

10.08.2012



## Fact-Sheet

### Der Faire Handel in Deutschland

Zahlen, Entwicklungen und Trends für das Geschäftsjahr 2011

#### Wachstum trotz Krise:

Fairer Handel in Deutschland boomt –  
doch Rohstoff-Spekulationen gefährden den Erfolg

#### Kontakt und Nachfragen

Forum Fairer Handel  
Chausseestr. 128/129, 10115 Berlin  
Tel.: 030 - 280 40 588 | Fax: 030 - 280 40 908  
E-Mail: [info@forum-fairer-handel.de](mailto:info@forum-fairer-handel.de)  
Internet: [www.forum-fairer-handel.de](http://www.forum-fairer-handel.de)  
V.i.S.d.P.: Antje Edler, Geschäftsführerin  
Redaktion: Veselina Vasileva, Pressereferentin  
[v.vasileva@forum-fairer-handel.de](mailto:v.vasileva@forum-fairer-handel.de)  
Tel.: 030 - 280 44 973

## Auf einen Blick: Trends und Entwicklungen im Fairen Handel

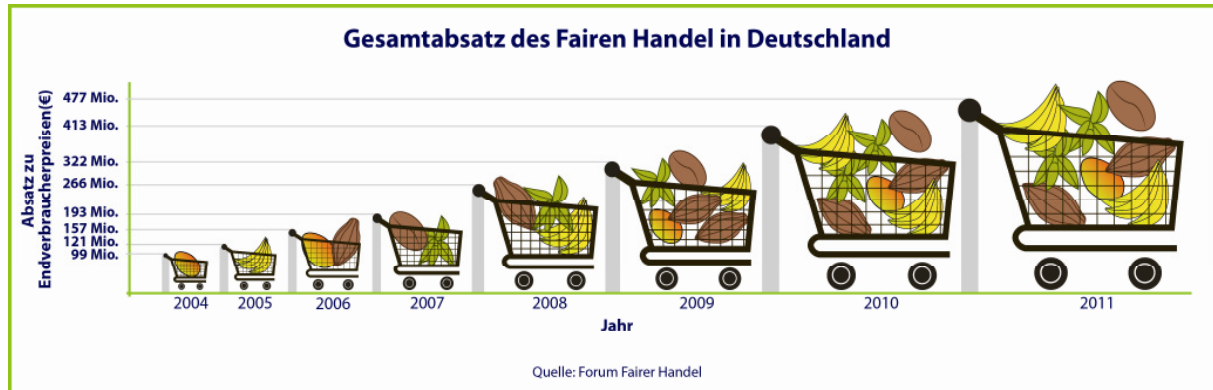
- 2011 gaben Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland 477 Millionen Euro für **fair gehandelte Produkte** aus dem Süden aus. Das entspricht einem Jahreswachstum von 16 Prozent und einer Verdopplung des Umsatzes innerhalb der letzten drei Jahre. In absoluten Zahlen wurde ein Plus von 64 Mio. Euro erreicht.
- Die **Handelspartnerschaften** der anerkannten Fair-Handels-Importeure konnten auf annähernd 600 ausgeweitet werden. Die meisten dieser Partnerschaften bestehen mit Kleinbauernkooperativen und Plantagen in Lateinamerika (45 Prozent), gefolgt von Asien (35 Prozent) und Afrika (18 Prozent).
- **Weltweit profitieren** weit über 1,2 Million Kleinbäuer\_innen und Arbeiter\_innen in über 60 Ländern direkt von den Vorteilen des Fairen Handels. Zusammen mit ihren Familien sind das mehr als sechs Millionen Menschen, die durch Fairen Handel ihre Lebens- und Arbeitssituation verbessern können.
- 36.000 Lebensmittelgeschäfte, Supermärkte und Discounter bieten mittlerweile Produkte aus Fairem Handel an. Das sind 3.000 mehr als im Vorjahr.
- Die Zahl der in Deutschland angebotenen **Produkte** aus Fairem Handel stieg um 20 Prozent auf insgesamt 12.000 Artikel. Davon entfallen rund 9.000 auf Kunsthandwerk, Textilien und weitere Non-Food-Produkte. Jedoch machen Lebensmittel mit 83 Prozent den größten Anteil am Absatz zu Endverbraucherpreisen aus. Ca. 65 Prozent der Lebensmittel kommen aus kontrolliert biologischem Anbau.
- **Wachstumsmotor** des Fairen Handels sind:  
Kaffee: plus 13 Prozent gegenüber 2010 (9.332 Tonnen)  
Südfrüchte(v.a. Bananen): plus 45 Prozent gegenüber 2010 (16.295 Tonnen)  
Blumen (v.a. Rosen): plus 12 Prozent gegenüber 2010 (80.587.000 Stiele)
- **Rohstoff-Spekulationen** gefährden den Erfolg  

Doch trotz der überzeugenden positiven Entwicklung des Fairen Handels in Deutschland ist dieser Ansatz von Entwicklungen der Weltwirtschaft nicht losgelöst. Stark schwankende Rohstoffpreise etwa stellen die kleinbäuerlichen Kooperativen in den Ländern des Südens vor große Herausforderungen. Aufgrund von verstärktem Wettbewerb, Preisrisiken und erhöhtem Finanzierungsbedarf geraten sie unter Druck.

Spekulationen an den Agrarmärkten verteuern Nahrungsmittel in Hochpreisphasen zusätzlich und verstärken Preisschwankungen. Dies hat Auswirkungen auf die reale Wirtschaft und kann diejenigen in Bedrängnis bringen, die tatsächlich die Produkte kaufen oder weiterverkaufen. Das Forum Fairer Handel setzt sich daher für eine stärkere Regulierung der Rohstoffmärkte ein.

# Kontinuierliches Wachstum trotz Krise. Der Faire Handel in Deutschland boomt

2011 gaben Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland 477 Millionen Euro für fair gehandelte Produkte aus dem Süden aus. Das entspricht einem Jahreswachstum von 16 Prozent und einer Verdopplung des Umsatzes innerhalb der letzten drei Jahre. In absoluten Zahlen wurde ein Plus von 64 Mio. Euro erreicht.



Mit rund 400 Millionen Euro und 84 Prozent am Gesamtabsatz zu Endverbraucherpreisen machten Produkte mit dem Fairtrade-Siegel den größten Anteil am Fairem Handel in Deutschland aus. Das Siegel ermöglicht es Verbraucher\_innen, Waren aus Fairem Handel auch außerhalb von Fachgeschäften zu identifizieren. Nach der aktuellen Globe Scan Studie 2011 kennen bereits 77 Prozent der Befragten das Fairtrade-Siegel und 93 Prozent davon halten es für vertrauenswürdig. Zu Recht: Unabhängige Kontrollen sichern die Einhaltung der internationalen Fairtrade-Standards.

Im vergangenen Jahr stiegen in Deutschland 36 Unternehmen in den Handel mit Fairtrade-zertifizierten Produkten ein. Darunter Unternehmen wie Aldi Süd oder der Großröster Darboven, der sehr stark im Gastronomiebereich vertreten ist.

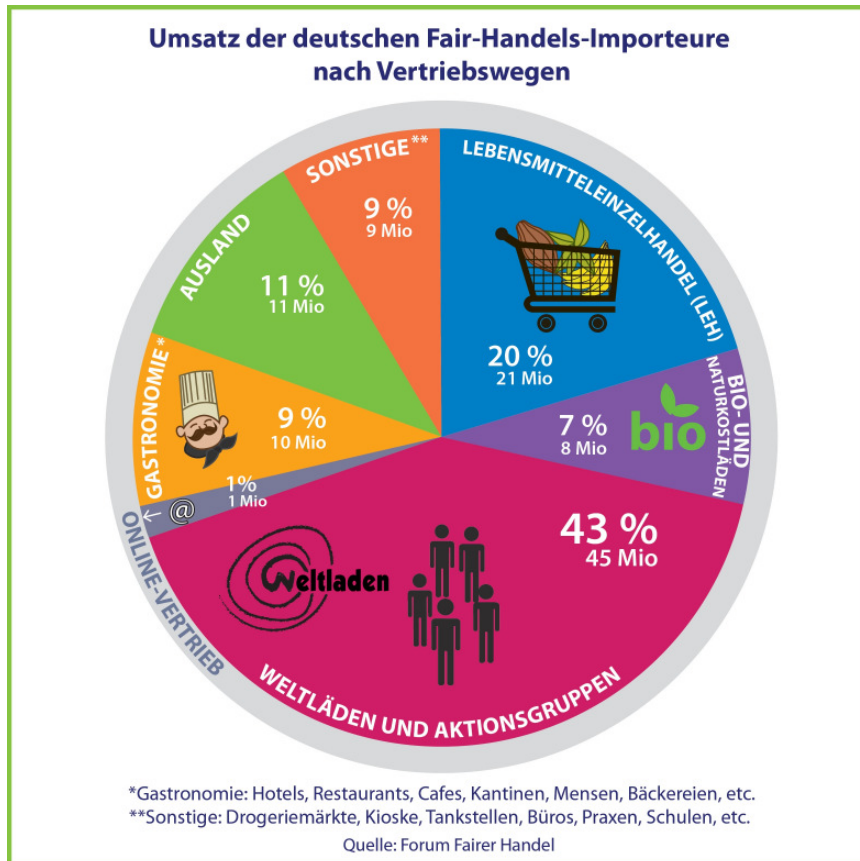
Insgesamt 36 deutsche Unternehmen bieten ausschließlich Produkte aus Fairem Handel an. Diese anerkannten Fair-Handels-Importeure verkauften im vergangenen Jahr Waren im Wert von rund 130 Millionen Euro, darunter gesiegelte und ungesiegelte. Wichtige Fair-Handels-Importeure in Deutschland sind z.B.: GEPA – The Fair Trade Company mit einer Verkaufssumme von 78 Mio. Euro, EL PUENTE (12 Mio. Euro), dwp (9 Mio. Euro), BanaFair (4 Mio. Euro), GLOBO – Fair Trade Partner (3 Mio. Euro).

## Vertriebswege und Produkte

In Deutschland sind inzwischen mehr als 12.000 fair gehandelte Artikel erhältlich. Dies entspricht einer Erweiterung des Sortiments von mehr als 20 Prozent gegenüber 2010. Davon entfallen rund 9.000 auf Kunsthandwerk, Textilien und weitere Non-Food-Produkte. Den Löwenanteil am Gesamtumsatz machen jedoch Lebensmittel aus. Bei den anerkannten Fair-Händlern beträgt ihr Anteil 83 Prozent. Rund 65 Prozent der fair gehandelten Lebensmittel sind auch bio zertifiziert.

Durch ein zunehmend flächendeckendes Angebot haben immer mehr Menschen die Möglichkeit, den Kauf fair gehandelter Produkte in ihren Alltag zu integrieren. An geschätzten 50.000 unterschiedlichen Orten in Deutschland darunter Lebensmittelgeschäfte, Supermärkte, Drogerien und Discounter, aber auch Kantinen, Mensen, Bäckereien, Restaurants, Hotels, Kioske, Tankstellen, Schulen, Büropraxen etc. – werden Produkte aus Fairem Handel angeboten.

Der größte Wachstumsmarkt liegt im Lebensmitteleinzelhandel. Um weitere zehn Prozent auf 36.000 ist die Zahl der Lebensmittelgeschäfte – darunter auch Biomärkte und Naturkostläden – gestiegen, die Produkte aus Fairem Handel anbieten. Die Gastronomie bleibt weiterhin starker Wachstumsmotor. 30 Prozent des Fairtrade-zertifizierten Kaffees gehen inzwischen in Hotels, Restaurants etc. über die Theke. Mit Mövenpick konnte 2012 ein weiterer großer Hotellerie-Kunde gewonnen werden.

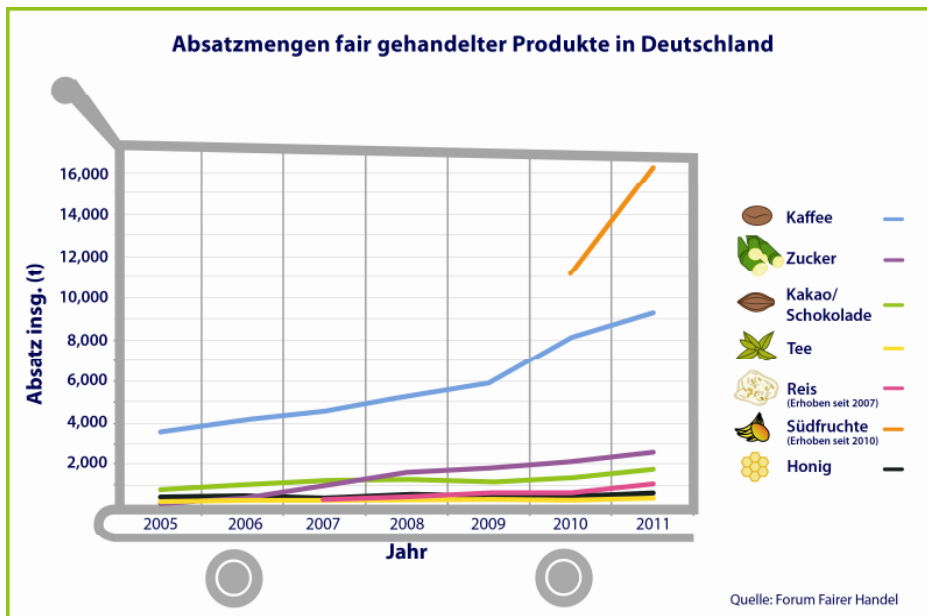


Mit einem Anteil von 43 Prozent am Umsatz der größten deutschen Fair-Handels-Importeure sind Weltläden und Aktionsgruppen nach wie vor der bedeutendste Vertriebsweg für die 100% Fair-Händler. In rund 800 Weltläden, den Fachgeschäften für Fairen Handel, finden Kund\_innen neben Lebensmitteln auch ein großes Sortiment an Handwerksprodukten aus Asien, Afrika und Lateinamerika.

### Entwicklung einzelner Produkte

Die umsatzstärksten Lebensmittel im Fairen Handel sind nach wie vor die „Klassiker“: Kaffee, Kakao, Tee, Südfrüchte. Auch Zucker, Honig, Nüsse, Gewürze, Trockenfrüchte, Fruchtsäfte und Wein aus Fairem Handel erfreuen sich immer größerer Beliebtheit.

Mit einem Anteil von 51 Prozent am Gesamtumsatz ist Kaffee nach wie vor das wichtigste Zugpferd im Fairen Handel. Der Kaffee-Absatz wuchs 2011 um weitere 13 Prozent auf 9.332 Tonnen. Auch andere „Klassiker“ des Fairen Handels wie Tee (plus 44 Prozent auf 373 Tonnen), Kakao und Schokolade (plus 30 Prozent auf 1.777 Tonnen), Südfrüchte (plus 45 Prozent auf 16.295 Tonnen), Zucker (plus 22 Prozent auf 2.465 Tonnen), Honig (plus 25 Prozent auf 629 Tonnen) und Blumen (plus 12 Prozent auf 80.587.000 Stiele) konnten deutlich zulegen. Mit gut 1.000 Tonnen ist auch der Absatz von fair gehandeltem Reis um zwei Drittel gegenüber 2010 (378 Tonnen) gestiegen.



## Engagement zeigt Wirkung

Mit 100.000 ehrenamtlich Aktiven ist der Faire Handel die größte entwicklungspolitische Bewegung Deutschlands. Das Engagement in Kirchen, Aktionsgruppen, Schüler- und Jugendprojekten sowie der bewusste Konsum von über 30 Millionen Verbraucher\_innen zeigen Wirkung: Immer mehr Produzent\_innen ermöglicht der Faire Handel verbesserte Lebensbedingungen und wirtschaftliche Sicherheit. Die Zahl der Handelspartnerschaften der anerkannten Fair-Handels-Importeure konnte auf annähernd 600 ausgeweitet werden. Die meisten dieser Partnerschaften bestehen mit Kleinbauern-Kooperativen und Plantagen in Lateinamerika (45 Prozent), gefolgt von Asien (35 Prozent) und Afrika (18 Prozent).



Viele Partner-Organisationen sind zudem durch die Fairtrade Labelling Organization (FLO) zertifiziert. Ihre Produkte können mit dem Fairtrade-Siegel vermarktet werden. Weltweit stieg die Zahl der Kleinbauernkooperativen und Plantagen, die unter dem Standard des Fairtrade-Siegels arbeiten, auf rund 1.000 an. Weit über 1,2 Mio. Kleinbäuer\_innen und Arbeiter\_innen in über 60 Ländern profitieren direkt von den Vorteilen des Fairen Handels. Zusammen mit ihren Familien sind das rund sechs Millionen Menschen, die durch Fairen Handel ihre Lebens- und Arbeitssituation verbessern können. Insgesamt konnten über den Handel mit Fairtrade-zertifizierten Produkten in Deutschland Direkteinnahmen von gut 82 Mio. Euro in den Produzenteländern erzielt werden.

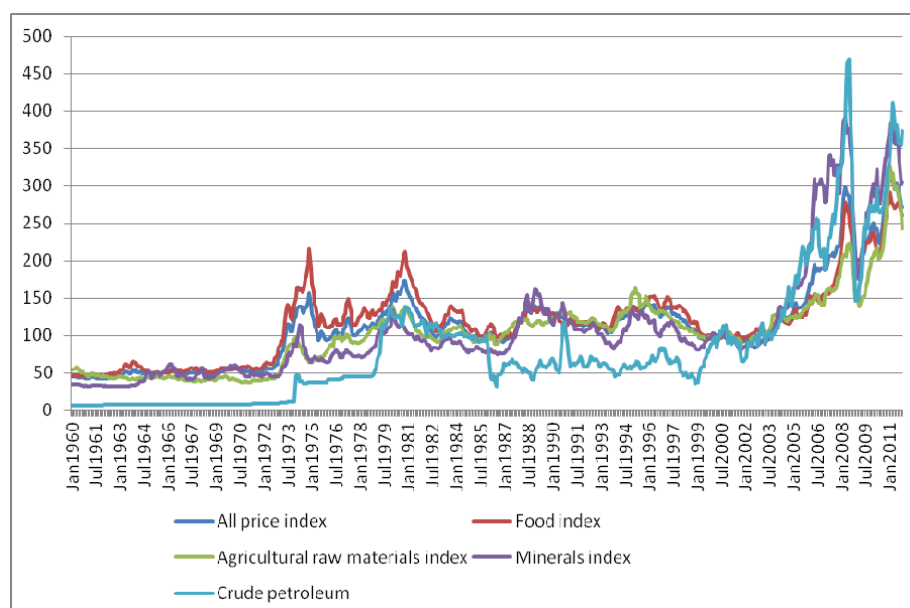
# Rohstoffmärkte unter Preisdruck

## Auswirkungen schwankender Rohstoffpreise auf den Fairen Handel – das Beispiel Kaffee

Doch trotz der überzeugenden positiven Entwicklung des Fairen Handels in Deutschland ist der Faire Handel von Entwicklungen der Weltwirtschaft nicht losgelöst. Stark schwankende Rohstoffpreise etwa stellen die kleinbäuerlichen Kooperativen in den Ländern des Südens vor große Herausforderungen.

Seit 2002 steigen die Preise von Rohstoffen aller Art – Agrarrohstoffe, Energierohstoffe und Metalle. Nach dem vorläufigen Höhepunkt Mitte 2008 brachen die Preise in der zweiten Jahreshälfte ein, bevor sie 2009 erneut zu steigen begannen und im Sommer 2011, insbesondere für Agrarrohstoffe und Metalle, ein Rekordhoch erreichten. Die sehr kurze Dauer des Auf und Ab in den letzten Jahren, die starken Preisausschläge und die große Anzahl von Rohstoffen unterschiedlicher Art, die von diesen Preisentwicklungen betroffen sind (UNCTAD 2011), sind außergewöhnlich.

**Abbildung 1:** Monatliche nominelle Rohstoffpreisindizes (1960-2011)



Quelle: UNCTAD Stat (2012)

Note: Free market commodity price indices; January 1960-November 2011; Prices are in current US\$; 2000=100.

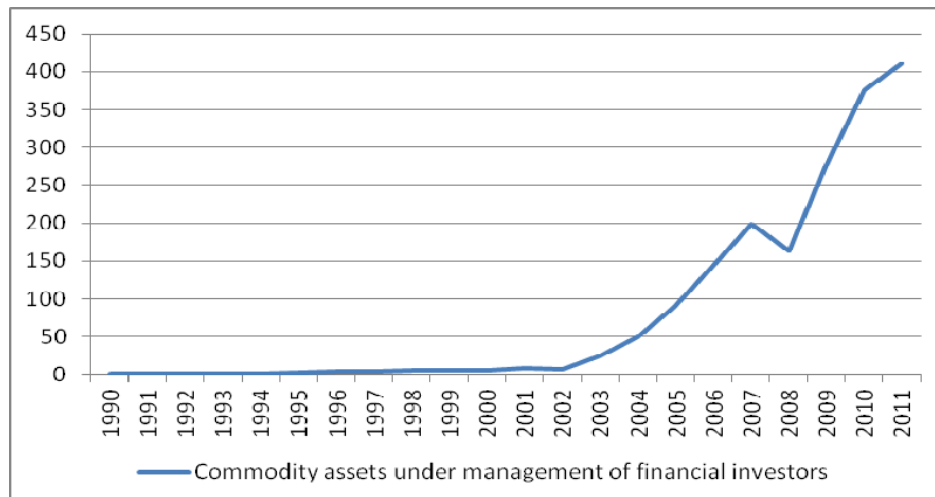
Sogenannte Entwicklungsländer sind von diesen Preisentwicklungen besonders betroffen, da sie häufig auf der Import- und/oder Export-Seite von Rohstoffen abhängig sind. Besonders deutlich wurde dies bei den Nahrungsmittelkrisen in den letzten Jahren.

### Gründe für Preissteigerungen und hohe Volatilität

Die derzeitigen Entwicklungen spiegeln tiefgreifende Veränderungen bei Angebot und Nachfrage von vielen Rohstoffen wider. Das rasante Wachstum Chinas und anderer Schwellenländer hat zu einem Anstieg ihrer Nachfrage nach Rohstoffen geführt. Außerdem fördern Regierungen, darunter die USA, die EU und Brasilien, die Entwicklung von Agrartreibstoffen, was zu einer Verschiebung der Anbauflächen und der landwirtschaftlichen Produktion führte. Auf der Angebotsseite verzeichnen einige Rohstoffe Versorgungsengpässe, vor allem aufgrund von geringen Investitionen in den vorangegangenen zwei Jahrzehnten sowie Ernteeinbußen in Folge des Klimawandels.

Globale Daten zu Produktion, Konsum und Lagerbeständen für verschiedene Rohstoffe können aber nicht allein die Entwicklung der Preise und vor allem die großen (kurzfristigen) Schwankungen in den letzten Jahren erklären. Auch Entwicklungen auf den Finanzmärkten haben einen wesentlichen Einfluss. Seit 2002 hat auf den Warenterminmärkten die Bedeutung von Finanzinvestoren wie Banken, institutionellen Investoren und Hedgefonds, die auf Rohstoffpreise spekulieren, drastisch zugenommen. Zwischen 1998 und 2008 stieg das Anlagevolumen in Rohstoff-Indexfonds von drei auf 174 Milliarden US\$. Kapitalanlagen in Agrarrohstoffe sind seit 2003 von neun Milliarden auf 99 Milliarden US\$ gestiegen.

**Abbildung 2:** Rohstoffderivate unter Kontrolle von Finanzinvestoren auf Terminmärkten



Quelle: Barclays Capital, The Commodity Investor, various issues.

Note: Year end with the exception of 2011 where data is from March; US\$ billion.

Rohstoffderivatmärkte sind für kommerzielle Händler wichtig, um Risiken abzusichern und Preissignale zu erhalten. Durch die dominante Rolle von Finanzinvestoren sind die Kosten und die Komplexität von Absicherungsgeschäften aber enorm gestiegen. Die Bedeutung der Preissignale für physische Geschäfte ist aufgrund der hohen Volatilität und der reduzierten Beziehung zu Fundamentaldaten zunehmend fragwürdig.

### Der Kaffeemarkt in Bewegung

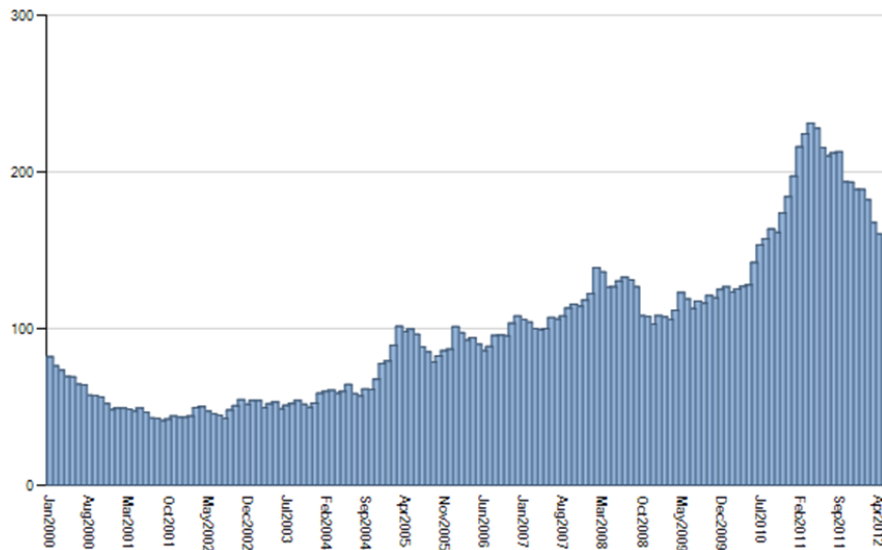
Vor rund 10 Jahren sah man für Hochland Arabica-Kaffeesorten Tagesnotierungen unter 50 US Cents pro Pfund an der New Yorker Warenterminbörse; der Jahresdurchschnittspreis zwischen 2001 und 2003 erreichte keine 65 US Cents und lag damit unter den Produktionskosten. Die Folgen für Kaffeebäuer\_innen waren dramatisch. Sie wurden zu Tausenden in den Ruin getrieben, vernachlässigten – mangels Perspektive – ihre Kaffeeplantagen oder verkauften ihr Land.

Der im Fairtrade-System vorgesehene garantierte Mindestpreis von damals 121 US Cents pro Pfund – plus einer Sozialprämie von 5 US Cents und einer Bio-Prämie von weiteren 15 US Cents – waren für die Kaffeeproduzent\_innen des Fairen Handels von existentieller Bedeutung, konnten sie doch dadurch ihre Produktion aufrecht erhalten und wurden nicht in die Migration gezwungen.

Seit 2005 hat sich die Situation auf dem Kaffeeweltmarkt gewandelt. Die Nachfrage nach hochqualitativen Arabica-Kaffees hat deutlich zugenommen, sowohl in den Anbauländern selbst, wie etwa in Brasilien, als auch auf neuen Märkte in Asien. Dem steht ein geringeres Angebot gegenüber. Vor allem bei sogenannten gewaschenen Arabicas aus Kolumbien oder Mittelamerika gab es aufgrund von wetterbedingten Einflüssen Ernterückgänge. In vielen Anbauländern kamen die Nachwehen der extrem niedrigen Preise der ersten Hälfte des Jahrzehnts dazu. Kaffeeplantagen hätten erneuert werden müssen, doch mangels

entsprechender Einkommen haben viele Bauern und Bäuerinnen darauf verzichtet und/oder konnten sich die Investitionen nicht leisten. Abnehmende Erträge waren die Folge.

**Abbildung 3:** Preisentwicklung auf dem Kaffeemarkt: Kaffeepreise, gem. ICO-Preisindex



Quelle: UNCTAD

Note: US Cents/Pfund

Diese Fundamentaldaten erklären jedoch nicht die rasante Aufwärtsentwicklung der Kaffeepreise mit Spitzennotierungen von über 300 US Cents pro Pfund für gewaschene Arabicas wie im April 2011 und die starken kurzfristigen Schwankungen. Auch die Bedingungen auf den Rohstoff-Derivatmärkten haben einen wichtigen Einfluss auf die Kaffeepreise. In Terminmärkten in den USA hielten Indexinvestoren im Jahr 2008 42 Prozent aller Positionen für Kaffee - 1998 waren es nur 1,7 Prozent. Zumindest teilweise lassen sich kurzfristige Schwankungen und übermäßige Preisausschläge auf den Kaffee-Terminmärkten auf Spekulationen von institutionellen Anlegern zurückführen.

Die Weltmarktpreise für Arabica Hochlandkaffees haben die Spitzenwerte des letzten Jahres nicht gehalten und befinden sich aktuell auf einem Zweijahrestief. Eine prognostizierte gute Ernte in Brasilien (+16% zum Vorjahr) sowie die aktuelle Eurokrise werden als mögliche Erklärungen dafür angeführt. Demgegenüber rechnet die Internationale Kaffeorganisation mit einem anhaltenden Anstieg des Verbrauchs, was Angebot und Nachfrage in Balance halten und den Preis für Arabica Bohnen stützen könnte.

### Höhere Preise für die Kaffeebauern

Die höheren Kosten in Produktion, Verarbeitung aber auch für die Lebenshaltung führten im Fairtrade-System zu einer schrittweisen Anhebung der garantierten Mindestpreise für Kaffee.

#### José Rojas, Cepicafé, Peru:

*„Die Preise für Nahrungsmittel sind tatsächlich sehr stark gestiegen, was das Leben verteuert hat. Die Diversifizierung ist wichtig. Etwa 80 Prozent unserer Mitglieder bauen deshalb auch andere Produkte an.“*

Bild: GEPA - The Fair Trade Company





**Seit 1.4.2011:**

Fairtrade-Mindestpreis für gewaschene Arabicasorten:	140 US Cents/100 am. Pfund
+ Fairtrade-Prämie	+ 20 US Cents/100 am. Pfund,
ggf. + Bio Prämie:	+ 30 US Cents/100 am. Pfund
mindestens 160/ ggf. 190 Cents/100 am. Pfund	

Der garantierte Preis stellt für die Kaffeekooperativen ein wichtiges Sicherheitsnetz nach unten dar. Sinkt der Weltmarktpreis unter die 140 US Cents, kommt diese Preisregelung zum Tragen. In der Hochpreisphase der Jahre 2010 und 2011 sowie im ersten Halbjahr des Jahres 2012 lag der Terminmarktpreis jedoch deutlich darüber. In dieser Situation wird auch im Fairen Handel der Börsenpreis zum Referenzwert. Mindestens zu bezahlen sind der Weltmarktpreis plus die Fairtrade-Prämien für soziale Investitionen und biologische Produktion.

Durch die höheren Kaffeepreise hat sich der finanzielle Spielraum für die Erzeuger in den letzten Monaten erhöht. Aufgrund der allgemein hohen Rohstoffpreise (auch für Öl, Düngemittel etc.) stiegen allerdings auch die Produktionskosten. Gleichzeitig spüren auch Kaffeebauer\_innen die allgemein steigenden Lebensmittelpreise. Viele nutzen daher die Hochpreisphase, um ihre Produktion zu diversifizieren, sowohl für den eigenen Bedarf als auch für lokale oder internationale Märkte.

Daneben gilt es, die Hochpreisphase zu nutzen, um die Kaffeepflanzungen zu erneuern und nachhaltig zu gestalten. Dazu gehören z. B. Investitionen in eine verbesserte Bodenqualität oder in widerstandsfähigere Kaffeepflanzen, die besser mit den Veränderungen des Klimawandels zurecht kommen.

### **Große Herausforderungen für die Kooperativen**

Starke und kurzfristige Preisschwankungen wie in den letzten Jahren stellen die Kaffeekooperativen vor große Herausforderungen. Sie müssen einem verstärkten Wettbewerbsdruck vonseiten der Zwischenhändler\_innen standhalten, einen erhöhten Finanzierungsbedarf decken und in der Lage sein, Preisrisiken abzusichern, um weder den inneren Zusammenhalt der Genossenschaften noch ihre eingegangenen Lieferverpflichtungen zu gefährden.

Um an den Kaffee zu gelangen, treten Zwischenhändler\_innen aggressiver denn je auf. Sie bieten – unabhängig von der Qualität – hohe Preise bar auf die Hand, was Produzent\_innen dazu verleiten kann, ihren Kaffee nicht wie vereinbart an die Kooperative zu liefern. Das hat zum Teil weitreichende Folgen, vor allem wenn Genossenschaften dadurch ihren Lieferverpflichtungen nicht mehr nachkommen können. Der individuelle Nutzen für die einzelnen Bauern und Bäuerinnen ist kurzfristig und keinesfalls nachhaltig. Denn Zwischenhändler\_innen kümmert eine dauerhafte Begleitung und Beratung der Produzent\_innen, wie die Genossenschaften sie leisten, nicht.

**Martha Villareyna, Cecocafen:**

*„Die hohen Preise helfen, die hohen Produktionskosten zu decken. Denn der Anstieg des Ölpreises hat alles verteuert. Den Transport, die Arbeitskraft, die Verarbeitung. Nun bleibt auch etwas, um die Höfe zu verbessern. Das ist eine Situation, auf die die Produzent\_innen schon lange gewartet haben.“*

*„Die Produzent\_innen haben die Lektion der Jahre 1999–2003 gelernt. Sie wissen, dass die aktuell guten Preise dazu genutzt werden müssen, die Infrastruktur und die Pflanzungen zu verbessern, damit sie vorbereitet sind für den Fall, dass die Preise wieder sinken.“*



**Eimar Velázquez, ISMAM:**

(auf dem Foto ganz links)

*„Wenn durch den Preiskampf Genossenschaften geschwächt werden, nützt das mittelfristig vor allem den Händlern. Die Kooperativen sind ein wichtiges Regulativ. Denn nur wenn die Leute organisiert sind und bleiben, können sie auf den Preis einwirken.“*

Bild: EZA, Österreich

Kooperativen nehmen am Markt zwei Rollen ein. Sie kaufen Kaffee von ihren Mitgliedern und verkaufen Exportkaffee an ihre Kunden in Übersee. Dazwischen liegt – gerade wenn die Weltmarktpreise hoch sind bzw. stark schwanken – ein zum Teil beträchtliches kommerzielles Risiko. Es besteht im Wesentlichen in der Preisdifferenz und den Dynamiken zwischen lokalem Markt, auf dem sie den Kaffee beziehen, und dem internationalen Markt, auf dem sie ihn verkaufen.

Offene Verträge erlauben den Produzentenorganisationen, den Preis entsprechend der aktuellen Börsennotierung zu fixieren. Dies gibt den Kooperativen großen Handlungsspielraum. Den Zeitpunkt der Fixierung bei schwankenden Weltmarktpreisen auf hohem Niveau richtig zu wählen, ist aber eine der großen Herausforderungen für die Kooperativen. Wird in einer Hochpreisphase zu früh fixiert, haben die Kooperativen Probleme, ausreichend Kaffee von ihren Mitgliedern zu bekommen. Sinken die Preise, sollte die Fixierung des Verkaufspreises erfolgen, sobald die Kaffeebauern den Kaffee abgeliefert haben. Andernfalls drohen der Kooperative Verluste. Um mit dieser speziellen Situation zurecht zu kommen, müssen die Kooperativen Kompetenz im Risikomanagement aufbauen.

Unterstützung erhalten sie im Fairtrade-System im Rahmen des **Coffee Action Plan**:

- Einrichtung eines „Coffee Help Desk“, an den sich sowohl Produzentenorganisationen als auch Händler wenden können.
- Schulungen zu Risikomanagement und Vertragsverhandlungen bei Produzentenorganisationen
- Leitlinien zum Umgang mit dem Preisrisiko mit einer Reihe von Strategien, mithilfe derer sich Kooperativen gegen drohende Preisrisiken absichern können.

## Fazit

Sowohl zu niedrige als auch spekulativ getriebene, oft kurzfristige Spitzenpreise gehen an der Zielsetzung des Fairen Handels vorbei, den Produzenten stabile Rahmenbedingungen zu sichern, die eine soziale, ökologische und wirtschaftlich nachhaltige Produktion erlauben. Die Stärkung der Kleinbauernzusammenschlüsse spielt eine zentrale Rolle im Fairen Handel, denn sie ermöglichen gemeinsame Investitionen in die wirtschaftliche und soziale Entwicklung, bieten Beratung und stärken die Verhandlungsmacht der Bäuer\_innen gegenüber Geschäftspartnern und Politik.

Spekulation an Rohstoffmärkten haben Auswirkungen auf die reale Wirtschaft. Extreme Preisschwankungen an den Börsen bringen diejenigen, die tatsächlich die Produkte kaufen und weiterverkaufen, in Bedrängnis. Das Forum Fairer Handel setzt sich daher für eine stärkere Regulierung der Rohstoffmärkte ein.

## Hintergrund zu den Zahlen des Fairen Handels

### Was ist Fairer Handel?

„Fairer Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Durch bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte für benachteiligte Produzent\_innen und Arbeiter\_innen – insbesondere in den Ländern des Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung. Fair-Handels-Organisationen engagieren sich – gemeinsam mit Verbraucher\_innen – für die Unterstützung der Produzent\_innen, die Bewusstseinsbildung sowie die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels.“ Auf diese Definition haben sich die internationalen Dachorganisationen des Fairen Handels verständigt.

### Was sind fair gehandelte Produkte?

Die Verbraucherinnen und Verbraucher finden in Weltläden ein breites Produktsortiment fair gehandelter Waren, die diese von anerkannten Fair-Handels-Importeuren beziehen. Das sind Unternehmen/Organisationen, die zu 100 Prozent im Fairen Handel aktiv sind. Auf internationaler Ebene haben sich Fair-Handels-Organisationen zur Dachorganisation WFTO zusammengeschlossen. Unter dem Dach der WFTO wurden Standards und ein Monitoringsystem für Fair-Handels-Organisationen entwickelt. Daneben gibt der deutsche Weltladen-Dachverband eine Empfehlung an die Weltläden heraus, in der die Fair-Handels-Importeure bewertet werden, inwieweit sie der Konvention der Weltläden gerecht werden.

Für den Vertrieb fair gehandelter Produkte außerhalb von Weltläden wurde ein Produktsiegel für spezifische Produktgruppen entwickelt: das Fairtrade-Siegel. Produkte, die das Fairtrade-Siegel tragen, erfüllen garantiert die internationalen Standards der Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). Neben Fair-Handels-Organisationen können auch konventionelle Unternehmen ihre Produkte mit dem Fairtrade-Siegel auszeichnen lassen. In Deutschland sind mit dem Fairtrade-Siegel erhältlich: Bananen, Kaffee, Fruchtsaft, Honig, Reis, Schokolade, Kakao, Tee, Wein, Zucker, Datteln, Sportbälle, Eiscreme, Quinoa, Blumen und Textilien aus gesiegelter Baumwolle.

### Was ist die Datenbasis?

Die veröffentlichten Branchenzahlen werden vom Forum Fairer Handel jährlich erhoben. Sie beruhen auf den Aussagen der Mitgliedsorganisationen sowie auf den Angaben kleinerer und mittlerer Fair-Handels-Organisationen, die Mitglied der WFTO sind oder nach der Einschätzung des Weltladen-Dachverbandes insgesamt oder mit geringen Einschränkungen der Konvention der Weltläden gerecht werden. Die großen Fair-Handels-Organisationen werden für die Zusammenstellung der Zahlen jährlich sehr differenziert zu ihren Umsätzen und Absatzmengen befragt, die kleineren und mittleren Akteure werden alle zwei Jahre befragt. Daneben finden die Zahlen von TransFair zum Absatz Fairtrade-gesiegelter Waren in Deutschland Berücksichtigung. Zur Hochrechnung des Wertes, der den Gesamtumsatz fair gehandelter Waren zu Endkundenpreisen darstellt, sind Schätzungen notwendig.

Bei der Erhebung und Auswertung der Branchenzahlen liegt momentan der Fokus auf Produkten aus dem Süden. Tendenziell gibt es aber auch immer mehr Initiativen für fair gehandelte Produkte aus dem Norden, und auch die klassischen Fair-Händler setzen sich zunehmend mit den Produktionsbedingungen der Nordzutaten in ihren Produkten auseinander. Derzeit werden allgemeine Kriterien für fair gehandelte Produkte aus dem Norden, die die Basis für eine erweiterte Erhebung und Auswertung bieten, noch weiter ausgearbeitet.

### Wer gibt die Zahlen heraus?

Das Forum Fairer Handel ist das bundesweite Netzwerk des Fairen Handels. Es wurde 2002 gegründet, um die Aktivitäten des Fairen Handels in Deutschland zu koordinieren. Die Mitglieder des Forums sind Organisationen, die ausschließlich im Fairen Handel arbeiten und Akteure, die die Förderung des Fairen Handels als einen der Schwerpunkte ihrer Arbeit ansehen. Mitgliedersind zurzeit die Siegelorganisation TransFair, die Fair-Handels-Importeure GEPA – The Fair Trade Company, EL PUENTE, dwp, BanaFair und Globo – Fair Trade Partner, Naturland – Verband für ökologischen Landbau und der Weltladen-Dachverband. Weitere Organisationen wirken in den Arbeitsgruppen des Fair-Handels-Netzwerkes mit, zum Beispiel AEJ, BDKJ, Brot für die Welt, EED, Misereor, Fair Trade e. V., INKOTA-netzwerk e.V, die Arbeitsgemeinschaft der Eine-Welt-Landesnetzwerke in Deutschland (agl), die Servicestelle Kommunen in der Einen Welt und die Verbraucher Initiative.