

Das „Datenblatt Fairer Handel“ stellt grundlegende Zahlen und Informationen des Fairen Handels aktuell zur Verfügung. Es soll Lehrer*innen, Erwachsenenbildner*innen und anderen Multiplikator*innen in der Bildungsarbeit die Möglichkeit bieten, für Veröffent-

lichungen, Vorträge und Veranstaltungen aktuelle Daten zu nutzen. Das „Datenblatt“ wird einmal jährlich aktualisiert werden. Sie können das aktualisierte Datenblatt unter www.forum-fairer-handel.de/bildung als Newsletter abonnieren.

I Grundlagen

2018 wurde die Internationale Charta des Fairen Handels veröffentlicht. Sie legt die grundlegenden Werte des Fairen Handels fest und definiert eine gemeinsame Vision zur Umsetzung der nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen (SDGs). www.fair-trade.website

II Fairer Handel im Globalen Süden

2,5 Millionen Kleinproduzent*innen und Arbeiter*innen profitieren in 70 Ländern vom Fairen Handel¹. (Quelle: FTAO)

III Produkte

(a) Kaffee

Kaffee ist das wichtigste Produkt im Fairen Handel. Die große Mehrheit der Bäuer*innen ist den Schwankungen des Kaffeepreises auf dem Weltmarkt sowie der Marktmacht weniger Händler und Röstereien ausgesetzt. Laut „Coffee Barometer 2018“ sind die Preise für Kaffee auf dem Weltmarkt seit den frühen 1980er Jahren um zwei Drittel gesunken. In der folgenden beispielhaften Kalkulation erhalten die Kleinbauernorganisationen 26 % des Verkaufspreises, wohingegen laut „Coffee Barometer“ im Schnitt unter 10 % des mit Kaffee erwirtschafteten Wohlstands in den produzierenden Ländern verbleiben.

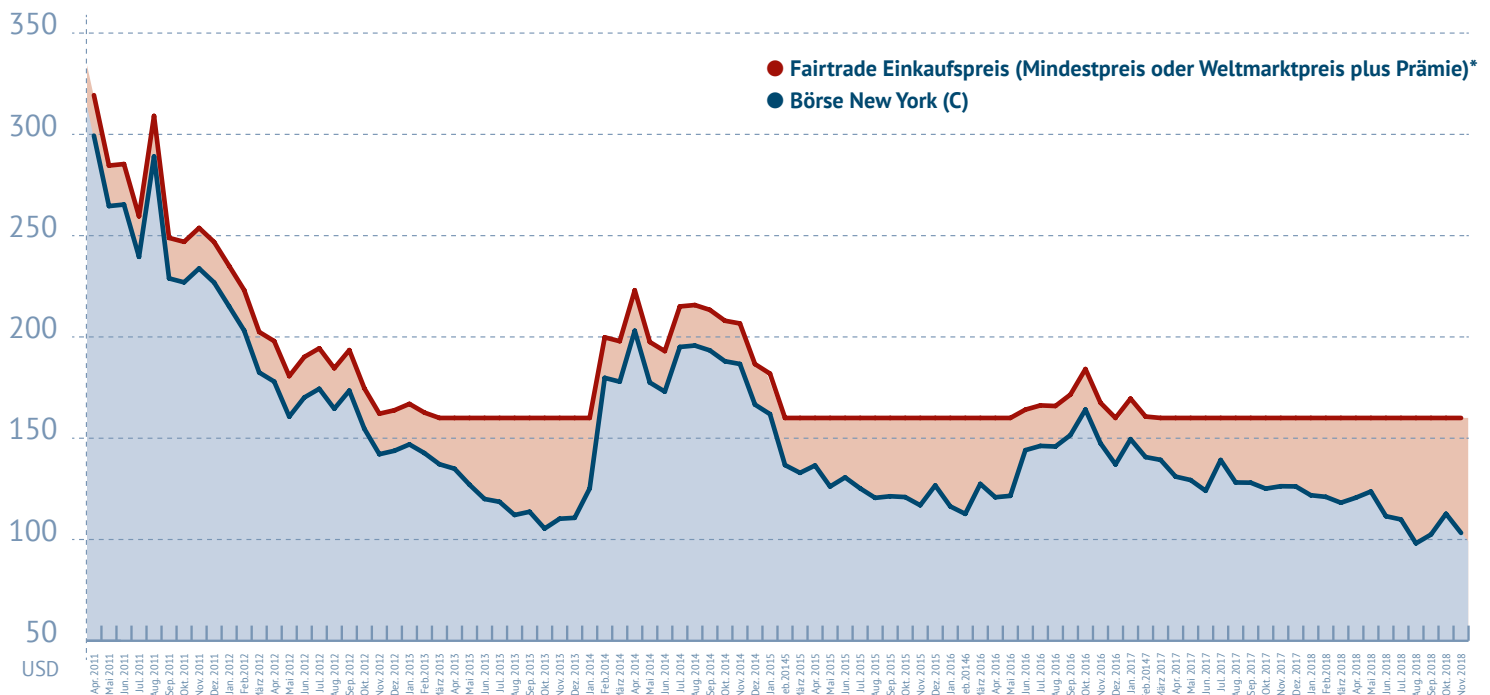
¹ Nicht die gesamte Produktion dieser Personen wird über den Fairen Handel abgesetzt.

Definition

„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.“

FINE-Grundlagenpapier zum Fairen Handel, 2001

Arabica-Kaffee: Vergleich der Börsenpreise und Fairtrade-Einkaufspreise (2011-2018)

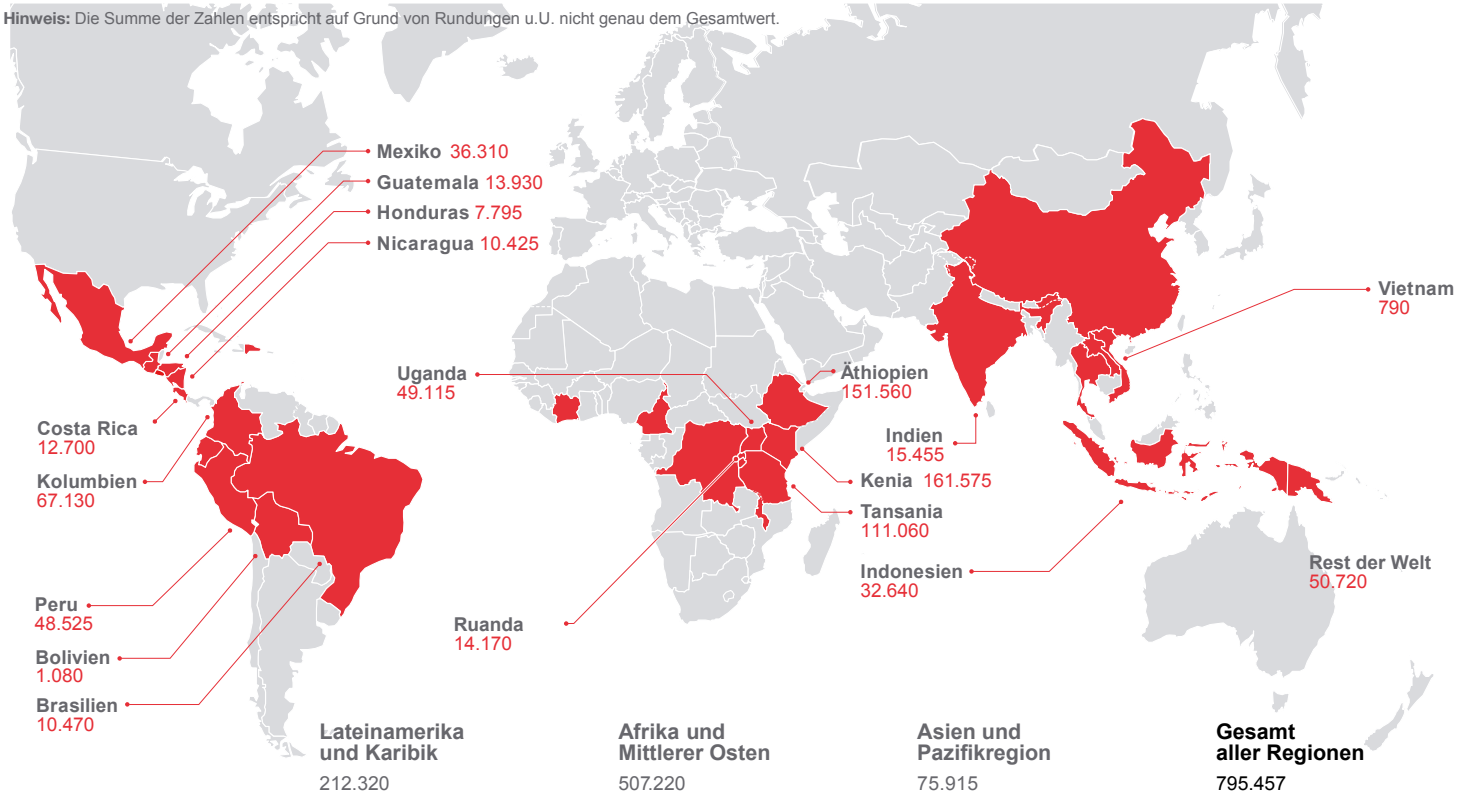


*Der Einkaufspreis für fair gehandelten Kaffee liegt aufgrund von Qualitätszuschlägen oft noch über dem hier angegebenen „Fairtrade Einkaufspreis“. Dieser muss aber mindestens gezahlt werden. Quelle: <https://de.investing.com/commodities/us-coffee-c-historical-data>

(a) Kaffee

Fairtrade-Kaffee: Anzahl Kleinbäuerinnen und -bauern 2016 nach Ländern

Hinweis: Die Summe der Zahlen entspricht auf Grund von Rundungen u.U. nicht genau dem Gesamtwert.



Quelle: Fairtrade International (2018): Monitoring Report 9th Edition

Insgesamt profitieren 795.000 Kaffeebäuerinnen und -bauern vom Fairtrade-System. 64% davon leben in Afrika.

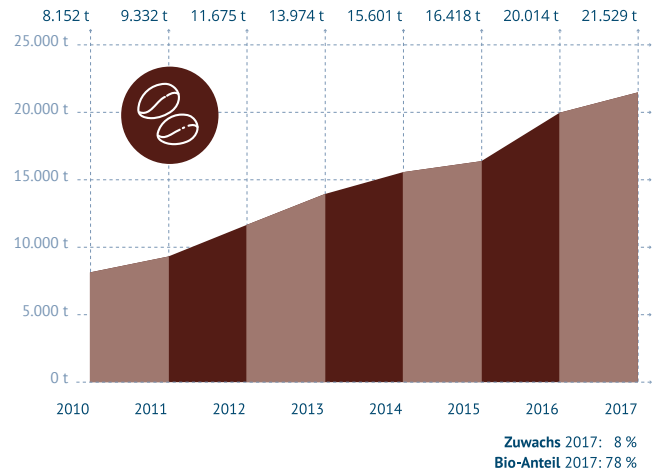
Preiszusammensetzung von Kaffee aus Fairem Handel

Die folgende Musterkalkulation bezieht sich auf den Preis für 250 Gramm Café Organico der GEPA*

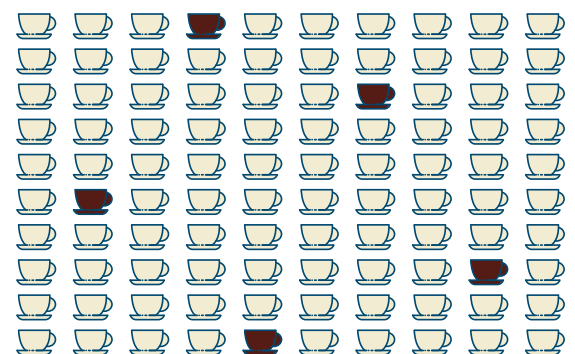


*Datenquelle: GEPA, Stand April 2017

Entwicklung von fair gehandeltem Kaffee, 2010-2017 Absatz in Tonnen

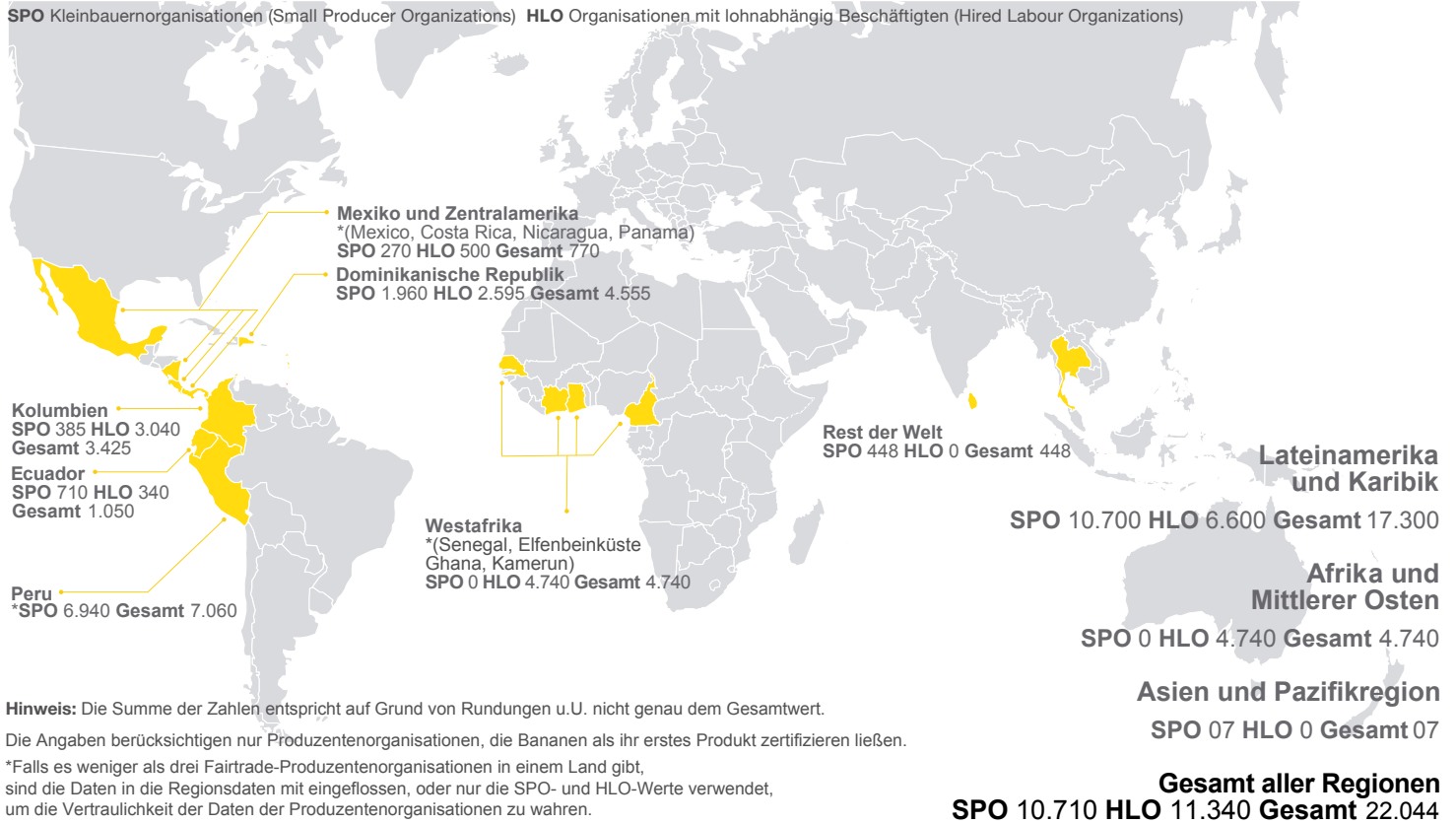


Nur 5 von hundert Tassen in Deutschland sind fair gehandelt (2017)

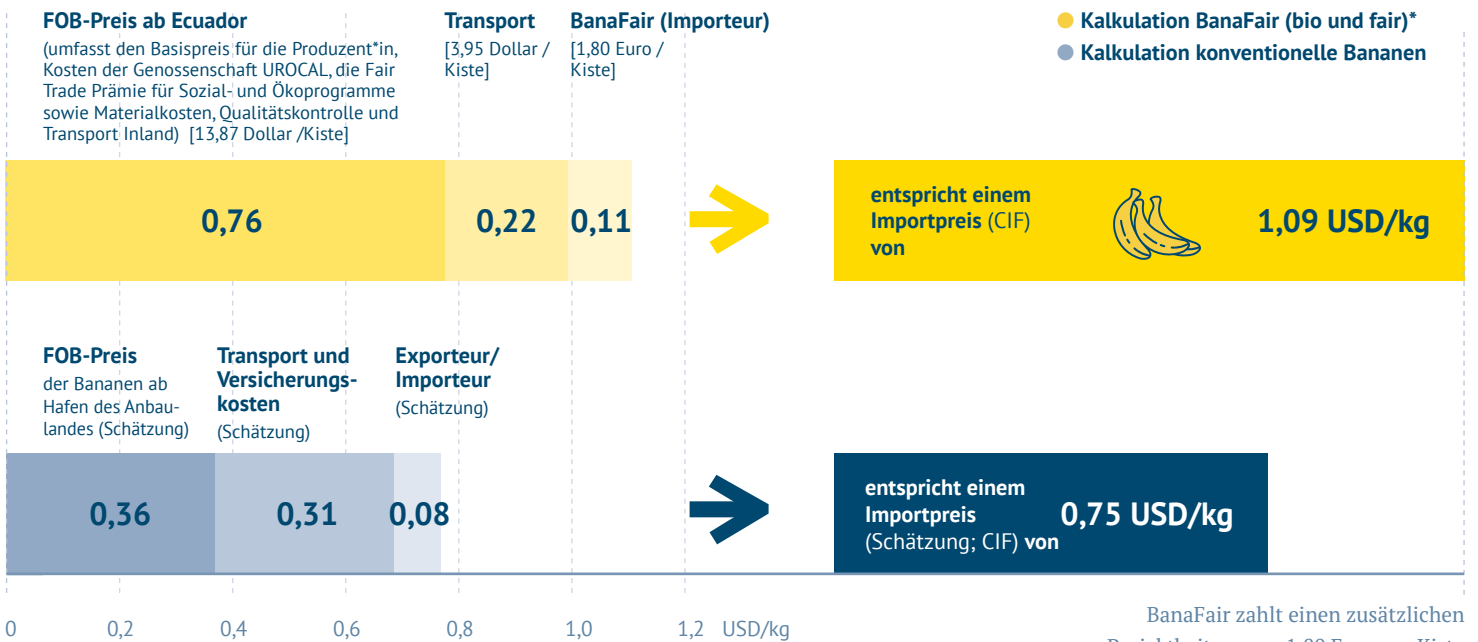


(b) Bananen

Fairtrade-Bananen: Verteilung Kleinbäuerinnen und -bauern und Lohnarbeitskräfte 2016 nach Regionen



Preiszusammensetzung von Bananen aus konventionellem und Fairem Handel



Quelle: BASIC (2015): Banana value chains in Europe and the consequences of unfair trading practices
Quelle: BanaFair (Stand: 01.06.2018)

Nur jede 10. Banane in Deutschland ist fair gehandelt



IV Fairer Handel in Deutschland

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: in Weltläden und Fair-Handels-Gruppen, in Fairtrade-Towns und -Schools, in Unternehmen, Kirchengemeinden und Jugendgruppen.

Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit

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

Der Faire Handel ist seit seinen Anfängen in den frühen 1970er Jahren eine politische Bewegung. Das Ziel, Kleinproduzent*innen zu stärken, damit sie eigenständig bestehen und wirtschaften können, ist nur möglich, wenn sich die Regeln des Welthandels ändern. Mittels Kampagnen setzt sich die Fair-Handels-Bewegung dafür ein. Sie sucht den Dialog mit Politiker*innen und formuliert politische Forderungen. Gesetzliche Rahmenbedingungen haben sich teilweise schon geändert, z. B. zum öffentlichen Beschaffungswesen. In einigen Behörden wird nur noch Kaffee aus Fairem Handel ausgeschrieben. Dies zeigt, dass langjährige Kampagnenarbeit die Politik bewegen kann.



Umsatzentwicklungen verschiedener Fair-Handels-Bereiche in Deutschland, 2008-2017

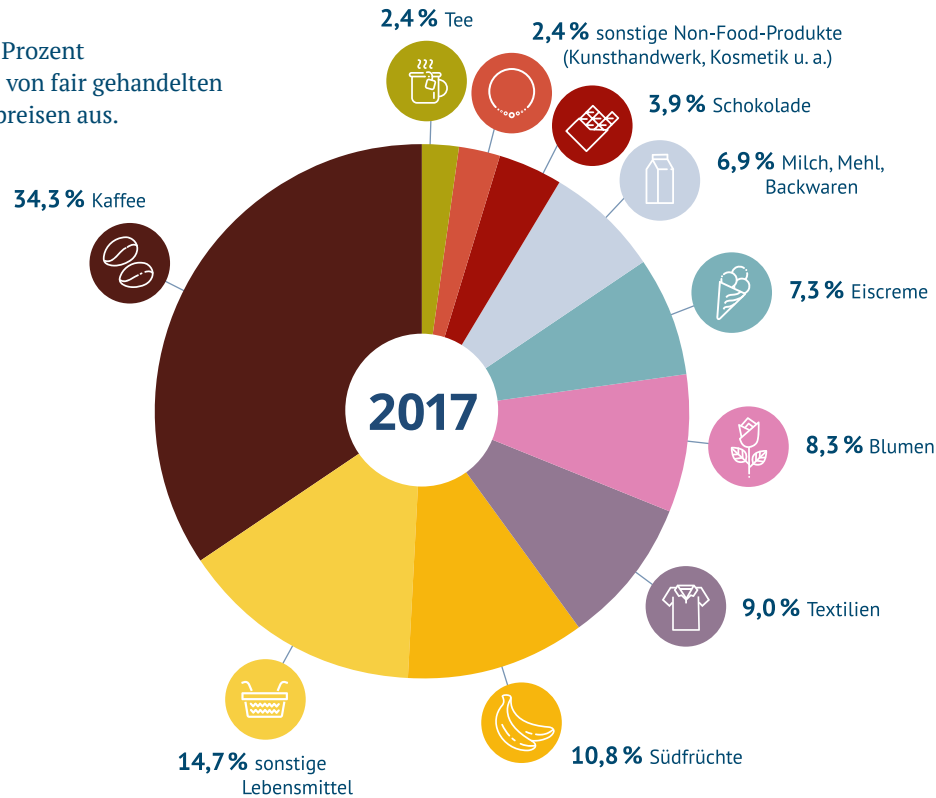
Umsatz fair gehandelter Produkte zu geschätzten Endverbraucherpreisen

Jahr	Gesamtumsatz	Fair-Handels-Import-organisationen	Fairtrade-Produktsiegel	Weltläden & Weltgruppen
2017	1.473 Mio. €	193 Mio. €	1.179 Mio. €	76 Mio. €
2016	1.301 Mio. €	190 Mio. €	1.045 Mio. €	77 Mio. €
2015	1.139 Mio. €	185 Mio. €	895 Mio. €	76 Mio. €
2014	1.027 Mio. €	176,5 Mio. €	797 Mio. €	72,5 Mio. €
2013	784 Mio. €	166 Mio. €	654 Mio. €	69 Mio. €
2012	650 Mio. €	146 Mio. €	533 Mio. €	63 Mio. €
2011	477 Mio. €	130 Mio. €	400,5 Mio. €	56 Mio. €
2010	413 Mio. €	134 Mio. €	340 Mio. €	60 Mio. €
2009	322 Mio. €	105 Mio. €	267 Mio. €	47,5 Mio. €
2008	266 Mio. €	103 Mio. €	213 Mio. €	47,5 Mio. €

Diese Daten für Deutschland umfassen die Umsätze folgender Unternehmen und Zertifizierungen:

- anerkannte Fair-Handels-Importorganisationen,
- Fairtrade-Produktsiegel (sowie Fairtrade-Siegeln für Baumwolle und Kosmetik. Umsätze aus dem Fairtrade-Kakaoprogramm wurden nicht eingerechnet)
- Naturland Fair (Produkte aus dem Globalen Süden und dem Globalen Norden)
- Fair for Life

Lebensmittel machten mit 80 Prozent den größten Anteil am Absatz von fair gehandelten Produkten zu Endverbraucherpreisen aus.



V Woran erkenne ich fair gehandelte Produkte?

Im Gegensatz zu „bio“ ist der Begriff „fair“ nicht gesetzlich geschützt. Daher ist die Vielfalt der Erkennungszeichen groß. Alle im Folgenden genannten Siegel, Label und Zeichen arbeiten nach den international definierten Prinzipien des Fairen Handels.

... an den Marken der anerkannten Fair-Handels-Importeure: Fair-Handels-Importorganisationen stehen mit ihrer gesamten Unternehmenspolitik hinter den Grundsätzen des Fairen Handels.



Weitere anerkannte Fair-Handels-Organisationen sind im Lieferantenkatalog des Weltladen-Dachverbands zu finden: www.weltladen.de

Davon sind einige im FAIR BAND (Bundesverband für fairen Import und Vertrieb) zusammengeschlossen: www.fair-band.de

VI Weiterführende Links, (Bildungs-)Material

- [Online-Datenbank](#) für (Bildungs-)Materialien zum Fairen Handel
- [Zahlen und Fakten](#) zum Fairen Handel
- [Daten zu Fairtrade](#) (auf Deutsch)
- und [Fairtrade International](#) (auf Englisch)

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 Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

... am Label der World Fair Trade Organization (WFTO): Es wird an Unternehmen vergeben, die ausschließlich Fairen Handel betreiben und nachgewiesen haben, dass sie alle Kriterien des Fairen Handels erfüllen.



... an den folgenden, anerkannten Produktsiegeln des Fairen Handels: Unabhängige Kontrollstellen überprüfen die Einhaltung der Kriterien des Fairen Handels.



... am Verkauf im Weltladen: Als Fachgeschäfte des Fairen Handels bieten die rund 800 Weltläden in Deutschland die größte Auswahl an fair gehandelten Produkten.



IMPRESSUM

Herausgeber: Forum Fairer Handel e.V.
 Text: Manuel Blendin (Forum Fairer Handel e.V.)
 Gestaltung: Dreimalig Werbeagentur
 Bildnachweis – soweit an der Grafik nicht anders angegeben:
 Forum Fairer Handel e.V.
 Berlin, Dezember 2018

Gefördert mit Mitteln des evangelischen Kirchlichen Entwicklungsdienstes sowie durch ENGAGEMENT GLOBAL mit Mitteln des



Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung