

2022

# AKTUELLE ENTWICKLUNGEN IM FAIREN HANDEL

- UMSATZ- UND ABSATZENTWICKLUNGEN IM GESCHÄFTSJAHR 2021
- EINZELNE PRODUKTE UND SEGMENTE IM FOKUS
- FAIRE BIOLEBENSMITTEL UND DIE BEDEUTUNG DER ÖKOLOGISCHEN LANDWIRTSCHAFT IM FAIREN HANDEL
- MIT BITTEREM BEIGESCHMACK: FAIRE HANDELSPRAKTIKEN UND EXISTENZSICHERNDE EINKOMMEN — EINE CHANCE FÜR DEN KAFFEESEKTOR?
- TÄTIGKEITSBERICHT DES FORUM FAIRER HANDEL 2021

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>EDITORIAL</b> .....	<b>3</b>
<b>UMSATZ- UND ABSATZENTWICKLUNGEN IM GESCHÄFTSJAHR 2021</b> .....	<b>4</b>
<b>UMSATZENTWICKLUNGEN</b> .....	<b>4</b>
<b>ANTEIL EINZELNER PRODUKTE AM GESAMTUMSATZ DES FAIREN HANDELS</b> .....	<b>6</b>
<b>EINZELNE PRODUKTE UND SEGMENTE IM FOKUS</b> .....	<b>6</b>
<b>KAFFEE WEITERHIN AUF PLATZ EINS</b> .....	<b>6</b>
<b>INFLATION FRISST GEWINNE</b> .....	<b>6</b>
<b>FAIRE SÜDFRÜCHTE UND BANANEN: PREISKAMPF DER DISCOUNTER GEHT WEITER</b> .....	<b>7</b>
<b>FAIRE SCHOKOLADE IM AUFWIND: BEITRAG ZUR BEKÄMPFUNG VON KINDERARBEIT UND DES KLIMAWANDELS</b> .....	<b>7</b>
<b>FAIRES KUNSTHANDWERK BESONDERS VON STEIGENDEN TRANSPORTKOSTEN BETROFFEN</b> .....	<b>7</b>
<b>FAIRE BIOLEBENSMITTEL UND DIE BEDEUTUNG DER ÖKOLOGISCHEN LANDWIRTSCHAFT IM FAIREN HANDEL</b> .....	<b>8</b>
<b>FAIRER HANDEL: GUT FÜRS KLIMA!</b> .....	<b>8</b>
<b>AGROFORST UND FAIRER HANDEL – EINE NEUE PERSPEKTIVE FÜR KAFFEEBÄUER*INNEN IN BURUNDI</b> .....	<b>8</b>
<b>ÖKOLOGISCHER LANDBAU IN DER WÜSTE – SEKEM IN ÄGYPTEN</b> .....	<b>9</b>
<b>DIE MOLKEREI BERCHTESGADENER LAND: FAIRER MILCHPREIS STÄRKT KLEINE BETRIEBE</b> .....	<b>10</b>
<b>NACHHALTIGKEIT AUCH IM FAIREN HANDWERK IM TREND</b> .....	<b>10</b>
<b>MIT BITTEREM BEIGESCHMACK</b> .....	<b>11</b>
<b>FAIRE HANDELSPRAKTIKEN UND EXISTENZSICHERNDE EINKOMMEN – EINE CHANCE FÜR DEN KAFFEESEKTOR?</b> .....	<b>11</b>
<b>TÄTIGKEITSBERICHT DES FORUM FAIRER HANDEL 2021</b> .....	<b>14</b>
<b>POLITIK UND GRUNDSATZ</b> .....	<b>14</b>
<b>KOMMUNIKATION</b> .....	<b>14</b>
<b>AUSTAUSCH UND QUALIFIZIERUNG</b> .....	<b>15</b>
<b>FAIRE WOCHE</b> .....	<b>15</b>
<b>AUS DEM VEREIN</b> .....	<b>16</b>
<b>FINANZBERICHT</b> .....	<b>17</b>
<b>KONTAKT UND INFORMATIONEN</b> .....	<b>19</b>

## IMPRESSUM

Herausgeber: Forum Fairer Handel e.V.

Texte: Katrin Frank, Maja Volland (Forum Fairer Handel e.V.)

Es wurden zudem Beiträge von Thomas Hoyer (WeltPartner eG), Julia Hilker (Globo Fair Trade Partner) und Anna Wolf (EL PUENTE) redaktionell überarbeitet bzw. gekürzt integriert.

Redaktion: Katrin Frank

Gestaltung: Dreimalig Werbeagentur

Berlin, Juli 2022

Klimaneutral gedruckt auf Recyclingpapier

Bildnachweise: S. 3: Forum Fairer Handel e.V. (FFH)/J. Farys · S. 8: WeltPartner eG · S. 9: EL PUENTE · S. 10: Globo Fair Trade Partner · S. 15: FFH · S. 16 (links): Weltladen-Dachverband/C. Albuschkat · S. 16 (rechts): FFH/K. Ladiges · S. 17: World Fair Trade Organization/C. Ladiges

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

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

## EDITORIAL



In der vorliegenden Broschüre blicken wir aus Fair-Handels-Perspektive auf das Wirtschaftsjahr 2021 zurück. Die Fair-Handels-Akteure in Deutschland können stolz darauf sein, dass sie den widrigen Bedingungen im zweiten Jahr der Pandemie gemeinsam mit den Handelspartnern in Süd und Nord erfolgreich die Stirn geboten haben. Das gilt insbesondere für diejenigen, die ausschließlich Fairen Handel betreiben, denn sie haben 2020, als viele Weltläden schließen mussten, besonders kämpfen müssen. Dass sie die Interessen ihrer Handelspartner immer an erster Stelle sehen und nicht den eigenen Profit, haben sie 2021 erneut bewiesen. Wenn die Kosten für den Transport in Containern so in die Höhe schnellen, dass sie den Wert der darin zu befördernden fairen Handwerksprodukte bei weitem übersteigen, dann ist Kreativität, aber vor allem Solidarität gefragt. Beides wurde im letzten Jahr vielfach unter Beweis gestellt.

Doch kaum war der Umgang mit der Pandemie „Alltag“ geworden, zeigten die weltweiten Verwerfungen in Folge des Angriffskrieges auf die Ukraine erneut, wie sehr alles in unserer globalisierten Welt zusammenhängt. Dieser Krieg beängstigt uns und bringt Gefühle der Ohnmacht hervor. Er kann aber auch Anlass dafür sein, erst recht die Ärmel hochzukrempeln und weiter gemeinsam an unserer Friedens- und Zukunftsvision zu arbeiten. Denn soziale Gerechtigkeit, der Schutz von Menschenrechten und unserer Umwelt sind ein Beitrag zum Frieden.

Naturland und der Weltladen-Dachverband – beide Mitglieder im Forum Fairer Handel (FFH) – hatten einst das treffende Motto „Fair ernährt mehr“ für eine gemeinsame Kampagne gewählt. Das ist in Zeiten, in denen Hunger als Waffe eingesetzt wird und die Klimakrise weiterhin nach schnellen Antworten verlangt, ein besonders wichtiger Anspruch des Fairen Handels. Denn es ist nicht die industrielle Landwirtschaft, die die Weltbevölkerung zukünftig ernähren, kostbare Böden und die Biodiversität erhalten wird, sondern es ist die bäuerliche – meist ökologische – Landwirtschaft, die im Fairen Handel gefördert wird. Welche Folgen die Abhängigkeit von Getreideimporten aus der Ukraine zum Beispiel für die Ernährungssicherheit von Menschen auf dem afrikanischen Kontinent hat, sehen wir gerade mit großer Bestürzung. Doch dies darf keinesfalls zu einer Rolle rückwärts in der Agrarwende führen, wie sie derzeit von der konventionellen Landwirtschaftslobby gefordert wird. Deswegen beleuchten wir in dieser Broschüre, welche Bedeutung faire und ökologisch angebaute Lebensmittel haben und wie Kooperativen in Burundi und Ägypten, aber auch bäuerliche Milchbetriebe hierzulande von ihren fairen Handelspartnerschaften profitieren.

Eine weitere Folge des Krieges gegen die Ukraine sind weltweit steigende Kosten für Lebens- und Produktionsmittel. Wir alle bekommen sie zu spüren – auch Kaffeeproduzent\*innen im Globalen Süden, die sich unter anderen Umständen über aktuell hohe Weltmarktpreise freuen könnten. Doch aufgrund der grassierenden Inflation werden ihre Gewinne von den gestiegenen Kosten aufgefressen. Anhand von Kaffee zeigen wir auf, wie unfaire Handelspraktiken und ungleiche Machtverhältnisse in Agrarlieferketten den Produzent\*innen generell schaden. Existenzsichernde Einkommen sind ein Menschenrecht, weswegen wir weiterhin mit Nachdruck ein Verbot des Einkaufs unterhalb der Produktionskosten fordern, um dem ruinösen Preiskampf im Lebensmittelhandel einen Riegel vorzuschieben. Wer entlang der Lieferketten wieviel verdient, müsste jedoch transparenter sein, damit die Mehrkosten nicht eins zu eins an die Konsument\*innen weitergegeben werden. Das Beispiel der Molkerei Berchtesgadener Land in dieser Broschüre zeigt, dass es auch anders geht, wenn Profit nicht an erster Stelle steht. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine spannende Lektüre und neue Einblicke in den Fairen Handel.

Ihre

Andrea Fütterer

Vorstandsvorsitzende des Forum Fairer Handel e.V.

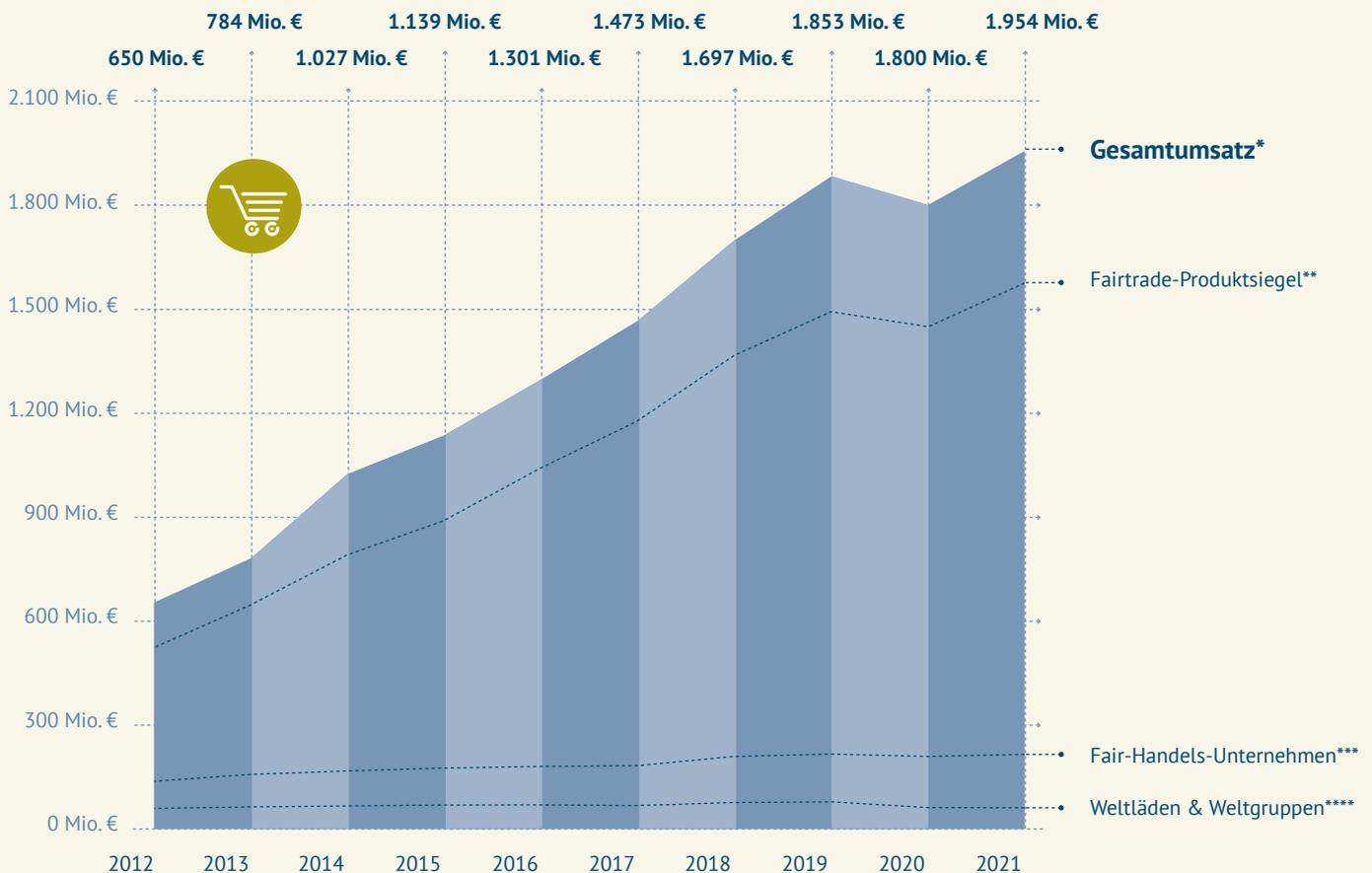
# UMSATZ- UND ABSATZENTWICKLUNGEN IM GESCHÄFTSJAHR 2021

## Umsatzentwicklungen

Die pandemiebedingte Talfahrt im Geschäftsjahr 2020 ist überwunden. 2021 konnte der Faire Handel in Deutschland sich trotz widriger Umstände erneut wirtschaftlich behaupten. Im Geschäftsjahr 2021 wurden in Deutschland 1,9 Milliarden Euro zu Endverbraucherpreisen mit Produkten aus Fairem Handel umgesetzt. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Zuwachs von 7 %. Im Durchschnitt gaben die Verbraucher\*innen in Deutschland pro Kopf 23,5 Euro für faire Lebensmittel und Handwerksprodukte aus (2020 waren es 21,63 Euro)<sup>1</sup>.

## Gesamtumsatz des Fairen Handels in Deutschland, 2012-2021

### Umsatz fair gehandelter Produkte zu geschätzten Endverbraucherpreisen



### Umsatz fair gehandelter Produkte zu geschätzten Endverbraucherpreisen

\* Der Gesamtumsatz umfasst den Umsatz der anerkannten Fair-Handels-Unternehmen und den Umsatz der anerkannten Fair-Handels-Zertifizierungen (Naturland Fair, Fair for Life, SPP, Fairtrade-Produkt-Siegel sowie den speziellen Fairtrade-Produkt-Siegeln (u. a. für Baumwolle und Kosmetik).

\*\* Dieser Wert umfasst Produkte mit dem Fairtrade-Produkt-Siegel sowie den speziellen Fairtrade-Produkt-Siegeln (u. a. für Baumwolle und Kosmetik). Als fair gehandelte Produkte erfasst das Forum Fairer Handel Waren, deren Rohstoffe soweit möglich aus Fairem Handel stammen („All that can be must be Fair Trade“). Produkte mit den Fairtrade-Rohstoff-Siegeln sind in dieser Berechnung nicht enthalten.

\*\*\* Umsatz der anerkannten Fair-Handels-Unternehmen. Zu den hier erfassten Waren zählen auch Produkte mit Produkt-Siegeln (Fairtrade, Naturland, Fair for Life, SPP).

\*\*\*\* Umsatz der Weltläden mit Waren anerkannter Fair-Handels-Unternehmen.

Wie auch in den Vorjahren wurden fast 80 % des Gesamtumsatzes mit Fairtrade-gesiegelten Produkten generiert (1,56 Milliarden, + 6,2%). Besonders dynamisch hat sich der Verkauf von Fairtrade-Rosen entwickelt (+ 25% im Vergleich zum Vorjahr). Sie haben inzwischen einen Marktanteil von 36% erreicht. Auch der Verkauf von Fairtrade-Tee legte deutlich zu (+ 19 Prozent). Positive Entwicklungen sind zudem beim Absatz von Kakao (+ 7%) sowie Fairtrade-Baumwolle zu verzeichnen (+ 6%).<sup>2</sup>

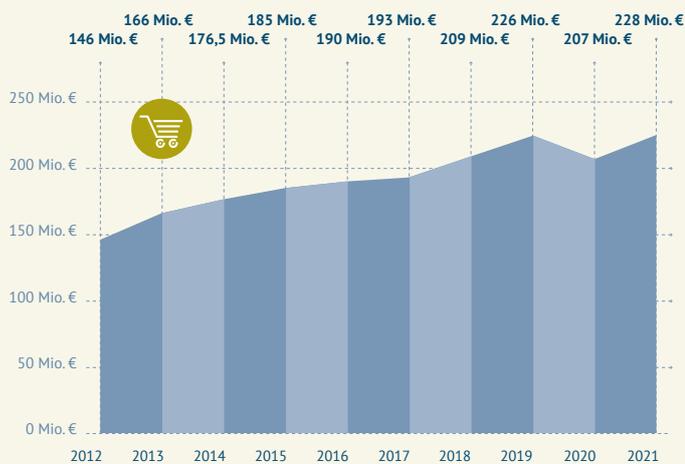
Die anerkannten **Fair-Handels-Unternehmen** erwirtschafteten mit dem Verkauf fair gehandelter Waren 2021 einen Umsatz von 228 Millionen Euro. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem beachtlichen Plus von über 10%. Dies ist vor allem auf höhere Kaffee- und Schokoladenumsätze sowie Steigerungen in den Segmenten „sonstige Lebensmittel“ sowie im Non-Food-Bereich (etwa bei Handwerksprodukten und Textilien) zurückzuführen. Der Anteil von Fair-Handels-Unternehmen am Gesamtumsatz des Fairen Handels in Deutschland beläuft sich auf fast 12%. Fair-Handels-Unternehmen sind ausschließlich im Fairen Handel tätig und folgen mit ihrer gesamten Unterneh-

menspolitik seinen international definierten Grundsätzen.

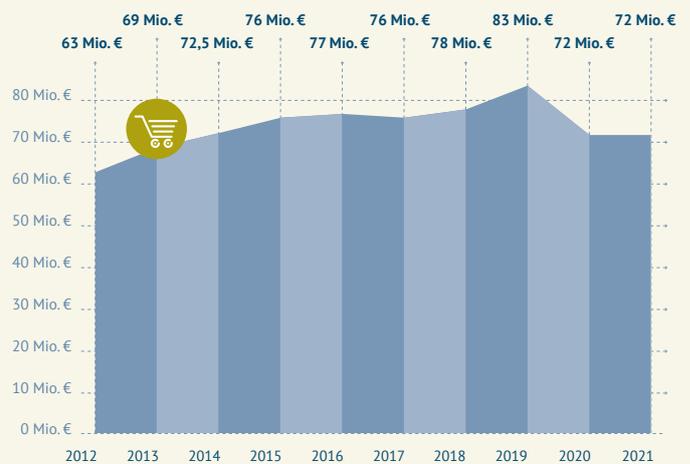
Mit einem Umsatz von 72 Millionen sind die **Weltläden und Weltgruppen** im zweiten Jahr der Pandemie wirtschaftlich stabil geblieben. Angesichts der schwierigen Lage für den innerstädtischen Einzelhandel in Deutschland und pandemiebedingten Schließungen ist dies eine reife Leistung der Fachgeschäfte des Fairen Handels. Mittlerweile bieten mehr als 900 Weltläden in Deutschland das breiteste Sortiment an fair gehandelten Lebensmitteln und Handwerksprodukten an.

Der Faire Handel mit Produkten aus dem Globalen Norden setzte 2021 seinen Erfolgskurs weiter fort. Es wurden fair gehandelte Lebensmittel aus Deutschland und Europa im Wert von über 140,6 Millionen Euro (+ 3,4%) verkauft. Dazu zählen Naturland Fair-gesiegelte Milchprodukte, Mehl und Backwaren aus Deutschland, aber auch Olivenöle, Pasta, Kräutertees und Trockenfrüchte aus Europa. Faire und ökologische Produkte aus dem Norden – etwa Kräutertees, Wein und Obstsaft – gibt es auch mit dem Fair for Life-Siegel. Fairtrade-gesiegelte Produkte stammen hingegen ausschließlich aus dem Globalen Süden.

## Umsatzentwicklung der Fair-Handels-Unternehmen, 2012-2021



## Umsatzentwicklung der Weltläden und Weltgruppen, 2012-2021



### Datenbasis zur Berechnung der Umsatz- und Absatzzahlen

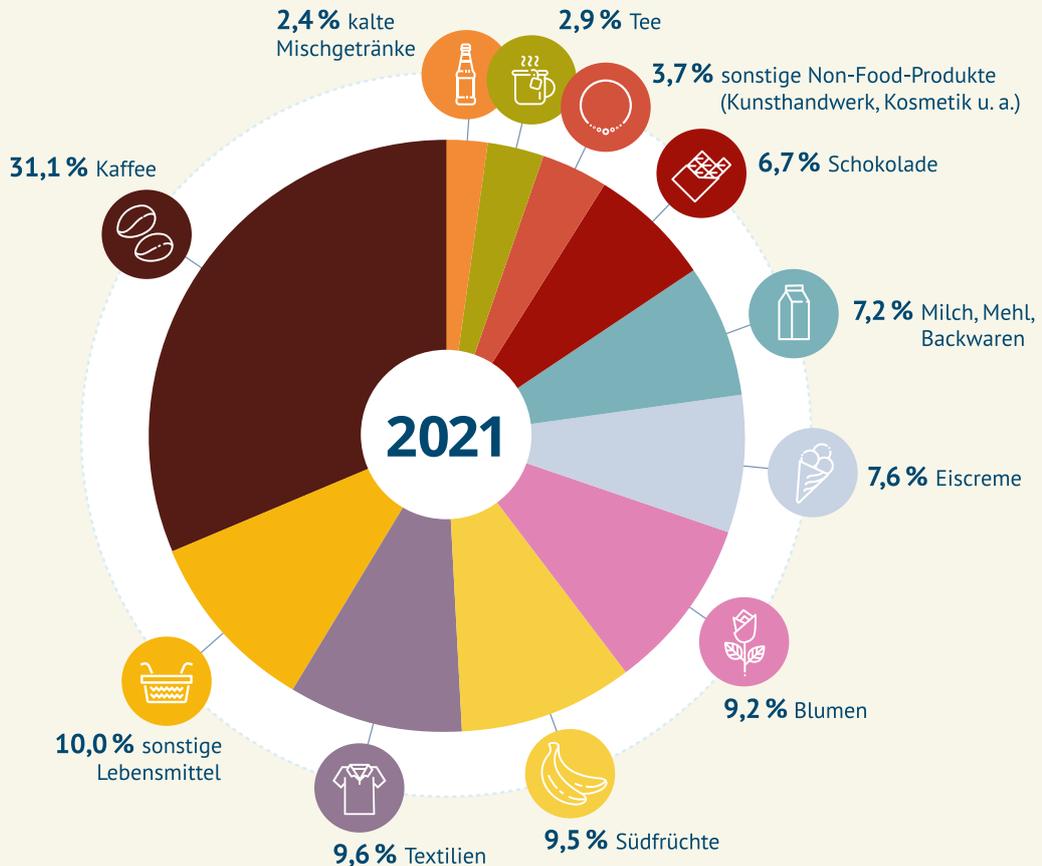
Die veröffentlichten Branchenzahlen für Deutschland werden vom Forum Fairer Handel e.V. jährlich erhoben. Sie beruhen auf den Angaben anerkannter Fair-Handels-Unternehmen, den Zahlen der Naturland Zeichen GmbH, der Ecocert Swiss AG, Fairtrade Deutschland zu dessen Produktsiegel, den Siegeln für Baumwolle und Kosmetik sowie des Símbolo de Pequeños Productores (Kleinproduzenten-Symbol, kurz: SPP). Bei der Anerkennung der Fair-Handels-Unternehmen bezieht sich das Forum Fairer Handel auf die Mitgliedschaft in der World Fair Trade Organization oder auf die Anerkennung durch den Weltläden-Dachverband e.V. Die großen Fair-Handels-Unternehmen und Fairtrade Deutschland 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 als auch 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.

<sup>1</sup> Die Berechnung beruht auf der amtlichen Einwohnerzahl Deutschlands (Stand: 31.12.2021). Laut statistischem Bundesamt lebten zu diesem Zeitpunkt 83 237 124 Menschen in Deutschland.

<sup>2</sup> Ausführliche Informationen enthält der Jahres- und Wirkungsbericht 2021 von Fairtrade Deutschland „Fairtrade: Chancen nutzen – Resilienz stärken (online erhältlich)

## Anteil einzelner Produkte am Gesamtumsatz des Fairen Handels

Weiterhin machten Lebensmittel im Wirtschaftsjahr 2021 mit 77,4% den größten Anteil am Umsatz mit fair gehandelten Produkten zu Endverkaufspreisen aus. Insgesamt sind die Anteile innerhalb dieser Kategorie gegenüber dem Vorjahr relativ stabil geblieben.



## EINZELNE PRODUKTE IM FOKUS

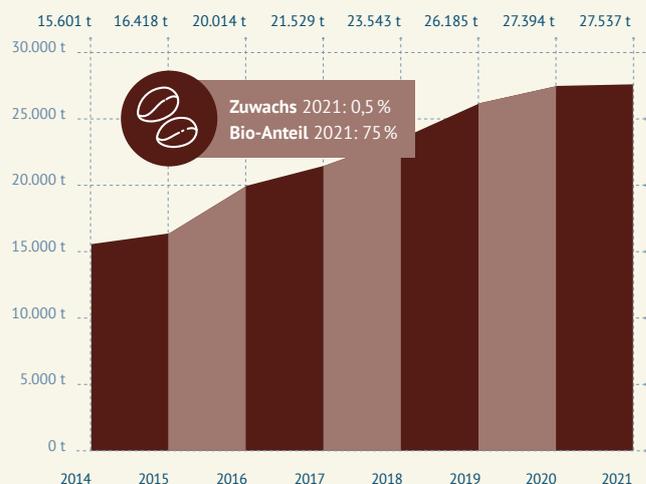
### Kaffee weiterhin auf Platz eins

Mit einem Anteil von 31 % am Gesamtumsatz nimmt Kaffee in Deutschland weiterhin den ersten Platz unter den fair gehandelten Produkten ein. Im Geschäftsjahr 2021 ist der Absatz von fairem Kaffee im Vergleich zum Vorjahr um 0,52% auf 27.537 Tonnen gestiegen. Der Marktanteil liegt weiterhin bei über 6%.

### Inflation frisst Gewinne

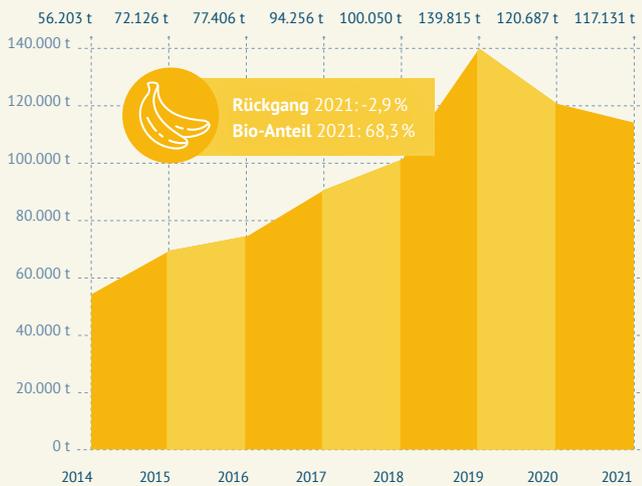
Nach langer Durststrecke für die Produzent\*innen sind die Weltmarktpreise für Rohkaffee derzeit auf einem historisch hohen Niveau. Doch die Kaffeebauer\*innen im Globalen Süden profitieren kaum davon, weil sie in Folge der COVID-19-Pandemie sowie des Angriffskrieges auf die Ukraine mit gestiegenen Preisen für Lebens- und Betriebsmittel konfrontiert sind. Dazu kommen Ertragseinbußen in Folge der Klimakrise. Das ist insofern dramatisch, als dass für wirkungsvollen Klimaschutz dringend Investitionen getätigt

### Kaffee



werden müssen. Ein Blick auf die Preisentwicklung der letzten Jahrzehnte zeigt, dass auf wenige gute Jahre für die Kaffeeproduzent\*innen auch immer wieder lange schwierige Phasen folgen. Wenn der Weltmarktpreis wieder sinkt, sind

## Südfrüchte



die Mindestpreise, die im Fairen Handel gezahlt werden, eine wichtige Versicherung für die Bäuer\*innen.<sup>3</sup> Bis dahin stellt die Hochpreisphase Fair-Handels-Unternehmen vor Herausforderungen. Denn: Steigt der Weltmarktpreis über vereinbarte Mindestpreise, geht der Faire Handel die Anpassungen nicht nur mit, sondern zahlt auch weiterhin die Fair-Handels-Prämie, in aller Regel eine Bio-Prämie, ggf. Aufschläge für gute Qualitäten und manchmal sogar eine Kooperativen-Prämie.<sup>4</sup>

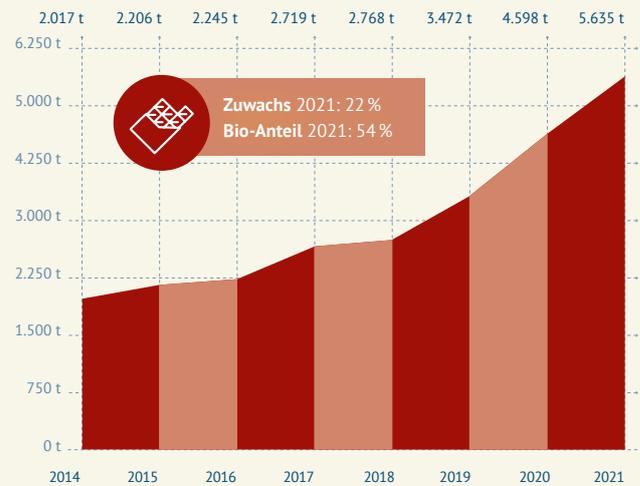
## Faire Südfrüchte und Bananen: Preiskampf der Discounter geht weiter

Mit einem Absatz von 117.131 Tonnen belegen Südfrüchte mengenmäßig den ersten Platz im Fairen Handel hierzulande (- 2,9%). Den größten Anteil daran haben Bananen mit 111.500 Tonnen. Bereits 2020 gab es bei den Fairtrade-gesiegelten Bananen einen signifikanten Absatzverlust. 2021 trug die Auslistung von Fairtrade Bio-Bananen bei Netto zu einer weiteren Absatzminderung von rund 7% bei. Auch der Umsatzverlust von 3% ist auf den harten Preiskampf der deutschen Discounter um die billigsten Bananen zurückzuführen. Derweil geraten die Bananenproduzent\*innen zunehmend unter finanziellen Druck, wodurch ihre Existenzgrundlage, nachhaltige Anbaumethoden und die Ernährungssicherheit gefährdet werden. Grund dafür sind steigende Produktionskosten für Verpackungsmaterial und Düngemittel in Verbindung mit den wirtschaftlichen Folgen des Klimawandels, COVID-19 und der Bekämpfung von Pflanzenkrankheiten.

## Faire Schokolade im Aufwind: Beitrag zur Bekämpfung von Kinderarbeit und des Klimawandels

Weiterhin positive Entwicklungen verzeichnet fair gehandelte Schokolade. 5.635 Tonnen wurden 2021 in Deutschland verkauft, was einem Zuwachs von über 22% entspricht. Gerade im Kakaosektor in Westafrika, wo laut der NORC-Studie der Universität Chicago 1,5 Mio. Kinder ausgebeutet werden, machen faire Handelspartnerschaften und faire Preise ei-

## Schokolade



nen entscheidenden Unterschied.<sup>5</sup> Ein Beispiel dafür ist die Organisation Gebana in Togo, welche die Fair-Handels-Prämie der FFH-Mitgliedsorganisation GEPA – The Fair Trade Company unter anderem dafür nutzt, Schulgebühren für die Kinder der Bauernfamilien zu übernehmen. Auch Kakaobäuer\*innen spüren die Auswirkungen der Klimakrise. Vor diesem Hintergrund hat z. B. die GEPA mit der #Choco4Change eine Schokolade auf den Markt gebracht, bei der 20 Cent pro Tafel in Klimaprojekte bei den Handelspartnern in Tansania und auf São Tomé fließen.

## Faires Kunsthandwerk besonders von steigenden Transportkosten betroffen

In Folge der Pandemie hat das faire Kunsthandwerk 2020 starke Umsatzeinbußen hinnehmen müssen. 2021 konnten wieder mehr handgefertigte Produkte aus aller Welt verkauft werden. Allerdings leidet dieses Produktsegment ganz besonders unter den wachsenden Transportkosten in Folge der Pandemie und des Krieges gegen die Ukraine. Bei den Handwerker\*innen im Globalen Süden liegt es daran, dass hier häufig mehrere Materialien für die Produkte gebraucht werden, die zusammengeführt werden müssen. Fair-Handels-Unternehmen, die Handwerksprodukte hierzulande vertreiben, werden durch horrend gestiegene Kosten für die Seefracht auf die Probe gestellt. So sind die Kosten für den Transport im Container um das zehnfache gestiegen.

<sup>3</sup> Näheres über den unfairen Kaffeesektor und zu unserer Forderung nach existenzsichernden Einkommen erfahren Sie im Beitrag „Mit bitterem Beigeschmack“ auf Seite 11.

<sup>4</sup> Nähere Informationen zu den Auswirkungen der hohen Kaffeepreise auf Produzent\*innen, Kooperativen und den Fairen Handel enthält der Blogbeitrag „Die Rohkaffeepreise sind gestiegen – ist jetzt alles gut?“ unseres Referenten für Grundsatzfragen, Jonas Lorenz. Sie finden den Blog mit weiteren aktuellen Beiträgen rund um den Fairen Handel unter [www.forum-fairer-handel.de](http://www.forum-fairer-handel.de).

<sup>5</sup> NORC (2020): Assessing Progress in Reducing Child Labor in Cocoa Production in Cocoa Growing Areas of Côte d'Ivoire and Ghana, Final Report (Online erhältlich).

# FAIRE BIOLEBENSMITTEL UND DIE BEDEUTUNG DER ÖKOLOGISCHEN LANDWIRTSCHAFT IM FAIREN HANDEL

## Fairer Handel: Gut fürs Klima!

Bio-Produkte sind nicht unbedingt fair gehandelt, denn hier werden in erster Linie ökologische Standards überprüft und umgesetzt. Im Fairen Handel liegt der Fokus auf der Einhaltung von sozialen- und Menschenrechtsstandards. Nicht alle fair gehandelten Produkte stammen aus kontrolliert biologischem Anbau. Doch bei den Mitgliedsorganisationen des FFH ist dies inzwischen bei 80% der Lebensmittel der Fall. Einige Fair-Handels-Unternehmen sind bereits bei fast 90%, andere ziehen nach. Auf der Ebene einzelner Produkte sieht es ganz ähnlich aus: 75% des fair gehandelten Kaffees in Deutschland sind auch biozertifiziert. Grund dafür: Umweltschutz gehört untrennbar zu einer fairen Wirtschaftsweise dazu. Denn fair zu handeln bedeutet auch, nachhaltig zu handeln – für Mensch und Natur. Die Umstellung auf ökologische Landwirtschaft wird im Fairen Handel grundsätzlich gefördert, nicht zuletzt durch den Fair-Handels-Zuschlag. Oftmals erlauben erst die höheren Einnahmen aus dem Fairen Handel die kostspielige Umstellung. Ist auf Bio-Anbau umgestellt, gibt es im Fairen Handel einen Bonus für die Herstellung ökologischer Produkte. Die Handels- und Vertragspartner unserer Mitgliedsorganisationen profitieren auf sehr vielfältige Weise von der ökologischen Landwirtschaft, die im Fairen Handel gefördert wird. Die folgenden Beispiele zeigen, welche Wirkung die Kombination aus fair + bio im Globalen Süden und Norden entfaltet.



## Agroforst und Fairer Handel – eine neue Perspektive für Kaffeebäuer\*innen in Burundi

Burundi, das mit einem durchschnittlichen Jahreseinkommen von 260 USD pro Person ärmste Land der Welt, ist zu 70% vom Kaffeeanbau abhängig. Grund genug für die Ravensburger Fair Trade Genossenschaft WeltPartner, sich dort zu engagieren. Aus dieser Partnerschaft entstand nicht nur der erste faire Kaffee aus Burundi, sondern auch ein Pilotprojekt zur Umstellung von zwei Kaffeekooperativen auf den ökologischen Landbau. Von Anfang an ging es darum, die gesamten Flächen der Kleinbäuer\*innenfamilien umzustellen, nicht nur die für den Kaffeeanbau. Denn die dort üblichen 0,5 ha Land sind zu wenig, um ein ausreichendes Familieneinkommen zu erwirtschaften – auch wenn faire Preise für den Kaffee gezahlt werden.<sup>6</sup> Im Gegensatz dazu fördert die Weltbank in Burundi seit Jahren die Intensivierung des konventionellen Kaffeeanbaus. Damit treibt sie die Kleinbäuer\*innenfamilien noch mehr in die Abhängigkeit von einer guten Kaffeeernte und volatilen Weltmarktpreisen. Aus Sicht von WeltPartner führt dieser Ansatz in die Sackgasse, da in dem bevölkerungsreichen Land die individuellen Anbauflächen nicht ausgeweitet werden können und die Ernährungssouveränität trotz bester klimatischer Bedingungen nicht gegeben ist.

### Vorteile des Agroforstprojektes für Menschen und Umwelt

In solch einer schwierigen Ausgangslage entstand bei WeltPartner die Idee, den ökologischen Kaffeeanbau in Burundi einzuführen. Aber nicht, wie bisher üblich, nur zur Förderung der Kaffee-Absatzzahlen für die Bäuer\*innen in Burundi, sondern in ein ganzheitliches Agroforst-System eingebettet. Das Projekt startete 2019 und zielte in erster Linie darauf, den Kleinbäuer\*innenfamilien eine gesunde Eigenversorgung mit selbst angebauten landwirtschaftlichen Bio-Erzeugnissen zu ermöglichen. Neben Bananenstauden und Papaya-Bäumchen wurden hohe, schatten spendende Bäume gepflanzt. Diese kühlen den Boden und bringen Nährstoffe für Maniok, Yams, Mais und andere Gemüsesorten. Sie bieten auch den notwendigen Schatten für den ökologischen Anbau von Arabica-Kaffee. Für die Bäuer\*innen ist inzwischen klar, dass die Bäume nicht als Brennholz dienen, sondern Grundlage für bestmögliche ökologische Nutzung ihrer kleinen Flächen sind – zur Eigenversorgung und zum Anbau der “cash crop” Kaffee. Das ist ein Erfolg des Agroforst-Projektes, das WeltPartner mit fachlicher Beratung von Naturland und finanzieller Unterstützung der Landesregierung von Baden-Württemberg als “Best-Practice-Beispiel” etabliert hat. Davon profitieren

<sup>6</sup> Zur Einordnung: Kleinbäuer\*innenfamilien stehen für ihren Kaffeeanbau im Durchschnitt etwa 2 ha zur Verfügung.

inzwischen rund 11.000 Familien (bei einer üblichen Familiengröße sind dies rund 77.000 Personen) aus 18 Fair Trade zertifizierten Kooperativen des burundischen Kaffeekooperativenverbandes COCOCA. Der größte Erfolg des Aufbaus der kleinen Agroforstsysteme liegt jedoch in der Verbesserung der Ernährungssicherheit bei gleichzeitiger Stabilisierung des Familieneinkommens durch Verkauf des geernteten Kaffees zu fairen Preisen. Das Projekt leistet zudem einen wichtigen Beitrag zur Anpassung an den Klimawandel und Mitigation der Folgen.<sup>7</sup>

Um das Projekt erfolgreich zu gestalten, war eine intensive Beratung hinsichtlich der Anpflanzungen notwendig, um kleine funktionierende Agroforst-Systeme bei den 11.000 Kleinbäuer\*innenfamilien aufzubauen. Dazu war nicht nur Naturland mit seinen Berater\*innen im Auftrag von WeltPartner oft in Burundi, sondern es bedurfte einer großen gemeinsamen Anstrengung der weiteren Kooperationspartner\*innen – der Hochschule für Forstwirtschaft in Rottenburg sowie der Universität Bujumbura. Dadurch konnten in den 18 Kaffee-Kooperativen landwirtschaftliche Berater\*innen eingearbeitet und 330 Modell-Farmer\*innen als Multiplikator\*innen ausgebildet werden.

Mit diesem „Best-Practice-Beispiel“ zeigen die WeltPartner und ihre Partner\*innen in Burundi, dass die Förderung des ökologischen Anbaus sich nicht nur auf die Absatzmöglichkeiten ausrichten sollte, sondern auf einen für die Menschen gesunden, ganzheitlichen Anbau, welcher der Eigenversorgung Vorfahrt gibt und den Verkauf von fair zertifiziertem Kaffee nur ergänzend als Einkommensquelle für die Kleinbäuer\*innenfamilien mit einbezieht – ein zukunftsträchtiges Modell – nicht nur für den Fairen Handel!

## Ökologischer Landbau in der Wüste – SEKEM in Ägypten

Als überzeugter Verfechter der biologischen Landwirtschaft gründete Ibrahim Abouleish 1977 mit SEKEM eine Organisation, die auf nachhaltige Landwirtschaft setzt und gleichzeitig einen Ort für gesellschaftliches und kulturelles Leben bietet. Nicht weit von Kairo begann er die bis dahin karge Wüste landwirtschaftlich zu nutzen. Seitdem werden bei SEKEM Datteln und Kräuter unter bio-dynamischen Standards angebaut und in den Fabriken auf dem Gelände weiterverarbeitet. Auch ein Kindergarten, eine Schule, ein Ausbildungszentrum für Jugendliche und ein Gesundheitszentrum liegen auf dem Gelände und sind für alle Bewohner\*innen aus den umliegenden Dörfern und Städten offen.

<sup>7</sup> Dieser Beitrag beruht auf einem Artikel von Thomas Hoyer, Vorstand der WeltPartner eG. Dieser musste gekürzt werden. Die Langfassung ist im Blog des Forum Fairer Handel unter [www.forum-fairer-handel.de/blog](http://www.forum-fairer-handel.de/blog) zu lesen.

### Der ganzheitliche Ansatz von SEKEM

Das Besondere an SEKEM ist, wie selbstverständlich der ganzheitliche Ansatz von Ökologie, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur umgesetzt wird. Alle Produkte werden mit bio-dynamischer Landwirtschaft angebaut. In den eigenen Forschungs- und Zuchtstation wird an ökologischen Methoden geforscht, wie Pflanzen noch besser in der Wüste wachsen und vor Insekten geschützt werden können. In den Fabriken und auf der Farm wurden faire Arbeitsplätze für die umliegende Bevölkerung geschaffen. Zudem darf jede\*r Mitarbeiter\*in bei SEKEM 10 % der Arbeitszeit für kulturelle Aktivitäten nutzen.

### Die Wahat-Farm – Datteln und Kräuter aus der Wüste

Der ganzheitliche Ansatz von SEKEM wird auch auf der 12 km<sup>2</sup> großen Wahat-Farm gelebt, die dank unterirdischer Wasserreservoirs in der gleichnamigen Wüste gegründet werden konnte. Nach und nach wird die Bewirtschaftung des Gebiets erweitert. Hier wachsen u. a. Dattel-Palmen, Pfefferminze, Zitronengras, Kamille, Jojoba. Um dies zu ermöglichen, muss der sandige Boden mit Kompost bedeckt werden. Darin werden die Setzlinge gepflanzt und mit eigenem Dünger genährt. Bewässert werden sie mit „Pivots“, 150 m langen Bewässerungsanlagen, die an einer Seite fixiert sind und immer um diesen Mittelpunkt rotieren – das alles unter streng kontrollierten ökologischen Anbaumethoden.



Mittlerweile bildet SEKEM das Dach für viele Produzentengruppen, die nach ökologischen und fairen Standards arbeiten und sowohl Lebensmittel als auch Kunsthandwerk produzieren.<sup>8</sup> SEKEM ist ein langjähriger Handelspartner unserer Mitgliedsorganisation EL PUENTE.

<sup>8</sup> Ausführlichere Informationen über SEKEM gibt es unter <https://blog.el-puente.de/zu-besuch-beim-bio-pionier-sekem-in-aegypten/>

## Die Molkerei Berchtesgadener Land: Fairer Milchpreis stärkt kleine Betriebe

Ein großer Teil der Milchviehbetriebe in Deutschland hat weniger als fünfzig Kühe. Die EU-Agrarsubventionen bevorzugen große Betriebe mit viel Fläche, während Umwelt- und Tierschutzleistungen nicht ausreichend honoriert werden. Dazu kommt, dass der konventionelle Milchmarkt ein globaler Markt ist, mit stark schwankenden Preisen, die oft nicht die Produktionskosten decken. Dem versuchen die Landwirt\*innen durch Investitionen in größere Ställe für mehr Kühe zu entkommen. Tatsächlich geraten sie so aber nur immer tiefer in die Schuldenfalle.

### Faire Milchpreise für die bäuerliche Landwirtschaft

Ein Gegenmodell dazu sind Molkereien, die partnerschaftliche und langfristige Handelsbeziehungen mit den Milchbäuer\*innen eingehen. Die genossenschaftlich organisierte Molkerei Berchtesgadener Land bezahlt ihren Erzeuger\*innen seit Jahren einen überdurchschnittlich hohen Milchpreis. Sie nimmt auch kleinen Bauernhöfen in entlegenen und schwer erreichbaren Bergregionen die Milch ab. Dass die Naturland Fair-zertifizierte Molkerei Berchtesgadener Land seit Jahren die Milchpreistabelle angeführt hat, liegt an dem Vertrauen der Kund\*innen. Das sichert bäuerliche Existenzen und den Fortbestand kleinstrukturierter bäuerlicher Landwirtschaft in der Region – ein wichtiger Beitrag für den Erhalt der Kulturlandschaft.

### Trotz steigender Produktionskosten keine Erhöhung der Verbraucher\*innenpreise

Aktuell leidet auch die Milchbranche unter der schwierigen wirtschaftlichen Gesamtsituation, die mit der Corona-Pandemie begann und von den drastischen Auswirkungen des Ukrainekriegs überholt wird. Energie, Verpackung, Maschinen, Ersatzteile und Rohstoffpreise steigen u. a. durch unsichere Verfügbarkeiten, private wie industrielle Lagerhaltung und unterbrochene Lieferketten. Die daraus resultierenden Preissteigerungen treffen Verbraucher\*innen, Landwirt\*innen und die Molkerei Berchtesgadener Land als Wirtschaftsunternehmen. Dennoch hat sich die Molkerei Berchtesgadener Land auf ihrer Generalversammlung im April 2022 entschieden, Mehrkosten, die auf Seiten der Landwirtschaft und der Molkerei entstanden sind, nicht auf die Kund\*innen umzulegen. Vielmehr nimmt sich die Molkerei mit einem umfangreichen Sparprogramm selbst in die Pflicht: Geplante Investitionen werden zurückgestellt, das Marketingbudget gekürzt, die Personaldecke eingefroren, Prozesse und das Produktsortiment stehen auf dem Prüfstand und die Gewinnprognose wird auf null gefahren. „Fairness gilt für uns auch gegenüber unserer Kundschaft“, erklärte der Geschäftsführer der Molkerei Berchtesgadener Land, Bernhard Pointner dazu.

## Nachhaltigkeit auch im fairen Handwerk im Trend

Auch für das traditionsreiche faire Handwerk ist Nachhaltigkeit ein Anspruch. Upcycling und die Nutzung von natürlichen Materialien sind im Trend, wenn es darum geht, möglichst wertige, langlebige und einzigartige Produkte herzustellen.

### 100 % recyceltes Glas aus Mexiko

Ein Beispiel dafür sind die Krüge, Karaffen und Trinkgläser der Glasbläserei von Alberto Ramirez in der Region Jalisco im Westen Mexikos. Sie werden aus 100 % Altglas gefertigt. Dies hat einen großen Vorteil: Für die Verarbeitung von recyceltem Glas wird weniger Energie gebraucht, da es bereits bei niedrigeren Temperaturen schmilzt. Ebenso spart das Einschmelzen von Altglas Rohstoffe wie Quarzsand, Soda und Kalk. In diesem Betrieb herrschen zudem angenehme Temperaturen, was für eine Glasbläserei im Globalen Süden außergewöhnlich ist und zu einem produktiven Arbeitsklima beiträgt. Alle Angestellten haben eine Sozialversicherung, die ihnen den Zugang zu medizinischer Versorgung und Wohnungskrediten sichert. Weiterhin beteiligt die Glasbläserei ihre Arbeitnehmer\*innen am Unternehmensgewinn und gewährt ihnen bezahlten Urlaub, der sich an der Arbeitszeit orientiert. Das stärkt die Mitarbeiterbindung und sichert sie im Notfall ab. Die Höhe der Gehälter richtet sich nach der Arbeitsposition, nicht nach dem Geschlecht. Demnach verdienen Frauen und Männer bei gleicher Arbeit dasselbe. Alberto ist es wichtig, dass der Lohn immer über dem gesetzlichen Mindestlohn liegt. Ein Grund mehr für unsere Mitgliedorganisation, Globo Fair Trade Partner, die Produkte dieses außergewöhnlichen Betriebs in Deutschland anzubieten.



# MIT BITTEREM BEIGESCHMACK

## Faire Handelspraktiken und existenzsichernde Einkommen – eine Chance für den Kaffeesektor?

Kaffee ist das Lieblingsgetränk in Deutschland.<sup>9</sup> Doch obwohl der Kaffeekonsum hierzulande und weltweit steigt, erhalten die etwa 125 Millionen Menschen, die in den Anbauländern in der Produktion und Verarbeitung von Rohkaffee beschäftigt sind,<sup>10</sup> häufig Löhne und Einkommen unterhalb eines existenzsichernden Niveaus. Die mehrheitlich kleinbäuerlichen Kaffeeproduzent\*innen können mit dem Kaffeeanbau ihren Lebensunterhalt immer schlechter bestreiten, da sie durch Klimawandel, volatile Kaffeepreise, Marktkonzentration sowie stark gestiegene Produktionskosten unter wirtschaftlichen Druck geraten. In Kolumbien erhalten beispielsweise 75 Prozent der Kaffeebäuer\*innen mit weniger als fünf Hektar Anbaufläche kein existenzsicherndes Einkommen. 44 Prozent leben sogar unterhalb der Armutsgrenze.<sup>11</sup>

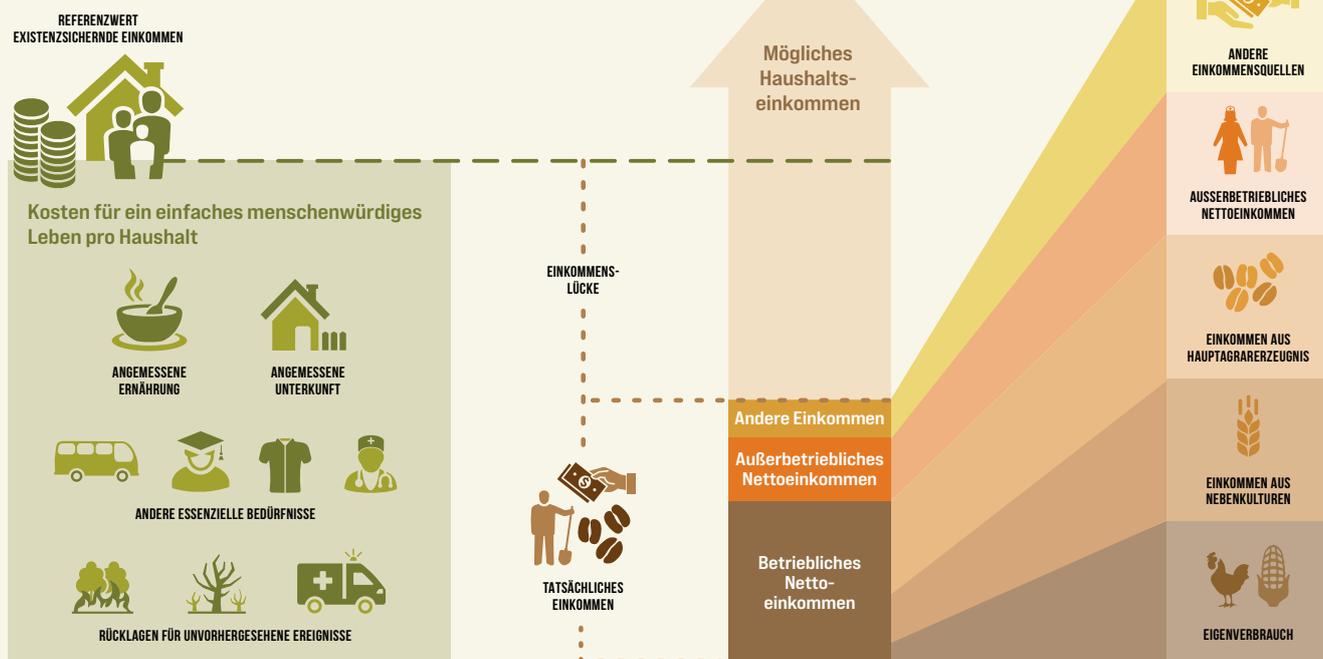


Abb. 1. Existenzsichernde Einkommen im Überblick (Quelle: Living Income Community of Practice, übersetzt durch Forum Fairer Handel)<sup>12</sup>.

## Ungleiche Verteilung der Wertschöpfung in der Kaffeelieferkette

Während viele Kaffeebäuer\*innen kein existenzsicherndes Einkommen erwirtschaften, machen große Kaffeeunternehmen, wie beispielsweise Starbucks oder Lavazza, hohe Gewinne.<sup>13</sup> Nur ungefähr zehn Prozent der im weltweiten Kaffeemarkt erwirtschafteten Einnahmen bleiben in den Ursprungsländern, während dieser Anteil vor 30 Jahren noch bei 30 Prozent lag.<sup>14</sup>

## Machtkonzentration im Kaffeehandel

Es ist zu erwarten, dass zukünftig die ungleiche Verteilung der Einnahmen und Gewinne zwischen Kaffeeanbau- und Importländern sogar noch steigen wird. Denn multinationale Lebensmittelgiganten und weltweit tätige Investitionsfonds investieren mit Blick auf die steigende Nachfrage Milliarden, um sich durch Übernahmen und Fusionen in neuen, lukrativen Märkten zu positionieren. So war bei den einzelnen Akteuren des weltweiten Kaffeemarktes in den letzten Jahrzehnten eine enorme Marktkonzentration zu beobachten. Nur fünf Handelshäuser kontrollieren etwa 50 Prozent des weltweiten Rohkaffeehandels und lediglich zehn Röstereien produzieren circa 35 Prozent des weltweit gerösteten Kaffees.<sup>15</sup> Am Ende der Kette stehen in Deutschland fünf große Lebensmitteleinzelhändler, die knapp 79 Prozent des nationalen Lebensmittelhandels kontrollieren.<sup>16</sup>

<sup>9</sup> DKV (2022): Deutscher Kaffeemarkt 2021 erneut gewachsen. Pressemitteilung vom 08.04.2022

<sup>10</sup> Fairtrade Foundation (2022): Coffee Farmers. Website unter <http://www.fairtrade.org.uk/Farmers-and-Workers/Coffee>

<sup>11</sup> Solidaridad (2020): Coffee production costs. 2020 Colombia.

<sup>12</sup> FFH (2022): Existenzsichernde Einkommen und Löhne. Webseite unter: <https://www.forum-fairer-handel.de/unsere-themen/existenzsichernde-einkommen-und-loehne>

<sup>13</sup> Lavazza (2021): In 2021, lavazza group reported revenues of 2.3 billion, up 11% on 2020. Pressemitteilung vom 13.04.2022; Starbucks (2021): Starbucks Reports Record Q4 and Full Year Fiscal 2021 Results

<sup>14</sup> Giuli, Maurizio (2021): The beat of the global coffee industry.

<sup>15</sup> Panhuysen et. al. (2020): Coffee Barometer 2020.

<sup>16</sup> DBV (2022): Situationsbericht 2021/22., S. 33.

### **Unlautere Handelspraktiken der Marktriesen**

Die oligopolistischen Marktstrukturen gehen zu Lasten der Kaffeebäuer\*innen. Lebensmitteleinzelhandelsunternehmen in Deutschland, welche selbst unter einem ausgeprägten Wettbewerb stehen, nutzen ihre Marktmacht häufig aus, um möglichst viele Kosten an ihre Lieferanten auszulagern und zur Übernahme von Kosten zu zwingen, die sie eigentlich selbst tragen müssten.<sup>17</sup> Der dadurch entstehende Kostendruck wird, wo möglich, in der Lieferkette nach unten abgegeben – zu Lasten der strukturell schwächsten Glieder in der Kette, den Kaffeebäuer\*innen und Erntehelfer\*innen. Kaffeehändler missbrauchen ihre strukturellen Vorteile und Verhandlungsmacht gegenüber Kaffeekooperativen und -bäuer\*innen, indem sie beispielsweise extrem lange Zahlungsfristen einfordern oder ihnen nachteilige Geschäfte, wie etwa sogenannte Koppelgeschäfte (Combos)<sup>18</sup> aufdrängen.

### **Klimakrise erschwert den Kaffeeanbau**

Gleichzeitig geraten Kaffeebäuer\*innen insbesondere durch die Klimakrise immer stärker unter Druck. Durch sich häufige Extremwetterereignisse und stetige Wetterunbeständigkeit können sie ihren Anbau kaum vorausschauend planen. Den meisten Kleinbäuer\*innen fehlt trotz technischen Fortschritts der Zugang zu Bildung, Weiterbildung und schlichtweg die Zeit, um ihre Anbaumethoden an die klimatischen Veränderungen anzupassen.

### **Volatiler Weltmarktpreis zu Lasten von Kleinbäuer\*innen**

Durch die oligopolistische Struktur auf der Käuferseite werden kleinbäuerliche Familien in die Rolle des Preisnehmers gedrängt. Im Massenmarkt sind sie gezwungen, ihren Kaffee zu den Bedingungen ihrer Käufer zu veräußern. Dabei ist der Kaffeeweltmarktpreis hoch volatil. Im Gegensatz zu kapitalstarken Unternehmen können sich kleinbäuerliche Kaffeeproduzent\*innen nicht mit Finanzmarktinstrumenten gegen Preisschwankungen absichern und sind dieser Volatilität meist schutzlos ausgesetzt.

Niedrige Weltmarktpreise nutzen Händler\*innen, um ihre Lagerbestände in den Konsumländern zu erhöhen. Steigen die Preise, bauen die Handelsgesellschaften diese wieder ab. Dies führt dazu, dass Kleinbäuer\*innen nicht von gestiegenen Preisen profitieren, wenn die Hochpreisphasen nur von kurzer Dauer sind. Zwar können viele Kaffeebäuer\*innen von den gestiegenen Preisen derzeit profitieren. Doch werden die Preise voraussichtlich in Zukunft erneut stark sinken, vor allem wenn es in Brasilien wieder zu einer Rekordernthe kommt. In den letzten 30 Jahren waren Preisanstiege auf ein rentables Niveau nur kurze Episoden.<sup>19</sup> Produktionskostenrechnungen der letzten Jahre zeigen, dass viele Kaffeebäuer\*innen ihren Kaffee sogar unterhalb der Produktionskosten verkaufen.

### **Kaffeepreise unterhalb der Produktionskosten**

In einer konservativen Berechnung von Caravela, einem Kaffeeunternehmen im Spezialitätenmarkt, wurden für das Jahr 2019 Produktionskosten für Kaffee in Kolumbien von 1,19 US-Dollar/Pfund (Farm-Gate-Preis-Ebene) errechnet,<sup>20</sup> was auf FOB-Preis-Ebene (Free on Board, exportbereit) Produktionskosten von etwa 1,24 bis 1,34 US-Dollar/Pfund bedeuten würde. In der Zwischenzeit ist der Mindestlohn erhöht worden und auch die Preise für Inputs, wie Düngemittel und Pestizide, sind stark gestiegen, so dass davon ausgegangen werden kann, dass die Produktionskosten aktuell deutlich höher liegen. Jedoch zeigen die Berechnungen, dass selbst niedrig kalkulierte Produktionskosten, in denen weder eine nachhaltige Produktionsweise noch existenzsichernde Löhne und Einkommen einkalkuliert wurden, vom Weltmarktpreis für Kaffee in den letzten Jahren meist nicht gedeckt wurden.

Der Referenzpreis für ein existenzsicherndes Einkommen von Fairtrade International, der beide genannten Aspekte berücksichtigt, liegt derzeit für konventionellen Kaffee in Kolumbien bei 1,80 bis 2,03 US-Dollar/Pfund.<sup>21</sup> Die Weltmarktpreise für Kaffee der Preisgruppe Colombian Milds lagen in den letzten Jahren die meiste Zeit weit unterhalb dieser Referenzpreise.

### **Negative Folgen niedriger Preise und Einkommen**

Die Folge der niedrigen Preise ist für viele Kaffeebäuer\*innen und Arbeiter\*innen auf den Kaffeefarmen ein Leben in Armut. Aufgrund der geringen Einnahmen können viele Kaffeebäuer\*innen ihren Erntehelfer\*innen keinen Mindestlohn bezahlen, wobei dieser in Kolumbien unterhalb eines existenzsichernden Niveaus liegt. Dabei bezahlen Kaffee-

<sup>17</sup> Eine ausführlichere Beschreibung von unlauteren Handelspraktiken, welche Lieferanten Supermärkten vorwerfen, hat Oxfam zusammengestellt: [https://www.oxfam.de/system/files/documents/oxfam\\_2021\\_knebelvertrage.pdf](https://www.oxfam.de/system/files/documents/oxfam_2021_knebelvertrage.pdf)

<sup>18</sup> Bei „Koppelgeschäften“, auch „Combos“ genannt, kaufen Handelshäuser von Kooperativen nach Fairtrade-Kriterien hergestellten Kaffee, machen jedoch zur Bedingung, dass sie einen Teil des Kaffees zu konventionellen Konditionen einkaufen und darauf zusätzliche Preisnachlässe unterhalb des Marktpreises erhalten, um den höheren Fairtrade-Preis auszugleichen (GEPA 2020). Diese Handelspraktik ist nicht nur unethisch, sondern verstößt auch gegen Fairtrade-Standards (Fairtrade Standard Kriterium 4.6 Version 15.07.2021).

<sup>19</sup> Fairtrade International (2020): Six reasons to choose Fairtrade coffee. Webseite: <https://www.fairtrade.net/news/wake-up-six-reasons-to-choose-fairtrade-coffee>

<sup>20</sup> Caravela (2019). A Study on Costs of Production in Latin America. White paper.

<sup>21</sup> Fairtrade International (2021): Fairtrade Living Income Reference Prices for Coffee from Colombia.

bäuer\*innen ihren Erntehelfer\*innen häufig sogar noch mehr, als sie selbst verdienen. Da gerade Kleinbäuer\*innen in hohem Maße auf Familienarbeitskräfte angewiesen sind, kommt es auch vor, dass Kinder auf den Plantagen arbeiten, um das Familieneinkommen zu verbessern.<sup>22</sup>

## Faire Handelspraktiken machen einen Unterschied

Angesichts der vielfältigen Herausforderungen im Kaffeesektor ist die Schließung der Einkommenslücke für ein existenzsicherndes Einkommen ein zentraler erster Schritt für die Zukunft von Kleinbäuer\*innen und erfordert unterschiedliche Strategien. Mit Blick auf die Beispielrechnung zu den Produktionskosten sowie den existenzsichernden Preisen wird jedoch deutlich, dass eine Living-Income-Strategie für Kaffeebäuer\*innen ohne bessere Preise für die Produzent\*innen nicht funktionieren wird. Die niedrigen Preise, die Kaffeebäuer\*innen erhalten, stehen in krassem Widerspruch zu den hohen Umsätzen und Gewinnen, welche einige wenige marktmächtige Kaffeunternehmen und Supermärkte im Globalen Norden erzielen. Um die Einkommenssituation der Kaffeeproduzent\*innen nachhaltig zu verbessern und den Kaffeemarkt gerechter zu gestalten, muss langfristig der Anteil der Wertschöpfung am Kaffee in den Produktionsländern erhöht werden.

Beispiele aus dem Fairen Handel zeigen, dass direkte, transparente und langfristige Handelsbeziehungen mit Produzent\*innen sowie Vorauszahlungen zur Vorfinanzierung der Ernte, die Zahlung von Prämien und Mindestpreisen wichtige Instrumente sind, um den Herausforderungen der Kleinproduzent\*innen insbesondere in Zeiten niedriger Weltmarktpreise entgegenzuwirken.

## Es braucht verbindliche Regeln für alle Unternehmen

Doch fair gehandelter Kaffee macht nur etwa sechs Prozent des in Deutschland getrunkenen Kaffees aus. Und durch den hohen Kostendruck, der von den Supermärkten im Kaffeemarkt gesetzt wird, ist es auch für den Fairen Handel und andere gemeinwohlorientierte Unternehmen herausfordernd, gerechtere Preise zu bezahlen. Die Handelsbeziehungen müssen sich also grundsätzlich ändern, damit sie nicht auf Kosten von Menschen und Umwelt im Globalen Süden gehen. Nur durch verpflichtende Rahmenbindungen werden Unternehmen entgegen der preislichen Wettbewerbslogik ihre Einkaufspraktiken ändern und Menschenrechte inklusive existenzsichernde Einkommen und Löhne in ihren Lieferketten einhalten.

## Empfehlungen an die Bundesregierung

Mit Blick darauf sollte die deutsche Bundesregierung unter anderem folgende Maßnahmen in Angriff nehmen:

- **Ein ambitioniertes EU-Lieferkettengesetz vorantreiben:** Um existenzsichernde Einkommen als Menschenrecht und Voraussetzung zur Einhaltung anderer Menschenrechte zu fördern, müssen sowohl existenzsichernde Löhne als auch existenzsichernde Einkommen in der Richtlinie benannt werden. Zudem müssen Einkaufspraktiken von Unternehmen als Präventions- und Abhilfemaßnahmen aufgenommen werden.

- **Ein Verbot des Einkaufs unterhalb der Produktionskosten verabschieden:** Ein solches Verbot würde einen Paradigmenwechsel einleiten und eine Preisbildung vom Anfang der Lieferkette sowie eine gerechtere Verteilung der Wertschöpfung von Produzent\*innen bis hin zum Supermarkt fördern. Ein bereits im Februar 2020 in Spanien eingeführtes Verbot könnte größtenteils als Vorlage dienen. Die Produktionskosten sollten dabei in jedem Fall existenzsichernde Löhne für alle Arbeiter\*innen sowie für die Produzent\*innen selbst umfassen. Sollte es im Zuge höherer Erzeugerpreise zu steigenden Verbraucherpreisen kommen, sollte politisch darauf hingewirkt werden, dass diese nicht auf Kosten einkommensschwacher Haushalte in den Verbraucherländern gehen.

- **Unlautere Handelspraktiken umfassend verbieten:** Um unlautere Handelspraktiken umfassend und ohne Ausweichmöglichkeiten zu verbieten, sollten die bisherigen Verbote, die im 2021 beschlossenen Agrarorganisationen- und Lieferkettengesetz (AgrarOLkG) aufgelistet sind, durch eine Generalklausel komplementiert werden. Zudem sollte auch die Zahlung unfairer Preise als unlautere Handelspraxis als Verbot aufgenommen werden.

- **Eine unabhängige und nicht weisungsgebundene Ombuds- und Preisbeobachtungsstelle zügig einrichten:** Diese wurde bereits vom Bundestag im Rahmen der Beratungen zum AgrarOLkG in der vorherigen Legislaturperiode beschlossen. Betroffene von unlauteren Handelspraktiken wie Lieferanten und Erzeuger\*innen – auch aus dem Globalen Süden – sollen dort künftig jegliche unfaire Handelspraktiken sowie unfaire Preise melden können. Um mehr Transparenz bei der Zusammensetzung der Preise und der Verteilung von Gewinnen in den Lieferketten zu schaffen, sollte die Preisbeobachtungsstelle auch Informationen über Margen in den Lebensmittellieferketten ermitteln.

Dieser Text ist eine Zusammenfassung einer gleichnamigen Studie von Brot für die Welt und Forum Fairer Handel. Darin finden Sie weitere Ausführungen zu den Herausforderungen im Kaffeesektor sowie weitere Literaturverweise.

<sup>22</sup> Verité (2019): Commodity Atlas. Coffee, Webseite: <https://www.verite.org/project/coffee-3/>

# TÄTIGKEITSBERICHT DES FORUM FAIRER HANDEL 2021<sup>23</sup>

## Politik und Grundsatz

### Verbot unlauterer Handelspraktiken

Im Mai 2021 hat der Deutsche Bundestag das „Agrarorganisationen-und-Lieferketten-Gesetz“ (AgrarOLkG) beschlossen. Das ist ein wichtiger Schritt, um den Machtmissbrauch von Unternehmen gegenüber ihren Lieferanten in globalen Lieferketten zu unterbinden. Erfreulicherweise ist Deutschland mit dem AgrarOLkG über die Vorgaben der EU hinausgegangen. Neben der Mindestliste in der EU-Regulierung, enthält das deutsche Gesetz drei weitere Verbote. Zudem hat der Bundestag sich für die Einrichtung einer unabhängigen, weisungsungebundenen Ombuds- und Preisbeobachtungsstelle ausgesprochen, bei der Kleinbäuer\*innen und Arbeiter\*innen jedwede unfairen Handelspraktiken melden könnten. Nichtsdestotrotz weist das Gesetz aus Sicht des FFH erhebliche Schutzlücken auf: Es verbietet keine unfairen Preise und bleibt damit hinter Spanien zurück, welches 2020 ein Verbot des Einkaufs unterhalb der Produktionskosten eingeführt hat. Im Dezember 2021 hat das FFH in einem Fachworkshop gemeinsam mit Brot für die Welt und Fairtrade Deutschland die Umsetzung eines solchen Verbotes in Deutschland mit Expert\*innen diskutiert. Das FFH wird sich dafür einsetzen, dass die erwähnte Ombuds- und Preisbeobachtungsstelle schnellstmöglich eingerichtet sowie ein Verbot des Einkaufs unterhalb der Produktionskosten eingeführt werden.

### Einsatz für das Lieferkettengesetz

Im Juni 2021 hat der Bundestag das sogenannte Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz beschlossen. Seit 2019 hatte sich das FFH in der „Initiative Lieferkettengesetz“ aktiv engagiert, welche sich für ein wirksames Lieferkettengesetz stark machte. Mit Blick auf den erheblichen Lobbydruck der Industrie hätte es das Lieferkettengesetz ohne den Einsatz des gesamten zivilgesellschaftlichen Bündnisses in dieser Form nicht gegeben. Dies ist ein großer Erfolg, auch wenn das Gesetz nicht so ambitioniert ist, wie es sich das Bündnis gewünscht hatte. Neben der Arbeit zur Umsetzung des deutschen Lieferkettengesetzes begann die Arbeit für ein EU-weites Gesetz, das die Chance birgt, die Lücken des deutschen Gesetzes zu schließen und ambitionierte Regeln für die EU zu erlassen.

### Fairer Aufbruch – Forderungen zur Bundestagswahl

Im Vorfeld der Bundestagswahl im September 2021 hatte das FFH mit dem Weltladen-Dachverband (WL-DV) und Fairtrade Deutschland im Rahmen eines „Fairsprechens“ gemeinsame Forderungen an die neue Bundesregierung formuliert. Weltläden und Fair-Handels-Akteure wurden aufgerufen, mit Kandidat\*innen in ihren Wahlkreisen dazu ins Gespräch zu kommen. Politiker\*innen verschiedener Parteien haben das „Fairsprechen“ unterzeichnet – so auch die drei Kanzlerkandidat\*innen Annalena Baerbock, Olaf Scholz und Armin Laschet. Gleichzeitig hat das FFH eigene Forderungen zur Bundestagswahl unter dem Titel „Die

Transformation fair gestalten“ verfasst. Diese Publikation komplementiert das „Fairsprechen“ und schlüsselt unsere Forderungen und ihre Hintergründe detailliert auf.

### Fairness in den Mittelpunkt der Klimaziele stellen: Internationales Positionspapier zum Weltklimagipfel in Glasgow

Anlässlich des 26. Weltklimagipfels (COP26) in Glasgow forderte die internationale Fair-Handels-Bewegung in einem Positionspapier die Delegierten auf, Gerechtigkeit in den Mittelpunkt der Klimaziele zu stellen. Um die Klimakrise zu bewältigen und eine nachhaltige Zukunft für alle zu gewährleisten, müsse die internationale Gemeinschaft die strukturellen Ungerechtigkeiten im Welthandel bekämpfen. Das FFH gehört zu den Unterzeichner\*innen des Positionspapiers „Fairness in den Mittelpunkt der Klimaziele stellen“.

## Kommunikation

### „Solidarisch durch die Krise – Entschlossen in die Zukunft“ – Jahrespressekonferenz 2021

Auf seiner Jahrespressekonferenz am 14. Juli 2021 in Berlin musste das FFH in Bezug auf die Marktentwicklung des Fairen Handels im Geschäftsjahr 2020 erstmalig schlechte Nachrichten verkünden: Nach über einer Dekade im Aufwind war der Umsatz mit fairen Produkten in Deutschland infolge der Corona-Pandemie zurückgegangen. Dass die deutschen Supermärkte und Discounter in der Corona-Krise hingegen Rekordgewinne eingefahren haben, verdeutlicht, woran das System krankt. „Viele der Menschen, die uns ernähren, kämpfen täglich um ihr Überleben, weil sie Preise akzeptieren müssen, die nicht einmal die Produktionskosten decken“, erklärte Andrea Fütterer, Vorstandsvorsitzende des FFH. Vor diesem Hintergrund forderte das FFH erneut mit Nachdruck ein Verbot von Dumpingpreisen für Lebensmittel. Ausführlichere Informationen zu den Themen der FFH-Jahrespressekonferenz 2021 enthält die Broschüre „Aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel 2021“.

### Relaunch der FFH-Website

Die Website des FFH wurde 2021 aktualisiert und ausgebaut. Zu den Neuerungen auf [www.forum-fairer-handel.de](http://www.forum-fairer-handel.de) gehören, abgesehen vom neuen Design und einer übersichtlicheren Struktur, ein Blog, der aktuelle Entwicklungen in Form von FFH-eigenen- und Gastbeiträgen aus der Fair-Handels-Szene und darüber hinaus aufgreift.

### Publikationshighlights 2021

Das FFH hat in 2021 wieder eine große Bandbreite an Publikationen herausgebracht. Drei davon möchten wir an dieser Stelle hervorheben:

<sup>23</sup> Dieser Tätigkeitsbericht ist eine Zusammenfassung unseres Jahresberichtes 2021, welcher unter [www.forum-fairer-handel.de/wir/transparenz](http://www.forum-fairer-handel.de/wir/transparenz) zum Download bereit steht.

- Broschüre „Living Incomes und Living Wages im Fairen Handel“
- Broschüre „Eine Faire Zukunft für alle – Zukunftsbilder des Fairen Handels“
- Broschüre „Fairer Handel für Einsteiger\*innen“

Diese und viele weitere Infomaterialien des FFH sind in unserer Materialdatenbank unter [www.forum-fairer-handel.de/materialien](http://www.forum-fairer-handel.de/materialien) zum Download und teils bestellbar.

### Mitarbeit bei der #ichwillfair-Kampagne

Das FFH hat sich 2021 intensiv in den Steuerungs- und Redaktionskreis von #ichwillfair, einer Kampagne der Initiative Nachhaltige Agrarlieferketten (INA) im Auftrag der GIZ, eingebracht. Die Kampagne fand vor allem Online statt. Höhepunkte waren das Kochduell zwischen dem Sternekoch Ali Güngörmüş und dem Food-Youtuber MAX sowie die Verlosung eines weihnachtlichen „Ugly Sweaters“.

## Austausch und Qualifizierung



Auf der ersten FFH-Jahrestagung am 10. September wurde intensiv über die Zukunft des Fairen Handels und seine Rolle bei der sozial-ökologischen Transformation diskutiert.

### Fachgespräche

Das FFH führte 2021 zwei interne Fachgespräche durch. Dabei wurden die Themen „Rechtssichere öffentliche Beschaffung“ sowie „unfaire Handelspraktiken“ im Kreise von Kooperationspartnern des FFH, Mitglieds- und Netzwerkgorganisationen sowie Expert\*innen zu den jeweiligen Themen bearbeitet.

### Verbraucher\*innenbefragung zum Fairen Handel

Seit 2009 gibt das FFH in unregelmäßigen Abständen repräsentative Befragungen der Bevölkerung zum Fairen Handel in Auftrag. Die Verbraucher\*innen-Befragung zum Fairen Handel 2021 wurde im Frühjahr vom Meinungsforschungsinstitut IPSOS durchgeführt. Die wichtigsten Erkenntnisse wurden auf der Webseite sowie im Rahmen der Jahrespressekongress veröffentlicht.

### Online Seminar-Reihe

#### „Fair durchstarten und den Wandel gestalten“

2021 hat das FFH sechs Online-Seminare in der Reihe „Fair durchstarten und den Wandel gestalten“ durchgeführt. Vom Lieferkettengesetz zu den Zukunftsbildern über die aktuellste Verbraucher\*innen-Befragung zum Fairen Handel bis zum Thema existenzsichernde Einkommen präsentierte das FFH im Monatstakt wichtige Aspekte aus Fair-Handels-sicht und bot zudem einen Raum, über diese Themen ins Gespräch zu kommen.

### Fair-Handels-Beratung

Das FFH ist Anstellungsträger der Koordination der Konferenz der Fair-Handels-Beratung (KFB). Die KFB ist das gemeinsame Forum der aktuell 15 bundesweit tätigen Fair-Handels-Berater\*innen (FHB) und dient dem Austausch, der Weiterbildung und der Entwicklung neuer Beratungs- und Qualifizierungsangebote für Weltladenaktive.

Die Fair-Handel-Berater\*innen haben 2021 97 Vernetzungstreffen organisiert, 143 Qualifizierungsangebote für Weltladengruppen durchgeführt, 8 Neugründungen und 19 Umzüge oder Modernisierungen in Weltläden begleitet (Angaben ohne Bayern und Sachsen-Anhalt).

Einen besonderen Schwerpunkt nahm in 2021 die Begleitung der Weltläden unter Pandemie-Bedingungen ein. So erfreute sich z. B. der neu entwickelte „Online-Grundkurs Weltladen“ als digitales Angebot großer Beliebtheit. Auch kam es in einigen Regionen mit fachlicher Begleitung der FHB zu Neugründungen von Weltläden. Die Fair-Handels-Berater\*innen arbeiten im Rahmen der KFB eng mit anderen Fair-Handels-Akteuren wie z. B. dem Weltladen-Dachverband oder Fair-Handelsunternehmen zusammen. Die Koordination der FHB arbeitete regelmäßig an der AG Grundsatz und Politik des FFH sowie am Runden Tisch zum Thema „Wirtschaftlichkeit der Weltläden“ mit und brachte ihre Perspektiven und Erfahrungen ein. Nur mit einer guten wirtschaftlichen und strukturellen Basis sowie einem professionellen Ehrenamtsmanagement können Weltläden zukunftsfähig bleiben und sich in der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit engagieren. Daher braucht es eine langfristige und sichere Perspektive in der Förderung der FHB.

## Faire Woche

### Zukunft Fair Gestalten – Rückblick auf die 20. Faire Woche

Unglaublich, aber wahr: Die Faire Woche fand 2021 bereits zum 20. Mal statt! Im Jubiläumsjahr drehte sich unter dem Motto „Zukunft fair gestalten – #fairhandeln für Menschenrechte weltweit“ alles um das achte UN-Nachhaltigkeitsziel und das Thema menschenwürdige Arbeit und nachhaltiges Wirtschaften. Wie kann eine menschenwürdige und zukunftsfähige Wirtschaft gelingen? Wie trägt der Faire Han-



del seit mehr als 50 Jahren dazu bei? Engagierte aus ganz Deutschland haben mehr als 1.800 Aktionen rund um den Fairen Handel veranstaltet – und haben dazu beigetragen, dass der Faire Handel in Deutschland noch bekannter wird.

## HIGHLIGHTS DER FAIREN WOCHE 2021

### Digitaler Auftakt

Aufgrund der Corona-Pandemie fand die Auftaktveranstaltung der Fairen Woche 2021 am 9. September erneut digital statt. So konnten sich die Teilnehmer\*innen bequem an ihren Rechnern von verschiedenen Perspektiven zum Thema „Zukunft fair gestalten – fair handeln für Menschenrechte weltweit“ informieren. Die Aufzeichnung der Veranstaltung mit deutschen Untertiteln ist auf [YouTube](#) weiterhin abrufbar.



Unsere Studiogäste Andrea Fütterer (FFH-Vorstandsvorsitzende) und Lisa Herrmann (Leitung Kampagnen und Engagement bei Fairtrade Deutschland) beim digitalen Auftakt im Gespräch mit Alexander Thamm

### Stadtrallye „Zukunft fair gestalten“

Ein besonderes Highlight unter den 1.820 Veranstaltungen der Fairen Woche 2021 waren die über 110 Stadtrallyes rund um den Fairen Handel, die von Weltläden, Fairtrade-Towns, -Universities und weiteren Akteuren organisiert wurden. Dabei konnten sich die Teilnehmenden auf Entdeckungstour begeben, verschiedene Stationen aufsuchen und Aufgaben lösen.

### Trotz Pandemie ... Viele Aktionen live und in Farbe!

Auch im zweiten Pandemie-Jahr ließen es sich unsere tollen Akteure nicht nehmen, ihre Kreativität und Leidenschaft in informative und schöne Aktionen zur Fairen Woche zu kanalisieren.

Vom Stand des Weltladens Wolfenbüttel auf dem Umweltmarkt über den Fair P(l)ay Tag in Hamburg, über die sonnige Yogastunde in Hockenheim, einer Kunstaktion des Weltladens Föhren bis zum Fair Festival in Mömlingen mit Kleidertausch, Musik und Poetry Slams ... Wir waren wieder einmal beeindruckt von der Vielfalt der Aktionen!

## Aus dem Verein

### ARBEITSSCHWERPUNKTE DES VEREINS

#### Politische Arbeit

Das FFH wird immer mehr als Gesprächspartner von Politik und Verwaltung wahrgenommen. Das zeigte sich beim Jahresgespräch mit dem BMZ im Frühjahr, bei dem wir eine entschieden koordinierende Rolle für Fair-Handel-Akteure in Deutschland einnahmen und so wichtige Themen setzen konnten. Der Sommer und Herbst waren dann geprägt von unserer Arbeit zur Bundestagswahl. Dazu hatten wir zusammen mit unseren Mitgliedern unter dem Titel „Die Transformation fair gestalten“ ein Forderungspapier formuliert. Wie in unserer [Analyse des Koalitionsvertrags](#) nachzulesen ist, sind einige unserer zentralen Forderungen aufgenommen worden. Das ist ein schöner Erfolg, den es nun nachzuhalten gilt.

#### COVID-19 Soforthilfe für den Fairen Handel

2021 konnten wir eine weitere Antragsrunde der Covid-19-Soforthilfe für den Fairen Handel durchführen. Insgesamt wurden 2,8 Millionen Euro als direkte Zuschüsse für Handelspartner unserer Mitglieder im Globalen Süden bereitgestellt. Die Gelder konnten auf die Bedürfnisse von 75 Handelspartnern in 16 Ländern zugeschnitten werden, um somit die Strukturen des Fairen Handels zu stabilisieren. Die Erfolge dieser Initiative haben wir in der Broschüre „[SOLIDARITÄT VOR PROFIT - Die COVID-19 Soforthilfe für den Fairen Handel als ein Beispiel von Unterstützung in Krisenzeiten](#)“ sowie bei einer Veranstaltung im Rahmen der Fairen Woche vorgestellt.

#### Arbeit an Zukunftsbildern

Die Frage nach der Rolle des Fairen Handels in der sozial-ökologischen Transformation bleibt ein Schwerpunkt unserer Arbeit im Verein. Dazu haben wir 2021 in einem internen Prozess Zukunftsbilder des Fairen Handels entwickelt und diese einem breiteren Publikum zur Diskussion gestellt. Daraus ist Ende 2021 unsere Broschüre „[Eine Faire Zukunft für alle](#)“ entstanden, die unsere Vision einer gerechten Zukunft aufzeigt und zum Dialog dazu einlädt. Eine Debatte über diese Zukunftsbilder beim International Fair Trade Summit (IFTS) 2022 in Berlin wird ein Meilenstein in diesem Prozess sein.



## International Fair Trade Summit 2022

Als lokaler Gastgeber des nächsten International Fair Trade Summits (IFTS) der WFTO war ein Schwerpunkt unserer Vereinsarbeit die Vorbereitung dieses Events. Wir freuen uns auf ein kreatives und innovatives Programm im August 2022, wenn wir mehr als 300 Menschen aus der ganzen Welt in Berlin begrüßen können. Das Programm sowie alle Informationen für die Anmeldung finden sich [hier](#). Vor Weihnachten wurde zusammen mit der WFTO eine erfolgreiche Crowdfunding Aktion gestartet, dies es nun ermöglicht, über 50 Handelspartnern aus dem Globalen Süden die Teilnahme durch freie Tickets zu ermöglichen.



# 16<sup>th</sup> International Fair Trade Summit



## Mitglieder

2021 haben wir intensiv an unserer internen Mitgliederstruktur gearbeitet. Zudem haben unsere Mitglieder beschlossen das FFH-Netzwerk auszubauen und für assoziierte Mitglieder zu öffnen, die dem Fairen Handel verbunden sind, diesen aber nicht als alleiniges Betätigungsfeld sehen. Wir freuen uns auf weitere Partner, die mit uns den Fairen Handel als Beitrag zu einer sozial-ökologischen Transformation weiterentwickeln wollen.

## Finanzbericht

Wir freuen uns auch 2021 über eine solide Finanzsituation, die dem FFH ermöglicht, seine Aufgaben satzungsgemäß zu erfüllen. Die Einnahmen des Vereins speisen sich grundsätzlich aus drei Quellen: Mitgliedsbeiträge, Spenden und Fördermittel. Letztere haben sich 2021 durch erfolgreiche Antragsstellung im Vergleich zum Vorjahr positiv entwickelt. Da sich die Mitgliedsbeiträge beim FFH an Anzahl und Ertragsdaten der Mitglieder orientieren, haben wir 2021 etwa 9.000 Euro weniger an Beiträgen erhalten, was durch Ausgabenkürzungen beim Verein und eine Verdoppelung der Spenden ausgeglichen werden konnte. Bei den Ausgaben gab es im Vergleich zum Vorjahr vor allem Verschiebungen bei den Personalkosten, die durch zusätzliche Projekte, die mit Fördergeldern abgedeckt wurden, entstanden waren. Dank der großzügigen finanziellen Förderung durch ENGAGEMENT GLOBAL im Auftrag des BMZ, Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst sowie MISEREOR

## Veränderungen in der Geschäftsstelle

Die Geschäftsstelle ist seit Herbst 2021 Teil des Berlin Global Village. Wir erhoffen uns von diesem Umzug viele gute Impulse und Synergien für unsere Arbeit. 2021 ist das Team des FFH gewachsen: Neben einer Werkstudentin hatten wir durch die Covid-19 Soforthilfe für den Fairen Handel eine zusätzliche Stelle schaffen können. Im Berichtsjahr hatte das FFH fast durchgehend zehn Mitarbeitende.

konnte das FFH seine umfangreiche Informations- und Bildungsarbeit im Rahmen des Projektes „Nachhaltiger Konsum und Produktion (SDG 12) – Beitrag des Fairen Handels zu einer sozial-ökologischen Transformation“ umsetzen. Die Faire Woche in Kooperation mit dem Weltladen-Dachverband und Fairtrade Deutschland wurde ebenfalls von ENGAGEMENT GLOBAL, Brot für die Welt und MISEREOR finanziert. Zudem erhielt das FFH eine Förderung der Postcode Lotterie und im Zuge der Covid-19 Soforthilfe für den Fairen Handel einen Zuschussvertrag durch die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Allen Förderern sei an dieser Stelle herzlich gedankt. Im Vergleich zu 2020 konnten wir unsere Spendeneinnahmen verdoppeln, deshalb sei an dieser Stelle allen unseren (Dauer)Spender\*innen für ihre Unterstützung und das damit verbundene Vertrauen in die Arbeit des FFH herzlich gedankt.

## Bilanz (Aktiva)

Aktiva	EUR	2021	2020
<b>B. Umlaufvermögen</b>		<b>203.097,44 €</b>	<b>186.391,83 €</b>
<b>II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	88.310,85 €		99.226,55 €
4. sonstige Vermögensgegenstände	9.332,40 €		9.082,89 €
<b>IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten</b>	<b>105.454,19 €</b>		78.082,39 €
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		<b>161,51 €</b>	<b>0,00 €</b>
		<b>203.258,95 €</b>	<b>186.391,83 €</b>

## Bilanz (Passiva)

Passiva	EUR	2021	2020
<b>A. Eigenkapital</b>		<b>96.253,25 €</b>	<b>96.085,10 €</b>
<b>III. satzungsmäßige Rücklagen</b>			
1. freie Rücklage nach § 62 Abs. 1 Nr. 3 AO	89.153,25 €		86.085,10 €
2. Rücklage nach § 62 Abs. 1 Nr. 1 AO (Projektrücklage)	7.100,00 €		10.000,00 €
<b>C. Rückstellungen</b>		<b>9.439,68 €</b>	<b>4.148,51 €</b>
3. sonstige Rückstellungen	9.439,68 €		4.148,51 €
<b>D. Verbindlichkeiten</b>		<b>54.566,02 €</b>	<b>76.158,22 €</b>
4. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	43.325,97 €		45.909,01 €
8. sonstige Verbindlichkeiten	11.240,05 €		30.249,21 €
<b>E. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		<b>43.000,00 €</b>	<b>10.000,00 €</b>
Passive Rechnungsabgrenzung	43.000,00 €		10.000,00 €
<b>Summen</b>		<b>203.258,95 €</b>	<b>186.391,83 €</b>

## Gewinn- und Verlustrechnung

Gewinn- und Verlustrechnung	2021	2020
<b>ERTRÄGE</b>		
<b>Erlöse ideeller Bereich</b>		
Mitgliedsbeiträge	74.770,00 €	83.894,00 €
freie Spenden / zweckgebundene Spenden	7.490,00 €	2.895,00 €
Zuschüsse BMZ / Engagement Global	605.000,00 €	653.992,05 €
Zuschüsse Brot für die Welt	65.000,00 €	72.706,84 €
Zuschüsse Misereor	10.000,00 €	10.000,00 €
EU-Zuschuss	0,00 €	36.745,23 €
Zuschuss Postcode Lotterie	29.824,00 €	0,00 €
Zuschüsse GIZ	58.997,14 €	0,00 €
Zuschüsse Kooperationspartner Faire Woche	68.384,68 €	78.697,00 €
<b>Sonstige betriebliche Erträge ideeller Bereich</b>	<b>47.346,82 €</b>	<b>20.843,75 €</b>
<b>Umsatzerlöse Zweckbetrieb</b>	<b>1.700,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>Saldo Gesamteinnahmen</b>	<b>968.512,64 €</b>	<b>959.773,87 €</b>
<b>AUFWENDUNGEN</b>		
<b>Personalaufwand</b>	<b>-461.651,86 €</b>	<b>-376.924,02 €</b>
<b>Abschreibungen</b>	<b>-7.669,67 €</b>	<b>-2.863,53 €</b>
<b>Raumkosten</b>	<b>-46.738,75 €</b>	<b>-32.643,44 €</b>
<b>Versicherungen, Beiträge und Abgaben</b>	<b>-3.824,52 €</b>	<b>-4.195,75 €</b>
<b>Reparaturen und Instandhaltungen</b>	<b>-4.404,02 €</b>	<b>-4.204,44 €</b>
<b>Fremdfahrzeugkosten</b>	<b>-921,30 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>Werbe- und Reisekosten</b>	<b>-6.133,70 €</b>	<b>-35.085,66 €</b>
<b>Materialaufwand</b>	<b>-15.998,64 €</b>	<b>-17.737,07 €</b>
<b>Fremdleistungen und Honorare</b>	<b>-246.382,59 €</b>	<b>-218.290,64 €</b>
<b>Sonstige betriebliche Kosten</b>	<b>-61.548,52 €</b>	<b>-68.343,89 €</b>
<b>Mittelweiterleitungen</b>	<b>-103.070,92 €</b>	<b>-171.190,22 €</b>
<b>Einstellung in Rücklage</b>	<b>-10.168,15 €</b>	<b>-28.295,21 €</b>
<b>Saldo Gesamtausgaben</b>	<b>-968.512,64 €</b>	<b>-959.773,87 €</b>
<b>ERGEBNIS</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

## Kontakt und Informationen

### Dauer- oder Einzelspender\*innen gesucht – jeder Betrag ist willkommen!

2021 hat gezeigt, politische Veränderungen brauchen einen langen Atem. Mit dem deutschen Lieferkettengesetz und dem Gesetz zum Verbot von unfairen Handelspraktiken sind im letzten Jahr zwei wichtige Rechtsnormen verabschiedet worden, für die sich das FFH lange eingesetzt hat. Wir müssen jedoch dran bleiben, denn es braucht Nachbesserungen! Deshalb konzentrieren wir uns darauf, die Umsetzung des deutschen Lieferkettengesetzes kritisch zu begleiten, beim Gesetz zu unfairen Handelspraktiken ein Verbot von Dumpingpreisen zu erwirken und für ein starkes EU-Lieferkettengesetz zu streiten. Einige unserer Forderungen, die wir während des Wahlkampfes 2021 gestellt haben, sind im Koalitionsvertrag enthalten. Ein schöner Erfolg! Aber auch da ist klar: Sie müssen vom Papier in die Realität und das geht nur mit politischem Druck. Dieser Einsatz kostet Geld, das wir – um politische Unabhängigkeit zu bewahren – nur durch Mitgliedsbeiträge und Spenden generieren können. Wer diese Arbeit wichtig findet, kann uns durch eine Einzel- oder Dauerspende unterstützen.



Wie das geht? Ganz einfach über unsere Website:

<https://www.forum-fairer-handel.de/spenden>

Wenn Sie Fragen zum Forum Fairer Handel und Spenden haben, wenden Sie sich gerne an unseren Geschäftsführer, Matthias Fiedler – per Mail an [m.fiedler@forum-fairer-handel.de](mailto:m.fiedler@forum-fairer-handel.de) oder telefonisch unter (030) 280 40 599.

### Jetzt Mitglied werden und den Fairen Handel stärken!

Für Organisationen, Unternehmen und Vereine, die den Fairen Handel als einen wichtigen Teil ihrer Arbeit ansehen, gibt es neben Spenden auch die Möglichkeit, sich als Mitglied aktiv in das FFH einzubringen. Wie das geht, das haben wir in unserem neuen [Mitgliederflyer](#) zusammengefasst.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.forum-fairer-handel.de/wir/unsere-mitglieder](http://www.forum-fairer-handel.de/wir/unsere-mitglieder)

Für weitere Informationen erreichen Sie uns von Montag bis Donnerstag in der Zeit von 9 bis 17 Uhr:  
Forum Fairer Handel e.V. · Am Sudhaus 2 · 12053 Berlin  
Tel 030 - 280 40 588 · Fax 030 - 280 40 908  
[info@forum-fairer-handel.de](mailto:info@forum-fairer-handel.de) · [www.forum-fairer-handel.de](http://www.forum-fairer-handel.de)

### Sie möchten regelmäßig über den Fairen Handel informiert werden?

Hier können Sie sich für unseren Newsletter anmelden:  
[www.forum-fairer-handel.de/newsletter](http://www.forum-fairer-handel.de/newsletter)

### 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-Unternehmen, am 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-Unternehmen stehen mit ihrer gesamten Unternehmenspolitik hinter den Grundsätzen des Fairen Handels. Die folgenden Fair-Handels-Unternehmen 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.

[WWW.FORUM-FAIRER-HANDEL.DE](http://WWW.FORUM-FAIRER-HANDEL.DE)



Forum Fairer Handel e.V.  
Am Sudhaus 2 · 12053 Berlin  
Tel 030 - 280 40 588 · Fax 030 - 280 40 908  
[info@forum-fairer-handel.de](mailto:info@forum-fairer-handel.de)  
[www.forum-fairer-handel.de](http://www.forum-fairer-handel.de)