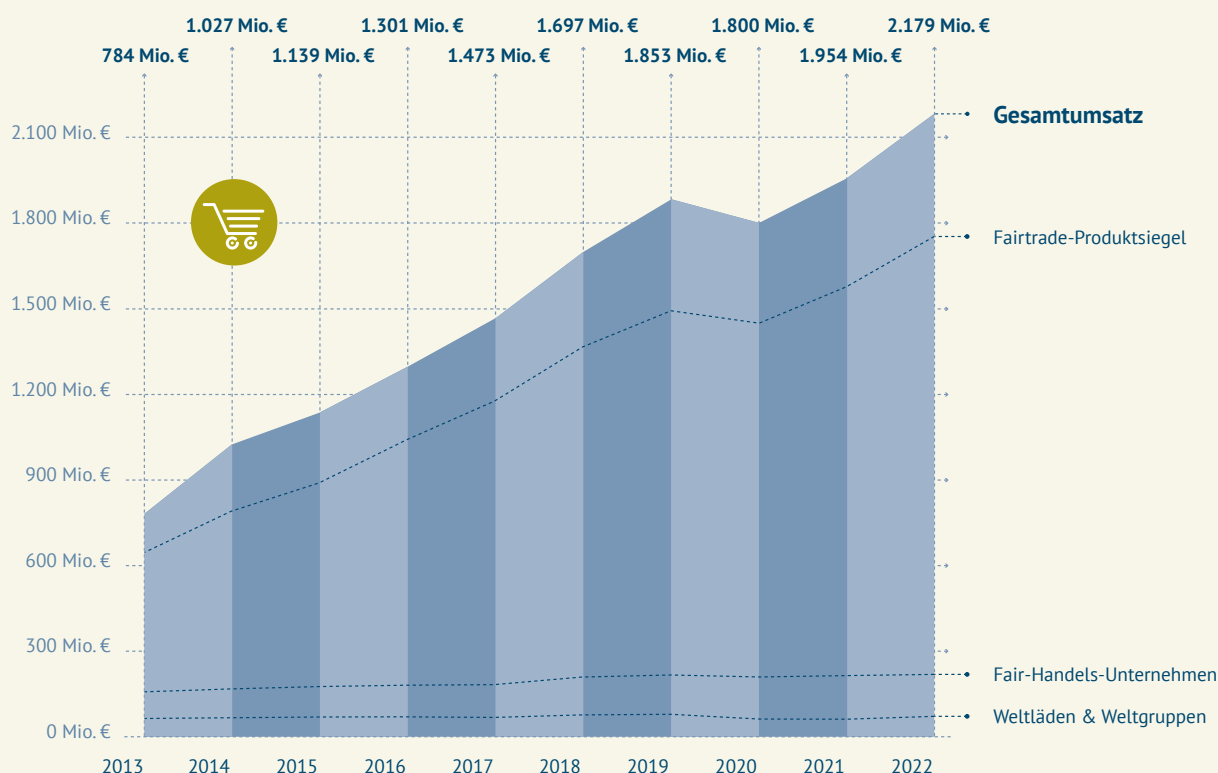


Umsatzentwicklungen des Fairen Handels in Deutschland

Der Faire Handel in Deutschland hat sich im Geschäftsjahr 2022 trotz inflationsbedingter Kaufzurückhaltung und globaler Krisen positiv entwickelt und erstmals die zwei Milliarden Grenze geknackt. Der Umsatz mit fair gehandelten Produkten ist um 11,5 % auf 2,18 Milliarden Euro zu Endverbraucherpreisen gestiegen. Trotz der hohen Inflation im vergangenen Jahr ist das eine positive Entwicklung. Die Verbraucher*innen in Deutschland gaben pro Kopf durchschnittlich 25,83 Euro für faire Lebensmittel, Textilien und Handwerksprodukte aus.

Gesamtumsatz des Fairen Handels in Deutschland, 2013-2022

Umsatz fair gehandelter Produkte zu geschätzten Endverbraucherpreisen

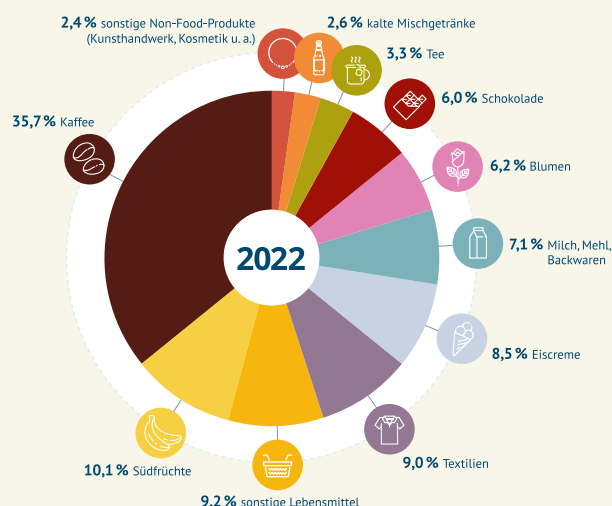


81 % des Gesamtumsatzes wurden mit **Fairtrade-gesiegelten Produkten** erzielt (1,77 Milliarden Euro). Die anerkannten **Fair-Handels-Unternehmen** erreichten 2022 einen Umsatz von 229 Millionen Euro (2021 waren es 228 Millionen Euro). Dass ihre Umsätze insgesamt stabil blieben, ist unter anderem auf die überzeugte und treue Kundschaft in den Weltläden zurückzuführen, welche ein wichtiger Vertriebsweg für diese Unternehmen sind. Die **Weltläden und Weltgruppen** erreichten in wirtschaftlich turbulenten Zeiten einen Gesamtumsatz von 77 Millionen Euro (+ 7 %). 2023 feiern die Weltläden in Deutschland ihr 50. Jubiläum.

2022 wurden **fair gehandelte landwirtschaftliche Erzeugnisse aus Europa** im Wert von über 153 Millionen Euro (+ 9 %) verkauft. Zu den Produkten in dieser Kategorie zählen vor allem Naturland Fair-gesiegelte Milchprodukte, Mehl und Backwaren aus Deutschland, aber auch Olivenöle, Pasta, Kräutertees und Trockenfrüchte aus Europa.

Anteil einzelner Produkte am Gesamtumsatz

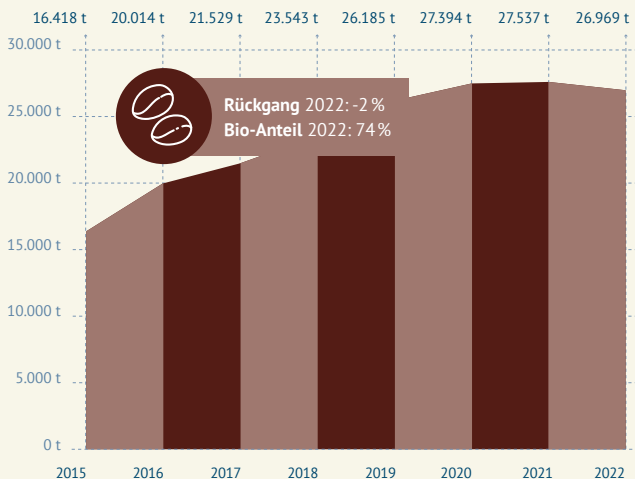
Mit 82,5 % machten Lebensmittel 2022 wieder den größten Anteil am Umsatz mit Produkten aus Fairem Handel in Deutschland aus.



Absatzentwicklung von fairem Kaffee und Schokolade

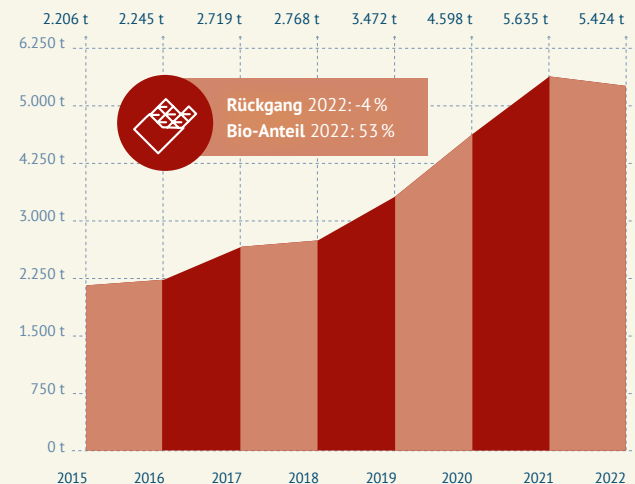
Der Absatz von fairem Kaffee ist 2022 im Vergleich zum Vorjahr um 2 % auf 26.969 Tonnen gesunken. Gemessen am Gesamtabsatz von Röstkaffee in Deutschland liegt sein Marktanteil bei 5,6 %.

Kaffee



Der Absatz von fairer Schokolade ist 2022 leicht um 4 % auf 5.424 Tonnen gesunken. Der Marktanteil von fairer Schokolade in Deutschland liegt bei 3,2 %.

Schokolade



Faire und verlässliche Handelspartnerschaften sind für die Produzent*innen (insbesondere im Globalen Süden) aktuell wichtiger denn je. Denn sie haben mit drastisch gestiegenen Kosten für Lebenshaltung, Produktionsmittel und Transport bei häufig sinkenden Erträgen in Folge der Klimakrise zu kämpfen.

V.i.s.d.P.: Matthias Fiedler

Herausgeber: Forum Fairer Handel e.V. · Redaktion: Katrin Frank

Stand: Juli 2023

Forum Fairer Handel e.V.

Am Sudhaus 2 · 12053 Berlin · Telefon: (030) 280 40 588

info@forum-fairer-handel.de · www.forum-fairer-handel.de

Ausführliche Informationen enthält die Broschüre „Aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel 2023“

Verbraucher*innenbefragung zum Fairen Handel 2023

Wie die Verbraucher*innen in Deutschland zum Fairen Handel stehen, zeigt eine **repräsentative Befragung**, die im Juni 2023 im Auftrag des Forum Fairer Handel durch das Meinungsforschungsinstitut IPSOS GmbH durchgeführt wurde. Die 2.165 Befragten sollten u. a. angeben, wie häufig sie bei ihren typischen Wocheneinkäufen ganz gezielt fair gehandelte Produkte kaufen. Das Ergebnis: 70 Prozent der Verbraucher*innen in Deutschland greifen mindestens gelegentlich (37,9 %), häufig (23,0 %) oder sogar immer (8,9 %) zu fair gehandelten Produkten. Nur ein kleiner Teil von unter einem Viertel der Menschen kauft gar nicht (6,9 %) oder nur sehr selten (15,6 %) fair gehandelte Produkte.

Wenn Sie an einen typischen Wocheneinkauf denken, wie häufig kaufen Sie ganz gezielt fair gehandelte Produkte?



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

Gefördert durch ENGAGEMENT GLOBAL mit Mitteln des

Gefördert durch:

Brot für die Welt

mit Mitteln des Kirchlichen Entwicklungsdienstes



Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung