

**2018**

# **AKTUELLE ENTWICKLUNGEN IM FAIREN HANDEL**

- **UMSATZ- UND ABSATZZAHLEN IM GESCHÄFTSJAHR 2017**
- **IM FOKUS: KAFFEE**
- **POLITISCHE FORDERUNGEN ZU MENSCHEN- UND ARBEITSRECHTEN**
- **VERBRAUCHERBEFRAGUNG ZUM FAIREN HANDEL 2018**
- **TÄTIGKEITSBERICHT DES FORUM FAIRER HANDEL 2017**

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>EDITORIAL</b> .....	<b>3</b>
<b>UMSATZ- UND ABSATZZAHLEN IM GESCHÄFTSJAHR 2017</b> .....	<b>4</b>
<b>UMSATZENTWICKLUNGEN</b> .....	<b>4</b>
<b>ANTEIL EINZELNER PRODUKTE AM GESAMTUMSATZ DES FAIREN HANDELS</b> .....	<b>6</b>
<b>ABSATZ EINZELNER PRODUKTE</b> .....	<b>6</b>
<b>KAFFEE IM FOKUS</b> .....	<b>7</b>
<b>KAFFEEPRODUZENT*INNEN KÄMPFEN GEGEN DEN KLIMAWANDEL</b> .....	<b>8</b>
<b>SCHWIERIGE ZEITEN FÜR DEN KAFFEESEKTOR</b> .....	<b>8</b>
<b>STEUERLICHE BEGÜNSTIGUNG FÜR FAIREN KAFFEE?</b> .....	<b>8</b>
<b>MENSCHEN- UND ARBEITSRECHTE WELTWEIT VERBINDLICH SCHÜTZEN!</b> .....	<b>9</b>
<b>VERBRAUCHERBEFRAGUNG ZUM FAIREN HANDEL 2018</b> .....	<b>11</b>
<b>TÄTIGKEITSBERICHT DES FORUM FAIRER HANDEL 2017</b> .....	<b>13</b>
<b>POLITIK</b> .....	<b>13</b>
<b>KOMMUNIKATION</b> .....	<b>13</b>
<b>GRUNDSATZ</b> .....	<b>13</b>
<b>AUSTAUSCH UND QUALIFIZIERUNG</b> .....	<b>13</b>
<b>KAMPAGNE 2017: VISIONEN DES FAIREN HANDELS ZUR BUNDESTAGSWAHL</b> .....	<b>14</b>
<b>FAIRE WOCHE 2017 – FAIRER HANDEL SCHAFFT PERSPEKTIVEN</b> .....	<b>15</b>
<b>AUS DEM VEREIN</b> .....	<b>17</b>
<b>FINANZBERICHT</b> .....	<b>17</b>
<b>SERVICE</b> .....	<b>19</b>

## IMPRESSUM

Herausgeber: Forum Fairer Handel e.V.

Text: Manuel Blandin, Katrin Frank, Lisa Niklas, Maja Volland (Forum Fairer Handel e.V.), Sandra Bähge

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

Gestaltung: Dreimalig Werbeagentur

Berlin, Juli 2018

Klimaneutral gedruckt auf Recyclingpapier

Bildnachweise: S. 3: Forum Fairer Handel/Rolf K. Wegst · S. 8: GEPA – The Fair Trade Company/Welsing · S. 13: Forum Fairer Handel · S. 15 oben: Weltladen Bornheim/IobOlmo · S. 16 oben: Forum Fairer Handel e.V./Lukas Klose · S. 16 unten: Sophia Hoffmann

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/)

## EDITORIAL

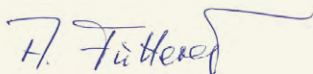
Im Geschäftsjahr 2017 setzte der Faire Handel in Deutschland seinen stetigen Wachstumskurs fort. Auch die aktuelle Verbraucherbefragung zum Fairen Handel zeigt: Immer mehr Menschen kaufen fair ein. Es ist hochehrfreulich, dass bewusster Konsum in unserer Gesellschaft an Bedeutung gewinnt. Aber die Fair-Handels-Bewegung will mehr als die Förderung eines fairen Konsums. Sie setzt sich insgesamt für mehr Gerechtigkeit im Welthandel ein. Doch bis dahin ist es noch ein weiter Weg: Die Politik setzt international weiterhin eher auf Freihandelsabkommen, statt den Fokus auf mehr Gerechtigkeit in den Handelsbeziehungen zu richten.

Ein vertiefter Blick auf das umsatzstärkste Produkt im Fairen Handel – den Kaffee – verdeutlicht das globale Ungleichgewicht: Für die meisten von uns gehört die duftende Tasse Kaffee am Morgen zum Alltag dazu. Doch für die Menschen, die ihn anbauen, werden die Lebens- und Arbeitsbedingungen immer härter. Das liegt nicht zuletzt an den Folgen des Klimawandels, die die Bäuer\*innen im Globalen Süden wie im Globalen Norden immer wieder aufs Neue herausfordern. Sie benötigen mehr Unterstützung – durch fairen Konsum, aber auch durch gesetzliche Regelungen.

Für geschätzte 2,5 Millionen Kleinbäuer\*innen und deren Familien macht der Faire Handel einen positiven Unterschied. Für mehr gerechten Handel weltweit brauchen wir aber Gesetze die dafür sorgen, dass Menschen- und Arbeitsrechte bei der Produktion unserer Alltagsgüter nicht mit Füßen getreten werden. Dafür setzt sich das Forum Fairer Handel gemeinsam mit dem Weltladen-Dachverband aktuell in der Kampagne „Mensch. Macht. Handel. Fair.“ ein. Die Verbraucherbefragung zum Fairen Handel zeigt, dass die Forderung nach gesetzlich geregelten Sorgfaltspflichten für Unternehmen enormen Rückhalt in der Bevölkerung hat.

Aktuelle Umsatz- und Absatzzahlen zum Geschäftsjahr 2017 und weitere aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen im Fairen Handel werden in der vorliegenden Publikation dargestellt. Sie enthält auch einen Rückblick auf die Aktivitäten des Forum Fairer Handel im vergangenen Jahr. Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre.

Ihre



Andrea Fütterer  
Vorstandsvorsitzende



# UMSATZ- UND ABSATZZAHLEN IM GESCHÄFTSJAHR 2017

## Umsatzentwicklungen

Mit fast 1,5 Milliarden Euro zu Endverbraucherpreisen erreichte der Faire Handel in Deutschland im Geschäftsjahr 2017 ein neues Umsatzhoch. Dies entspricht einer Steigerung von 13% im Vergleich zu 2016. Innerhalb der letzten zehn Jahre hat sich der Umsatz im Fairen Handel verfünffacht. Gut 18 Euro pro Kopf gaben deutsche Verbraucher\*innen in 2017 durchschnittlich für Lebensmittel und Handwerk aus Fairem Handel aus.

Wie auch in den Vorjahren wurde der größte Teil des Umsatzes mit **Fairtrade-gesiegelten Produkten** generiert (1,18 Milliarden, + 13%). Ihr Verkauf trägt zu 80% des Gesamtumsatzes bei.

Die anerkannten **Fair-Handels-Importeure** verkauften im Geschäftsjahr 2017 fair gehandelte Waren im Wert von 193 Millionen Euro. Damit steigert sich deren Umsatz im Vergleich zu 2016 nur leicht (+1,6%). Insgesamt haben Produkte von Fair-Handels-Importeuren einen Anteil von 13% am Gesamtumsatz. Fair-Handels-Importorganisatio-

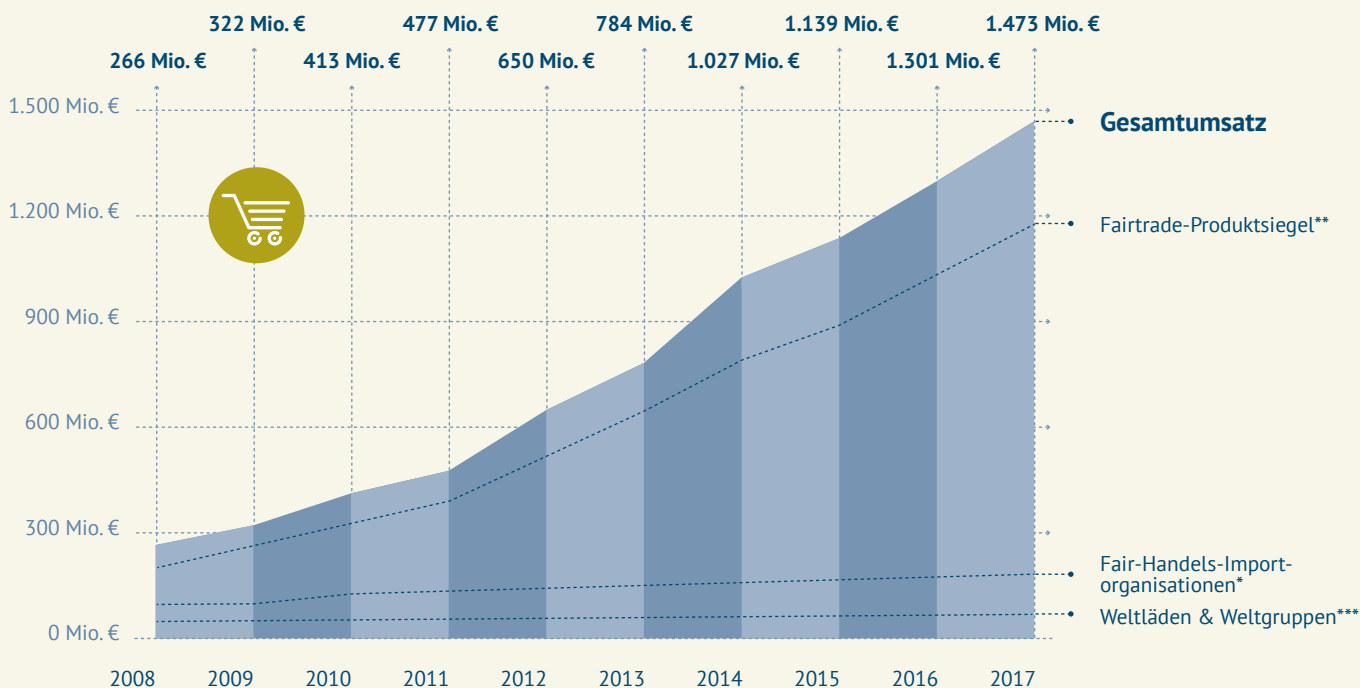
nen sind ausschließlich im Fairen Handel tätig und folgen mit ihrer Unternehmenspolitik seinen international definierten Grundsätzen. Unter den Produkten der Fair-Handels-Importeure befinden sich sowohl gesiegelte als auch ungesiegelte Waren.

Mit einem Umsatz von 76 Millionen Euro verzeichnen die **Weltläden und Weltgruppen** im Jahr 2017 einen leichten Umsatzrückgang (-1,3%). Betrachtet man jedoch die schwierige wirtschaftliche Lage von Einzelhandels-Fachgeschäften in Deutschland, setzen sich viele Weltläden erfolgreich gegen den Trend durch. Als Fachgeschäfte des Fairen Handels bieten rund 800 Weltläden in Deutschland die größte Auswahl an fair gehandelten Lebensmitteln und Handwerksprodukten an.

Der Umsatz mit **fair gehandelten Landwirtschaftsgütern aus Europa** weist im Geschäftsjahr 2017 mit 101 Millionen Euro ein hohes Wachstum auf (+ 51%). Damit haben die Produkte 2017 einen Anteil von 7% am Gesamtumsatz. Grundlegend für die Anerkennung sind die Kriterien des Fairen Handels: faire Erzeugerpreise, verlässliche Handelsbeziehungen und die Übernahme sozialer Verantwortung.

## Gesamtumsatz des Fairen Handels in Deutschland, 2008-2017

Umsatz fair gehandelter Produkte zu geschätzten Endverbraucherpreisen in Mio. Euro



Jahr	Gesamtumsatz	Fair-Handels-Import-organisationen*	Fairtrade-Produktsiegel**	Weltläden & Weltgruppen***
2017	1.473 Mio. €	193 Mio. €	1.179 Mio. €	76 Mio. €
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. €

## Umsatzentwicklungen verschiedener Fair-Handels-Bereiche in Deutschland, 2008-2017

### Umsatz fair gehandelter Produkte zu geschätzten Endverbraucherpreisen

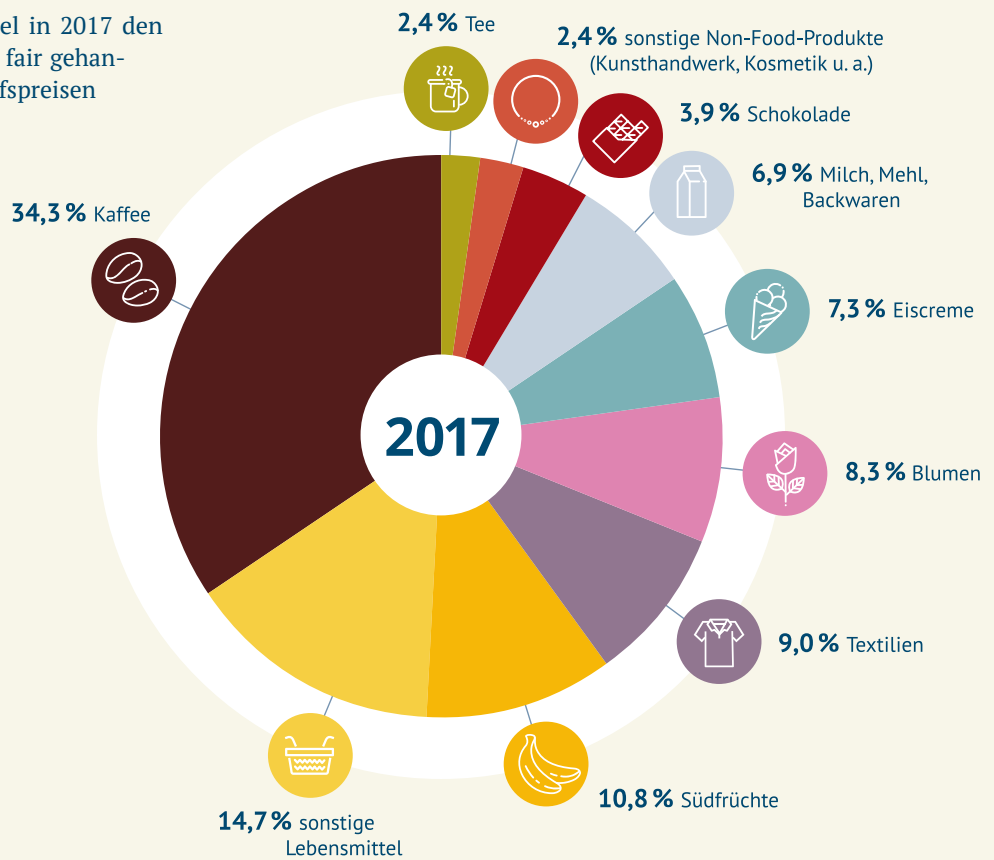
- \* Zu den hier erfassten Waren zählen auch Produkte mit dem Fairtrade-Siegel.
- \*\* Zu den hier erfassten Waren zählen Produkte mit dem Fairtrade-Produktsiegel sowie den Fairtrade-Siegeln für Baumwolle und Kosmetik. Umsätze aus dem Fairtrade-Kakaoprogramm wurden nicht eingerechnet.
- \*\*\* Erfasst wurde der Umsatz mit Produkten anerkannter Fair-Handels-Importorganisationen.

#### 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, der Ecocert IMOSwiss AG 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.

## Anteil einzelner Produkte am Gesamtumsatz des Fairen Handels

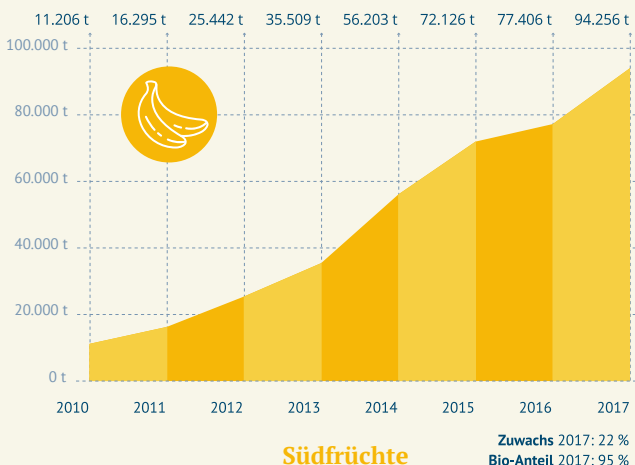
Mit 80% machten Lebensmittel in 2017 den größten Anteil am Umsatz von fair gehandelten Produkten zu Endverkaufspreisen aus.



## Absatz einzelner Produkte

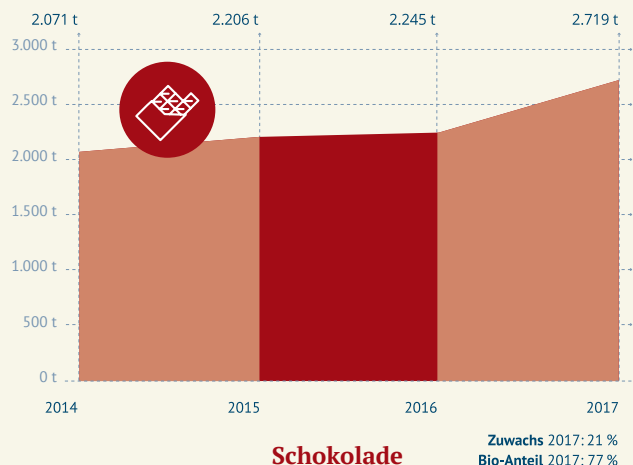
### Südfrüchte

Mit einem Absatz von 94.256 Tonnen liegen Südfrüchte mengenmäßig auf dem ersten Platz der fair gehandelten Produkte. Durch einen Zuwachs von 22% gegenüber dem Vorjahr verzeichnen Bananen, aber auch Ananas, Orangen und Mango ein erneutes Absatzhoch. Die größte Menge an Bananen wurde in Discountern verkauft. 95% der fair gehandelten Südfrüchte sind bio-zertifiziert – bei den Bananen sind es 100%. Die wichtigsten Anbauländer liegen in Süd- und Mittelamerika – darunter Peru, die Dominikanische Republik und Ecuador.



### Schokolade

Weltweit leben etwa 5,5 Millionen Bäuer\*innen vom Kakaoanbau. Wichtige Anbauländer für fairen Kakao sind die Elfenbeinküste, Bolivien, die Dominikanische Republik und Peru. Mit 2.719 Tonnen wuchs der Absatz fair gehandelter Schokolade gegenüber dem Vorjahr um 21%. Auch der Bio-Anteil legte zu und wuchs von 72% in 2016 auf 77% in 2017.



# KAFFEE IM FOKUS

Kaffee spielt im Fairen Handel nicht nur aufgrund seines hohen Anteils am Gesamtumsatz eine wichtige Rolle. Mit ihm begann auch die Geschichte des Handels mit fairen Produkten. Anhand von Kaffee sollte die Ungerechtigkeit des Welthandels für Kleinbäuer\*innen verdeutlicht werden. An dieser hat sich bis heute nicht viel geändert: Weiterhin ist die große Mehrheit der Bäuer\*innen den Schwankungen des Kaffeepreises auf dem Weltmarkt sowie der Marktmacht weniger Händler und Röstereien ausgesetzt. Laut „Coffee Barometer 2018“<sup>1</sup> sind die Preise für Kaffee auf dem Weltmarkt seit den frühen 1980er Jahren um zwei Drittel gesunken. Das reale Einkommen der Bäuer\*innen hat sich im selben Zeitraum halbiert.

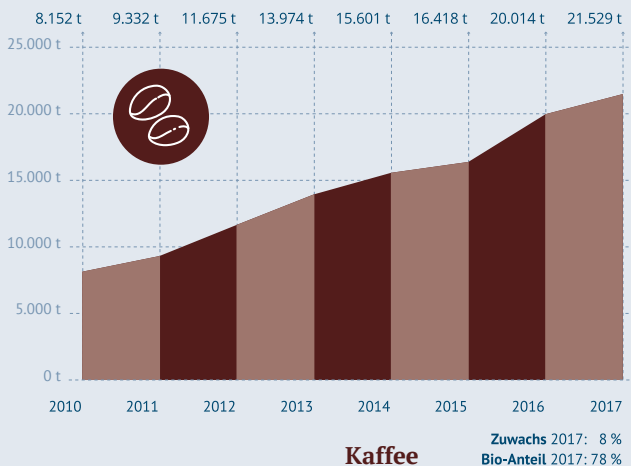
Im Fairen Handel erhalten die Produzent\*innen hingegen einen Preis, der immer über dem Weltmarktpreis liegt. Derzeit wird den Kooperativen ein definierter Mindestpreis von 1,40 \$ pro britischem Pfund garantiert. Zusätzliche Prämien, die Vorfinanzierung der Ernte sowie langfristige Handelspartnerschaften geben ihnen mehr Planungssicherheit und ermöglichen Investitionen. Einer der Grundpfeiler des Fairen Handels ist Transparenz. Sie äußert sich zum Beispiel in den Muster-Preiskalkulationen, die Fair-Handels-Importorganisationen vorlegen. In der folgenden beispielhaften Kalkulation erhalten die Kleinbauernorganisationen 26% des Verkaufspreises, wohingegen laut „Coffee Barometer 2018“ im Schnitt unter 10% des mit Kaffee erwirtschafteten Wohlstands in den produzierenden Ländern verbleiben.

## Preiszusammensetzung von Kaffee aus Fairem Handel

<sup>1</sup> Panhuysen, S.; Pierrot, J. (2018): Coffee Barometer 2018 (online erhältlich).



2017 verzeichnete der Absatz von fair gehandeltem Kaffee gegenüber dem Vorjahr einen Zuwachs von 8%. Im Vergleich zu 2010 hat sich der Absatz fast verdreifacht. Gemessen am Gesamtabsatz von Röstkaffee in Deutschland liegt der Marktanteil von fair gehandeltem Kaffee jedoch nur bei 4,8%.



## Kaffeeproduzent\*innen kämpfen gegen den Klimawandel

Kaffeepflanzen reagieren besonders sensibel auf Temperaturveränderungen. Entsprechend sind die Kaffeeproduzent\*innen in Afrika, Asien und Lateinamerika besonders stark von den Folgen des Klimawandels betroffen. Für sie ist heute kein Verlass mehr auf Regen- und Trockenzeiten. Das erschwert die Planung und fordert den Bäuer\*innen harte zusätzliche Arbeit ab. Da Kaffee nur in bestimmten Höhen gedeiht, sind die Ausweichmöglichkeiten für die Bäuer\*innen zudem sehr begrenzt.

Das Beispiel des Kooperativen-Dachverbands ACPCU im Südwesten Ugandas verdeutlicht die Herausforderungen: Hier hatten die Kaffeeerzeuger\*innen im Frühjahr 2018 mit besonders heftigem Regen zu kämpfen. Die Folge waren niedrigere Erträge. Damit die großen Wassermengen versickern, mussten Gräben ausgehoben werden. Um in Trockenzeiten die Feuchtigkeit im Boden zu bewahren, musste gemulcht werden. Als Maßnahmen gegen die Erosion und den Verlust von Humus ist Aufforstung notwendig. Zusätzlich fordern neue klimabedingte Erreger wie die Kaffeewelke die Bäuer\*innen heraus.



Stanley Maniragaba, Betriebsleiter bei ACPCU in Uganda, fasst die Lage zusammen:

**„Der Regen kommt zu unvorhergesehenen Zeiten. Und wenn er**

**kommen sollte, bleibt er aus. Die Bauern haben Ernte-einbrüche erlitten. Deshalb verlieren sie gleich zweifach: Einkommen und Nahrungssicherheit.“**

Im Fairen Handel erfahren die Kleinbauern-Kooperativen Unterstützung gegen den Klimawandel, z. B. bei der Umstellung auf biologischen Anbau.<sup>2</sup> Die meisten Kaffeebäuer\*innen sind jedoch im Kampf gegen den Klimawandel auf sich gestellt.

## Schwierige Zeiten für den Kaffeesektor

2050 werden die für den Kaffeeanbau geeigneten Flächen nur noch halb so groß sein wie heute, warnen Fairtrade Australia & New Zealand und das Climate Institute in einer Studie.<sup>3</sup> Während die Erträge und die Qualität des Kaffees in Folge des Klimawandels zurückgehen, wächst die weltweite Nachfrage: Das „Coffee Barometer“ prognostiziert, dass bis 2050 die doppelte, wenn nicht dreifache Fläche für den Anbau benötigt wird. Jedoch sind 60% des dafür brauchbaren Bodens derzeit bewaldet. Die wachsende Nachfrage und der Schutz von Wäldern könnte mit Investitionen in Agroforstwirtschaft in Einklang gebracht werden. Das „Coffee Barometer 2018“ verheißt dem Kaffeesektor schwierige Zeiten, wenn nicht stärker in die Nachhaltigkeit des Anbaus investiert wird. Doch das passiert im konventionellen Kaffeehandel bisher kaum. Vielmehr kommen 50% der weltweiten Investitionen in einen nachhaltigen Kaffeeanbau laut „Coffee Barometer“ aus den Prämien für zertifizierten Kaffee. Um jedoch die Probleme im Kaffeesektor umfassend anzugehen, muss insgesamt mehr Geld bei den Produzent\*innen ankommen. Kaffeekonsument\*innen können dazu beitragen, indem sie im Regal nach fairen und ökologisch erzeugten Marken greifen.

## Steuerliche Begünstigung für fairen Kaffee?

Eine Möglichkeit zur Förderung eines nachhaltigen Kaffeekonsums sind steuerliche Anreize. Die Idee einer Steuerbefreiung für fairen Kaffee ist nicht neu. Sie hat jedoch durch eine Petition von TransFair e.V., deren Anliegen im April 2018 von Bundesentwicklungsminister Gerd Müller aufgegriffen wurde, an politischer Aktualität gewonnen. Das Forum Fairer Handel begrüßt den Vorstoß des Ministers. Es fordert, dass nur diejenigen Unternehmen steuerlich entlastet werden, die sich zur Einhaltung hoher sozialer Standards, beispielsweise der Zahlung definierter fairer Preise, Vorfinanzierung und einer externen Überprüfung verpflichten. Die Regelung sollte so gestaltet werden, dass vor allem die Kleinbäuer\*innen und deren Familien durch höhere Einnahmen davon profitieren. Doch damit möglichst viele Kaffeebäuer\*innen profitieren, braucht es gesetzliche Regelungen. Damit alle Unternehmen verpflichtet werden, die Menschenrechte in ihren Lieferketten einzuhalten, muss der Nationale Aktionsplan für Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) um verbindliche Regeln ergänzt werden. Näheres dazu erfahren Sie im folgenden Abschnitt.

<sup>2</sup> Ausführliche Informationen zum Thema „Fairer Handel und Klimawandel“ enthält die Hintergrundbroschüre zur Fairen Woche 2018 „Gemeinsam für ein gutes Klima“ (erhältlich unter [www.forum-fairer-handel.de/materialien/](http://www.forum-fairer-handel.de/materialien/))

<sup>3</sup> The Climate Institute (2016): A Brewing Storm: The Climate Change Risks to Coffee (online erhältlich).



# MENSCHEN- UND ARBEITSRECHTE WELTWEIT VERBINDLICH SCHÜTZEN!

Bei der Herstellung unserer Alltagsprodukte werden häufig Menschenrechte verletzt und die Umwelt zerstört. Auch deutsche Unternehmen sind an Menschenrechtsverletzungen und Umweltzerstörungen im Ausland beteiligt oder profitieren finanziell davon.<sup>4</sup> Im Rahmen der Kampagne „Mensch. Macht. Handel. Fair.“ setzt sich das Forum Fairer Handel zusammen mit dem Weltladen-Dachverband seit 2015 verbindliche Sorgfaltspflichten für deutsche Unternehmen ihrer gesamten Lieferkette per Gesetz festge-



dem Weltladen-Dachverband dafür ein, dass eine menschenrechtliche Sorgfaltspflicht für deutschen Unternehmen entlang ihrer gesamten Lieferkette per Gesetz festgeschrieben wird.



## Die Überprüfung des NAP hat hohe politische Bedeutung

Im Dezember 2016 verabschiedete die Bundesregierung einen Aktionsplan „Wirtschaft und Menschenrechte“ (NAP). Dieser ist ein erster Schritt zur Umsetzung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, geht aber nicht weit genug. Die Bundesregierung setzt darin weiterhin auf freiwillige Maßnahmen für deutsche Unternehmen. Unter anderem sieht der NAP vor, dass bis 2020 mindestens 50 Prozent aller in Deutschland ansässigen Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten menschenrechtliche Sorgfaltspflichten in ihre Unternehmensprozesse integriert haben.<sup>5</sup> Ist dies nicht der Fall, wird die Bundesregierung laut Koalitionsvertrag „national gesetzlich tätig [werden]“ und sich „für eine EU-weite Regelung einsetzen“. Mit dieser Vorgabe gewinnt das Monitoring des NAP eine hohe Bedeutung.

## Das geplante NAP-Monitoring weist Mängel auf

Im Rahmen des Monitorings soll mittels Stichproben die Erfüllung der im NAP gesetzten 50-Prozent-Quote überprüft werden. Die Ergebnisse des Monitorings werden erheblich von der Untersuchungsmethodik abhängen. Bisherige Informationen hierzu geben Anlass zur Kritik<sup>6</sup>:

- **Einfluss der Wirtschaft auf das Untersuchungsdesign**  
In einer ersten Phase soll anhand einer qualitativen Untersuchung von 30 ausgewählten Unternehmen das Bewertungsraster für die im Jahr 2019 und 2020 geplanten quantitativen Untersuchungen erstellt werden. Das Design der quantitativen Untersuchung wird zu einem nicht unerheblichen Teil von Selbstauskünften der 30 ausgewählten Unternehmen beeinflusst werden.
- **Repräsentativität der Untersuchung**  
In der Auswertung der quantitativen Untersuchung sollen nur Unternehmen berücksichtigt werden, welche sich auf die Anfrage nach einer Teilnahme positiv zurückmelden. Eine Nicht-Teilnahme hat für Unternehmen keinerlei Konsequenzen. Für Unternehmen, welche

<sup>4</sup> Siehe bspw. Germanwatch/Misereor (2017): „Globale Energiewirtschaft und Menschenrechte“.

<sup>5</sup> Die Definition menschenrechtlicher Sorgfaltspflicht im NAP ist im Originaltext des NAP zu finden: <https://www.auswaertiges-amt.de/blob/297434/8d6ab29982767d5a31d2e85464461565/nap-wirtschaft-menschenrechte-data.pdf>

<sup>6</sup> Informationen zur Methodik des NAP-Monitorings gehen aus diversen schriftlichen Stellungnahmen bzw. mündlichen Aussagen der Bundesregierung sowie aus dem Ausschreibungstext des Monitorings hervor: <https://ausschreibungen-deutschland.de> : „Monitoring NAP Referenznummer der Bekanntmachung: VV-118-2017-0201“

die Vorgaben aus dem NAP nicht erfüllen, ist es somit von Vorteil, wenn sie nicht an der Untersuchung teilnehmen, um die Quote nicht negativ zu beeinflussen. Damit die Statistik ausreichend repräsentativ ist, müssen nicht antwortende Unternehmen zwingend in der Bewertung berücksichtigt werden.

#### ○ **Transparenz bei der Auswahl der Unternehmen**

Die Bundesregierung plant das Monitoring komplett anonym durchzuführen. Es wird weder überprüfbar sein, welche Unternehmen angeschrieben wurden, noch welche an der Untersuchung teilgenommen haben. Die Ergebnisse können somit von der Öffentlichkeit nicht überprüft werden. Unternehmen, die sich nicht beteiligen, haben zudem kein Reputationsrisiko zu befürchten. Dies wird die Nicht-Teilnahme an der Untersuchung weiter erhöhen. Die Untersuchung muss für die Öffentlichkeit transparent und nachvollziehbar sein.

#### ○ **Umfang und Qualität der Prüfung**

Im Rahmen des Monitorings soll lediglich überprüft werden, ob Unternehmen Verfahren eingerichtet haben, mit denen sie die Vorgaben des NAP erfüllen. Die Qualität und Wirkung der Verfahren wird dagegen nicht überprüft. Um jedoch qualitative Aussagen darüber treffen zu können, ob Unternehmen ihrer menschenrechtlichen Sorgfalt nachkommen, ist es erforderlich, nicht nur die Maßnahmen, sondern auch deren Wirkung zu überprüfen.

Problematisch ist zudem, dass die Bewertung der Unternehmen in vielen Fällen nur auf Selbstauskunft der Unternehmen basieren wird. Die primäre Bewertungsgrundlage wird ein Onlinefragebogen sein, welchen die Unternehmen ausfüllen müssen. Die Antworten sollen zwar mit öffentlich verfügbaren Informationen geprüft werden. Für die Mehrzahl der zu untersuchenden Unternehmen existieren jedoch keine unabhängigen Informationen, wie öffentliche Studien oder Beschwerden gegen Unternehmen. Die Aussagen der Unternehmen können somit in vielen Fällen nicht geprüft werden.

## **Das NAP-Monitoring muss repräsentativ, transparent und umfangreich sein**

Deutschland ist völkerrechtlich verpflichtet, Menschen vor Verletzung ihrer Menschenrechte, auch durch Unternehmen, zu schützen. Die Bundesregierung muss dieser Verpflichtung endlich nachkommen und dafür sorgen, dass deutsche Unternehmen Menschenrechte entlang ihrer Lieferketten durchsetzen. Dafür ist es unerlässlich, dass die vorgesehene Überprüfung des NAP repräsentativ, transparent und ausreichend umfangreich erfolgt. Die Bewertungsgrundlagen und Ergebnisse der Untersuchung dürfen zudem nicht von Unternehmensaussagen abhängig sein.

Andere Länder sind Deutschland einen Schritt voraus und haben bereits Gesetze zur menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht für Unternehmen verabschiedet, wie etwa Frankreich. Die Bundesregierung sollte diesem Beispiel folgen, denn nur mit einer gesetzlichen Regelung kann sichergestellt werden, dass alle Unternehmen ihrer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht wirksam nachkommen. Eine breite Unterstützung der Öffentlichkeit in Deutschland wäre der Bundesregierung sicher: Nach einer aktuellen Umfrage des Forum Fairer Handel stimmen 85% der Befragten der Forderung nach einer gesetzlichen menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht für Unternehmen zu (vgl. S. 12).

# VERBRAUCHERBEFRAGUNG ZUM FAIREN HANDEL 2018\*

Von Sandra Bähge, Centrum für Evaluation (CEval GmbH)

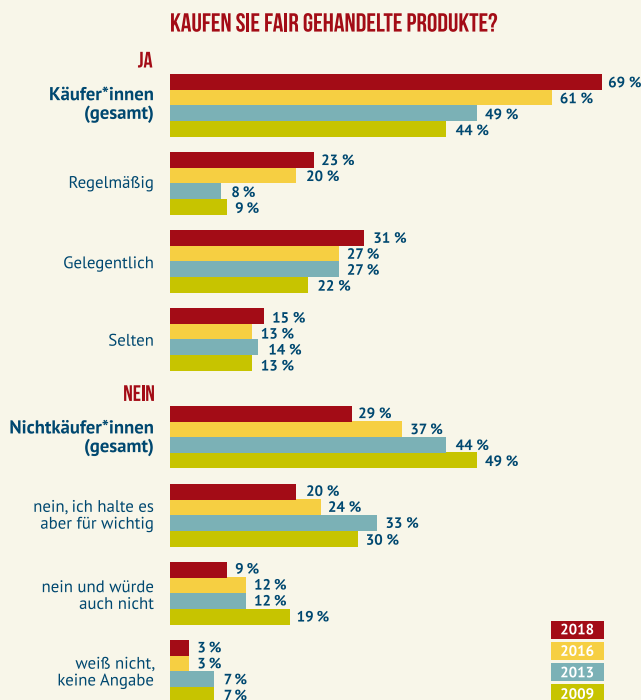
Der Faire Handel – auch bekannt unter dem englischen Begriff Fair Trade – hat in Deutschland seit seiner Entstehung in den 1970er Jahren deutlich an Bedeutung und Sichtbarkeit gewonnen. Immer mehr Menschen kaufen Produkte aus Fairem Handel, was sich in den wachsenden Umsatzzahlen spiegelt. Diese Trends gehen u.a. aus den vom Forum Fairer Handel als Verband des Fairen Handels in Deutschland erhobenen und herausgegeben Zahlen hervor. Das Forum Fairer Handel erhebt dabei nicht nur die Verkaufszahlen des Fairen Handels in Deutschland. Seit 2007 gibt das Forum Fairer Handel in regelmäßigen Abständen ebenfalls repräsentative Befragungen der Bevölkerung zum Fairen Handel in Auftrag. Auch 2018 hat eine solche Befragung stattgefunden.

## Ergebnisse der Befragung

Die Auswertung der Daten hat ergeben, dass die Befragten ein relativ gutes **Grundverständnis des Fairen Handels** haben und dass einige seiner Kernelemente auch besonders stark mit ihm assoziiert werden. In einem starken Zusammenhang mit dem Fairen Handel werden demnach vor allem das Verbot von Kinderarbeit, faire Löhne und Arbeitsbedingungen in den Entwicklungsländern und die Zahlung fairer Preise an die Produzent\*innen gesehen. Andere Aspekte, die wesentliche Bestandteile des Fairen Handels abbilden, werden hingegen seltener stark mit dem Fairen Handel assoziiert. Hervorzuheben sind hierbei etwa die Aufklärung der Verbraucher\*innen über Produktionsbedingungen in Entwicklungsländern sowie langfristige Handelsbeziehungen zwischen Produzent\*innen in Entwicklungsländern und ihren Handelspartnern in Deutschland.

Im Hinblick auf das selbstberichtete **Kaufverhalten** der Befragten ergab die Untersuchung, dass sich zwei Drittel der Befragten als Käufer\*innen fair gehandelter Produkte ausweisen. Zwar geben nur 5,6% aller Befragten an, sehr häufig und damit mehrmals im Monat faire Produkte zu kaufen. Immerhin ist es mit 18% aber bereits knapp jede fünfte Person, die von sich sagt regelmäßig, also mindestens einmal im Monat, fair gehandelte Produkte zu kaufen. Im Vergleich zu den Vorjahren erreicht der Anteil der Käufer\*innen fair gehandelter Produkte damit einen neuen Höchststand. Waren es 2009 noch 44,1%, ist dieser Anteil in den letzten neun Jahren um gut die Hälfte auf 68,7% gestiegen. Der Anteil der regelmäßigen Käufer\*innen hat dabei einen besonders starken Zuwachs erlebt und hat sich in dieser Zeitspanne mehr als verdoppelt. Parallel dazu ist der Anteil derjenigen Personen, die von sich sagen, keine Fair-Handels-Produkte zu kaufen, zwischen 2009 und 2018 um mehr als 40% und damit auf nur noch 28,6% zurückgegangen. Hierbei hat sich der Anteil der absoluten Nichtkäufer\*innen, also

derjenigen, die keine Fair-Handels-Produkte kaufen und die sagen, dass sie dies auch nicht tun würden, mehr als halbiert (von 18,8% auf 8,9%).



Die Untersuchung ging auch der Frage nach den **Motiven für den Kauf fair gehandelter Produkte** nach. Wie schon in den Vorjahren steht der Verzicht auf Kinderarbeit mit Abstand an der Spitze der wichtigsten Gründe für den Kauf fair gehandelter Produkte, wengleich dieses Argument im Vergleich zu anderen Motiven nicht mehr ganz den Stellenwert hat wie noch in den Vorjahren. 2018 finden das Verbot von Kinderarbeit aber immer noch 70% der Käufer\*innen und Unterstützer\*innen sehr wichtig. Es folgen die Qualität der Produkte, faire Preise für die Produzent\*innen sowie die Garantie, dass das Geld richtig verwendet wird – Gründe, die von mehr als der Hälfte der Befragten ebenfalls als sehr wichtig betrachtet werden. Interessant ist, dass im Zeitverlauf eine umweltschonende Produktion bzw. Bioqualität für eine wachsende Gruppe von Käufer\*innen einen sehr wichtigen Grund ausmacht, was sich als Anzeichen dafür deuten lässt, dass umweltbezogene Aspekte im Zusammenhang mit dem Fairen Handel an Bedeutung gewonnen haben.

\*Zwecks Lesbarkeit wird im Folgenden nur noch die männliche Form „Verbraucherbefragung“ genutzt.

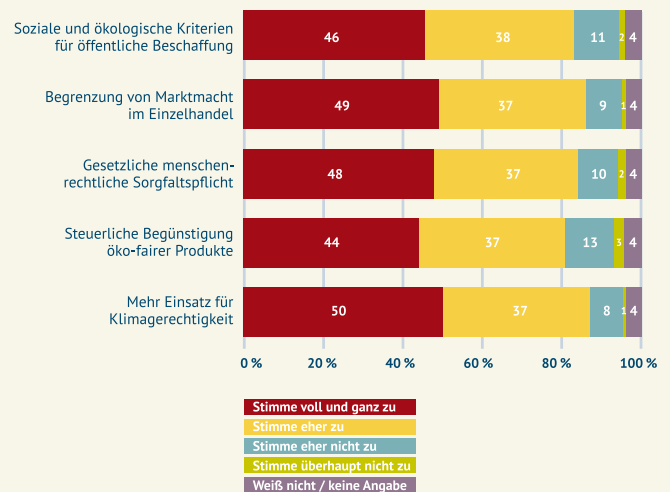
Die Frage nach den **Gründen dafür, keine fair gehandelte Produkte zu kaufen**, ergab, dass vor allem der als zu hoch empfundene Preis sowie der Verbleib bei den gewohnten Marken die Menschen davon abhalten, faire Produkte zu kaufen. Dies gilt sowohl für die Nicht-Käufer\*innen als auch für die Käufer\*innen. Es folgen Informations- und Glaubwürdigkeitsfragen, wenngleich diese nur für etwa ein Viertel der Befragten als sehr wichtige Hindernisse betrachtet werden. Eine mangelnde Verfügbarkeit der Produkte ist für eine knappe Mehrheit kein wichtiges Argument gegen den Kauf. Wenngleich die mangelnde Erhältlichkeit damit zwar nicht völlig als Kaufhindernis verschwindet, sprechen diese Ergebnisse insgesamt doch für eine gute Erhältlichkeit fairer Waren.

Bei der Frage nach den **Orten, an denen fair gehandelte Produkte gekauft werden**, wurden am häufigsten Supermärkte (knapp 72,8%) und Discounter (63,5%) angegeben. In beiden Fällen hat ein Zuwachs im Vergleich zu den Vorjahren stattgefunden, was insbesondere vor dem Hintergrund des in den vergangenen Jahren ebenfalls gewachsenen Angebots fair gehandelter Produkte in Supermärkten und Discountern zu sehen ist. Drogeriemärkte (25,5%) und Bio- und Naturkostläden (24,2%), die in der Liste der am häufigsten genannten Einkaufsorte fair gehandelter Produkte folgen, spielen als Orte des Kaufs fair gehandelter Produkte bereits eine deutlich untergeordnete Rolle, ebenso wie Weltläden (8,1%). Mit Blick auf die Weltläden passt dieses Ergebnis allerdings zum Anteil, den die Weltläden am Gesamtumsatz im Fairen Handel erzielen und spiegelt zum Teil auch die schwierige wirtschaftliche Situation von Einzelhandels-Fachgeschäften im Allgemeinen wider.

Die **politischen Forderungen des Fairen Handels** genießen unter den Befragten ein ausgesprochen hohes Maß an Zustimmung. Vier von fünf Befragten stimmen allen fünf formulierten Forderungen nach mehr Klimagerechtigkeit, einer Begrenzung der Machtmacht der großen Einzelhandelsunternehmen, einer gesetzlichen Regelung zur Durchsetzung von Arbeits- und Menschenrechten bei der Produktion, einer fairen öffentlichen Beschaffung und einer steuerlichen Begünstigung fairer Produkte zu.

Dass es einen **Fairen Handel auch in Europa** gibt, wird von den Befragten ebenfalls überwiegend als wichtig empfunden. Über die Hälfte erachtet dies sogar als sehr wichtig. Damit hat sich der Anteil der Befragten, die den Fairen Handel im Norden für sehr wichtig befinden, im Vergleich zum Jahr 2016, in dem dieser Aspekt erstmals vom Forum Fairer Handel erhoben wurde, noch einmal um neun Prozentpunkte erhöht.

#### STIMMEN SIE DEN FOLGENDEN POLITISCHEN FORDERUNGEN DER FAIR-HANDELS-BEWEGUNG ZU?



#### Über die Verbraucher\*innenbefragung 2018\*

Die Daten wurden von der Ipsos GmbH im Rahmen einer computerunterstützten persönlichen Mehrthemenbefragung erhoben. Dabei wurden in der Zeit vom 16.04. bis 30.05.2018 2.063 Personen über 14 Jahren interviewt. Die Befragten wurden über eine repräsentative, mehrstufig geschichtete Zufallsauswahl aus der Grundgesamtheit der Untersuchung (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Privathaushalten ab 14 Jahren) ermittelt.

Die Interviewten wurden zu folgenden Aspekten befragt:

- Grundverständnis des Fairen Handels
- Kaufverhalten: Häufigkeit des Kaufs fair gehandelter Produkte
- Motivation: Gründe fair gehandelte Produkte zu kaufen
- Hindernisse: Gründe fair gehandelte Produkte nicht zu kaufen
- Orte des Kaufs fair gehandelter Produkte
- Wichtigkeit der politischen Forderungen des Fairen Handels
- Wichtigkeit eines Fairen Handels im Norden

Die erhobenen Daten wurden im Nachgang deskriptiv statistisch ausgewertet. Bei einzelnen Fragen wurden zudem Unterschiede im Antwortverhalten verschiedener Befragtengruppen untersucht. Bei Fragen, für die bereits Daten aus den Vorjahren existieren, wurden zudem Entwicklungen und Trends im Zeitverlauf analysiert.

Weitere Informationen zur Verbraucherbefragung erhalten Sie unter [www.forum-fairer-handel.de/verbraucherbefragung](http://www.forum-fairer-handel.de/verbraucherbefragung).

# TÄTIGKEITSBERICHT DES FORUM FAIRER HANDEL 2017

## Politik

Die politische Arbeit des Forum Fairer Handel (FFH) war in 2017 auf die Bundestagswahl ausgerichtet. Dies trifft insbesondere auf die gemeinsame Kampagne mit dem Weltladen-Dachverband „Visionen des Fairen Handels zur Bundestagswahl“ zu (näheres dazu auf S. 14). Zudem wurden gemeinsame Forderungen an die nächste Bundesregierung formuliert und die Positionen der im Bundestag vertretenen Parteien dazu abgefragt und veröffentlicht.

Eines der Kernthemen des FFH war die menschenrechtliche Sorgfaltspflicht von Unternehmen. Vor diesem Hintergrund ist das FFH dem Netzwerk CorA, der Treaty Alliance Deutschland sowie dem Forum Nachhaltiger Kakao beigetreten. In 2017 war das Forum zudem an diversen politischen Fachveranstaltungen beteiligt, darunter am Global Forum for Food and Agriculture (GFFA) zum Thema „Landwirtschaft und Wasser – Schlüssel zur Welternährung“. In diesem Rahmen wurde einem internationalen Fachpublikum aufgezeigt, welche Anreize und Lösungsansätze der Faire Handel in Ländern mit Wasserknappheit bieten kann, um sich den verschärften klimatischen Bedingungen anzupassen. Zu europäischen Themen arbeitete das Forum Fairer Handel zusammen mit dem Fair Trade Advocacy Office (FTAO).

## Kommunikation

Auf der Jahrespresskonferenz 2017 verkündete das Forum für das Geschäftsjahr 2016 ein erneutes Umsatzhoch und damit die Fortsetzung des Wachstumskurses für den Fairen Handel in Deutschland. Es wurde jedoch auch betont, dass schwankende Weltmarktpreise, erschwerte klimatische Bedingungen sowie asymmetrische Machtverhältnisse im Welthandel den Druck auf Produzent\*innen erhöhen. Vor diesem Hintergrund wurde die Notwendigkeit der politischen Arbeit der Fair-Handels-Bewegung unterstrichen.

Das Forum Fairer Handel war 2017 auf der Internationalen Grünen Woche (IGW) sowie auf dem evangelischen Kirchentag mit einem Stand präsent. Ein Highlight auf der IGW 2017 war die Präsentation der CEval-Studie „Verändert der Faire Handel die Gesellschaft?“ anlässlich der Eröffnung der Halle des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. Hier vertrat die Vorstandsvorsitzende Andrea Fütterer das Forum und betonte, dass der Faire Handel den gesellschaftlichen Schulterschluss mit gleichgesinnten zivilgesellschaftlichen Akteuren verstärken muss, um die politische Forderung der Bewegung nach einem gerechteren Welthandel voranzubringen. Am Stand des Forums auf dem evangelischen Kirchentag in Berlin

nutzten mehr als 1.000 Besucher\*innen die Gelegenheit, sich über den Fairen Handel und die Arbeit des Forums zu informieren sowie ihre eigenen Wünsche an die neue Bundesregierung zu formulieren.



Das Forum Fairer Handel war zudem auf der Messe „Fair Handeln“ in Stuttgart mit einer Veranstaltung zum Fairen Handel im Norden und auf der FAIR FRIENDS in Dortmund vertreten.

## Grundsatz

Auch in 2017 war das Umsatzwachstum im Fairen Handel ein Beleg für das zunehmende Interesse an fair produzierten Gütern. Bei vielen Konsument\*innen führt die Vielfalt der Standards und Label jedoch zu Unsicherheit, welche Zeichen vertrauenswürdig sind. Wie bereits 2012 untersuchte das FFH deswegen Standards verschiedener Initiativen, die bisher nicht als äquivalent zu bisher anerkannten Siegeln und Labeln bewertet wurden. Hierzu fand ein intensiver Austausch mit den Standardsetzern statt.

## Austausch und Qualifizierung

Ab März 2017 begann beim Forum die inhaltliche Vorbereitung des Fair-Handels-Kongresses „Gesellschaftliche Transformation durch Fairen Handel?“, der am 1. und 2. März 2018 stattfand. In verschiedenen Arbeitsgruppen wurden die Schwerpunktthemen des Kongresses inhaltlich vorbereitet. Zudem wurde ein Workshop zu dem Konzept „Re.Imagining Activism“ des Smart CSOs Lab durchgeführt. In diesem Rahmen wurde kritisch bilanziert, was die Fair-Handels-Bewegung bisher erreicht hat, und potentielle Ansatzpunkte für eine weitere, noch wirkungsvollere, politische Arbeit diskutiert. Einen Tag lang reflektierten

rund 25 Vertreter\*innen der Fair-Handels-Bewegung, wie sich die Erkenntnisse des Smart CSO-Ansatzes und des I.L.A-Kollektivs für die eigene Arbeit nutzen lassen. Die Dokumentation der Veranstaltung in Form einer Broschüre greift relevante Aspekte der Vorträge sowie der Diskussion auf.

Das Forum Fairer Handel ist Anstellungsträger der Koordinatorin der Konferenz der Fair-Handels-Beratung (KFB). Diese Aufgabe wird von Birgit Lieber, Fair-Handels-Beraterin in Baden-Württemberg wahrgenommen. Die KFB ist das gemeinsame Forum der bundesweit 17 Fair-Handels-Berater\*innen und dient dem kollegialen Austausch, der Weiterbildung sowie der Entwicklung neuer Beratungsinstrumente und der Ausarbeitung von Qualifizierungsangeboten für Weltladenmitarbeiter\*innen. Im Fokus standen 2017 die politische Kampagne von Weltladen-Dachverband und Forum Fairer Handel sowie die Kooperation mit der Importeursinitiative "Miteinander fair in die Zukunft" für die Gestaltung eines Entwicklungsprogramms für die Zukunftsfähigkeit von Weltläden.



## Kampagne 2017: Visionen des Fairen Handels zur Bundestagswahl

2017 wurde der Bundestag neu gewählt. Im Vorfeld hat das Forum Fairer Handel in einer gemeinsamen Kampagne mit dem Weltladen-Dachverband drei Visionen und neun konkrete Forderungen für die Bundestagswahl formuliert:

### Vision 1: Faire Arbeitsbedingungen weltweit!

*Konkrete Forderungen an die Bundesregierung:*

- Arbeits- und Menschenrechte weltweit schützen
- Fairer Handel statt Freihandel
- Faire Beschaffung zum Standard machen

### Vision 2: Eine bäuerliche Landwirtschaft, die alle Menschen ernährt!

*Konkrete Forderungen an die Bundesregierung:*

- Entwicklungspolitik muss Kleinbäuer\*innen fördern
- Eine Agrarpolitik, die eine bäuerliche, ökologische Landwirtschaft fördert
- Konzernmacht eindämmen und unfaire Handelspraktiken verbieten

### Vision 3: Menschenwürdiger Umgang mit allen!

*Konkrete Forderungen an die Bundesregierung:*

- Eine humane und integrative Asylpolitik mit fairen Asylverfahren
- Ein selbstständiges und selbstbestimmtes Leben für Geflüchtete
- Ein gutes Zusammenleben ohne Rassismus und Diskriminierung fördern



### **Vielfältige Aktionen zum Weltladentag 2017**

Am Weltladentag am 13. Mai 2017 ging es los: Weltläden und Weltgruppen mobilisierten bundesweit mit vielfältigen politischen Aktionen Unterstützer\*innen für die Visionen des Fairen Handels – darunter beispielsweise eine Diskussionsveranstaltung in Fürth, ein Visions-Café in Berlin, ein faires Frühstück in Wolfenbüttel, ein Stadtrundgang in Fulda oder eine Straßenaktion in Bremen.

### **80 Mitglieder des Bundestags kennen die Visionen des Fairen Handels**

Ziel der Kampagne war es, mit Blick auf den Bundestagswahlkampf, mit den Bürger\*innen und Bundestagskandidat\*innen intensiv über die Zukunftsvisionen des Fairen Handels ins Gespräch zu kommen. Die Fair-Handels-Akteure versuchten viele Bundestagskandidat\*innen davon zu überzeugen, sich in der nächsten Legislaturperiode für die Verwirklichung der Visionen und die Umsetzung der politischen Forderungen des Fairen Handels stark zu machen. Der Erfolg der Kampagne 2017 wird durch die bundesweite Auswertung sichtbar: Weltläden waren mit etwa 160 Bundestagskandidat\*innen in Kontakt. Einige Weltläden haben öffentliche Podiumsdiskussionen organisiert. Insgesamt gab es 77 persönliche Treffen. 80 Politiker\*innen, mit denen die Weltläden Kontakt hatten, sind in den Bundestag gewählt worden. Die 80 Abgeordneten haben die folgende Parteizugehörigkeit: 24 SPD, 20 CDU, 16 DIE GRÜNEN, 7 FDP, 5 CSU und 5 DIE LINKE.

### **Kim's Realitätscheck**

Faire Arbeitsbedingungen für alle? Eine bäuerliche Landwirtschaft, die alle Menschen ernährt? Ein friedliches Miteinander ohne Rassismus und Diskriminierung? In welcher Welt wollen wir eigentlich leben? Der achtjährige Kim erzählt uns von seinem Alltag! Doch leider geht es nicht allen Menschen so gut wie Kim.

Das Video zur Kampagne „Visionen des Fairen Handels zur Bundestagswahl“ können Sie sich unter folgendem Link ansehen: <https://youtu.be/F19F0VX3dR4>



## **Faire Woche 2017 – Fairer Handel schafft Perspektiven**

2017 fand die 16. Faire Woche vom 15. bis 29. September unter dem Motto "Fairer Handel schafft Perspektiven" statt. Der Fokus lag bei den wirtschaftlichen Perspektiven der Produzent\*innen im Globalen Süden, welche im Rahmen von rund 2.200 Veranstaltungen bundesweit thematisiert wurden. Um die zahlreichen Wirkungen des Fairen Handels weltweit greifbar zu machen, bot die Faire Woche wieder viel Raum für Begegnungen und den direkten Austausch mit Handelspartner\*innen. Gäste aus Honduras, Kolumbien, Nepal, Palästina und Uganda reisten im Aktionsraum durch ganz Deutschland und berichteten im Rahmen von über 100 Veranstaltungen von ihren Erfahrungen mit dem Fairen Handel.

### **Auftaktveranstaltung in Berlin**

Im Rahmen eines Pressegesprächs zum Auftakt der Fairen Woche am 14. September präsentierten die internationalen Gäste ihre politischen Forderungen an die nächste Bundesregierung, deren Wahl unmittelbar bevorstand. Im Vordergrund standen eine ambitioniertere Klimapolitik und mehr Unterstützung bei der Bewältigung des Klimawandels, ein stärkerer Fokus auf Kleinproduzent\*innen in der Entwicklungspolitik, die Neuausrichtung der EU-Agrarpolitik sowie steuerliche Anreize für fairen Konsum. Eine Fotoaktion im Berliner Regierungsviertel lud dazu ein, die Perspektive zu wechseln und sich mit den Lebens- und Arbeitsbedingungen von Kaffeeproduzent\*innen auseinanderzusetzen. Im Anschluss gab es in der Kolumbianischen Botschaft in Berlin eine spannende Diskussion zum Thema "Perspektiven der Landwirtschaft: Kleinbäuerlich oder industriell – was ist die Zukunft?" Mit auf dem Podium saßen Andrea Fütterer, Vorstandsvorsitzende des Forum Fairer Handel e.V., Dr. Hans Theo Jachmann, ehemaliger Präsident des Industrieverband Agrar e.V., Sol Maria Toro, Vertreterin des Netzwerkes der Fair-Handels-Produzent\*innen in Lateinamerika und der Karibik (CLAC) sowie Dr. Olaf Deutschbein, Leiter des Referats für Landwirtschaft, Innovation und Agrarforschung im BMZ. Es wurde kontrovers diskutiert, wie die Landwirtschaft unter Wahrung der ökologischen Grenzen gestaltet werden muss, um eine wachsende Weltbevölkerung zu ernähren und gleichzeitig Armut und Benachteiligung zu überwinden.



### Highlights der Fairen Woche 2017

Das Besondere an der Fairen Woche ist das große Engagement der Fair-Handels-Aktiven. Deren Kreativität äußert sich in der Vielfalt der Aktionen. Zu den Highlights in 2017 zählte beispielsweise das politische Kochduell in Stuttgart. Mit Blick auf die Bundestagswahl hatten Vertreter\*innen verschiedener Parteien Gelegenheit, mit fairen Produkten zu kochen und sich bei einer Podiumsdiskussion den Fragen des Publikums zu stellen. In Hamburg lud ein Poetry Slam zum fulminanten Wort austausch für mehr Gerechtigkeit im Welthandel ein. In Lübeck präsentierten 100 Schüler\*innen zum Auftakt der Fairen Woche vor dem Rathaus selbst gemalte Bilder zum Fairen Handel. Derweil verteilten die Kinder der Fairen Kita Gronau bei ihrem Besuch im Bethesda Seniorenzentrum u.a. fair gehandelte Rosen an die Bewohner\*innen.

### #perspektivenschaffen

Über 500 Beiträge wurden 2017 zum Hashtag #perspektivenschaffen auf Facebook, Instagram und weiteren Sozialen Netzwerken gepostet – darunter ein Rezeptvideo mit fair gehandelten Zutaten von Köchin und Foodbloggerin Sophia Hoffmann.



Eine Fotodokumentation zur Fairen Woche 2017 finden Sie unter [www.faire-woche.de/die-faire-woche/rueckblick/](http://www.faire-woche.de/die-faire-woche/rueckblick/)

### Über die Faire Woche

Seit mehr als 15 Jahren lädt die Faire Woche jeden September alle Menschen in Deutschland dazu ein, Veranstaltungen zum Fairen Handel in ihrer Region zu besuchen oder selbst zu organisieren. Mit jährlich über 2.000 Aktionen ist sie bundesweit die größte Aktionswoche des Fairen Handels. Veranstalter der Fairen Woche ist das Forum Fairer Handel in Kooperation mit TransFair und dem Weltladen-Dachverband – die Organisation der Aktionen vor Ort übernehmen Weltläden, lokale Aktionsgruppen, Schulen oder auch Privatpersonen.

Weitere Informationen zur Fairen Woche erhalten Sie unter [www.faire-woche.de](http://www.faire-woche.de)





## Aus dem Verein

### Neue Mitglieder im Forum Fairer Handel

Als neues, vorläufiges Mitglied begrüßte der Vorstand im Juli Dr. Bronner's Europe. Das Familienunternehmen Dr. Bronner's stellt sozial und ökologisch verantwortungsvolle Kosmetik-Produkte her und setzt einen Teil seiner erzielten Gewinne für Fair-Handels-Projekte und wohltätige Zwecke ein. Dr. Bronner's Europe hat die Aufnahme bei der World Fair Trade Organization beantragt, die Muttergesellschaft in den USA ist dort bereits Vollmitglied. Darüber hinaus wurde im April die vorläufige Mitgliedschaft des FAIR BAND – Bundesverband für fairen Import und Vertrieb e.V. in eine volle Mitgliedschaft umgewandelt.

### Veränderungen im Vorstand und der Geschäftsstelle

2017 verließen Jannika Froch und Silke Mählenhoff den Vorstand des Forum Fairer Handel. Als Vertreter des Weltladen-Dachverbands wurde im Juli Steffen Weber in den Vorstand gewählt.

Geschäftsführer Armin Massing hat 2017 die Geschäftsstelle des Forum Fairer Handel in Berlin verlassen. Seit April ist Manuel Blendin alleiniger Geschäftsführer des Forums. Als politische Referentin ist seit März 2017 Maja Volland tätig.

### Inhaltliche Schwerpunkte

Inhaltliche Schwerpunkte der Vorstandsarbeit waren die Vorbereitung des Fair-Handels-Kongresses sowie strukturelle Vereinsfragen. Darüber hinaus wurden verschiedene politische Instrumente zur Förderung des Fairen Handels diskutiert und bewertet (Kaffeesteuer, öko-faire Mehrwertsteuer etc.) und eine politische Strategie verabschiedet. Die inhaltliche Arbeit des Forum Fairer Handel wird von vier Arbeitsgruppen weiterentwickelt: Grundsatz und Politik, Faire Woche, Öffentlichkeitsarbeit sowie Bildungsarbeit. Ein breites Netzwerk von Partnerorganisationen arbeitet in den Arbeitsgruppen mit.

### Neue Mitgliedschaften des Forum Fairer Handel

2017 hat das Forum Fairer Handel den Mitgliedsantrag beim Verband Entwicklungspolitik und Humanitäre Hilfe deutscher Nichtregierungsorganisationen e.V. (VENRO) gestellt. Darüber hinaus wurde das Forum Fairer Handel in 2017 Mitglied beim Netzwerk für Unternehmensverantwortung CorA, bei der Treaty Alliance sowie beim Forum Nachhaltiger Kakao.

## Finanzbericht

Gewinn- und Verlustrechnung	2017	2016
<b>Umsatzerlöse ideeller Bereich</b>		
08000 Echte Mitgliedsbeiträge	59.792,04 €	58.469,79 €
08001 Fördermitgliedsbeiträge	125,09 €	0,00 €
08010 Spenden	652,00 €	1.677,50 €
08050 Zuschüsse BMZ/ Engagement Global	601.883,18 €	571.750,00 €
08051 Zuschüsse Brot für die Welt	74.534,60 €	82.699,12 €
08052 Zuschüsse Misereor	53.000,00 €	57.580,00 €
08053 EU-Zuschuss	9.023,68 €	0,00 €
08055 sonst. Zuschüsse Kooperationspartner Faire Woche	59.234,90 €	59.332,51 €
08056 sonst. Zuschüsse	0,00 €	358,00 €
<b>Sonstige betriebliche Erträge ideeller Bereich</b>	4.536,68 €	4.253,85 €
<b>Umsatzerlöse Zweckbetrieb</b>	345,00 €	1.209,50 €
<b>Umsatzerlöse Wirtschaftsbetrieb</b>	0,00 €	1.190,00 €
<b>Saldo Gesamteinnahmen</b>	<b>863.127,17 €</b>	<b>838.520,27 €</b>
<b>Personalaufwand</b>	-292.606,37 €	-290.122,33 €
<b>Abschreibungen</b>	-8.768,54 €	-5.953,97 €
<b>Raumkosten</b>	-28.336,20 €	-26.742,07 €
<b>Versicherungen, Beiträge und Abgaben</b>	-1.548,90 €	-1.118,90 €
<b>Reparaturen und Instandhaltungen</b>	-131,00 €	-2.777,26 €
<b>Werbe- und Reisekosten</b>	-46.786,94 €	-51.585,63 €
<b>Fremdarbeiten + Honorare ohne KSK</b>	-145.618,10 €	-124.709,18 €
<b>sonstige Kosten</b>	-320.654,61 €	-319.285,05 €
<b>Einstellungen in freie Rücklage</b>	-18.676,51 €	-16.225,88 €
<b>Saldo Gesamtkosten</b>	<b>-863.127,17 €</b>	<b>-838.520,27 €</b>
<b>Bilanzgewinn/-verlust</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

## Bilanz

Aktiva	EUR	2017	2016
<b>A. Anlagevermögen</b>		<b>373,00 €</b>	<b>151.053,34 €</b>
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>			
2. Konzessionen, Lizenzen und ähnliche Rechte und Werte	1,00 €		1.881,00 €
<b>II. Sachanlagen</b>			
3. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	372,00 €		458,00 €
<b>B. Umlaufvermögen</b>		<b>151.053,34 €</b>	<b>73.530,45 €</b>
<b>II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>			
4. sonstige Vermögensgegenstände	75.065,74 €		73.085,38 €
<b>IV. Kassenbestand, Guthaben b. Kreditinstituten</b>	75.987,60 €		445,07 €
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		<b>0,00 €</b>	<b>950,00 €</b>
		<b>151.426,34 €</b>	<b>76.819,45 €</b>

Passiva	EUR	2017	2016
<b>A. Eigenkapital</b>		<b>64.652,56 €</b>	<b>45.976,05 €</b>
<b>III. satzungsmäßige Rücklagen</b>			
2. freie Rücklage	64.652,56 €		45.976,05 €
<b>C. Rückstellungen</b>		<b>545,53 €</b>	<b>600,00 €</b>
3. sonstige Rückstellungen	545,53 €		600,00 €
<b>D. Verbindlichkeiten</b>		<b>48.203,96 €</b>	<b>21.493,40 €</b>
2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	0,00 €		3.891,34 €
4. Verbindlichkeiten aus Lieferungen u. Leistungen	34.574,28 €		243,23 €
8. sonstige Verbindlichkeiten	13.629,68 €		17.358,83 €
<b>E. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		<b>38.024,29 €</b>	<b>8.750,00 €</b>
1. Rechnungsabgrenzungsposten		38.024,29 €	8.750,00 €
<b>Summen</b>		<b>151.426,34 €</b>	<b>76.819,45 €</b>

Der Verein entwickelte sich 2017 weiterhin positiv. Dank der finanziellen Förderung durch ENGAGEMENT GLOBAL im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), des evangelischen Kirchlichen Entwicklungsdienstes sowie MISEREOR konnte das Forum seine umfangreiche Informations- und Bildungsarbeit im Rahmen des Projektes „FAIRantwortung. Fairen Handel stärken, Menschenrechte im weltweiten Handel schützen“ erfolgreich fortsetzen. Zusätzliche Finanzmittel dafür erhalten das Forum Fairer Handel und

der Weltladen-Dachverband seit dem 1. September 2017 aus dem EU-Projekt „Trade fair, live fair“. Die Faire Woche in Kooperation mit dem Weltladen-Dachverband und TransFair wurde ebenfalls von ENGAGEMENT GLOBAL, dem evangelischen Kirchlichen Entwicklungsdienst und MISEREOR finanziert. Die Koordination der Konferenz der Fair-Handels-Beratung wird durch den evangelischen Kirchlichen Entwicklungsdienst und MISEREOR gefördert. Wir danken allen Geldgebern für deren Unterstützung und Vertrauen in die Arbeit des Forums.

## Service

### Ansprechpartner\*innen (Stand: Juli 2018)

**Manuel Blendin**, Geschäftsführer  
**Katrin Frank**, Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
**Julia Lesmeister**, Projektleiterin Faire Woche  
**Maja Volland**, Politische Referentin  
**Pia Heuer**, Finanzreferentin  
**Jonas Lorenz**, Projektassistent Grundsatz und Politik  
**Lisa Niklas**, Projektassistentin Online-Redaktion/ Öffentlichkeitsarbeit  
**Monika Gorkisch**, Team-Assistentin

### Vorstand des Forum Fairer Handel:

Andrea Fütterer (Vorsitzende), Gerd Nickoleit (Stellvertretender Vorsitzender), Ruben Enxing (Kassenwart), Klaus Kruse, Sussan Ipaktschi, Steffen Reese, Steffen Weber

Den Kontakt zu den einzelnen Ansprechpartner\*innen finden Sie unter  
[www.forum-fairer-handel.de/ueber-uns/geschaeftsstelle](http://www.forum-fairer-handel.de/ueber-uns/geschaeftsstelle)  
[www.forum-fairer-handel.de/ueber-uns/vorstand](http://www.forum-fairer-handel.de/ueber-uns/vorstand)

Allgemeine Anfragen richten Sie bitte an  
[info@forum-fairer-handel.de](mailto:info@forum-fairer-handel.de) oder 030 - 280 40 588  
(Montag bis Donnerstag, 9 bis 17 Uhr).

### Publikationen

- Fokus Faire und Ökologische Kleidung - Überblick aus Fair-Handels-Sicht
- Re.imaging Activism - Ansätze für eine systemische Transformation (Veranstaltungsdokumentation)
- Reihe „Kompass Fairer Handel“ (Factsheets zu Grundsatzthemen des Fairen Handels)
- Standardvergleich (in Erscheinung)
- Aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel 2017

### Materialien zur Fairen Woche

- Hintergrundbroschüre „Gemeinsam für ein gutes Klima“ (2018)
- Aktionsleitfaden zur Fairen Woche 2018
- Faltblatt zum Jahresthema 2018
- Rezeptheft zur Fairen Woche 2018
- Faltblatt für Jugendliche 2018

## 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 e.V. 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.



# FORUM FAIRER HANDEL E.V.

Das Forum Fairer Handel e.V. (FFH) 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 FFH versteht sich als die politische Stimme der Fair-Handels-Bewegung in Deutschland und setzt sich für veränderte Regeln für Handel und Landwirtschaft weltweit ein. Das FFH erhebt jährlich umfangreiche Daten zu Umsätzen und Absatzmengen des Fairen Handels, auf deren Grundlage sich aktuelle Trends und Entwicklungen des Fairen Handels in Deutschland einschätzen lassen. Einmal im Jahr veranstaltet das Forum Fairer Handel die Faire Woche – die größte Aktionswoche des Fairen Handels in Deutschland.

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)