



FORUM FAIRER HANDEL JAHRESBERICHT 2023

Inhaltsverzeichnis

TÄTIGKEITSBERICHT	3
VORWORT	3
POLITIK UND GRUNDSATZ.....	5
UNLAUTERE HANDELSPRAKTIKEN UND GERECHTE PREISE	5
EU-LIEFERKETTENGESETZ.....	5
MITARBEIT IM FORUM NACHHALTIGER KAKAO	6
POSITIONSPAPIER „FEMINISTISCHE ENTWICKLUNGSPOLITIK UND FAIRER HANDEL“	6
IN GOOD COMPANY	6
KOMMUNIKATION.....	7
JAHRESPRESSEKONFERENZ 2023: SOLIDE DURCH DIE KRISE – VERLÄSSLICH FÜR DIE PARTNER	7
KAMPAGNE FAIR. NOT JUDGY.....	8
KARTE DES ENGAGEMENTS.....	8
PUBLIKATIONSHIGHLIGHTS 2023	8
AUSTAUSCH UND QUALIFIZIERUNG	9
SYMPOSIUM ZU GLOBALEN WERTSCHÖPFUNGSKETTEN UND DEM EU-LIEFERKETTENGESETZ	9
WORKSHOP ZUM THEMA KOLONIALE KONTINUITÄTEN.....	10
ÖFFENTLICHE DISKUSSIONSVERANSTALTUNG MIT DER KLIMA-ALLIANZ: BERLINER KLIMAGESPRÄCH	10
WORKSHOPS „BERLIN CREATES FASHION“	10
FFH-JAHRESTAGUNG	11
FACHGESPRÄCH „GOVERNANCE IN KOOPERATIVEN“	11
PARLAMENTARISCHE VERANSTALTUNG “WERTSCHÖPFUNG IN DER LEBENSMITTELKETTE FAIR-TEILEN“	11
VERBRAUCHER*INNENBEFRAGUNG ZUM FAIREN HANDEL 2023.....	12
FAIR-HANDELS-BERATUNG.....	13
FAIR. UND KEIN GRAD MEHR! – RÜCKBLICK AUF DIE 22. FAIRE WOCHE	14
AUS DEM VEREIN	14
ARBEITSSCHWERPUNKTE DES VEREINS.....	14
FINANZBERICHT	17
BILANZ 2023	18
GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 2023	19
LISTE DER FFH-PUBLIKATIONEN 2023	20

TÄTIGKEITSBERICHT

VORWORT

Liebe FFH-Mitglieder,

Fair. Not judgy (Fair. Urteilt nicht) lautete der Slogan der Social Media-Kampagne, die wir am 25. November 2023 mit einigen von euch [auf Instagram](#) gestartet haben. Mit 10 Stories des Gelingens haben wir auf www.fair-not-judgy.de gezeigt, wie eure Organisationen die Prinzipien des Fairen Handels umsetzen und welche Wirkung eure Handelspartnerschaften weltweit entfalten. Das Motto Fair. Not judgy besagt auch, dass (Vor-)Urteile einem offenen Austausch im Wege stehen. Wir leben in einer Gesellschaft, in der es immer wichtiger wird, nach Gemeinsamkeiten zu suchen und Brücken zu bauen. Dieser Anspruch lässt sich generell auf unsere Arbeit übertragen: Es ist uns 2023 gelungen, unser Netzwerk zu vergrößern. **FairBio**, **Femnet**, das **INKOTA-Netzwerk**, die **MITKA**, **Nepalaya** und **Rapunzel Naturkost** verstärken uns zukünftig mit ihrer Expertise.

In Good Company heißt der Unternehmensbericht, den wir 2023 erarbeitet und 2024 in die Öffentlichkeit gebracht haben. Ziel dieses Reports ist es, mittels eines gemeinschaftlich entwickelten Kriterien-Sets Daten zu Fair Trade- und Sozialunternehmen mit ähnlichen Ansätzen zusammentragen, um zu zeigen was diese ausmacht und wie sie für die Transformation zu einer gerechteren Wirtschaft der Zukunft einstehen. Faire Handelspraktiken als Grundlage einer nachhaltigeren, gerechteren und somit auch zukunftsfähigen Wirtschaft sind auch das Ziel der 2022 gegründeten **Allianz „Faire und ökologische Marktwirtschaft“ (FÖM)**, der neben uns auch die GEPA und Naturland angehören. Auf der Biofach 2023 unterzeichnete **ALDI** als erster Händler die Absichtserklärung der FÖM, dicht gefolgt von der **REWE Group**. In Sachen „Brücken bauen“ ist dies ein großer Erfolg!

Der Wille, Lieferketten gerechter und ökologischer zu gestalten hat auch 2023 die Arbeit des FFH geprägt. Dabei haben wir drei wichtige Themen in den Mittelpunkt unserer Arbeit gestellt: Wir haben erstens intensiv an der Frage gearbeitet, wie eine klimagerechte Zukunft global aussehen muss und was es braucht, um diese zu erreichen. Zweitens haben wir uns intensiv für mehr Fairness im Agrar- und Lebensmittelbereich eingesetzt. Und drittens haben wir viel zur Rolle und Verantwortung von Unternehmen in Transformationsprozessen und Menschenrechtsfragen gearbeitet. Unsere politische Arbeit wurde übrigens von einer [wissenschaftlichen Studie zur Wirkung des Fairen Handels in Deutschland](#) als sehr wirkungsvoll bestätigt. Dort heißt es, dass der Faire Handel seit 2017 strategischer, politischer und koordinierter geworden ist und dass an dieser Entwicklung das Forum Fairer Handel einen großen Anteil hat. Dies ist für uns Bestätigung und Ansporn, unsere Arbeit fortzusetzen.

Wer sich stets verbessern möchte, muss natürlich auch zuhören. Im Rahmen der [Verbraucher*innenbefragung zum Fairen Handel 2023](#), für die mehr als 2.000 Teilnehmer*innen online befragt wurden, konnten wir spannende Erkenntnisse über die Wahrnehmung vom Fairen Handel und die Einkaufsgewohnheiten der Menschen in Deutschland gewinnen. Besonders erfreulich ist, dass es für jüngere Menschen selbstverständlicher geworden ist, zu fair gehandelten Produkten zu greifen. Das bestärkt

uns in dem Ziel, intensiver mit ihnen ins Gespräch zu kommen. Womit wir uns 2023 noch beschäftigt haben, erfahrt ihr im folgenden Tätigkeitsbericht. Ich wünsche euch eine informative Lektüre und stehe für Fragen gerne zur Verfügung.

Mit herzlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, reading "Matthias Fiedler". The signature is written in a cursive style with a large, sweeping initial 'M'.

Matthias Fiedler
Geschäftsführer Forum Fairer Handel

POLITIK UND GRUNDSATZ

UNLAUTERE HANDELSPRAKTIKEN UND GERECHTE PREISE

2023 hat das FFH sich weiter gegen unlautere Handelspraktiken engagiert, die mächtige Unternehmen häufig gegenüber ihren Lieferanten praktizieren. Zwar sind mit dem "Agrarorganisationen-und-Lieferketten-Gesetz" (AgrarOLkG) seit 2021 die gravierendsten unlauteren Handelspraktiken in Deutschland verboten – dazu zählen etwa einseitige Änderungen des Liefervertrages oder verspätete Zahlungen. Doch gemeinsam mit anderen zivilgesellschaftlichen Organisationen kritisiert das FFH Lücken in dem Gesetz und hat seine Forderungen in die vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft durchgeführte Evaluierung des Gesetzes eingebracht. Neben einer Generalklausel, welche die abgeschlossene Auflistung an Verboten durch ein allgemeines Verbot aller unlauteren Handelspraktiken komplementieren soll, setzt sich das FFH insbesondere für ein Gebot des Kaufs zu kostendeckenden Preisen nach dem Vorbild Spaniens ein. Dabei macht das FFH die Perspektive von Kleinbäuer*innen im Globalen Süden stark und betont, dass ein solches Gebot entlang der gesamten Lieferkette auch außerhalb der EU gelten und existenzsichernde Einkommen fördern muss. Seine Forderungen hat das FFH gemeinsam mit Partnerorganisationen bei einer gemeinsamen Veranstaltung mit Parlamentarier*innen diskutiert. Was nun aus der Evaluierung politisch folgt, wird derzeit noch zwischen Parlamentarier*innen und auch innerhalb der Regierung ausgehandelt. Gleichzeitig startete die Evaluierung der EU-Richtlinie gegen unlautere Handelspraktiken, welche das AgrarOLkG umsetzt. Auch hier bringt sich das Forum Fairer Handel gemeinsam mit seinem europäischen Netzwerk, dem Fair Trade Advocacy Office (FTAO), ein.

EU-LIEFERKETTENGESETZ

Im Mai 2024 wurde das EU-Lieferkettengesetz nach vielen Verhandlungen und Torpedierungsversuchen endlich beschlossen. Die Verabschiedung der EU-Richtlinie ist auch ein großer Erfolg der Zivilgesellschaft, die gegen den Druck von einflussreichen Lobbyist*innen immer auf Kurs geblieben ist. Das FFH hat sich im Rahmen der Initiative Lieferkettengesetz sowie in enger Abstimmung mit dem FTAO für ein wirksames EU-Lieferkettengesetz stark gemacht. Auch hier hat es die Perspektive von Kleinbäuer*innen und -produzent*innen im Globalen Süden eingebracht und betont, dass ein EU-Lieferkettengesetz die Einkaufs- und Preispolitik von Unternehmen gegenüber ihren Lieferanten sowie existenzsichernde Löhne und Einkommen berücksichtigen muss. Im Jahr 2023 hat das FFH unter anderem gemeinsam mit Brot für die Welt, Germanwatch, der Hochschule für Wirtschaft und Recht in Berlin, der Initiative Lieferkettengesetz sowie Misereor ein Symposium organisiert, bei dem Vertreter*innen aus Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft mögliche positive und negative wirtschaftliche Auswirkungen eines EU-Lieferkettengesetzes im Globalen Süden und in der EU diskutierten. Eine Kernfrage war dabei, wie das geplante Gesetz ausgestaltet werden sollte, damit es eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung insbesondere im Globalen Süden befördert und negative Nebeneffekte vermeidet. Gemeinsam mit FIAN, Südwind und Werkstatt Ökonomie hat das FFH zudem über das Jahr verteilt verschiedene Online-Seminare veranstaltet, in denen verschiedene Aspekte des EU-Lieferkettengesetzes für Multiplikator*innen und andere Interessierte erläutert wurden.

MITARBEIT IM FORUM NACHHALTIGER KAKAO

Seit Anfang 2018 ist das FFH Mitglied im Forum Nachhaltiger Kakao e.V. (FNK) – einer Multistakeholder-Initiative mit Vertreter*innen der Bundesregierung sowie aus Handel, Industrie und Zivilgesellschaft. Dort engagiert sich das FFH vorrangig in der AG Nachhaltigkeit und nimmt eine aktive Rolle in der zivilgesellschaftlichen Gruppe (ZG) ein. Kernthemen des Jahres 2023 waren die Weiterentwicklung der Einzelziele des FNK, insbesondere im Bereich existenzsichernder Einkommen (sowie andauernd im Bereich Zertifizierung und Verifizierung), die Ausweitung der individuellen Roadmaps, die alle Mitglieder veröffentlichen müssen, auf Ziele zu existenzsichernden Einkommen (siehe Jahresbericht 2022 zum Thema kartellrechtliche Prüfung) sowie die begleitende Auswertung des Monitoringberichts 2023. Hier entschied sich die Zivilgesellschaft, zusätzlich zum Monitoringbericht eine eigene zivilgesellschaftliche Kommentierung mit Schwerpunktthema existenzsichernde Einkommen inkl. Forderungen an die verschiedenen Akteursgruppen herauszugeben. Insbesondere im Rahmen der Neugestaltung der Ziele des FNK sowie in inhaltlichen Fachdebatten zum Schwerpunktthema existenzsichernder Einkommen konnte das FFH einerseits seine Expertise aus dem Fairen Handel einbringen (z. B. beim Thema Zertifizierung und Verifizierung) und andererseits Erkenntnisse in die Fair-Handels-Community zurückspielen (u. a. zu den Themen existenzsichernde Einkommen sowie zu aktuellen Regulierungen wie der EU Entwaldungsrichtlinie).

POSITIONSPAPIER „FEMINISTISCHE ENTWICKLUNGSPOLITIK UND FAIRER HANDEL“

Im Koalitionsvertrag 2021 – 2025 von SPD, Bündnis 90/Die Grünen und FDP ist zum ersten Mal in der Geschichte der Bundesrepublik das Konzept einer feministischen Entwicklungs- und Außenpolitik verankert. Weltweit führte Schweden als erstes Land 2014 das Konzept einer Feminist Foreign Policy ein, weitere Länder schlossen sich dem an – nun auch Deutschland. Damit verpflichtet sich die Bundesregierung, die Teilhabe aller Menschen am sozialen, politischen und wirtschaftlichen Leben zu gewährleisten – unabhängig von Geschlecht, Geschlechtsidentität, sexueller Orientierung, Hautfarbe, Behinderung oder von anderen Merkmalen. Eine Möglichkeit, dieses Konzept erfolgreich umzusetzen, ist die Förderung des Fairen Handels. Denn der Faire Handel setzt sich seit über 50 Jahren für Geschlechtergerechtigkeit ein und stärkt mit seinen Grundsätzen und Standards eine gleichberechtigte Teilhabe von Mädchen und Frauen¹. Das [Positionspapier „Feministische Entwicklungspolitik und Fairer Handel“](#), welches vom FFH gemeinsam mit Fairtrade Deutschland und dem Bund der Deutschen Katholischen Jugend erarbeitet wurde, ordnet ein, was die beteiligten Organisationen unter feministischer Entwicklungspolitik verstehen, warum sie notwendig ist und was der Faire Handel für die Umsetzung mitbringt.

IN GOOD COMPANY

2023 wurde der erste „[In Good Company-Report](#)“ des Forum Fairer Handel erarbeitet, der im April 2024 veröffentlicht wurde. Der Report untersucht acht Vorreiterunternehmen der Transformation. Er zeigt auf, wie sie ihren Zweck in ihr Unternehmensdesign integriert haben und in ihrer täglichen Arbeit leben: Business as un-usual, in Kooperation statt in Konkurrenz, mit Vorbildfunktion und Vision für ein nachhaltiges Unternehmer*innentum. Conflictfood, einhorn, El Puente, fairafrik, FOLKDAY, GEPA – The Fair Trade Company, Kaffee-Kooperative und WeltPartner sind die Pioniere des ersten *In Good Company*-Reports.

¹ Mit Mädchen und Frauen sind ausdrücklich alle Personen gemeint, die sich als Mädchen und Frauen identifizieren und ebenso Personen, die weiblich gelesen werden.

Was die *In Good Company* Unternehmen eint: Sie sind konsequent auf ihre Mission ausgerichtet, verstehen ihre eigenen Privilegien als verhandelbar und stellen das Wohlergehen ihrer Partner*innen in den Mittelpunkt. Statt Beziehungen zu Lieferanten pflegen sie Handelspartnerschaften, die diesen Namen auch verdienen, denn sie sind weitgehend direkt (83 %), langlebig (durchschnittlich 9 Jahre) und werden in Krisen weitergeführt (0 % Abbruch während der COVID-Pandemie). Diese Resilienz und der persönliche Kontakt ermöglichen es, passgenaue Strategien gemeinsam mit den Partner*innen zu entwickeln. Ziel des FFH ist es, den *In Good Company*-Bericht fortzuführen, um weitere Vorreiter der Transformation zu „showcasen“. Des Weiteren ist geplant, das Projekt auszuweiten, Unternehmen zu vernetzen und fachspezifische Informationen zu Kernthemen aufzubereiten.

KOMMUNIKATION

JAHRESPRESSEKONFERENZ 2023: SOLIDE DURCH DIE KRISE – VERLÄSSLICH FÜR DIE PARTNER

Im Zentrum der FFH-Jahrespressekonferenz (JPK) 2023 stand die Meldung, dass sich der Faire Handel trotz inflationsbedingter Kaufzurückhaltung in Deutschland im Geschäftsjahr 2022 positiv entwickelt hat. Wir konnten zudem verkünden, dass der Gesamtumsatz mit Produkten aus Fairem Handel erstmalig die zwei Milliarden Euro Schwelle überschritten hat. 2,18 Milliarden Euro gaben die Verbraucher*innen 2022 für fair gehandelte Lebensmittel, Textilien, Kosmetik, Blumen und Kunsthandwerk aus. Im Vergleich zum Vorjahr war der Umsatz zu geschätzten Endverbraucherpreisen um 11,5 Prozent gestiegen. Auch unter Berücksichtigung der hohen Inflation im selbigen Jahr ist das eine solide Entwicklung. Seit 2015 ist der Umsatz mit fair gehandelten Produkten um 70 Prozent gestiegen. Doch der Marktanteil von fairem Kaffee in Höhe von 5,6 Prozent (Stand: 2022) zeigt, wieviel Luft nach oben bleibt.

Wir haben auf der JPK sowie in der begleitenden Broschüre [„Aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel 2023“](#) außerdem anhand konkreter Handelspartnerschaften aus dem Kreise unserer Mitgliedsorganisationen beleuchtet, wie wichtig faire Lieferketten und Handelspartnerschaften angesichts der enormen Verteuerung von Lebenshaltungs-, Transport- und Produktionskosten im Globalen Süden sind, was auch und immer stärker im Angesicht der Klimakrise gilt. Diese Botschaft wurde auch von den Journalist*innen in ihrer Berichterstattung aufgegriffen. Ferner haben wir darauf aufmerksam gemacht, dass faire Kooperativen in vielen Ländern des Globalen Südens zunehmend unter politischen Druck geraten. Denn wer sich für die Rechte von Kleinbäuerinnen- und bauern und Arbeiter*innen, Geschlechtergerechtigkeit oder indigene Bevölkerungsgruppen einsetzt, rüttelt nicht selten an Privilegien von Mächtigen. Wir haben diesen Rahmen außerdem genutzt, um die wichtigsten Erkenntnisse aus der Verbraucher*innenbefragung zum Fairen Handel 2023 darzustellen. Näheres dazu berichten wir im Bereich „Austausch und Qualifizierung“ auf S. 10.

Unsere Broschüre zur JPK 2023 enthält außerdem noch aktuelle Beiträge aus dem Kreise der FFH-Mitgliedsorganisationen, darunter ein Interview zum fünfzigjährigen Jubiläum der Weltläden in Deutschland sowie zur Bedeutung von Fair-Handels-Unternehmen. Wer Interesse hat, reinzuschauen findet die Broschüre in unserer [Materialdatenbank](#).

KAMPAGNE FAIR. NOT JUDGY

Vom 25. November bis Mitte Februar lief auf dem [FFH-Instagramkanal](#) die Kampagne „Fair. Not Judgy.“ Unter dem Motto **"Mach dein Ding und mach es fair"** zielte die Kampagne darauf, junge Leute für den Fairen Handel zu gewinnen und zu verdeutlichen, dass dieser ein wirkungsvoller und holistischer Weg ist, den persönlichen Lebensstil nachhaltiger zu gestalten und sich für eine gerechtere Welt einzusetzen. Kern der Kampagne waren die 10 Prinzipien des Fairen Handels, die wir auf unserer [Landing Page](#) mit konkreten Beispielen aus der Praxis illustriert haben. Diese sind dann auch in unsere [Infobroschüre „Zukunft fair“](#) eingeflossen, welche sich ebenfalls an ein junges Publikum richtet und sehr gut angenommen wurde. In Anbetracht der knappen Ressourcen, die zur Verfügung standen, sind wir sehr zufrieden mit dem Ergebnis: Im Kampagnenzeitraum...

- ... konnten wir auf Instagram rund 515.000 Konten erreichen.
- ... hat der FFH-Instagramkanal mehr als 500 neue Follower hinzugewonnen.
- ... wurde 8.258mal mit unseren Kampagneninhalten interagiert (Reaktionen, Shares, Kommentare und Speicherungen).
- ... haben durch die beworbenen Kampagneninhalte rund 3.000 Personen auf unsere Landingpage geklickt.
- ... wurden die Reels 23.540 mal (für min. 15 Sekunden) abgespielt.

Wir danken allen, die unsere Kampagne finanziell und inhaltlich unterstützt und die Inhalte geteilt haben. Auf Basis der Auswertung dieser ersten Fair. Punkt-Kampagne werden wir weiter daran arbeiten, junge Menschen für den Fairen Handel zu begeistern. Die Kampagne „Fair. Not Judgy.“ soll (ggf. unter neuem Namen) in 2025 fortgeführt werden.

KARTE DES ENGAGEMENTS

Der Faire Handel gilt als die größte entwicklungspolitische Bewegung in Deutschland. Doch wo findet das Engagement konkret statt? Um das sichtbar zu machen und zum Mitmachen und Vernetzen anzuregen, haben wir die [Karte des Engagements](#) auf unserer Website ins Leben gerufen. Dort können Fair-Handels-Engagierte und Menschen, die sich dafür interessieren, Organisationen in ganz Deutschland finden, die sich für Fairen Handel einsetzen. Die Engagement-Karte wurde im September freigeschaltet. Zuvor wurde ein Konzept mit Kriterien zur Aufnahme von Organisationen in die Karte erarbeitet. Dabei haben wir uns an den international anerkannten Fair-Handels-Kriterien orientiert. Voraussetzung für den Eintrag in die Karte ist, dass die betreffende Organisation in den Bereichen Handel/Wirtschaft, Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit und/oder politische Arbeit engagiert ist (zwei der drei Kriterien müssen erfüllt sein). Die 65 Organisationen, die sich dort bisher eingetragen haben (Stand: 11.06.2024) organisieren also politische Aktionen für einen gerechten Welthandel, organisieren Bildungsveranstaltungen zum Fairen Handel oder/und verkaufen fair gehandelte Produkte. www.forum-fairer-handel.de/mitmachen/karte-des-engagements

PUBLIKATIONSHIGHLIGHTS 2023

Das FFH hat 2023 wieder einige Publikationen und Analysen zur Information von Multiplikator*innen, politischen Entscheidungsträger*innen, Medienvertreter*innen und der interessierten Öffentlichkeit herausgebracht. Einige davon wurden bereits erwähnt. Eine vollständige Übersicht enthält die Liste der Publikationen am Ende dieses Berichtes. Einige möchten wir an dieser Stelle hervorheben:

BROSCHÜRE „ZUKUNFT FAIR“

Die [Broschüre „Zukunft Fair“](#) wurde als weiterführende Lektüre für junge Menschen konzipiert, die sich durch die Kampagne „Fair. Not judgy“ angesprochen fühlen und mehr erfahren wollen. Sie gibt einen lebendigen und prägnanten Überblick, wie Fairer Handel in der Praxis aussieht und wie er wirkt. Veranschaulicht wird dies anhand von Stories zur Umsetzung der 10 Prinzipien des Fairen Handels. Außerdem zeigen junge Menschen, was sie motiviert sich im Fairen Handel zu engagieren und geben Tipps für ein nachhaltigeres Leben.

IN GOOD COMPANY-REPORT

Der [„In Good Company-Report“](#) des Forum Fairer Handel untersucht die Ansätze und Strukturen von acht Fair-Handels- und Sozialunternehmen. Er zeigt auf, wie sie ihren Zweck in ihr Unternehmensdesign integriert haben und ihn in ihrer täglichen Arbeit leben: Business as un-usual, in Kooperation statt in Konkurrenz, mit Vorbildfunktion und Vision für ein nachhaltiges Unternehmer*innen-tum. Conflictfood, einhorn, El Puente, fairafric, FOLKDAY, GEPA – The Fair Trade Company, Kaffee-Kooperative und WeltPartner sind die Pioniere des ersten *In Good Company-Reports*.

FLYER „GEMEINSAM FÜR GERECHTIGKEIT“

Eine gerechte Welt ist kein fernes Utopia, sondern eine Alternative, die wir gemeinsam ganz real erschaffen können. Jenseits von Machtgier und unersättlichem Streben nach Profit liegt eine Zukunft, in der Menschlichkeit und der Erhalt der Umwelt im Einklang stehen. Der [Infolyer „Gemeinsam für Gerechtigkeit“](#) fasst für eine breite Zielgruppe zusammen, wie sich das FFH und seine Mitglieder für eine bessere Wirtschaft einsetzen und nach welchen Grundsätzen sie arbeiten. Die Innenseite dieses Falzflyers ist als Miniposter konzipiert, aus dem anhand von kurzen Geschichten des Gelingens lebendig beleuchtet wird, wie der Einsatz für eine gerechtere Welt in der Praxis funktioniert und wirkt.

Diese und viele weitere Infomaterialien des FFH sind in unserer Materialdatenbank unter www.forum-fairer-handel.de/materialien zum Download verfügbar. Einige von ihnen, darunter die drei zuvor genannten Broschüren, sind darüber hinaus kostenlos [bestellbar](#).

AUSTAUSCH UND QUALIFIZIERUNG

SYMPOSIUM ZU GLOBALEN WERTSCHÖPFUNGSKETTEN UND DEM EU-LIEFERKETTENGESETZ

Am 15.02. veranstaltete das FFH in den Räumen der HWR zusammen mit Brot für die Welt, Germanwatch, der Hochschule für Wirtschaft und Recht (HWR), der Initiative Lieferkettengesetz und Misereor ein ökonomisches Symposium zu globalen Wertschöpfungsketten und dem EU-Lieferkettengesetz. In dem Symposium wurden mögliche positive und negative wirtschaftliche Auswirkungen einer EU-Richtlinie zur nachhaltigen Unternehmensführung („EU-Lieferkettengesetz“) im Globalen Süden und in der EU diskutiert. Eine Kernfrage dabei war, wie das geplante EU-Lieferkettengesetz ausgestaltet werden sollte, damit es eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung, insbesondere im Globalen Süden, befördert und negative Nebeneffekte vermeidet. Mit Blick auf potenzielle unbeabsichtigte negative Effekte der Richtlinie für Kleinproduzent*innen war dies für die FH-Bewegung ein wichtiger Aspekt. Ziel des Symposiums war es, die aktuelle ökonomische Debatte um das EU-Lieferkettengesetz über neoklassische Perspektiven hinaus zu erweitern und die Vielschichtigkeit der Thematik aufzuzeigen. Dabei

wurden explizit auch Perspektiven aus dem Globalen Süden eingebracht. So wurden bei den vier Panels der Veranstaltung Akteure aus dem Globalen Süden einbezogen. Auch Akteure aus dem Fairen Handel kamen per Videobotschaft zu Wort.

WORKSHOP ZUM THEMA KOLONIALE KONTINUITÄTEN

Der zweiteilige Online-Workshop, der am 27. Juni und 03. Juli 2023 via Zoom stattfand und von Manpreet Kaur Kalra geleitet wurde, markiert einen wichtigen Auftakt für eine vertiefte Auseinandersetzung der Fair-Handels-Szene mit dem Thema Klimagerechtigkeit und koloniale Kontinuitäten. Im ersten Teil des Workshops lag der Fokus auf ethischem Storytelling und der Dekolonisierung des Fairen Handels im Lichte der Klimakrise. Es wurde unter anderem erörtert, ab welchem Punkt kulturelle Anerkennung schädlich anstatt wirkungsvoll wird. Im zweiten Teil stand das Navigieren von Macht und Privilegien im Mittelpunkt, wobei die Teilnehmer*innen die Möglichkeit hatten, die Vor- und Nachteile, die sie jeweils erleben, zu reflektieren und zu diskutieren. Der Workshop wurde aufgrund von Rückmeldungen aus dem FFH-Netzwerk konzipiert und durchgeführt. Die Entscheidung, dieses Thema zu behandeln, wurde somit durch mehrere Faktoren motiviert, darunter die Notwendigkeit, auf Bedürfnisse innerhalb des Netzwerks einzugehen, sowie als logischer Schritt aus der FFH-Tagung im letzten Jahr, die ähnliche Themen aufgriff.

ÖFFENTLICHE DISKUSSIONSVERANSTALTUNG MIT DER KLIMA-ALLIANZ: BERLINER KLIMAGESPRÄCH

Beim #22 Berliner Klimagespräch am 16. Oktober wurde unter der Überschrift „Fair. Und kein Grad mehr!“ beleuchtet, wie sich die Klimakrise auf die Lebens- und Arbeitsbedingungen landwirtschaftlicher Produzent*innen im Globalen Süden auswirkt und welchen Beitrag der Faire Handel zur Umsetzung von Klimagerechtigkeit leisten kann. Vertreter*innen aus Politik, Fairem Handel und Zivilgesellschaft diskutierten, wie die Bundesregierung faire Handelsbedingungen fördern kann und wie Gelder aus dem Fonds für Schäden und Verluste Kleinbäuer*innen effektiver zugutekommen können. Dr. Bärbel Kofler, Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) berichtete in ihrem Fachinput unter anderem darüber, wie Ernährung, Agrarökologie und Fairer Handel zusammenhängen und wie das BMZ Umstellungsprozesse von Produzent*innen im Globalen Süden unterstützt. Für das FFH war Andrea Fütterer als Referentin vertreten und konnte die Werte des Fairen Handels einbringen.

WORKSHOPS „BERLIN CREATES FASHION“

Die Workshop-Reihe „Berlin Creates Fair Fashion“ richtete sich an junge Berliner Mode- und Textillabels, Jungdesigner*innen und Absolvent*innen/Studierende der Branche, die fair und ökologisch arbeiten bzw. produzieren möchten. Ziel des Projektes war es, die Teilnehmer*innen aus der Modebranche bezüglich sozio-ökologischer Standards und der Fair-Handels-Kriterien weiterzubilden sowie neue Partnerschaften in der Modebranche zu generieren. Die dafür notwendige Beratung und der Austausch fanden im Rahmen von vier digitalen Workshops im Oktober und November 2023 statt. Dazu wurden auch Referent*innen aus dem Globalen Süden eingeladen, die ihre Erfahrungen und Expertise einbrachten. Neben dem Aspekt der Fortbildung war ein zentrales Element des Projektes das Match-Making zwischen Labels aus dem Globalen Norden und Produzent*innen aus dem Globalen Süden, um neue Partnerschaften zu initiieren. Ausführliche Informationen dazu enthält die [Dokumentation der vier Workshops im Rahmen von „Berlin Creates Fair Fashion“](#).

FFH-JAHRESTAGUNG

Die FFH-Jahrestagung 2023 fand am 09. November ganztägig in Berlin statt und widmete sich der Rolle von Unternehmen in Transformationsprozessen. Im Zentrum der Veranstaltung stand die Frage, wie der Faire Handel als “best practice” dienen kann, aber auch was er von anderen Unternehmen, die gemeinwohlorientiert arbeiten, lernen kann. Deswegen waren neben Fair-Handels-Akteuren auch Vertreter*innen nachhaltiger Unternehmen bei der Tagung vertreten. Unter der Überschrift “Fit for Purpose – Fair-Handels-Unternehmen in Transformationsprozessen” war eine Hauptthese, die die Tagung verfolgte, dass die sozial-ökologische Transformation nur gelingen kann, wenn sich die Art, wie wir wirtschaften und Handel betreiben, grundlegend ändert. Bei diesem Umbau kommt Unternehmen eine entscheidende Rolle zu. Sie müssen „fit for purpose“ sein. Um wirklich nachhaltig zu wirtschaften, müssen Unternehmen soziale und ökologische Aspekte ihres Handelns gleichzeitig angehen und sowohl ihr Geschäftsmodell, ihre Beziehungen zu Handelspartnern als auch ihre inneren Strukturen an die neuen Herausforderungen anpassen. Für diese Anpassungsleistungen braucht es Leitlinien, Kriterien, gute Beispiele und Leuchtturmprojekte, um zeigen zu können, wie eine solche Neuausrichtung gelingen kann und welche unternehmerischen Strukturen und Handlungsweisen nachhaltiges und zukunftsfähiges Wirtschaften ermöglichen. Ein Erfolg der Tagung war, dass sich dort mehrere Unternehmensvertreter*innen zu gemeinsamen Aktionen verabredet haben.

FACHGESPRÄCH „GOVERNANCE IN KOOPERATIVEN“

Am 21. November 2023 führte das Forum Fairer Handel ein Fachgespräch zum Thema „Governance in Kooperativen“ per Zoom-Konferenz durch, an dem 16 Personen teilnahmen. Das Thema wurde gewählt, weil es in der Zusammenarbeit mit landwirtschaftlichen Kooperativen im Laufe der Zeit leicht zu Governance-Problemen innerhalb der Kooperativen kommen kann. Dies kann beispielsweise der Fall sein, wenn ein/e langjährige/r Manager*in der Kooperative abtritt und ein Führungsvakuum entsteht. Daraus entstehende veränderte Rahmenbedingungen können zu schwerwiegenden Problemen bis hin zum Abbruch langjähriger Geschäftsbeziehungen führen. Im Fachgespräch stellte Jürgen Piechaczek, Projektmanager beim Deutsche Genossenschafts- und Raiffeisenverband, die Arbeit des DGRV zur Stärkung landwirtschaftlicher Kooperativen in Lateinamerika vor und präsentierte die eigens entwickelte Methodik zu Stärkung der kooperativen Strukturen. Nach dem Input tauschten sich Vertreter*innen der Fair-Handels-Unternehmen über ihre eigenen Erfahrungen in der Arbeit mit Kooperativen mit den Teilnehmern des DGRV aus und diskutierten Kooperationsmöglichkeiten und Tools zur Stärkung der Handelspartner*innen. Damit leistete das Fachgespräch einen wichtigen Beitrag zur Qualifizierung der Akteure im Fairen Handel zum Thema Unterstützung demokratischer Strukturen in Kooperativen.

PARLAMENTARISCHE VERANSTALTUNG “WERTSCHÖPFUNG IN DER LEBENSMITTELKETTE FAIR-TEILEN“.

Am 28. November fand eine parlamentarische Veranstaltung zum Thema “Wertschöpfung in der Lebensmittelkette fair-teilen – Was das Agrarorganisationen-und-Lieferketten-Gesetz (AgrarOLkG) aus Sicht von Bäuer*innen in Deutschland und im Globalen Süden dazu beitragen kann” statt. Das FFH organisierte die Veranstaltung gemeinsam mit der Deutschen Umwelthilfe, dem INKOTA-netzwerk und Oxfam. Die Veranstaltung sollte Abgeordnete im Deutschen Bundestag für die (trotz AgrarOLkG) anhaltenden Probleme von Erzeuger*innen aus Deutschland und dem Globalen Süden mit Blick auf unlautere Handelspraktiken und niedrigen Preisen (häufig unterhalb der Produktionskosten) sowie der daraus resultierenden Folgen (fehlende Investitionsmittel für Klima-, Tier- und

Umweltschutz, Hofschließungen, Löhne und Einkommen unterhalb des Existenzminimums etc.) sensibilisieren. Ziel der Veranstaltung war es, Abgeordnete von dem Potenzial des AgrarOLkG zu überzeugen, gerechtere Beziehungen zwischen den Marktteilnehmer*innen zu fördern, auch auf globaler Ebene, sowie der dafür notwendigen Reformen. Nach einem Input von einem Milcherzeuger aus Deutschland zur aktuellen Situation von Bäuer*innen mit Blick auf unlautere Handelspraktiken ihrer Einkäufer und niedriger Erzeugerpreise, erläuterte Andrea Fütterer die Problemlagen und Herausforderungen von Produzent*innen aus dem Globalen Süden. In einem dritten Input zogen wir daraus unsere Schlussfolgerungen, wie aus unserer Sicht das AgrarOLkG in dem stattfindenden Evaluationsprozess reformiert werden müsste, um eine möglichst weitreichende Wirkung im Sinne der Erzeuger*innen zu entfalten. Dies ist gelungen, denn es gab während der Veranstaltung viele Nachfragen zu konkreten Umsetzungsmöglichkeiten und auch nach der Veranstaltung erhielten wir das Feedback, dass die Veranstaltung sehr hilfreich war.

VERBRAUCHER*INNENBEFRAGUNG ZUM FAIREN HANDEL 2023

Die Verbraucher*innenbefragung zum Fairen Handel 2023 wurde im Juni durch das Meinungsforschungsinstitut IPSOS Interactive Services durchgeführt. Vor dem Hintergrund der dynamischen Entwicklungen, die der Faire Handel und der faire Konsum in den vergangenen Jahren durchlaufen haben, wurde das Erhebungsinstrument (Fragebogen) hierfür einer grundlegenden Aktualisierung unterzogen. Diese fand bereits in 2022 mit professioneller Beratung durch eine Expertin für Fairen Handel der CeVal GmbH statt, welche 2023 auch mit der Analyse und Auswertung der erhobenen Daten betraut wurde. Zudem wurde bei der Verbraucher*innenbefragung 2023 auch die Datenerhebungsmethode geändert. Während die früheren Erhebungen im Rahmen computerunterstützter persönlicher Mehrthemenbefragungen stattfanden, wurden die Umfragedaten 2023 mittels eines Online-Fragebogens im Rahmen einer i:omnibus Panel-Befragung erhoben. Die Ergebnisse der Befragung mit 2.000 Teilnehmer*innen sind repräsentativ für die Gesamtbevölkerung im Alter zwischen 16 und 75 Jahren.

Die Menschen wurden zu folgenden Aspekten befragt:

- Grundverständnis des Fairen Handels
- Kaufverhalten: Häufigkeit des Kaufs fair gehandelter Produkte
- Kaufverhalten: Kaufgewohnheiten in Bezug auf fair gehandelte Produkte
- Motivation: Gründe fair gehandelte Produkte zu kaufen
- Hindernisse: Gründe fair gehandelte Produkte nicht zu kaufen

Da die Ergebnisse der Verbraucher*innenbefragung schriftlich gut dokumentiert sind und auf unserer Website in der Lang- und Kurzfassung abrufbar sind, folgt an dieser Stelle eine sehr kurze Zusammenfassung:

Im Zusammenhang mit dem Grundverständnis des Fairen Handels wurde erhoben, welche Ziele die Befragten am stärksten mit dem Fairen Handel in Verbindung bringen. Hierbei zeigt sich, dass den Menschen insbesondere zwei Ziele präsent sind, nämlich bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen für Bäuer*innen und Arbeiter*innen im Globalen Süden zu bewirken – z. B. durch faire Preise und Löhne (46,3 %) – sowie der Schutz von Kinderrechten (39,2 %). Andere Ziele, die ebenfalls wichtige Bestrebungen des Fairen Handels darstellen, wurden hingegen deutlich seltener angegeben.

In Bezug auf ihr Einkaufsverhalten sollten die Befragten in der diesjährigen Erhebung angeben, wie häufig sie bei ihren typischen Wocheneinkäufen ganz gezielt fair gehandelte Produkte kaufen (auf einer 5-stufigen Skala von 1: nie bis 5: immer). Rund 70 Prozent der Verbraucher*innen greifen bei ihrem typischen Wocheneinkauf mindestens gelegentlich (37,9 %), häufig (23,0 %) oder sogar immer (8,9 %) zu fair gehandelten Produkten. Nur ein kleiner Teil der Menschen kaufen gar keine (6,9 %) oder nur sehr selten (15,6 %) Produkte aus Fairem Handel.

Neben dem Einkaufsverhalten ging die Erhebung auch der Frage nach den Motiven für den Kauf fair gehandelter Produkte nach. Die Ergebnisse der Befragung legen nahe, dass die Gründe der Menschen, Produkte aus Fairem Handel zu kaufen, vielfältig sind, da keiner der Gründe, der zur Auswahl stand, in den Ergebnissen deutlich hervorsticht. Von etwa einem Drittel der Befragten wurden eine faire Entlohnung der Produzent*innen für ihre Produkte bzw. ihre Arbeit (33,7 %) und der Verzicht auf Kinder- und Zwangsarbeit bei der Herstellung (31,7 %) ausgewählt. Aber auch der Wille, sozial-, umwelt- und klimaverträgliche (d. h. nachhaltige) Produkte zu konsumieren (26,3 %), das Vertrauen darauf, dass die Erzeuger*innen vom Fairen Handel profitieren (25,0 %) und der Wunsch, die Ziele des Fairen Handels zu unterstützen (25,0 %), wurden von jeweils etwa einem Viertel der Menschen als Beweggründe benannt.

Ausführlichere Informationen zu den Erkenntnissen der Verbraucher*innenbefragung zum Fairen Handel 2023 enthält die [Ergebnisdarstellung \(Langfassung\)](#), welche für uns von der CeVal GmbH erstellt wurde.

Die wichtigsten Ergebnisse wurden in Form eines Executive Summary von Sandra Bähge (CeVal GmbH) in der [Broschüre "Aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel 2023"](#) zusammengefasst (siehe S. 12-13).

FAIR-HANDELS-BERATUNG

Die [bundesweite Fair-Handels-Beratung \(FHB\)](#) mit derzeit 17 Fair-Handels-Berater*innen in 12 Bundesländern unterstützte 2023 die Weltläden in Deutschland mit über 150 Qualifizierungsangeboten und mehr als 230 individuelle Beratungsangeboten, um die Professionalisierung der Weltladenarbeit zu fördern und Weltläden als Vernetzungsknoten für eine sozial-ökologische Transformation zukunftssicher zu machen (Zahlen ohne Baden-Württemberg).

Die Themen Generationenwechsel, Entwicklung tragfähiger Team- und Organisationsstrukturen, Professionalisierung und Online-Kommunikation im Weltladen waren Schwerpunkte der bundesweiten Beratungs- und Fortbildungsangebote. Zusätzlich erstellte die FHB für die Weltläden länderübergreifend nutzbare Kommunikationshilfen zum Thema Klimagerechtigkeit, einen Social Media-Jahresplaner und, in enger Kooperation mit dem Weltladen-Dachverband, einen digitalen Selbstlernkurs zum Thema Ladengestaltung.

Die enge Zusammenarbeit der FHB mit den bundesweiten Kooperationspartnern FFH und Weltladen-Dachverband garantiert die Aktualität und Qualität bei der Erstellung neuer und der Weiterentwicklung bestehender Angebote für Weltläden. Im Fokus der Mitarbeiter*innenschulungen stehen dabei auch die entwicklungspolitische Bildungsarbeit sowie die politische Arbeit der Weltläden, welche die FHB durch Mitwirken an der Kampagne

zum Weltladentag und der Fairen Woche unterstützt. Mehr zu den Aktivitäten der FHB findet ihr in deren [Jahresbericht](#).

Die jährlich dreimal stattfindende Konferenz der Fair-Handels-Beratung (KFB) ist das gemeinsame Forum der FHB und dient dem kollegialen Austausch, der Weiterbildung und der Entwicklung neuer Beratungs- und Qualifizierungsangebote für Weltladenaktive. Die Koordination der FHB, als Vertretung der bundesweiten FHB, ist getragen vom FFH und Teil der AG Bildung und der AG Grundsatz & Politik des FFH. Die FHB sind dadurch auch mit weiteren bundesweiten Akteuren des Fairen Handels in Kontakt, um ihre Perspektiven und Erfahrungen in aktuelle Diskurse und Projekte einzubringen. Mit all diesen Maßnahmen trägt die FHB dazu bei, die Strukturen des Fairen Handels zu stärken, um nachhaltige Entwicklungsziele zu fördern.

FAIR. UND KEIN GRAD MEHR! – RÜCKBLICK AUF DIE 22. FAIRE WOCHE

Im Rahmen der diesjährigen Fairen Woche vom 15. bis 29. September 2023 stand das Thema Klimagerechtigkeit unter dem Motto "Fair. Und kein Grad mehr! – #fairhandeln für Menschenrechte weltweit" im Mittelpunkt. Wir haben uns intensiv damit auseinandergesetzt, wie die Klimakrise Menschen und Umwelt sowohl im Globalen Norden als auch im Süden betrifft, welche individuelle Verantwortung jeder von uns trägt und welchen Beitrag der Faire Handel zur Förderung der Klimagerechtigkeit leistet. Weiterführende Informationen zu diesem Thema sind in unserer [Broschüre "Fair. Und kein Grad mehr!"](#) zu finden.

Deutschlandweit haben Aktionsgruppen mehr als 2.300 Veranstaltungen zum Thema Klima und Fairer Handel organisiert. Von Informationsständen und fairen Klimafrühstücken über Podiumsdiskussionen bis hin zu Ausstellungen und Aktionen zum Ökologischen Fußabdruck: Wir freuen uns über die breite Beteiligung und das Engagement, das dazu beigetragen hat, den Fairen Handel in Deutschland weiter bekannt zu machen. Ein herzliches Dankeschön gilt allen, die zu einer abwechslungsreichen und spannenden Fairen Woche beigetragen haben!

Besonders hervorzuheben ist die Rundreise von Noel Oettle und Zelda Beukes aus Südafrika von der Heiveld-Kooperative. Sie haben uns eindrucksvoll gezeigt, welche Auswirkungen die Klimakrise auf den Anbau von Rooibos hat und welche Maßnahmen sie ergreifen, um dem Klimawandel entgegenzutreten und so eine Zukunft für die Bäuerinnen und Bauern sowie ihre Familien zu sichern. Suganthi Thangavelu und Isabel Tadmiri haben uns auf eine Reise zu einem der letzten Urwälder in Indien mitgenommen. Dort arbeitet Last Forest im Einklang mit der Natur und produziert neben Honig aus Wildsammlung auch Naturkosmetik. Sie haben eindrucksvoll geschildert, wie die Klimakrise ihre tägliche Arbeit und das Leben der Menschen vor Ort beeinflusst.

AUS DEM VEREIN

ARBEITSSCHWERPUNKTE DES VEREINS

POLITISCHE ARBEIT

Über einige Schwerpunkte unserer politischen Arbeit haben wir bereits am Anfang dieses Berichts im Kapitel Grundsatz und Politik Auskunft gegeben. Auch neben der

Programmarbeit haben wir uns 2023 weiter als politische Stimme des Fairen Handels positioniert. Manchmal läuft solche Arbeit auch im Hintergrund in **Gesprächen mit Politiker*innen und Entscheidungsträger*innen** in den Ministerien ab. So hatten wir mehrere Gespräche mit Fachpolitiker*innen zu den Themen Befreiung von der Kaffeesteuer, Klimagerechtigkeit und faire Preise in der Lieferkette, haben den Input der Zivilgesellschaft beim runden Tisch mit dem BMZ koordiniert und vorgetragen und mit Staatssekretär*innen über unfaire Handelspraktiken und Lieferkettengesetz gesprochen. Das ist Arbeit, die nicht immer öffentlichkeitswirksam ist, aber doch sehr wirkungsvoll.

Zudem haben wir 2023 an **öffentlichen Konsultationen** zur Fairen und Öffentlichen Beschaffung, zur Unterstützung von Sozialunternehmen und zum Wettbewerbsrecht teilgenommen. Hier war es unsere Rolle, Inputs aus der Fair-Handels-Szene zu bündeln und deren Stimme in solchen Prozessen Gehör zu verschaffen.

Aktiv waren wir auch in der **Initiative Konzernmacht beschränken** und haben 2023 den Fokus auf Machtkonzentrationen im Lebensmitteleinzelhandel gesetzt. Mit der Novelle zum Wettbewerbsrecht haben wir aktiv daran mitgewirkt, dass es nun möglich ist, einzelne Sektoren durch das Bundeskartellamt untersuchen zu lassen und damit Veränderungen von Praktiken in einem hochkonzentrierten Markt anzustoßen. Unsere aktive Rolle in diesem Bündnis werden wir weiter fortsetzen.

Ebenfalls auf den Lebensmitteleinzelhandel zielt eine weitere Initiative, die **Allianz für eine faire und ökologische Marktwirtschaft (FÖM)**, die sich zum Ziel gesetzt hat, im Dialog mit großen Lebensmitteleinzelhändlern zu mehr Fairness in diesem Bereich beizutragen. Das FFH hat 2023 die Interims-Koordination der FÖM übernommen, eine Webpräsenz aufgebaut, eine Meldestelle für Zulieferer und Verarbeiter eingerichtet und den Kontakt zu den Unternehmen, die die freiwillige Verpflichtungserklärung unterschrieben haben, aufgenommen. In Jahresgesprächen werden wir nun Fälle von Machtmissbrauch mit den Unternehmen direkt anzusprechen. Mehr Infos unter: www.allianz-foem.de

DIREKTE UNTERSTÜTZUNG FÜR HANDELSPARTNER IM GLOBALEN SÜDEN

2023 haben wir unsere Unterstützung von kleinbäuerlichen Strukturen in den Ländern des Globalen Südens, die in die Lieferketten des Fairen Handels eingebunden sind, weitergeführt und im Dezember abgeschlossen. Insgesamt konnten wir in diesem Jahr 1.75 Mio. € mobilisieren, die direkt an die Handelspartner unserer Mitglieder gingen und die damit 13 Projekte in 10 Ländern umsetzen. Diese Projekte lassen sich in drei Kategorien einordnen. 1) Unterstützung der Handelspartner bei Maßnahmen zur Klimaanpassung (z. B. indem sie sich auf 100 % ökologischen Landbau umstellen, ihren Anbau diversifizieren und Infrastruktur aufbauen, die dem Wassermangel entgegenwirkt und zu einer stärkeren Energiesouveränität führt), 2) Abfederung von gestiegenen Produktions- und Lebenshaltungskosten (z. B. durch die Einführung umweltfreundlicher Technologien) und 3) Hilfe bei der Wertschöpfung vor Ort, bei der Erschließung neuer Märkte und um jungen Menschen eine Perspektive zu bieten.

Das Projekt wurde im Dezember 2023 abgeschlossen, was aber nicht heißt, dass diese Arbeit für uns zu Ende geht. In der zweiten Jahreshälfte haben wir zusammen mit Fairtrade Deutschland viel Energie investiert, weitere Projektgelder zu akquirieren. Und das mit Erfolg: ab Anfang 2024 werden wir zusammen mit Fairtrade Deutschland ein Projekt starten, das kleinbäuerliche Strukturen bei der Umsetzung von EU-Regulierungen vor Ort unterstützt. Ein wichtiges Projekt, mit dem wir zweierlei erreichen wollen: Den Fairen

Handel als Best Practice, wie man verantwortungsvoll innerhalb von globalen Lieferketten agiert, zeigen und absichern (und die Unterstützung bei der Umsetzung von Regulierungen gehört dazu) und gleichzeitig sicherstellen, dass kleinere Strukturen durch die Anforderungen, die mit Regulierungen kommen, nicht aus dem Markt gedrängt werden.

CEVAL-STUDIE

Die Studie "Entwicklungen des Fairen Handels und der Fairen Beschaffung in Deutschland 2015-2022" von Engagement Global gGmbH mit ihrer Servicestelle Kommunen in der Einen Welt (SKEW), Fairtrade Deutschland e.V., Forum Fairer Handel e.V. und dem Weltladen-Dachverband e.V. belegt: Der Faire Handel hat in Deutschland gegenüber 2015 mehr nachweisbare Wirkungen auf Zivilgesellschaft, den öffentlichen Sektor und die Politik sowie Handel und Konsument*innen erzielen können. Als eine der Voraussetzungen für den Erfolg nennt die Studie die Tatsache, dass sich die Hauptakteure des Fairen Handels in den letzten Jahren strategischer, koordinierter und vernetzter aufgestellt haben und so z. B. Positionen gegenüber der Politik oder öffentlichkeitswirksame Kampagnen konzertierter angehen.

Auch wenn viele Bereiche nach wie vor unterfinanziert und auf ehrenamtliches Engagement angewiesen sind, sind die finanziellen und personellen Ressourcen deutlich gestiegen. Das Engagement von Bürger*innen für den Fairen Handel in Weltläden sowie bei Kampagnen wie Fairtrade-Towns, -Schools und -Universities ist weiterhin stark und konnte im Untersuchungszeitraum weiter ausgebaut werden.

Politik und Verwaltung nehmen den Fairen Handel als wichtigen Bestandteil der Entwicklungspolitik und die Akteure des Fairen Handels zunehmend als wichtige Ansprechpartner wahr. Die Fair-Handels-Bewegung bringt sich mit eigenen Positionen in gesellschaftliche und politische Debatten ein, etwa zum Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, mit dem Ziel, die Interessen der Produzent*innen zu stärken. Auch in Kommunen werden die Prinzipien einer fairen und nachhaltigen Beschaffung zunehmend berücksichtigt.

Nachhaltige und faire Produkte werden im Handel immer stärker nachgefragt. Seit 2015 ist der Umsatz um 70 Prozent gestiegen, die Siegel und Labels des Fairen Handels werden in der Öffentlichkeit immer bekannter. In der Folge treten neue Marktteilnehmer mit einem erweiterten Sortiment an fair gehandelten Produkten auf den Markt.

Zu den Empfehlungen an die Fair-Handels-Organisationen, Verwaltungen und die Politik, die sich aus den Studienergebnissen ableiten lassen, gehören beispielsweise die Stärkung des zivilgesellschaftlichen Engagements vor Ort und den Ausbau von politischen und wirtschaftlichen Kooperationen bei der Positionierung für gemeinsame Ziele.

MITGLIEDER

Seitdem wir Ende 2022 eine neue Mitgliederkategorie eingeführt haben, hat sich unser Netzwerk erweitert. Neben unseren acht langjährigen und treuen Vollmitgliedern haben wir bereits sieben assoziierte Mitglieder gewinnen können. Diese bereichern die Arbeit des FFH mit ihren Erfahrungen, Meinungen und ihrer Fachkompetenz in Bezug auf Fairen Handel und weitere Themen, an denen wir im Sinne der sozial-ökologischen Transformation zusammen arbeiten. Wir sind hoffnungsvoll, dass weitere Unternehmen und Organisationen sich auch 2024 dafür entscheiden, Teil unseres Netzwerks zu werden. www.forum-fairer-handel.de/wir/unsere-mitglieder

VERÄNDERUNGEN IN DER GESCHÄFTSSTELLE

2023 bestand das Team des FFH fast durchgängig aus 11 Mitarbeitenden (3 Männer, 8 Frauen/ Äquivalent von etwa 9 Vollzeitstellen). Zum Ende des Jahres hat uns Calypso Hock verlassen, da ihre durch eine Projektförderung der GIZ finanzierte Stelle ausgelaufen ist. Für das Jahr 2024 wird es eine neue Person auf einer weiteren GIZ/BMZ finanzierten Stelle geben.

FINANZBERICHT

Nachdem wir 2022 noch auf Rücklagen zurückgreifen mussten, konnten wir diese 2023 zu einem kleinen Teil wieder auffüllen, was angesichts erschwelter Förderbedingungen ein großer Erfolg ist und zeigt, dass wir unser im letzten Jahr gestecktes Ziel, ein ausgeglichenes Jahresergebnis zu erlangen, durch konsequente Haushaltsführung erreicht haben. Für die Zukunft ist das FFH solide aufgestellt, was es uns ermöglicht, unsere Aufgabensatzungsgemäß zu erfüllen.

Ausgabenseite

Unsere Kostenstruktur ist in etwa gleich geblieben. Die Erhöhung der Personalkosten liegt vor allem daran, dass wir eine weitere Stelle hinzugewonnen haben, die über höhere Zuschüsse gedeckt war. Hinzu kamen tarifvertragliche Gehaltserhöhungen und Inflationsausgleich.

Die betrieblichen Kosten konnten wir etwas reduzieren - vor allem bei Anschaffungen, Raum- und Wartungskosten - und auch dadurch ein ausgeglichenes Jahresergebnis erzielen.

Einnahmenseite

Die Einnahmen des Vereins speisen sich grundsätzlich aus drei Quellen: Mitgliedsbeiträge, Spenden und Fördermittel. Da unsere Mitgliedsbeiträge umsatzabhängig berechnet werden, hatten wir bei unseren Vollmitgliedern einen Rückgang zu verzeichnen der jedoch durch die Gewinnung von assoziierten Mitgliedern aufgefangen werden konnte und sogar etwas höher als im Vorjahr ausfällt. Bei den freien Spenden konnten wir unser Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppeln. Dass wir im Vergleich zum Vorjahr weniger zweckgebundene Spenden eingeworben haben, liegt vor allem daran, dass wir mit dem WFTO-Summit 2022 ein internationales Großereignis hatten.

Nach wie vor ist es ein weiter Weg, unser Ziel zu erreichen, einen relevanten Teil unserer politischen Arbeit unabhängig und verlässlich über Spenden zu finanzieren. An dieser Stelle danken wir allen unseren (Dauer-)Spender*innen für ihre Unterstützung und das damit verbundene Vertrauen in die Arbeit des FFH als politische Stimme des Fairen Handels in Deutschland.

In 2023, sind wir unserem langfristigen Ziel, die Anzahl unserer Fördermittelgeber zu erhöhen und in diesem Bereich zu diversifizieren, ein Stück näher gekommen. Eine solche Diversifizierung bedeutet aber auch, dass sich unser Aufwand für das Schreiben von Zuschussanträgen und die folgenden Berichtspflichten erhöht. In den nächsten Jahren gilt es, diesen Weg weiter zu gehen, aber auf die Balance zwischen Aufwand und Ertrag bei neuen Fördermitteln zu achten.

BILANZ 2023

AKTIVA			
	EUR	2023	2022
B. Umlaufvermögen		184.777,26	207.446,50
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	81.732,17		45.306,52
4. sonstige Vermögensgegenstände	9.784,94		9.747,18
IV. Kassenbestand, Guthaben b. Kreditinstituten	93.260,15		152.392,80
C. Rechnungsabgrenzungsposten		9.048,00	28.119,18
Aktive Rechnungsabgrenzung	9.048,00		28.119,18
Summe		193.825,26	235.565,68
PASSIVA			
	EUR	2023	2022
A. Eigenkapital		76.680,24	69.838,98
III. Satzungsgemäße Rücklagen			
Freie Rücklage nach § 62 Abs. 1 Nr. 3 AO	76.680,24		69.838,98
C. Rückstellungen		3.240,83	3.000,00
3. sonstige Rückstellungen	3.240,83		3.000,00
D. Verbindlichkeiten		35.904,19	62.423,03
4. Verbindlichkeiten aus Lieferungen u. Leistungen	21.537,83		53.507,65
8. sonstige Verbindlichkeiten	14.366,36		8.915,38
E. Rechnungsabgrenzungsposten		78.000,00	100.303,67
Passive Rechnungsabgrenzung	78.000,00		100.303,67
Summen		193.825,26	235.565,68

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 2023

	2023	2022
ERTRÄGE		
Erlöse ideeller Bereich		
Mitgliedsbeiträge	84.158,00	77.924,00
Freie Spenden / zweckgeb. Spenden	21.232,80	29.301,56
Zuschüsse BMZ/Engagement Global	640.000,00	610.690,99
Zuschüsse Brot für die Welt	72.000,00	74.000,00
Zuschüsse Misereor	25.000,00	10.000,00
Zuschuss Postcode Lotterie	0,00	21.263,00
Zuschüsse Kooperationspartner Faire Woche	67.578,68	69.685,89
Zuschüsse GIZ	83.302,94	50.610,83
Zuschüsse Senat Berlin	0,00	24.800,00
Zuschüsse El Puente	0,00	6.000,00
Zuschüsse LEZ	7.000,00	0,00
Zuschüsse GLS Treuhand Bank Stiftung	8.000,00	0,00
Zuschüsse Canopus-Stiftung	3.000,00	0,00
Zuschüsse GEPA	3.000,00	0,00
Zuschüsse Naturland	6.000,00	0,00
Einnahmen aus Vortragstätigkeit	1.827,65	0,00
Sonstige betriebliche Erträge ideeller Bereich	16.801,83	37.059,72
Erträge aus Rücklagenauflösung	0,00	23.114,27
	1.038.901,90	1.034.450,26
AUFWENDUNGEN		
Personalaufwand	-555.932,71	-490.972,71
Anschaffungen nutzungsgeb. Vermögenswerte (Sofortabschreibungen)	-2.669,68	-5.236,06
Raumkosten	-30.574,81	-34.367,42
Versicherungen, Beiträge und Abgaben	-4.014,99	-3.925,29
Reparaturen und Instandhaltungen	-2.332,18	-4.215,24
Fremdfahrzeugkosten	0,00	-51,41
Werbe- und Reisekosten	-41.409,10	-65.296,05
Fremdleistungen und Honorare	-232.040,66	-257.000,44
Sonstige betriebliche Kosten	-53.337,57	-56.041,90
Mittelweiterleitungen	-109.748,94	-117.343,74
Einstellung in Rücklage	-6.841,26	0,00
	-1.038.901,90	-1.034.450,26
ERGEBNIS	0,00	0,00

LISTE DER FFH-PUBLIKATIONEN 2023

Broschüren, Positionspapiere und Berichte:

- Broschüre „[Aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel 2023](#)“ (Printversion [hier](#) bestellbar)
- Broschüre „[Fairer Handel für Einsteiger*innen](#)“ (Aktualisierte Version nur online erhältlich/ Restbestände der vorherigen Ausgabe aus dem Jahr 2021 sind [hier](#) bestellbar)
- Broschüre „[Zukunft Fair](#)“ (nur noch online erhältlich)
- [In Good Company-Report](#) 2023 (nur online erhältlich)
- Positionspapier „[Feministische Entwicklungspolitik und Fairer Handel](#)“ (nur online erhältlich)

Factsheets, Datenblätter und Flyer:

- Factsheet „[Auf einen Blick: Aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel 2023](#)“ (Printversion [hier](#) bestellbar)
- Factsheet „[Kompass Fairer Handel: Woran erkenne ich Produkte aus Fairem Handel](#)“ (Aktualisierte Printversion [hier](#) bestellbar)
- Factsheet „[Fund for Producer Partners 2022-2023](#)“
- „[Datenblatt Fairer Handel](#)“ (nur online erhältlich/ kann unter <https://www.forum-fairer-handel.de/mitmachen/bildungsangebote-zum-fairen-handel/bildungsmaterialien> abonniert werden)
- Flyer „[Gemeinsam für Gerechtigkeit - So setzt sich der Verband mit seinen Mitgliedern für eine bessere Wirtschaft ein](#)“ (Printversion [hier](#) bestellbar)

Materialien zur Fairen Woche:

- Hintergrundbroschüre zur Fairen Woche 2023 „[Fair. Und kein Grad mehr!](#)“ (Nur online erhältlich)
- [Rezeptheft zur Fairen Woche 2023](#) (Printversion [hier](#) bestellbar)

Kontakt für Rückfragen:

Matthias Fiedler
m.fiedler@forum-fairer-handel.de
030-28040599

Forum Fairer Handel e.V.
Am Sudhaus 2
12053 Berlin
www.forum-fairer-handel.de