

Folie 1





Einführung Fairer Handel:

Der Welthandel ist ungerecht. Während einige Wenige vom wachsenden globalen Reichtum profitieren, haben Andere kaum eine Chance, ihre Lebensumstände zu verbessern. Gerade die Menschen am Anfang der Lieferketten gehören häufig zu den „Verlierer*innen“ der Globalisierung und des weltweiten Profitstrebens. Ob Textilarbeiter*innen in Bangladesch, Kaffeebauer*innen in Honduras oder Milchbauer*innen in Deutschland – gerade diejenigen, die die Produkte unseres Alltags anbauen und herstellen, leiden unter niedrigen Weltmarktpreisen, prekären Arbeitsbedingungen und Ausbeutung. Der Faire Handel will diese ungerechten Handelsbedingungen ändern – indem er selbst eine Alternative anbietet, aber auch durch politische und Bildungsarbeit.

Definition Fairer Handel:

Der Faire 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. (FINE-Definition des Fairen Handels, FLO/IFAT/NEWS/EFTA)

Der Faire Handel ...

- schafft Marktzugang für benachteiligte Produzent*innen
- unterhält langfristige, transparente und partnerschaftliche Handelsbeziehungen und schließt unfairen Zwischenhandel aus
- zahlt den Produzent*innen faire Preise, die ihre Produktions- und Lebenshaltungskosten decken, und leistet auf Wunsch Vorfinanzierung
- stärkt die Position und sichert die Rechte von Arbeiter*innen und Kleinbauer*innen sowie ihrer Organisationen im Süden
- trägt zur Qualifizierung von Produzent*innen und Handelspartnern im Süden bei
- gewährleistet bei der Produktion die Einhaltung der acht ILO-Kernarbeitsnormen
- sichert die Rechte von Kindern und fördert die Gleichberechtigung von Mädchen und Frauen
- fördert den Umwelt- und Klimaschutz, z.B. in Form der Umstellung auf biologische Landwirtschaft
- leistet Bildungs- und politische Kampagnenarbeit, um die Regeln des Welthandels gerechter zu gestalten
- stellt durch Überprüfungsmechanismen sicher, dass diese Kriterien eingehalten werden



Die drei Säulen des Fairen Handels – Handel, Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit und Arbeit an der Veränderung politischer Rahmenbedingungen

Handel mit Produkten

2,9 Millionen Kleinproduzent*innen und Arbeiter*innen profitieren in über 75 Ländern vom Fairen Handel (Quelle: WFTO und FT International), indem dieser z. B. faire Preise garantiert, bessere Handelsbedingungen herstellt und soziale Rechte sichert und überprüft. Das Ziel: Arbeits- und Lebensbedingungen von Produzierenden weltweit verbessern. Verkauft werden die Produkte u.a. in Weltläden, Bioläden, Online-Shops, im Lebensmitteleinzelhandel, Drogeriemärkten, aber auch zunehmend in der Gastronomie und Kantinen.

Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit des Fairen Handels

Die Akteure des Fairen Handels machen in Schulen, bei Workshops, Seminaren, Aktionstagen, durch Medienarbeit und persönliche Gespräche die Idee des Fairen Handels in der Gesellschaft bekannter. Ihr Ziel: Menschen dazu ermutigen und befähigen, in globalen Zusammenhängen zu denken. Sie sollen motiviert werden, sich für verantwortungsbewussten Konsum zu entscheiden und sich dafür einzusetzen, dass sich die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ändern.

Politische Kampagnen- und Lobbyarbeit des Fairen Handels

Der Faire Handel ist seit seinen Anfängen in den frühen 1970er Jahren eine politische Bewegung. Das Ziel, Kleinproduzent*innen zu stärken, wird umfassend und nachhaltig nur möglich, wenn sich die Regeln des Welthandels ändern. Dafür setzt sich die Fair-Handels-Bewegung ein. Sie sucht den Dialog mit Politiker*innen und formuliert politische Forderungen.



Fair gehandelte Lebensmittel und Handwerksprodukte bieten Verbraucher*innen die Möglichkeit, sich bei ihrem täglichen Einkauf bewusst für Waren zu entscheiden, die Perspektiven schaffen. Fair-Handels-Produkte sind Güter, die nach den auf Folie 2 genannten Grundsätzen hergestellt, gehandelt, verkauft und durch glaubwürdige externe Kontrollsysteme überprüft werden. Der Handel und die Vermarktung erfolgen über zwei verschiedene Kanäle: Die integrierte Lieferkette stützt sich auf spezialisierte Unternehmen, die ausschließlich Fairen Handel betreiben. Der zweite Weg ist die Zertifizierung und Siegelung ausgewählter Produkte.

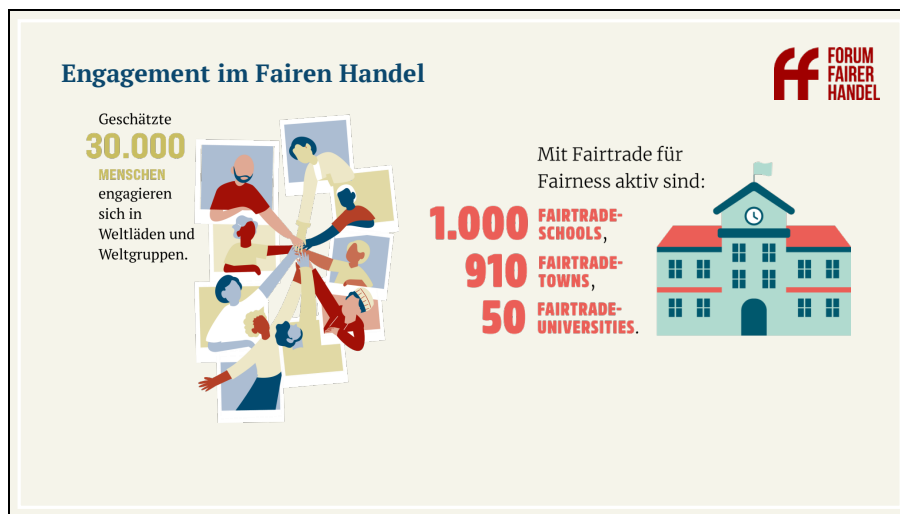
In Deutschland ist eine große Vielfalt an fair gehandelten Produkten aus 73 Ländern der Welt im Handel erhältlich. Weltläden bieten die größte Auswahl: Im Weltladen Mainz gibt es beispielsweise über 2.100 Produkte. In Deutschland sind aktuell 8.708 Fairtrade-zertifizierte Produkte aus 47 Warengruppen auf dem Markt. Mit dem Sortiment wächst auch die Zahl der Verkaufsstellen fairer Produkte. Sie sind in über 42.000 Supermärkten, Lebensmittelgeschäften, Naturkostläden und in Bäckereien erhältlich. Rund 18.000 gastronomische Betriebe wie Kantinen, Studentenwerke, Caterer, Hotels und Cafés bieten bundesweit fair gehandelten Kaffee und Tee an.



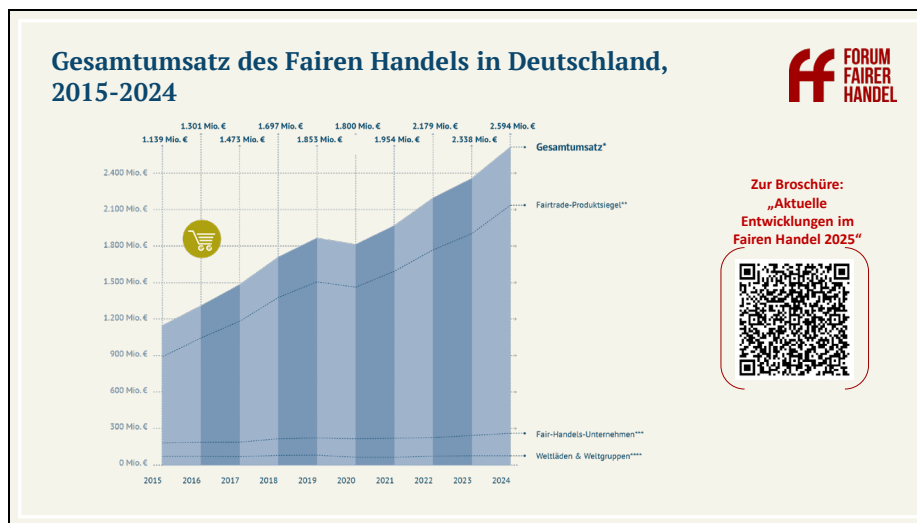
Fair gehandelte Produkte erkennen

Der Begriff "fair" ist rechtlich nicht geschützt. Dementsprechend gibt es eine Vielzahl an Zeichen, Labeln und Siegeln, die von sich behaupten, für Fairen Handel zu stehen. Aber nur diejenigen, die glaubhaft nachweisen können, dass sie sich auch wirklich an die international anerkannten Kriterien des Fairen Handels halten, gehören dazu. Eine wichtige Voraussetzung ist, neben der Einhaltung der internationalen Fair-Handels-Kriterien, die externe Kontrolle.

Produkte aus Fairem Handel erkennen Sie an den Marken der anerkannten Fair-Handels-Unternehmen, am Label der World Fair Trade Organization (WFTO) sowie an den anerkannten Fair-Handels-Siegeln. Damit ein Fair-Handels-Unternehmen anerkannt werden kann, muss es entweder Mitglied in der World Fair Trade Organization oder in den Lieferantenkatalog des Weltladen-Dachverband aufgenommen sein.



Der Faire Handel ist eine weltweite Bewegung, die sich für mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel einsetzt. Allein in Deutschland engagieren sich rund 100.000 Menschen für den Fairen Handel: Geschätzte 30.000 Menschen engagieren sich in Weltläden und Weltgruppen. Mit Fairtrade für Fairness aktiv sind: 1.000 Fairtrade Schools, 910 Fairtrade Towns, 50 Fairtrade Universities. 750.000 Schüler*innen gehen auf eine Fairtrade-School.



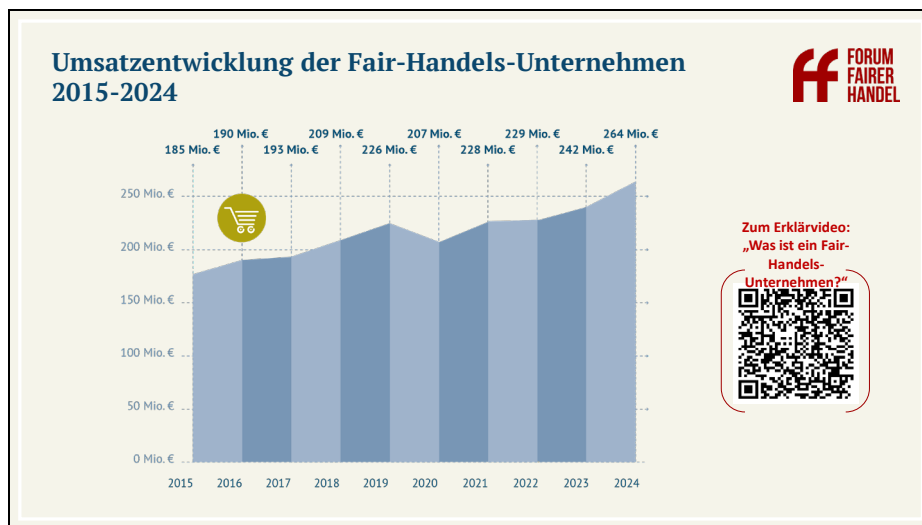
Umsatzentwicklungen im Fairen Handel:

→ Mehr Informationen finden sich hier: [Broschüre](#) und [Factsheet](#)

Der Faire Handel hat sich in den letzten 10 Jahren sehr positiv mit großem Wachstum entwickelt.

Das hält auch im Geschäftsjahr 2024 an. Der Umsatz mit fair gehandelten Produkten ist gegenüber dem Vorjahr um 11 % auf rund 2,6 Milliarden Euro zu geschätzten Endverbraucherpreisen gewachsen und erreichte damit einen neuen Höchststand. Dieser beruht vor allem auf höheren Absatzmengen bei zentralen Produkten wie Kaffee und Schokolade.

83 % des Gesamtumsatzes wurden mit Fairtrade-gesiegelten Produkten erzielt (2,15 Milliarden, + 13 %). Die Absätze der wichtigsten Produktkategorien – Kaffee, Bananen, Kakao und Rosen – sind allesamt gestiegen. Dieses Wachstum hat vor allem in den Supermärkten und Discountern sattgefunden. Die stärksten Zuwächse verzeichnen allerdings Drogeriemärkte. Der Bioanteil bei Fairtrade-gesiegelten Lebensmitteln ist von 57,5 auf 59,2 Prozent gestiegen.

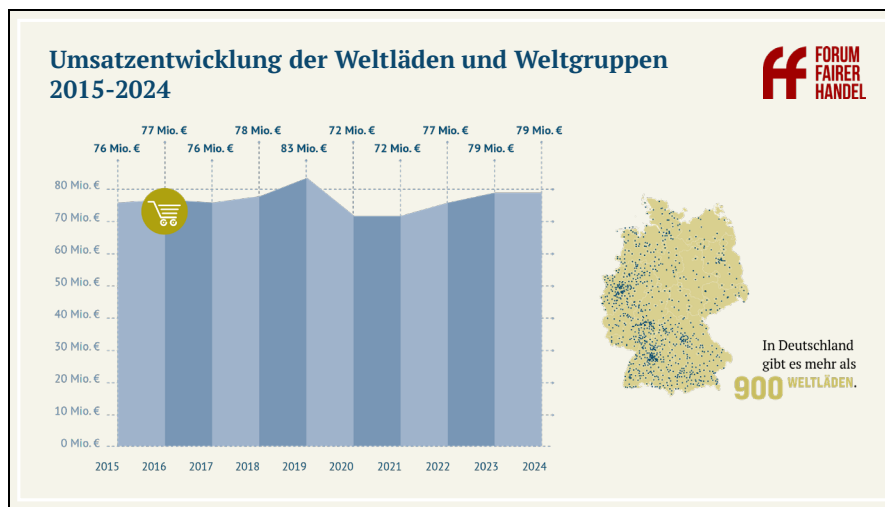


Die anerkannten **Fair-Handels-Unternehmen** erreichten 2024 einen Umsatz von 264 Millionen Euro (+ 9,1 %).

Das größte unter ihnen, GEPA – The Fair Trade Company, konnte seinen Großhandelsumsatz 2024 um 10,9 Prozent steigern. Wachstumstreiber war hier die Bio-Schokolade. Für alle Fair-Trade-Unternehmen, die mit Lebensmitteln handeln, waren die hohen Rohstoffpreise – etwa für Kaffee und Kakao – eine wirtschaftliche Herausforderung und zugleich Chance für die Handelspartner im Globalen Süden.

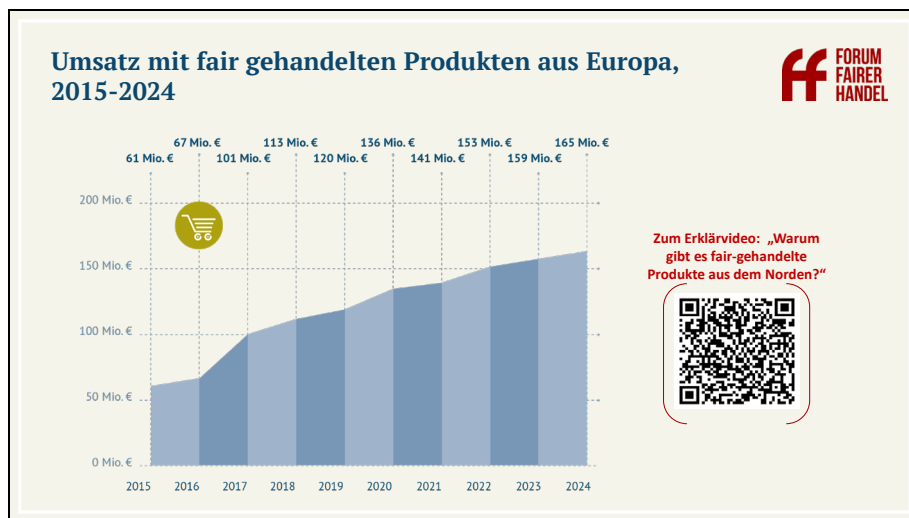
→ Was ist ein Fair-Handels-Unternehmen?

Sie betreiben ausschließlich Fairen Handel und diesen konsequent. Menschen und Umwelt stehen dabei vor dem Profit. Was sie erwirtschaften, dient der Umsetzung ihrer Vision eines gerechteren Welthandels, der Stärkung von Handelspartnern und der Umsetzung der Kriterien des Fairen Handels. In der Zusammenarbeit mit ihren Handelspartnern gehen sie häufig über die Fairtrade-Standards hinaus. Fair-Handels-Unternehmen pflegen Beziehungen zu ihren Handelspartner*innen und bewältigen Krisen gemeinsam. Sie legen großen Wert auf Transparenz in ihren Lieferketten und arbeiten im Dialog mit den Handelspartnern in Süd und Nord stetig daran, deren Marktchancen zu erweitern, um die Arbeits- und Lebensbedingungen in sozialer und ökologischer Hinsicht zu verbessern. Mitglieder des Forum Fairer Handel sind die großen Fair-Handels-Unternehmen GEPA – The Fair Trade Company, El Puente, WeltPartner eG, BanaFair e.V. und GLOBO – Fair Trade Partner. Rund 40 kleine und mittlere Fair-Handels-Unternehmen haben sich unter dem Dach des FAIR BAND, dem Bundesverband für fairen Import und Vertrieb e.V., zusammengeschlossen, welcher Mitglied im Forum ist.



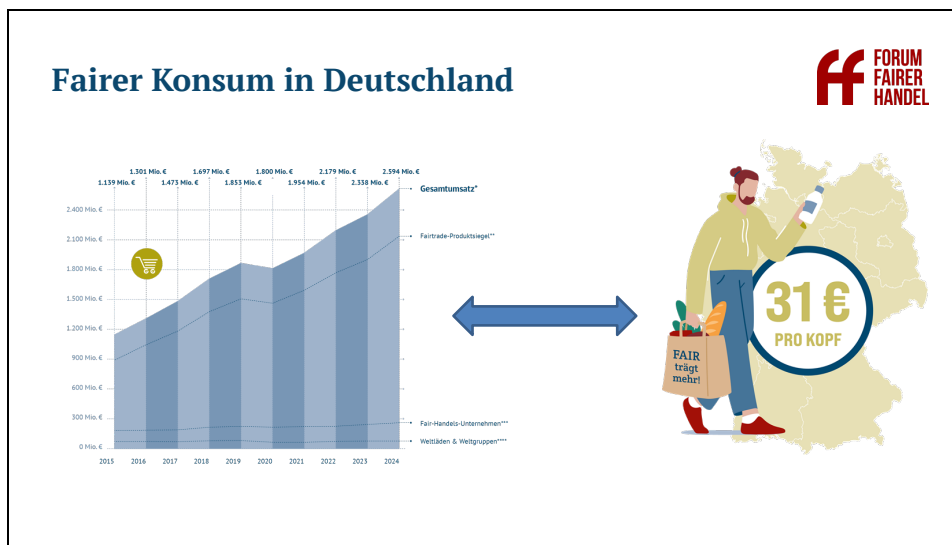
Angesichts der insgesamt schwierigen Lage des stationären Einzelhandels in Deutschland haben sich die **Weltläden und Weltgruppen** in Deutschland als Fachgeschäfte des Fairen Handels 2024 ebenfalls stabil gehalten.

Der allgemein sinkenden Kundenfrequenz in den Innenstädten und einer wachsenden Konkurrenz durch den Online-Handel zum Trotz konnten sie ihren Gesamtumsatz in Höhe von 79 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr halten. Sie sind wichtige Vertriebspartner für die Fair-Handels-Unternehmen und bieten das vielfältigste Sortiment an fair gehandelten Produkten an. In Deutschland gibt es mehr als 900 Weltläden.



Der **Umsatz mit fair gehandelten landwirtschaftlichen Erzeugnissen aus Europa** ist in den letzten 10 Jahren stetig gewachsen und erreichte 2024 165 Millionen Euro (+ 3,8 %). Besonders beliebt bei den Verbraucher*innen sind Naturland Fair-gesiegelte Milchprodukte, Mehl und Backwaren aus Deutschland. Zur Kategorie der fair und ökologisch produzierten Lebensmittel aus dem Globalen Norden zählen aber auch Kräutertees, Obstsaften, Wein, Olivenöle, Pasta und Trockenfrüchte aus Europa und der Türkei. Diese sind neben dem Naturland Fair Zeichen auch am Fair for Life-Siegel erkennbar. Fairtrade-gesiegelte Produkte stammen hingegen ausschließlich aus dem Globalen Süden.

- **Was ist Fairer Handel im Norden?** Die Mitglieder des FFH definieren Fairen Handel global. Sie schaffen so eine Verbindung zwischen Regionalität und globaler Solidarität. Daher haben sie auch die Herausforderungen der bäuerlichen Landwirtschaft, nicht nur im Globalen Süden, sondern auch im Globalen Norden im Blick. Kurzum, die Mitglieder des Forum Fairer Handel stehen für das Geschäftsmodell der Zukunft, denn sie geben marginalisierten Produzent*innen und deren Familien eine Perspektive und unterstützen sie zugleich darin, ihre Umwelt zu bewahren und so gemeinsam unser aller Lebensgrundlage zu schützen und die Welt gerechter zu gestalten.
- Beispiel: Mit an Bord des FFH ist Naturland. Der Verband für ökologischen Landbau fügt die ökologischen, sozialen und ökonomischen Aspekte der Nachhaltigkeit weltweit zu einem lebendigen Ganzen zusammen, das ständig erweitert wird. Darum hat Naturland neben strengen Standards für Anbau, Tierhaltung und Lebensmittelverarbeitung auch Sozial- und Fair-Richtlinien, mit denen die zentralen Aspekte der Nachhaltigkeit abgedeckt werden. Mit seinem Naturland Fair Siegel ist Naturland wegweisend als innovativer Garant für die notwendige Verbindung von bio und fair sowie dem Anspruch, Fairen Handel in Nord und Süd zu etablieren.



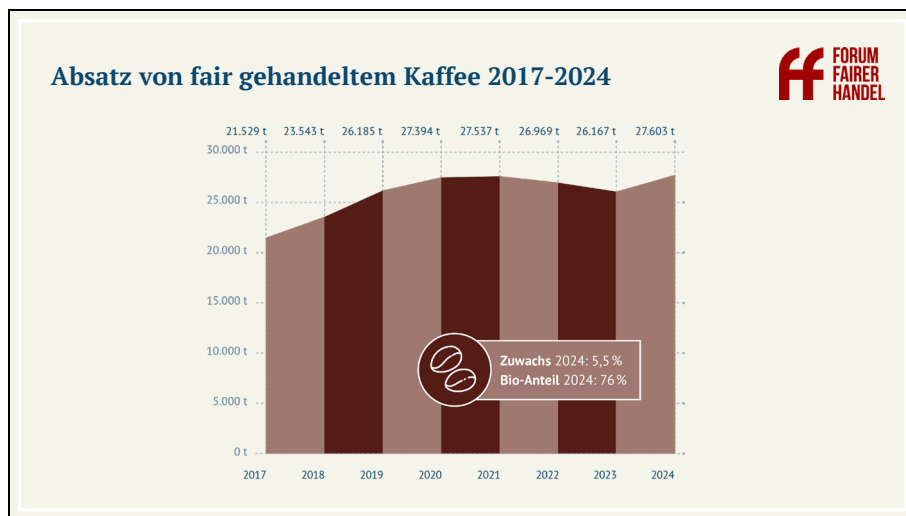
Fairer Konsum in Deutschland und Europa

In Deutschland gaben die Verbraucher*innen 2024 im Durchschnitt 31 € für fair gehandelte Produkte aus. Das ist wenig im Vergleich zur Spitzenreiterin in Sachen „fairer Konsum“ in Europa, der Schweiz: Die Eidgenoss*innen gaben 2024 im Durchschnitt 112 Franken (ca. 120 €) allein für Fairtrade-gesiegelte Produkte aus. In Österreich waren es durchschnittlich 77 €. Ein Blick nach Frankreich: Dort wurden rund 38 € pro Kopf für Produkte aus Fairem Handel ausgegeben, wobei sich die lokalen fairen Produkte besonderer Beliebtheit erfreuen. Die Umsätze mit fair gehandelten Produkten aus Frankreich sind 2024 um 65 Prozent gestiegen.



Anteil einzelner Produkte am Gesamtumsatz des Fairen Handels

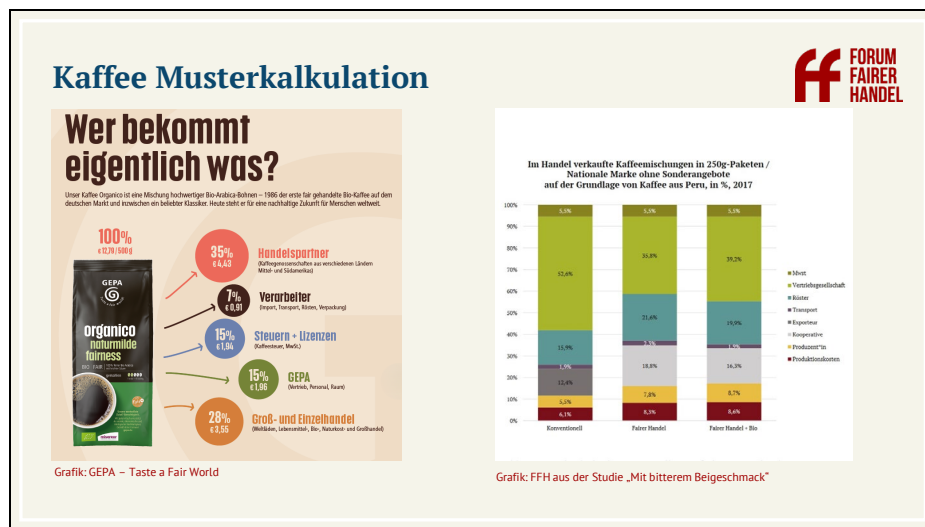
Mit einem Anteil von 82 % wurde der Großteil des Umsatzes mit Produkten aus Fairem Handel in Deutschland mit Lebensmitteln erzielt. Ihr Gewicht gegenüber den Non-Food-Produkten (darunter vor allem Textilien, Kunsthandwerk und Kosmetik) ist in den letzten beiden Jahren unverändert geblieben. Weiterhin ist fairer Röstkaffee mit einem Anteil von 37,7 % am Gesamtumsatz das beliebteste faire Produkt in Deutschland. Der Gesamtumsatz mit Kaffee aus Fairem Handel belief sich 2024 auf rund 977 Mio. €.



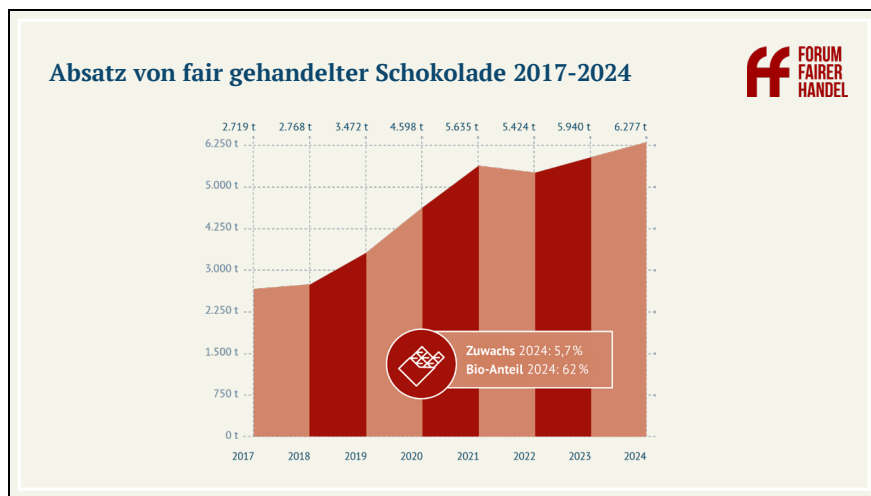
Der Absatz von Kaffee aus Fairem Handel stieg 2024 um 5,5 % und erreichte 27.603 Tonnen. Der Marktanteil liegt nun wieder bei 6 %. Dreiviertel des Fairen Kaffees in Deutschland ist auch bio-zertifiziert. Bei den Mitgliedern des FFH liegt der Bioanteil der Kaffeespezialitäten sogar bei 84 Prozent.



Im Jahr 2024 war der **Weltmarkt für Kaffee** von außergewöhnlich starken Preisschwankungen geprägt. Hauptursache dafür waren die Folgen der Klimakrise in zentralen Anbauregionen. Zwar führten die Rekordpreise zu steigenden Einnahmen für viele Erzeuger*innen, sie waren jedoch in erster Linie das Resultat kleinerer Ernten und von Spekulation. Die starke Volatilität brachte zudem ein erhöhtes finanzielles Risiko für die Kaffeekooperativen mit sich. Im Fairen Handel erhalten die Kooperativen neben dem Weltmarktpreis oder dem Fairtrade-Mindestpreis auch eine Fairtrade-Prämie und gegebenenfalls eine Bio-Prämie. Diese Prämien werden von den Produzentenorganisationen für Gemeinschaftsprojekte verwendet, um die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Kleinbäuer*innen und Arbeiter*innen zu verbessern. Im Kaffeeanbau gehören dazu auch dringend notwendige Klimaanpassungsmaßnahmen. -> [Interview](#) „Kaffeeproduzent*innen wünschen sich vor allem Stabilität“



Transparenz und Rechenschaftspflicht sind wichtige Prinzipien im Fairen Handel. Dazu gehören unter anderem Transparenz in Bezug auf den Weg der Produkte vom Anbau bis ins Verkaufsregal, aber auch Informationen über die Handelspartner auf den Verpackungen der Produkte. Fair-Handels-Unternehmen wie die GEPA oder die Weltpartner e.G. bieten außerdem für besonders wichtige Produkte wie Kaffee Musterkalkulationen ein. So können die Konsument*innen sehen, wohin genau das Geld für den Kaffee geht und wie sich der Preis zusammensetzt.



2024 wurden rund 6.277 Tonnen Schokolade aus Fairem Handel abgesetzt, was einem Plus von 5,7 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Der Bioanteil dieser Schokolade ist seit dem letzten Jahr gewachsen und liegt bei 62 Prozent (+ 11 Prozentpunkte).



Die Kakaopreise lagen im Jahr 2024 auf Rekordniveau, jedoch hatten viele Produzent*innen – insbesondere in Westafrika – mit erheblichen Ernteeinbußen zu kämpfen. Verantwortlich dafür ist in erster Linie die Klimakrise. Fairtrade hat eine Strategie für existenzsichernde Einkommen im Kakaoanbau ausgearbeitet. Dieser ganzheitliche Ansatz umfasst die Berechnung von Referenzpreisen in den wichtigsten Anbauländern sowie Maßnahmen zur Steigerung der Produktivität und zur Förderung der Einkommensdiversifizierung. Die Kakaopreise haben sich im letzten Jahr zeitweise mehr als verdoppelt – ausgelöst durch Ernteaufälle infolge der Klimakrise, strukturelle Probleme auf dem Weltmarkt und spekulative Preisentwicklungen. Der Umgang damit war für Fair-Handels-Unternehmen weltweit eine echte Herausforderung.



Von dem Preis, den die Endverbraucher*innen für eine konventionelle Tafel Schokolade ausgeben, kommt aber nur wenig bei den Kakaoproduzent*innen im Globalen Süden an (linke Grafik: 0,08 €). Damit können sie ihre Produktions- und Lebenshaltungskosten nicht decken und machen als einzige in der Lieferkette keinen Gewinn.

Beim Einzelhandel kommen vom Verkaufspreis 36 Cent an. Abzüglich aller Kosten ist die Gewinnmarge mit zehn Prozent beim Einzelhandel am größten.

Anders sieht das im Fairen Handel aus: Hier bleiben im Durchschnitt fast 25 % des Gesamtpreises bei den Produzent*innen im Globalen Süden (rechte Grafik).

Die in den Grafiken angegebenen durchschnittlichen Werte beziehen sich auf Kalkulationen aus dem Jahr 2022 (linke Grafik zu konventioneller Schokolade) sowie aus dem Jahr 2023 (rechte Grafik zu Schokolade aus Fairem Handel).



**FORUM
FAIRER
HANDEL**



**WELT
Partner**
FAIR HANDELN.
BESSER LEBEN.

El PUENTE



**FAIR
FOOD**



GEPA
TAKEN FAIR ACTION



GLOBO

Naturland
From Farm to Future

WELTLADEN
DACHVERBAND

wir sind 

WWW.FORUM-FAIRER-HANDEL.DE