 19. Juni 2017 hat Bundeskanzlerin Angela Merkel eingestanden, dass einige der Handelsabkommen zwischen der EU und afrikanischen Staaten „nicht richtig“ seien.<sup>6</sup> Sie stellte in Aussicht, dass auf dem EU-Afrika-Gipfel im November 2017 über eine Neuverhandlung dieser Abkommen gesprochen werde. Wir werden die kommende Bundesregierung daran messen.

**Wir fordern einen fairen statt einen Freihandel. Handelsabkommen müssen mit den nachhaltigen Entwicklungszielen der Vereinten Nationen kohärent sein. Die EPAs entsprechen diesen Anforderungen nicht und müssen aufgegeben werden.**

Das Forum Fairer Handel fordert die Bundesregierung auf, sich in der EU für ein umfassendes Moratorium für die EPAs und ein neues Verhandlungsmandat einzusetzen. Abkommen zwischen der EU und den Ländern des Globalen Südens müssen die Wertschöpfung und lokale Märkte vor Ort fördern und auf Augenhöhe und unter Einbeziehung der Zivilgesellschaft verhandelt werden. Sie müssen verbindliche soziale und ökologische Standards beinhalten und internationalen Menschenrechts- und Umweltkonventionen untergeordnet werden. Die Länder des Globalen Südens sollen dabei ihren bevorzugten Zugang zum europäischen Markt behalten. Die Federführung für die EPAs in Deutschland liegt beim Bundesentwicklungsministerium. Dieses muss sich dafür stark machen, dass die Abkommen kohärent mit den nachhaltigen Entwicklungszielen der Vereinten Nationen sind und nicht den entwicklungspolitischen Bemühungen entgegenlaufen.

<sup>6</sup> Die Bundesregierung (2017): G20, Kanzlerin Merkel beim Civil20-Dialogforum, Video, online unter <https://www.g20.org/>

# WAS SIE ÜBER DEN FAIREN HANDEL WISSEN MÜSSEN

„Fairer Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt“.<sup>7</sup> Die zugrunde liegenden Fair-Handels-Kriterien umfassen ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte. Dazu gehören u.a. die Zahlung von angemessenen Preisen bzw. Löhnen, die Entwicklungsprämien, die Möglichkeit der Vorfinanzierung der Produktion, die langfristigen Handelspartnerschaften sowie die Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen. Diese Grundsätze des Fairen Handels ermöglichen Planungssicherheit und ein menschenwürdiges Einkommen. Der Faire Handel setzt außerdem auf die Beratung und Qualifizierung der Produzent\*innen, unterstützt deren Selbstorganisation und den Aufbau von Weiterverarbeitungsmöglichkeiten vor Ort.

<sup>7</sup> Auszug aus der internationalen Definition des Fairen Handels, siehe dazu: FINE (2001): FINE-Grundlagenpapier zum Fairen Handel. Weiterführende Informationen unter <http://www.forum-fairer-handel.de/fairer-handel/definition/>

Gleichzeitig setzt sich der Faire Handel für Bildungsarbeit im Globalen Norden ein und engagiert sich politisch für einen faireren Welthandel.

Mehr Informationen zu den Grundlagen des Fairen Handels erhalten Sie unter [forum-fairer-handel.de/fairer-handel](http://forum-fairer-handel.de/fairer-handel)

## Manchmal liest man Fair Trade, manchmal Fairtrade – ist das das Gleiche?

Um den Fairen Handel als Ganzes zu benennen, können Sie entweder den deutschen Begriff „Fairer Handel“ (beide Wörter groß geschrieben, da es sich um einen Eigennamen handelt) oder das englische Äquivalent „Fair Trade“ verwenden.

Der Ausdruck „Fairtrade“ in der zusammengesetzten Form bezeichnet das Fairtrade-System, das u.a. das Fairtrade-Siegel vergibt. Mit dem Fairtrade-Siegel sind die Produkte aus Fairem Handel gekennzeichnet, die nach den Standards von Fairtrade International gehandelt wurden.

## Woran sind fair gehandelte Produkte zu erkennen?

Der Begriff „fair“ ist gesetzlich nicht geschützt und daher die Vielfalt der Zeichen groß. Produkte aus Fairem Handel erkennen Sie am Verkauf in Weltläden, an den Marken der anerkannten Fair-Handels-Importeure, an dem Label der World Fair Trade Organization (WFTO) und an den anerkannten Produktsiegeln des Fairen Handels.

### Folgende Zeichen weisen verlässlich auf Fairen Handel hin:

Anerkannte Fair-Handels-Importorganisationen stehen mit ihrer gesamten Unternehmenspolitik hinter den Grundsätzen des Fairen Handels. Die folgenden Fair-Handels-Importeure sind Mitglied im Forum Fairer Handel:



Weitere anerkannte Fair-Handels-Organisationen sind im Lieferantenkatalog des Weltladen-Dachverband zu finden: [www.weltladen.de](http://www.weltladen.de).

Einige davon sind im **Fair-Band** (Bundesverband für fairen Import und Vertrieb) zusammengeschlossen: [www.fair-band.de](http://www.fair-band.de).



Das Label der **World Fair Trade Organization** (WFTO) wird an Unternehmen vergeben, die ausschließlich Fairen Handel betreiben und über das Garantiesystem der WFTO nachgewiesen haben, dass sie alle Kriterien des Fairen Handels erfüllen.

Die folgenden **Produktsiegel** stehen für Fairen Handel. Die Einhaltung der Kriterien des Fairen Handels wird dabei unabhängig kontrolliert.



**Weltläden**, die Fachgeschäfte für Fairen Handel, bieten die größte Auswahl an fair gehandelten Produkten.



## DATENBASIS ZUR BERECHNUNG DER UMSATZ- UND ABSATZZAHLEN

Die veröffentlichten Branchenzahlen für Deutschland werden vom Forum Fairer Handel jährlich erhoben. Sie beruhen auf den Angaben anerkannter Fair-Handels-Importorganisationen, den Zahlen der Naturland Zeichen GmbH und TransFair e.V. zu dessen Produktsiegel sowie den Siegeln für Baumwolle und Kosmetik.

Bei der Anerkennung der Fair-Handels-Importorganisationen bezieht sich das Forum Fairer Handel e.V. auf die Mitgliedschaft in der World Fair Trade Organization oder auf den Weltladen-Dachverband e.V. Die großen Fair-Handels-Importorganisationen und TransFair e.V. werden für die Zusammenstellung der Zahlen sehr differenziert zu ihren Umsätzen und Absatzmengen befragt, die kleineren und mittleren Akteure erhalten einen verkürzten Fragebogen. In Einzelfällen beruhen die Daten kleiner und mittlerer Importorganisationen auf Hochrechnungen.

Bei der Erhebung und Auswertung der Branchenzahlen wurden sowohl die Umsätze mit Produkten aus dem Globalen Süden wie aus dem Globalen Norden erhoben. Die Berechnung des Gesamtumsatzes fair gehandelter Waren basiert auf den durchschnittlichen bzw. empfohlenen Verbraucherpreisen, da der reale Verkaufspreis statistisch nicht erhoben werden kann.

# FORUM FAIRER HANDEL E.V.

Das Forum Fairer Handel ist der Verband des Fairen Handels in Deutschland. Sein Ziel ist, das Profil des Fairen Handels zu schärfen, gemeinsame Forderungen gegenüber Politik und Handel durchzusetzen und eine stärkere Ausweitung des Fairen Handels zu erreichen. Das Forum versteht sich als die politische Stimme der Fair-Handels-Bewegung in Deutschland und setzt sich für veränderte Regeln für Handel und Landwirtschaft weltweit ein.

Die Mitglieder des Forum Fairer Handel sind Organisationen, die ausschließlich im Fairen Handel arbeiten und Akteure, die die Förderung des Fairen Handels als einen der Schwerpunkte ihrer Arbeit ansehen:



Ein breites Netzwerk von Partnerorganisationen arbeitet in den Arbeitsgruppen des Forum Fairer Handel mit.

Einmal im Jahr veranstaltet das Forum Fairer Handel die Faire Woche – die größte Aktionswoche des Fairen Handels in Deutschland.

[www.forum-fairer-handel.de](http://www.forum-fairer-handel.de)