

2021

# AKTUELLE ENTWICKLUNGEN IM FAIREN HANDEL

- UMSATZENTWICKLUNGEN IM GESCHÄFTSJAHR 2020
- EINZELNE PRODUKTE IM FOKUS
- RAN AN DIE PREISMACHT!  
PLÄDOYER FÜR EIN VERBOT VON DUMPINGPREISEN
- FORDERUNGEN DES FORUM FAIRER HANDEL AN BUNDESTAG UND  
BUNDESREGIERUNG FÜR DIE LEGISLATURPERIODE 2021-2025
- VERBRAUCHER\*INNENBEFRAGUNG ZUM FAIREN HANDEL 2021
- TÄTIGKEITSBERICHT DES FORUM FAIRER HANDEL 2020

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>EDITORIAL</b> .....	<b>3</b>
<b>UMSATZ- UND ABSATZZAHLEN IM GESCHÄFTSJAHR 2020</b> .....	<b>4</b>
<b>UMSATZENTWICKLUNGEN</b> .....	<b>4</b>
<b>ANTEIL EINZELNER PRODUKTE AM GESAMTUMSATZ DES FAIREN HANDELS</b> .....	<b>6</b>
<b>EINZELNE PRODUKTE IM FOKUS</b> .....	<b>6</b>
<b>KAFFEE: WEITERHIN DER SPITZENREITER IM FAIREN HANDEL</b> .....	<b>6</b>
<b>FAIRE SÜDFRÜCHTE UND BANANEN: CHAMPIONS IN PUNKTO ABSATZ</b> .....	<b>7</b>
<b>FAIRE SCHOKOLADE LEGT KRÄFTIG ZU</b> .....	<b>7</b>
<b>SCHWER GETROFFEN: DAS FAIRE KUNSTHANDWERK</b> .....	<b>7</b>
<b>RAN AN DIE PREISMACHT!</b> .....	<b>8</b>
<b>DIE NEUE BUNDESREGIERUNG MUSS DUMPINGPREISE VERBIETEN, UM EXISTENZSICHERNDE EINKOMMEN ZU FÖRDERN</b> .....	<b>8</b>
<b>FORDERUNGEN DES FORUM FAIRER HANDEL AN BUNDESTAG UND BUNDESREGIERUNG FÜR DIE LEGISLATURPERIODE 2021-2025</b> .....	<b>10</b>
<b>DIE TRANSFORMATION FAIR GESTALTEN</b> .....	<b>10</b>
<b>AUFBRUCH IN EINE SOZIAL UND ÖKOLOGISCH ZUKUNFTSFÄHIGE WIRTSCHAFT</b> .....	<b>10</b>
<b>VERBRAUCHER*INNENBEFRAGUNG ZUM FAIREN HANDEL 2021</b> .....	<b>12</b>
<b>EXECUTIVE SUMMARY VON SANDRA BÄTHGE, CENTRUM FÜR EVALUATION (CEVAL GMBH)</b> .....	<b>12</b>
<b>TÄTIGKEITSBERICHT DES FORUM FAIRER HANDEL 2020</b> .....	<b>14</b>
<b>POLITIK UND GRUNDSATZ</b> .....	<b>14</b>
<b>KOMMUNIKATION</b> .....	<b>15</b>
<b>FAIRE WOCHE</b> .....	<b>15</b>
<b>AUS DEM VEREIN</b> .....	<b>16</b>
<b>FINANZBERICHT</b> .....	<b>17</b>
<b>KONTAKT UND INFORMATIONEN</b> .....	<b>19</b>

## IMPRESSUM

Herausgeber: Forum Fairer Handel e.V.

Texte: Sandra Bähge (CEval GmbH), Matthias Fiedler, Katrin Frank, Andrea Fütterer, Maja Volland (Forum Fairer Handel e.V.)

Redaktion: Katrin Frank

Gestaltung: Dreimalig Werbeagentur

Berlin, Juli 2021

Klimaneutral gedruckt auf Recyclingpapier

Bildnachweise: S. 3: Forum Fairer Handel e.V. (FFH)/ Rolf K. Wegst · S. 11: AdobeStock\_mast3r, · S. 14: FFH/ Weltladen-Dachverband e.V. · S. 15: Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit/ Photothek · S. 16: FFH

Alle Internet-Quellen in dieser Broschüre sind in der digitalen Fassung verlinkt.

Sie erhalten alle digitalen Publikationen auf unserer Website unter [www.forum-fairer-handel.de/materialien](http://www.forum-fairer-handel.de/materialien)

## EDITORIAL



Die Corona-Pandemie fordert auch den Fairen Handel heraus. Nach über einer Dekade im Aufwind ist der Umsatz mit fairen Produkten im Geschäftsjahr 2020 infolge der Krise erstmalig zurückgegangen. Näheres zu den Ursachen dafür erfahren Sie auf den nächsten Seiten. Doch die Fair-Handels-Bewegung ist es gewohnt, gegen den Strom zu schwimmen und partnerschaftliche Handelsbeziehungen zu pflegen, die auch schwere Zeiten überstehen. Dabei helfen die tiefe Überzeugung, dass eine sozial und ökologisch zukunftsfähige Wirtschaft möglich ist und das Wissen, dass es auf dem Weg dorthin eines langen Atems bedarf. Zudem geben uns viele positive Beispiele von Resilienz und Solidarität in der Krise Anlass zur Hoffnung, dass es nach der Pandemie wieder bergauf geht. Was die wirtschaftliche Entwicklung des Fairen Handels in Deutschland betrifft, gibt auch die aktuelle Verbraucher\*innenbefragung zum Fairen Handel Anlass zu Optimismus: Denn immer mehr Menschen in Deutschland greifen zu fairen Produkten.

Um die sozial-ökologische Transformation fair zu gestalten, ist jedoch ein grundlegender politischer Wandel erforderlich. Mit Blick auf die Bundestagswahl 2021 hat das Forum Fairer Handel gemeinsam mit seinen Mitgliedern formuliert, wie eine faire Transformation gelingen kann. Unsere Vision ist ein Wirtschafts- und Handelssystem, in dem Sinn vor Gewinn steht und somit das Wohlergehen

von Menschen und deren Umwelt in den Mittelpunkt des Wirtschaftens rückt. Das im Juni 2021 verabschiedete Lieferkettengesetz ist ein erster Schritt auf diesem Weg. Erstmals verpflichtet ein Gesetz hierzulande Unternehmen, Verantwortung für die Menschen in ihren Lieferketten zu übernehmen. Das ist ein Erfolg der Zivilgesellschaft – darunter auch der Fair-Handels-Bewegung – und eine gute Nachricht für alle, die unter ausbeuterischen Bedingungen in den Lieferketten deutscher Unternehmen arbeiten. Die Initiative Lieferkettengesetz, der auch das FFH angehört, formulierte es sehr treffend: **Wir sind noch nicht am Ziel aber endlich am Start.**

Das betrifft auch unseren Einsatz gegen unfaire Handelspraktiken im Agrarbereich. Viele Erzeuger\*innen von Lebensmitteln kämpfen täglich um ihr Überleben. Auch infolgedessen ist die Kinderarbeit weltweit gestiegen. Ein besonders trauriges Beispiel ist der westafrikanische Kakaoanbau, wo über 1,5 Millionen Kinder gefährliche Arbeiten verrichten und immer wieder Fälle von Zwangsarbeit ans Licht kommen. Leider hat die Corona-Krise die ungerechten Verhältnisse entlang vieler Lieferketten verstärkt. Aktuelle Informationen über den fairen und konventionellen Kaffee-, Bananen- und Kakaosektor erhalten Sie in der Rubrik „Einzelne Produkte im Fokus“ in dieser Broschüre.

Das im Mai 2021 verabschiedete ‚Gesetz zur Stärkung der Organisationen und Lieferketten im Agrarbereich‘ ist ein wichtiger erster Schritt, um unfaire Praktiken von marktmächtigen Unternehmen in globalen Lieferketten zu unterbinden. Es ist jedoch verpasst worden, existenzsichernde Einkommen und damit eine gerechtere Verteilung der Wertschöpfung im Lebensmittelhandel zu fördern. Die Preise, die Erzeuger\*innen für ihre Produkte erhalten, decken häufig nicht einmal die Produktionskosten. Um dies zu ändern, hätte ein Verbot des Einkaufs unterhalb der Produktionskosten in das Gesetz mitaufgenommen werden müssen.

Vor diesem Hintergrund fordert das Forum Fairer Handel ein Verbot von Dumpingpreisen für Lebensmittel. Auch dies wäre ein weiterer Baustein auf dem Weg zu einer sozial-ökologisch zukunftsfähigen Wirtschaft. Mehr darüber erfahren Sie in der vorliegenden Broschüre.

Was das FFH im vergangenen Jahr noch bewegen konnte, erfahren Sie im Tätigkeitsbericht am Ende dieser Publikation. Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre.

Ihre

Andrea Fütterer  
Vorstandsvorsitzende des Forum Fairer Handel e.V.

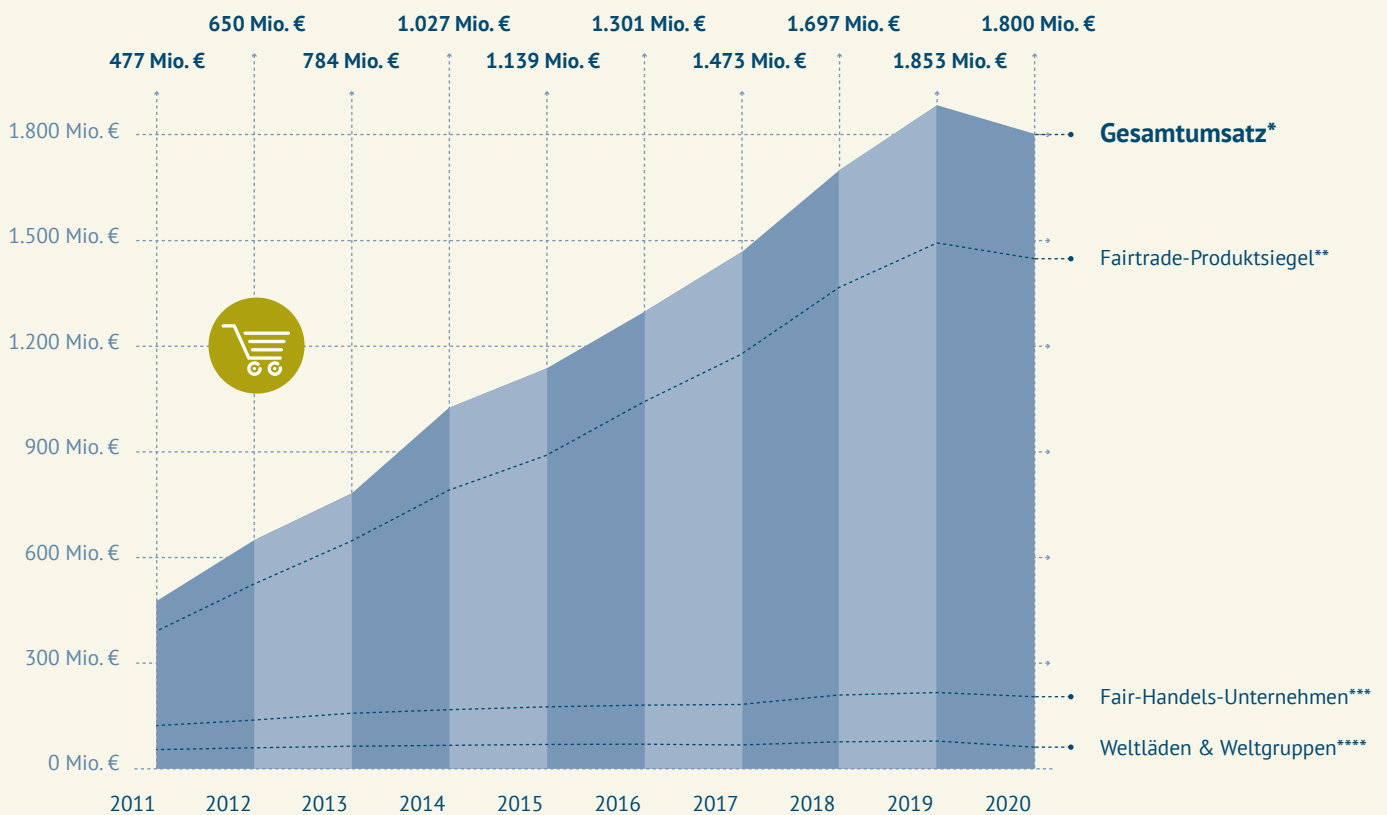
# UMSATZ- UND ABSATZZAHLEN IM GESCHÄFTSJAHR 2020

## Umsatzentwicklungen

Die aktuelle Pandemie fordert auch den Fairen Handel heraus. Nach über einer Dekade im Aufwind war der Umsatz mit fairen Produkten 2020 infolge der Krise erstmalig rückläufig. Im Geschäftsjahr 2020 wurden in Deutschland 1,8 Milliarden Euro zu Endverbraucherpreisen mit Produkten aus Fairem Handel umgesetzt. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Umsatzrückgang von 2,9%. Im Durchschnitt gaben die Verbraucher\*innen in Deutschland pro Kopf 21,63 Euro für faire Lebensmittel und Handwerksprodukte aus.

## Gesamtumsatz des Fairen Handels in Deutschland, 2011-2020

Umsatz fair gehandelter Produkte zu geschätzten Endverbraucherpreisen in Mio. Euro



## Umsatz fair gehandelter Produkte zu geschätzten Endverbraucherpreisen

- \* Der Gesamtumsatz umfasst den Umsatz der anerkannten Fair-Handels-Unternehmen und den Umsatz der anerkannten Fair-Handels-Zertifizierungen (Naturland Fair, Fair for Life, SPP, Fairtrade-Produkt-Siegel sowie den speziellen Fairtrade-Produkt-Siegeln (u. a. für Baumwolle und Kosmetik).
- \*\* Dieser Wert umfasst Produkte mit dem Fairtrade-Produkt-Siegel sowie den speziellen Fairtrade-Produkt-Siegeln (u. a. für Baumwolle und Kosmetik). Als fair gehandelte Produkte erfasst das Forum Fairer Handel Waren, deren Rohstoffe soweit möglich aus Fairem Handel stammen („All that can be must be Fair Trade“). Produkte mit den Fairtrade-Rohstoff-Siegeln sind in dieser Berechnung nicht enthalten.
- \*\*\* Umsatz der anerkannten Fair-Handels-Unternehmen. Zu den hier erfassten Waren zählen auch Produkte mit Produkt-Siegeln (Fairtrade, Naturland, Fair for Life, SPP).
- \*\*\*\* Umsatz der Weltläden mit Waren anerkannter Fair-Handels-Unternehmen.

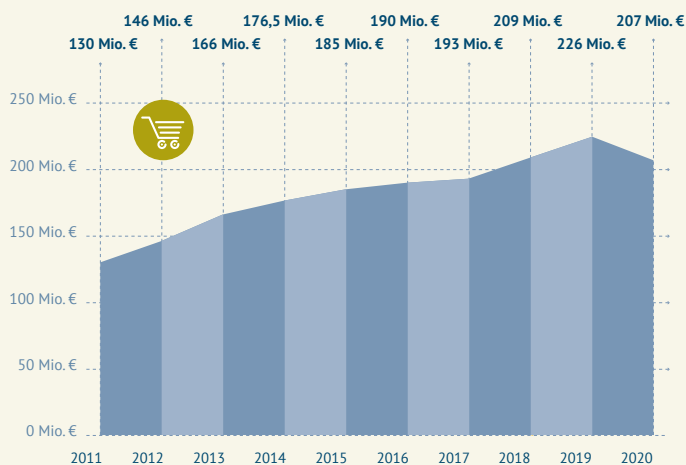
Wie auch in den Vorjahren wurde der größte Teil des Umsatzes mit Fairtrade-gesiegelten Produkten generiert (1,45 Milliarden, – 3,2%). Ihr Verkauf trägt zu über 80% des Gesamtumsatzes bei. Der Umsatzrückgang ist u. a. auf Lockdown-bedingte Einbußen im Außer-Haus-Bereich sowie bei einzelnen Produkten, darunter Textilien und Bananen, zurückzuführen.<sup>1</sup>

Die anerkannten **Fair-Handels-Unternehmen** verzeichneten 2020 einen Umsatz von 207 Millionen Euro mit dem Verkauf fair gehandelter Waren. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Rückgang von 8,4%. Dieser ist durch mehrere Faktoren bedingt, darunter ein geringerer Absatz in den Weltläden infolge von Lockdowns, Umsatzrückgänge im Außer-Haus-Bereich sowie die Senkung der Mehrwertsteuer. Der Anteil von Fair-Handels-Unternehmen am Gesamtumsatz des Fairen Handels in Deutschland beläuft sich auf 11,5%. Fair-Handels-Unternehmen sind ausschließlich im Fairen Handel tätig und folgen mit ihrer gesamten Unternehmenspolitik seinen international definierten Grundsätzen.

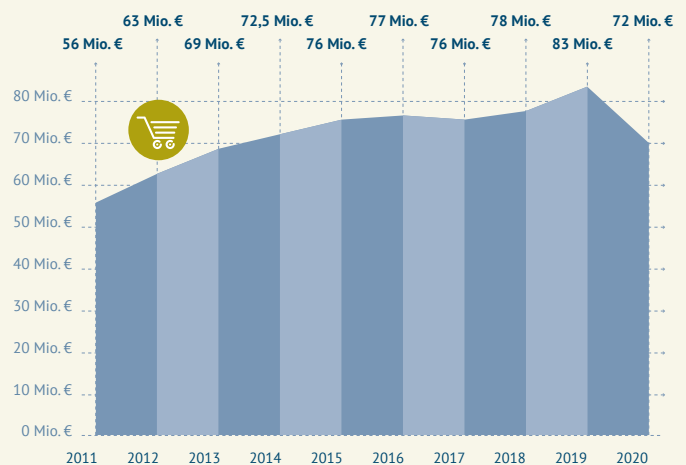
Mit einem Umsatz von 72 Millionen verzeichnen die **Weltläden und Weltgruppen 2020** im Vergleich zum Vorjahr Einbußen von 13,3%. Diese hängen vor allem mit Ladenschließungen und leeren Innenstädten infolge der Pandemie zusammen. Insgesamt sind die Weltläden jedoch gut durch die Krise gekommen, Geschäftsaufgaben ließen sich verhindern. Als Fachgeschäfte des Fairen Handels bieten rund 900 Weltläden in Deutschland die größte Auswahl an fair gehandelten Lebensmitteln und Handwerksprodukten an.

2020 wurden fair gehandelte landwirtschaftliche Erzeugnisse aus Europa im Wert von rund 136 Millionen Euro (+ 13%) verkauft. Somit setzt der Faire Handel im Norden seinen Erfolgskurs fort. Grundlegend für die Anerkennung von Produkten aus dem Globalen Norden ist die Einhaltung der Kriterien des Fairen Handels. Dazu gehören faire Preise für die Landwirt\*innen, verlässliche Handelsbeziehungen und soziale Verantwortung.

## Umsatzentwicklung der Fair-Handels-Unternehmen, 2011-2020



## Umsatzentwicklung der Weltläden und Weltgruppen, 2011-2020



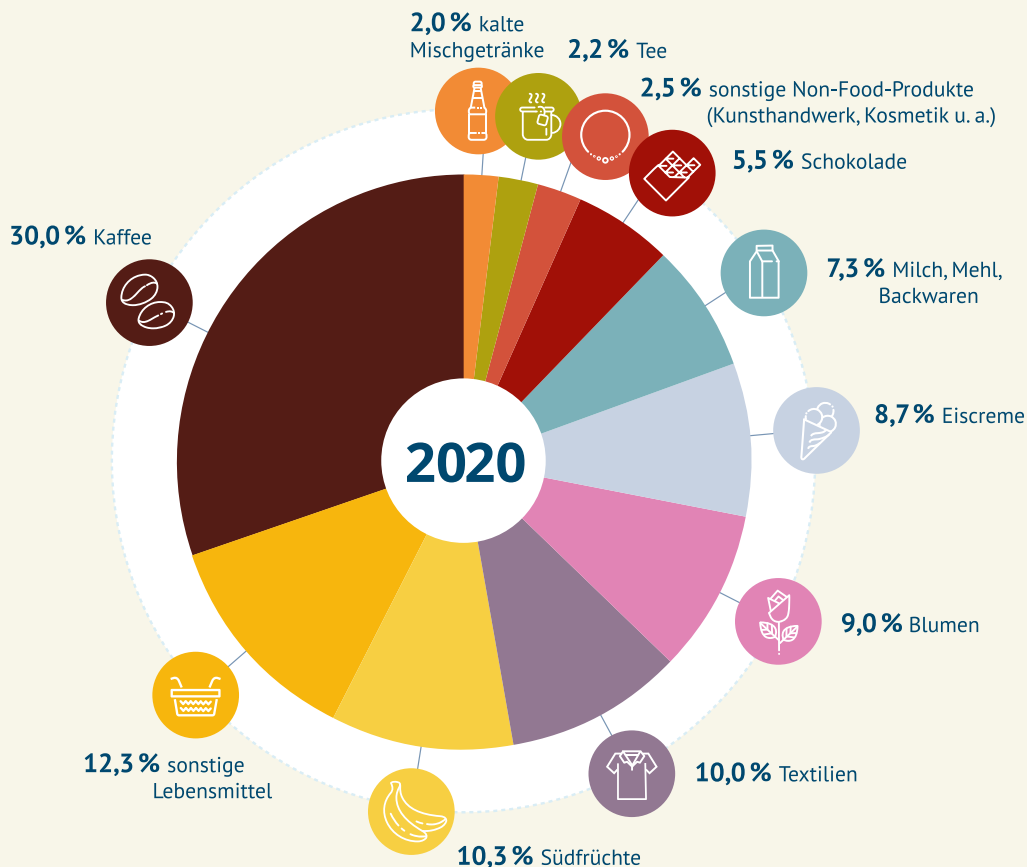
### Datenbasis zur Berechnung der Umsatz- und Absatzzahlen

Die veröffentlichten Branchenzahlen für Deutschland werden vom Forum Fairer Handel e.V. jährlich erhoben. Sie beruhen auf den Angaben anerkannter Fair-Handels-Unternehmen, den Zahlen der Naturland Zeichen GmbH, der Ecocert IMOSwiss AG, Fairtrade Deutschland zu dessen Produktsiegel, den Siegeln für Baumwolle und Kosmetik sowie des Símbolo de Pequeños Productores (Kleinproduzenten-Symbol, kurz: SPP). Bei der Anerkennung der Fair-Handels-Unternehmen bezieht sich das Forum Fairer Handel auf die Mitgliedschaft in der World Fair Trade Organization oder auf die Anerkennung durch den Weltladen-Dachverband e.V. Die großen Fair-Handels-Unternehmen und Fairtrade Deutschland werden für die Zusammenstellung der Zahlen sehr differenziert zu ihren Umsätzen und Absatzmengen befragt, die kleineren und mittleren Akteure erhalten einen verkürzten Fragebogen. In Einzelfällen beruhen die Daten kleiner und mittlerer Importorganisationen auf Hochrechnungen. Bei der Erhebung und Auswertung der Branchenzahlen wurden sowohl die Umsätze mit Produkten aus dem Globalen Süden als auch aus dem Globalen Norden erhoben. Die Berechnung des Gesamtumsatzes fair gehandelter Waren basiert auf den durchschnittlichen bzw. empfohlenen Verbraucherpreisen, da der reale Verkaufspreis statistisch nicht erhoben werden kann.

<sup>1</sup> Ausführliche Informationen enthält der Jahres- und Wirkungsbericht 2020/2021 von Fairtrade Deutschland „Fairtrade – eine Agenda für die Zukunft (online erhältlich).

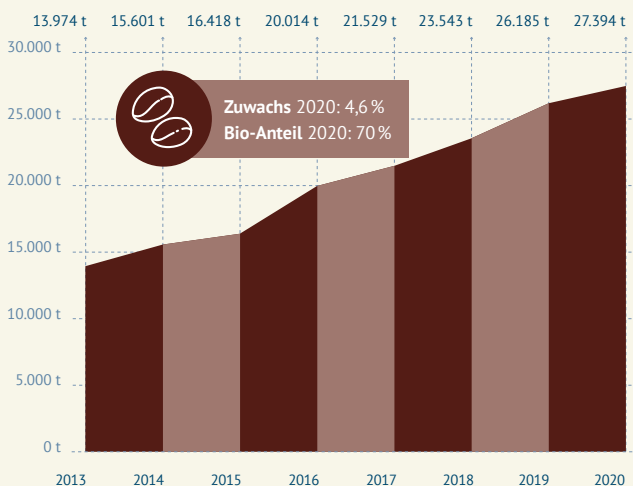
## Anteil einzelner Produkte am Gesamtumsatz des Fairen Handels

Lebensmittel machten 2020 mit 78 % (2019: 77 %) den größten Anteil am Umsatz mit fair gehandelten Produkten zu Endverkaufspreisen aus. Insgesamt sind die Anteile innerhalb dieser Kategorie gegenüber dem Vorjahr relativ stabil geblieben. Folgende Produkte und Kategorien haben jedoch an Gewicht gewonnen: Eiscreme (+ 2,6 Prozentpunkte), Schokolade (+ 1,2 Prozentpunkte), Milch, Mehl und Backwaren aus Deutschland und Europa (+ 0,8 Prozentpunkte). Dafür haben die langjährigen Spitzenreiter Kaffee (- 2,5 Prozentpunkte) und Südfrüchte (- 2,2 Prozentpunkte) ein wenig an Gewicht in der Umsatzverteilung verloren.



## INZELNE PRODUKTE IM FOKUS

### Kaffee



### Kaffee: Weiterhin der Spitzenreiter im Fairen Handel

Mit einem Anteil von 30% am Gesamtumsatz ist Kaffee in Deutschland weiterhin der Spitzenreiter unter den fairen Produkten. Insgesamt führten Lockdown und Homeoffice im Jahr 2020 in Deutschland zu einem Anstieg des heimischen Kaffeekonsums. Demgegenüber steht ein Rückgang im Bereich des Außer-Haus-Verzehrs von Kaffee.<sup>2</sup> Das gilt auch für den Fairen Handel: Im Geschäftsjahr 2020 ist der Absatz von fair gehandeltem Kaffee im Vergleich zum Vorjahr um 4,6% auf 27.394 Tonnen gestiegen. Der Marktanteil von Kaffee aus Fairem Handel liegt weiterhin bei über 6%.

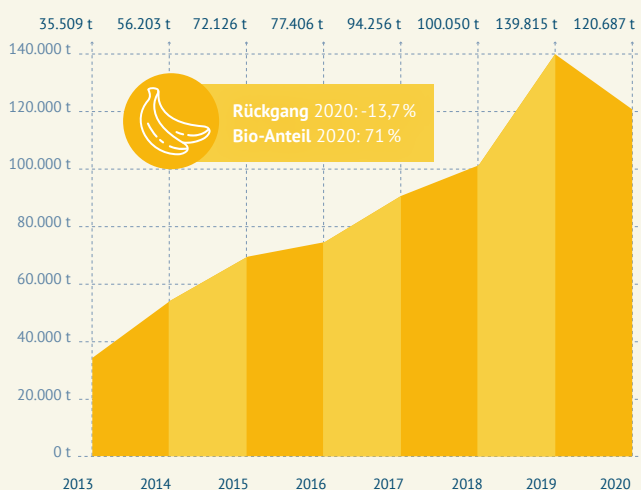
<sup>2</sup> Deutscher Kaffeeverband (2021): Deutscher Kaffeemarkt 2020: 20 Tassen pro Kopf mehr konsumiert (online erhältlich).

Ausgangssperren und Ausnahmezustände infolge der Pandemie haben auch die Kaffeeproduzent\*innen (insbesondere in Lateinamerika) vor große Herausforderungen gestellt. Während deren Produktionskosten stiegen, fiel der Weltmarktpreis für Rohkaffee Mitte 2020 auf bis zu 0,94 US-Dollar pro englischem Pfund (lb). Ursächlich dafür waren eine außergewöhnlich ertragreiche Ernte in Brasilien und Unsicherheiten in Bezug auf die Kaffeefachfrage in der Pandemie. Inzwischen treiben u. a. schlechte Ernteprognosen für Brasilien den Preis für Rohkaffee – nach einer langen Durststrecke für die Bäuer\*innen – wieder in die Höhe. Doch wie lange diese Phase anhält, ist völlig unklar. Im konventionellen Kaffeesektor sind die Erzeuger\*innen diesen Preisschwankungen ausgeliefert. Im Fairen Handel werden diese Unwägbarkeiten durch Mindestpreise und Zuschläge abgedeckt.

## Faire Südfrüchte und Bananen: Champions in punkto Absatz

Mit einem Absatz von 120.687 Tonnen belegen Südfrüchte mengenmäßig den ersten Platz im Fairen Handel. Mit 114.801 Tonnen machen Bananen den größten Anteil in dieser Kategorie aus. Erstmals seit 1999 gab es bei den Fairtrade-gesiegelten Bananen einen Absatzverlust (-14%). Dieser ist vornehmlich auf den extremen Preiskampf der großen Discounter um die Banane zurückzuführen. Die soziale und ökonomische Rechnung für diesen Unterbietungswettbewerb bezahlen die Bananen-Produzent\*innen im Globalen Süden. Jüngst setzte der Edeka-Discounter Netto den Preiskampf fort, indem er die Bio-Fairtrade-Banane aus dem Sortiment warf. Der Marktanteil von Bananen aus Fairem Handel liegt mittlerweile bei 17%.

### Südfrüchte

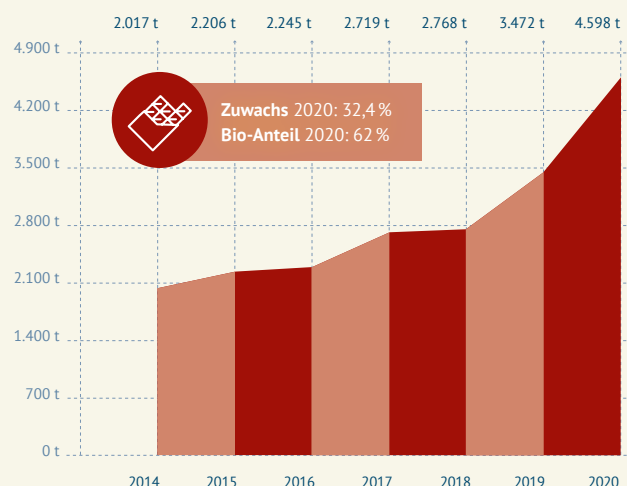


## Faire Schokolade legt kräftig zu

Eine positive Entwicklung verzeichnet der Absatz von fair gehandelter Schokolade. 4.598 Tonnen wurden 2020 in Deutschland verkauft, was einem Absatzplus von über 32%

entspricht. Diese Entwicklung ist umso erfreulicher, da die Bedingungen im konventionellen Kakaosektor – den langjährigen Lippenkenntnissen der Industrie zum Trotz – aus Sicht der Bäuer\*innen bitter sind. Im internationalen Jahr zur Abschaffung der Kinderarbeit gilt leider, dass ausbeuterische, gesundheitsschädliche und gefährliche Kinderarbeit auf westafrikanischen Kakaofarmen nach wie vor traurige Realität ist. Um die Kinderarbeit im konventionellen Kakaosektor abzuschaffen, braucht es flächendeckende Strategien zur Erzielung von existenzsichernden Einkommen für Kakaohaushalte. Im Fairen Handel wird dies sehr ernst genommen. So hat Fairtrade International Ende 2019 seinen Kakaopreis angehoben und einen Fairtrade Living Income Reference Preis für Kakao berechnet. Das Fair-Handels-Unternehmen GEPA ist sogar noch einen Schritt darüber hinaus gegangen und hat kürzlich den Mindestpreis für Kakao auf 3.500 US \$ angehoben – 19% über dem Fairtrade Mindestpreis für Bio-Kakao.

### Schokolade



## Schwer getroffen: das faire Kunsthandwerk

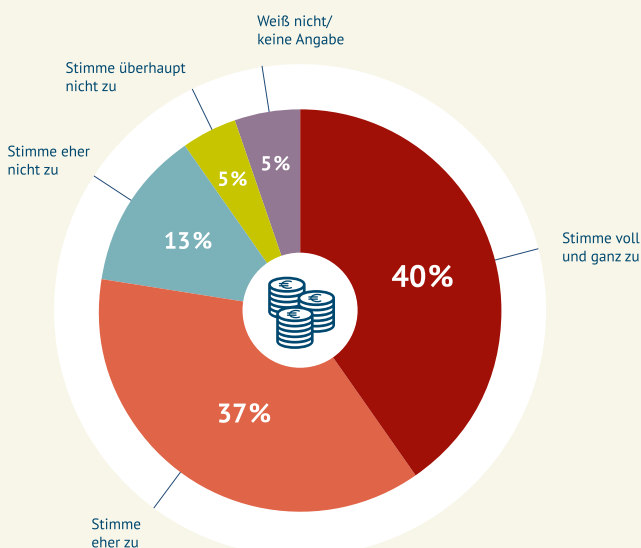
Wie schon 2020 prognostiziert, ist das faire Kunsthandwerk besonders stark von den Auswirkungen der Pandemie betroffen. Viele Produzent\*innen im Globalen Süden durften aufgrund von Ausgangssperren nicht in ihren Werkstätten arbeiten, haben kein Material erhalten oder konnten fertig produzierte Waren nicht exportieren. Häufig fiel damit das Haushaltseinkommen weg. Hierzulande haben die Fair-Handels-Unternehmen die Handwerksprodukte weiterhin abgenommen und sogar Vorfinanzierungen für Waren gewährt, die nicht importiert werden konnten. Doch infolge von Ladenschließungen wurden auch weniger Handwerksprodukte in Deutschland verkauft. Entsprechend hat es in diesem Bereich des Fairen Handels auch die stärksten Umsatzeinbußen infolge der Pandemie gegeben. Auch hier hat sich der Faire Handel in Deutschland solidarisch gezeigt. Über die von den Weltläden durchgeführte Solidaritäts-Aktion #fairwertsteuer kamen über 500.000 Euro zusammen, die vor allem an Handwerksbetriebe im Globalen Süden gingen.

# RAN AN DIE PREISMACHT!

## Die neue Bundesregierung muss Dumpingpreise verbieten, um existenzsichernde Einkommen zu fördern

Laut der Verbraucher\*innenbefragung zum Fairen Handel 2021 spricht sich eine Mehrheit der in Deutschland lebenden Menschen dafür aus, mächtige Unternehmen zu regulieren, wenn diese Lieferanten zunehmend unter Druck setzen und Preise drücken (85,4%). 77,5% der Befragten befürworten zudem ein Verbot von Preisen, die nicht die Produktionskosten decken. Diese Zahlen zeigen eine Sensibilität für die gravierenden Ungerechtigkeiten in der globalen Wirtschaft und den Wunsch nach politischen Lösungen.

### PREISE, DIE NICHT DIE PRODUKTIONSKOSTEN DECKEN, SOLLTEN VERBOTEN WERDEN



### Extreme Ungleichheit in globalen Lebensmittellieferketten

Die Verteilung der Wertschöpfung in globalen Lieferketten ist extrem ungleich. Besonders deutlich wird dies in den Agrar- und Lebensmittellieferketten: Im deutschen Kaffeesektor bspw. ist der Umsatz einiger weniger Röster und Händler im Zeitraum von 1994 bis 2017 um 139% gewachsen, während Millionen von Kaffeebäuer\*innen am Anfang der Lieferkette sinkende Einnahmen hinnehmen mussten.<sup>3</sup> Laut neuen Berechnungen für den französischen Schokoladenmarkt erhalten Kakaobäuer\*innen durchschnittlich lediglich 7-11% des finalen Preises einer Tafel Schokolade, wohingegen 65-70% an einige wenige große Schokoladenfirmen wie Mars, Nestlé und Co. sowie den Lebensmitteleinzelhandel gehen.<sup>4</sup> Auf dem deutschen Schokoladenmarkt dürfte die ungleiche Verteilung der Wertschöpfung ähnlich drastisch sein.

Neue Berechnungen von Oxfam für Kaffee aus Brasilien, Tee aus Indien und Wein aus Südafrika zeigen, wie sich die ungleiche Verteilung der Wertschöpfung entlang der Lieferketten seit 2005 verfestigt und während der Corona-Pandemie verschärft hat.<sup>5</sup> Obwohl im Kaffee- und Kakaomarkt Milliarden erträge erwirtschaftet werden<sup>6</sup>, sind die Einkommen der Erzeuger\*innen am Anfang vieler Agrarlieferketten nicht existenzsichernd<sup>7</sup>. Daraus folgen in vielen Fällen Hungerlöhne und schlechte Arbeitsbedingungen von angestellten Arbeiter\*innen auf den Feldern<sup>8</sup> sowie ausbeuterische Kinderarbeit<sup>9</sup>.

### Zu niedrige Preise und ungleiche Machtverteilung werden ausgeklammert

Diese Probleme sind weithin bekannt. Es gibt etliche Projekte und Initiativen, wie etwa das Forum Nachhaltiger Kakao, die eine nachhaltigere Produktion zum Ziel haben. Allerdings setzen viele Unternehmen einseitig auf technische Lösungen, um die Einkommen von Kleinbäuer\*innen zu erhöhen. So gibt es etliche Projekte zur Steigerung der Qualität und Produktivität im Kakaoanbau, zur Diversifizierung der Einkommen von Kakaoanbauer\*innen oder zur Verbesserung der Infrastruktur in den Anbauländern. Das sind wichtige Bausteine, um Einkommen von Kakaobäuer\*innen zu erhöhen, doch sie reichen nicht aus. Ohne die Zahlung höherer „Ab-Hof-Preise“ für den Kakao, werden Kakaobäuer\*innen kein existenzsicherndes Einkommen erzielen können.<sup>10</sup> Dies gilt auch für viele andere Produkte. Unternehmen müssen ihren Lieferant\*innen Preise zahlen,

<sup>3</sup> FFH u.a. (Hg.) (2018): Kaffee. Eine Erfolgsgeschichte verdeckt die Krise, deutsche Zusammenfassung des Berichts „Café – la success story qui cache la crise – Etude sur la durabilité de la filière du café“.

<sup>4</sup> FAO/BASIC (2020): Comparative study on the distribution of value in European chocolate chains, Paris.

<sup>5</sup> Oxfam (2021): Not in this together. How supermarkets became the pandemic's winners while women workers are losing out, Briefing Note.

<sup>6</sup> So schüttete etwa Nestlé im Jahr 2020 ca. 46 Mrd. US-Dollar an Aktionär\*innen aus und die Eigentümerfamilie von Ferrero erhielt in 2020 eine Dividende von 642 Mio. Euro, siehe:

Fountain/Hütz-Adams (2020): 2020 Cocoa Barometer

<sup>7</sup> Definition existenzsichernder Einkommen und Löhne nach Global Living Wage, online unter: <https://www.globallivingwage.org/about/living-income/> (01.07.2021).

<sup>8</sup> Siehe bspw. ILO (2017): Purchasing practices and working conditions in global supply chains: Global Survey results. Inwork Issue Brief No.10.

<sup>9</sup> So ergab eine Studie über Kinderarbeit im Kakaoanbau, dass Familien mit ausreichendem Einkommen für Erntehelfer\*innen, seltener Kinder beschäftigten, siehe NORC (2020): Assessing Progress in Reducing Child Labor in Cocoa Production in Cocoa Growing Areas of Côte d'Ivoire and Ghana, Final Report.

<sup>10</sup> vgl. Fountain, Antonie C. and Hütz-Adams, Friedel (2020): 2020 Cocoa Barometer.



mit denen sie die Produktionskosten, inklusive existenzsichernder Einkommen und Löhne, decken können.

Bei der Frage der mangelnden Einkommen von Erzeuger\*innen klammern Unternehmen wichtige Faktoren wie Preise und die unterschiedliche Machtverteilung in Lieferketten aus. In einer Umfrage der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) gaben knapp die Hälfte der befragten Zulieferer an, dass sie angesichts des enormen Preisdrucks Aufträge unterhalb der Produktionskosten annehmen, um die Abnahme ihrer Produkte zu garantieren.<sup>11</sup> In vielen Fällen können marktmächtige Unternehmen ihren Lieferanten Preise unterhalb der Produktionskosten (Dumpingpreise) diktieren.

### **Machtmissbrauch und Preisdumping**

Zwischen den Akteur\*innen in vielen Lieferketten besteht ein großes Machtgefälle. Am Ende der Lieferketten konzentrieren sich einige wenige Unternehmen, denen häufig Millionen (Klein-)produzent\*innen gegenüberstehen. Durch ihre Vormachtstellung können die Unternehmen Liefer- und Markteintrittskonditionen sowie Preise diktieren.

Besonders drastisch ist dies bei den Einzelhandelsunternehmen, von denen in Deutschland lediglich vier ca. 85% des Lebensmittelmarktes beherrschen. Obwohl sie im Januar feierlich eine Absichtserklärung für existenzsichernde Einkommen und Löhne in ihren Lieferketten unterzeichnet haben, treiben sie das Preisdumping weiter voran: Im November 2020 kündigte ALDI etwa an, die Bananenpreise um ca. 9% im Vergleich zum Vorjahr zu reduzieren. Dabei ist bereits zwischen 2013 und 2018 der EU-Einfuhrpreis für eine Kiste Bananen um etwa 20% gefallen, während die Produktionskosten immer weiter gestiegen sind.<sup>12</sup>

### **Es braucht ein Verbot von Dumpingpreisen**

Dieses Beispiel zeigt: Wenn Unternehmen über Verhandlungsmacht verfügen, zahlen sie ihren Lieferanten nicht freiwillig Preise, welche die Produktionskosten decken. Das bestätigt auch die bereits erwähnte Umfrage der ILO. Danach waren 75% der Käufer nicht bereit, ihre Preise an gesetzliche Erhöhungen von Mindestlöhnen in den Lieferantländern anzupassen. Um diesen Machtmissbrauch in globalen Lieferketten ein Stück einzuschränken, hat die EU 2019 eine Richtlinie gegen unlautere Handelspraktiken in der Agrar- und Lebensmittelversorgungskette erlassen.

Diese wurde im Mai 2021 in deutsche Gesetzgebung umgesetzt. Mit dem sogenannten "Gesetz zur Stärkung der Organisationen und Lieferketten im Agrarbereich" verbietet Deutschland nun einige der gravierendsten unlauteren Handelspraktiken entlang globaler Lieferketten im Agrar- und Lebensmittelhandel. Dazu gehört etwa eine einseitige Veränderung des Liefervertrags.<sup>13</sup> Doch Deutschland ist mit dem beschlossenen Gesetz nur halbherzig gegen mächt-

ge Konzerne vorgegangen. Das Gesetz weist Schutzlücken auf, welche die Unternehmen ausnutzen können. Anders als Spanien hat Deutschland Preisdumping zudem nicht als unfaire Handelspraktik verboten.

In Spanien wurde im Zuge der Umsetzung der EU-Richtlinie ein Verbot des Einkaufs unterhalb der Produktionskosten in bestimmten Lebensmittellieferketten verankert. Der vertraglich festgelegte Preis zwischen Produzent\*in und direktem Abnehmer muss ausdrücklich die effektiven Produktionskosten decken (Artikel 9 c und j).<sup>14</sup> Damit wird der Preis eines Produktes vom Anfang der Lieferkette aufgebaut und nicht – wie häufig – von mächtigen Unternehmen am Ende der Lieferkette bestimmt. Produzent\*innen erhalten dadurch trotz Verhandlungsungleichgewicht in der Lieferkette die Möglichkeit, ein existenzsicherndes Einkommen zu erzielen.

Wenigstens hat der Bundestag im Zuge der Umsetzung der EU-Richtlinie die Prüfung eines Verbots des Einkaufs von Lebensmitteln unterhalb ihrer Produktionskosten beschlossen. Diese soll bei der Evaluierung des deutschen Gesetzes gegen unlautere Handelspraktiken "berücksichtigt" werden. Die neue Bundesregierung muss diese Prüfung zügig durchführen. Sie sollte dafür nicht bis zur Evaluierung des Gesetzes warten und ein Verbot des Einkaufs unterhalb der Produktionskosten schnellstmöglich erlassen. Dabei ist es wichtig, dass bei den Produktionskosten existenzsichernde Einkommen und Löhne berücksichtigt werden. Eine unabhängige Preisbeobachtungsstelle könnte entsprechende Referenzpreise errechnen. Ein solches Gesetz wäre ein Baustein auf dem Weg in eine sozial und ökologisch zukunftsfähige Wirtschaft.

<sup>11</sup> ILO (2017): Purchasing practices and working conditions in global supply chains: Global Survey results. Inwork Issue Brief No.10.

<sup>12</sup> Initiative Lieferkettengesetz (2020): Von Bananen bis Bauxit. Warum wir ein Lieferkettengesetz brauchen, Briefing.

<sup>13</sup> Eine Bewertung dieses Gesetzes finden Sie auf der Webseite des Forum Fairer Handel.

<sup>14</sup> Der Gesetzestext ist online erhältlich.

## DIE TRANSFORMATION FAIR GESTALTEN

### Aufbruch in eine sozial und ökologisch zukunftsfähige Wirtschaft

#### 1. Eine Wirtschaft, die Mensch und Umwelt vor den Profit stellt

##### a) Arbeits- und Menschenrechte entlang globaler Lieferketten schützen

Im Zuge der Covid-19-Pandemie zeigt sich, dass die unfair und intransparenten Lieferketten, die sich auf der Suche nach billigen Produkten um den Globus gebildet haben, weder wirtschaftlich krisenfest noch sozial und ökologisch nachhaltig sind. Grundlegende Menschenrechte und Umweltbelange werden bei der Produktion von Gütern unseres täglichen Gebrauchs häufig verletzt und viele Menschen können von ihrem Einkommen kein menschenwürdiges Leben führen.

Wir fordern:

- **EXISTENZSICHERNDE EINKOMMEN ALS MENSCHENRECHT WELTWEIT FÖRDERN**
- **SORGFALTPFLICHTEN FÜR UNTERNEHMEN WELTWEIT VERBINDLICH DURCHSETZEN**

##### b) Konzernmacht eindämmen

Zwischen den Akteuren in globalen Lieferketten besteht ein großes Macht- und Verhandlungsungleichgewicht. In Deutschland kontrollieren bspw. vier Einzelhandelsunternehmen 85 Prozent des Lebensmittelmarktes. Marktmächtige Unternehmen können Preise und Vertragskonditionen beeinflussen oder bestimmen, ohne dass sich ihre Lieferanten zur Wehr setzen können. Diese unlauteren Handelspraktiken haben immense negative Auswirkungen auf die Menschen am Anfang der Lieferkette, sowohl in Europa als auch im Globalen Süden.

Wir fordern:

- **UNLAUTERE HANDELSPRAKTIKEN UMFASSEND VERBIETEN**
- **MARKTMACHT EFFEKTIV BEGRENZEN**

##### c) Soziale und ökologische Kriterien zum Standard machen

Die Bundesregierung hat einen enormen Hebel, um eine sozial- und ökologisch verträgliche Wirtschaftsweise zu för-

dern und sollte mit gutem Beispiel vorangehen. Eine entsprechende Ausgestaltung des Steuersystems, eine an sozial-ökologischen Kriterien orientierte Beschaffung sowie Konjunkturprogramme bieten Möglichkeiten, unternehmerisches Handeln im In- und Ausland gemäß seiner Auswirkungen auf Mensch und Natur steuerlich zu begünstigen oder zu belasten und setzen Anreize für nachhaltiges Wirtschaften.

Wir fordern:

- **ÖKOLOGISCHE UND SOZIALE KRITERIEN BEI BESTEUERUNG UND KONJUNKTURPROGRAMMEN EINFÜHREN**
- **VERBINDLICHE BESCHAFFUNGSPRAXIS UND AUSSENWIRTSCHAFTSFÖRDERUNG NACH ÖKOLOGISCHEN UND SOZIALEN KRITERIEN EINFÜHREN**

#### 2. Klimagerechtigkeit und bäuerliche Landwirtschaft weltweit

##### a) Keine Klimagerechtigkeit ohne Handelsgerechtigkeit

Die Klimakrise wird bis 2030 voraussichtlich mehr als 100 Millionen Menschen im Globalen Süden unter die Armutsgrenze drängen. Ohne rigorose Anpassungsmaßnahmen könnte die globale Erwärmung die landwirtschaftlichen Erträge bis 2050 weltweit um bis zu 30% verringern, was mehr als 500 Millionen kleine Agrarbetriebe auf der ganzen Welt betreffen würde. Handelsgerechtigkeit ist ein wichtiger Schritt, um Klimagerechtigkeit zu erreichen. Durch seinen integrativen, nachhaltigen Ansatz, der soziale, wirtschaftliche und ökologische Grundsätze vereint, trägt der Faire Handel zu mehr Klimaresistenz in globalen Lieferketten bei. Aus diesem Grund muss der Faire Handel als wichtiger Bestandteil von Klimaschutz- und Anpassungsstrategien anerkannt und gefördert werden. Da der überwiegenden Mehrheit der über 800 Millionen Kleinbäuer\*innen weltweit die finanzielle Kraft fehlt, um in Klimaschutz und in die Anpassung an den Klimawandel zu investieren, muss an dieser Stelle ein starker Fokus gesetzt werden.

Wir fordern:

- **KLIMAGERECHTIGKEIT HERSTELLEN UND KLEINBÄUERLICHE STRUKTUREN FÖRDERN**



## b) Agrarökologie stärken

Die sozialen, ökonomischen und ökologischen Schäden der industriellen Landwirtschaft gefährden die bäuerlichen Lebensgrundlagen und die Anpassungsfähigkeit der Ökosysteme an die bereits spürbaren Folgen der Klimakrise. Kleinbäuerliche Betriebe werden vom Markt verdrängt, Menschen und Umwelt durch Chemieeinsätze gefährdet und die Zahl der Hungernden steigt. Für eine sozial und ökologisch nachhaltige Landwirtschaft braucht es eine Abkehr von industrieller Landwirtschaft und eine Stärkung der Agrarökologie.

Wir fordern:

- **AGRARÖKOLOGIE DURCH POLITISCHE RAHMENBEDINGUNGEN UND IN DER STAATLICHEN ENTWICKLUNGSZUSAMMENARBEIT STÄRKEN**
- **GEMEINSAME AGRARPOLITIK (GAP) DER EU REFORMIEREN**

## 3. Eine internationale (Handels-) Politik, die ein menschenwürdiges Leben für alle ermöglicht

### a) Schuldenerlass und die Agenda 2030 zum Leitbild machen

Viele Länder des Globalen Südens sind besonders hart von der Corona-Pandemie betroffen. Wirtschaftliche Einbrüche, strukturell schwache Gesundheitssysteme sowie wachsende Verschuldung und Austeritätspolitik bedrohen vielerorts die sozio-ökonomische Entwicklung. Die sozial-ökonomischen Folgen der Corona-Pandemie werden sich weltweit noch lange auswirken und Fortschritte, die in Bezug auf die Nachhaltigen Entwicklungsziele erreicht wurden, gefährden. Um diese Entwicklungen abzumildern, benötigen alle Länder ausreichend finanzielle Spielräume. Als Land, welches stark von der wirtschaftlichen Globalisierung profitiert, muss Deutschland seiner internationalen Verantwortung gerecht werden und Länder im Globalen Süden bei der Bewältigung der Krisenfolgen solidarisch unterstützen.

Wir fordern:

- **WEITREICHENDE ENTSCULDUNG FÖRDERN**
- **DIE AGENDA 2030 ZUM LEITBILD DEUTSCHER POLITIK MACHEN**

### b) Internationale Handelspolitik fair gestalten

In handelspolitischen Fragen wird es in den nächsten Jahren vor allem darum gehen, dass Deutschland seine Verhandlungsstärke auf EU-Ebene dazu nutzt, durch handelspolitische Instrumente die sozial-ökologische Transformation voranzubringen. Die Stärkung von Klimaschutz und Menschenrechten sowie die Verbesserung von sozialen Standards und des Schutzes von Arbeitnehmer\*innen muss zur Grundlage von handlungspolitischen Entscheidungen werden. Die bereits geltenden und derzeit in Verhandlung befindlichen Handelsabkommen sind nicht zukunftsfähig, denn sie dienen weder der Stärkung von Menschenrechten weltweit noch der Durchsetzung von hohen Umwelt- und Sozialstandards und zementieren die Rolle vieler Länder im Globalen Süden als Rohstofflieferanten.

Wir fordern:

- **FAIRE INTERNATIONALE ABKOMMEN UND HANDELSVERTRÄGE SCHAFFEN**
- **REGIONALE WIRTSCHAFTSKREISLÄUFE STÄRKEN**

Eine ausführliche Erläuterung unserer Forderungen finden Sie in unserer Langfassung unter [www.forum-fairer-handel.de/politik/bundestagwahl-2021/](http://www.forum-fairer-handel.de/politik/bundestagwahl-2021/)

# VERBRAUCHER\*INNENBEFRAGUNG ZUM FAIREN HANDEL 2021

Executive Summary von Sandra Bätthge, Centrum für Evaluation (CEval GmbH)

Der Faire Handel – auch bekannt unter dem englischen Begriff *Fair Trade* – hat in Deutschland seit seiner Entstehung in den 1970er Jahren deutlich an Bedeutung und Sichtbarkeit gewonnen. Immer mehr Menschen kauften in den vergangenen Jahren Produkte aus Fairem Handel, was sich in den bis zum Beginn der Corona-Krise stetig wachsenden Umsatzzahlen spiegelte. Diese Trends der vergangenen Jahre gehen u. a. aus den vom Forum Fairer Handel als Verband des Fairen Handels in Deutschland erhobenen und herausgegeben Zahlen hervor. Das Forum Fairer Handel erhebt nicht nur die Verkaufszahlen des Fairen Handels in Deutschland. Seit den 2000er Jahren gibt das Forum Fairer Handel in regelmäßigen Abständen ebenfalls repräsentative Befragungen der Bevölkerung zum Fairen Handel in Auftrag. Auch 2021 hat eine solche Befragung stattgefunden.

## Ergebnisse der Befragung

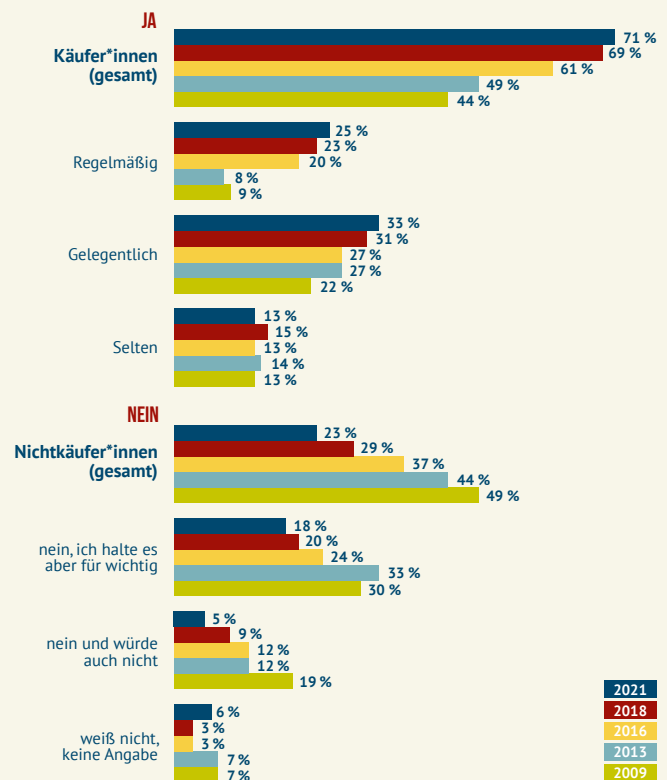
Die Auswertung der Daten hat erneut ergeben, dass die Befragten ein relativ gutes **Grundverständnis des Fairen Handels** haben und dass einige seiner Kernelemente auch besonders stark mit ihm assoziiert werden. In einem starken Zusammenhang mit dem Fairen Handel werden demnach, wie bereits bei der Erhebung 2018, vor allem das Verbot von Kinderarbeit (56,9%), faire Löhne und Arbeitsbedingungen in den Entwicklungsländern (50,2%) und die Zahlung fairer Preise an die Produzent\*innen gesehen (46,8%). Andere Aspekte, die ebenfalls wesentliche Bestandteile des Fairen Handels abbilden, werden hingegen auch 2021 seltener stark mit dem Fairen Handel assoziiert. Hervorzuheben sind hierbei die Aufklärung der Verbraucher\*innen über die Produktionsbedingungen in Entwicklungsländern (28,9%), langfristige Handelsbeziehungen zwischen Produzent\*innen in Entwicklungsländern und Handelspartnern in Deutschland (30,9%) sowie Gerechtigkeit im internationalen Handel (32,8%).

Im Jahr 2021 wurde erstmals auch danach gefragt, wo die Befragten schon einmal auf den Fairen Handel aufmerksam geworden sind, wo sie also mit dem Thema in Berührung kommen. Dabei ergab sich, dass die **größten Berührungspunkte** beim Einkaufen (68,1%) und in den Medien (45,3%) bestehen, während sich etwa am Arbeitsplatz oder in der Gastronomie deutlich weniger Berührungen ergeben (5,6% und 9,4%).

Im Hinblick auf das selbstberichtete **Kaufverhalten** der Befragten ergab die Untersuchung, dass sich inzwischen 7 von 10 Befragten als Käufer\*innen fair gehandelter Produkte ausweisen (71%). Zwar geben nur 6,2% aller Befragten an, sehr häufig und damit mehrmals im Monat faire Produkte zu kaufen. Immerhin ist es mit 18,5% aber bereits knapp jede fünfte Person, die von sich sagt, regelmäßig, also mindestens einmal im Monat, fair gehandelte Produkte zu kaufen. Der Anteil derjenigen, die von sich sagen, Fair-Han-

dels-Produkte zu kaufen, hat sich seit der ersten Erhebung aus dem Jahr 2009 stetig erhöht. Allerdings verlief der Anstieg von 2018 auf 2021 flacher als noch in den Vorjahren (2 Prozentpunkte im Vergleich zu 8 Prozentpunkten von 2016 auf 2018). Gleichzeitig hat sich der Anteil derjenigen, die von sich sagen, weder faire Produkte zu kaufen noch dies zu beabsichtigen, erneut um knapp 4 Prozentpunkte auf nun nur noch 5,2% reduziert.

## KAUFEN SIE FAIR GEHANDELTE PRODUKTE?



Die Untersuchung ging auch der Frage nach den **Motiven für den Kauf fair gehandelter Produkte** nach. Wie schon in den Vorjahren steht der Verzicht auf Kinderarbeit mit Abstand an der Spitze der wichtigsten Gründe für den Kauf fair gehandelter Produkte, wenngleich dieses Argument im Vergleich zu anderen Motiven nicht mehr ganz den Stellenwert hat wie noch in den Vorjahren. 2021 finden das Verbot von Kinderarbeit aber immer noch 68,4% der Käufer\*innen und Unterstützer\*innen sehr wichtig. Es folgen die Qualität der Produkte und der Geschmack, die jeweils von über der Hälfte der Befragten ebenfalls als sehr wichtig betrachtet werden. Mit Blick auf die Gruppe der Käufer\*innen fällt auf, dass eine umweltschonende Produktion bzw. Bioqualität 2018 noch für einen wachsenden Anteil von Personen einen

sehr wichtigen Grund ausmachte (43,6%). Hier ist 2021 ein deutlicher Rückgang erkennbar (37,8%).

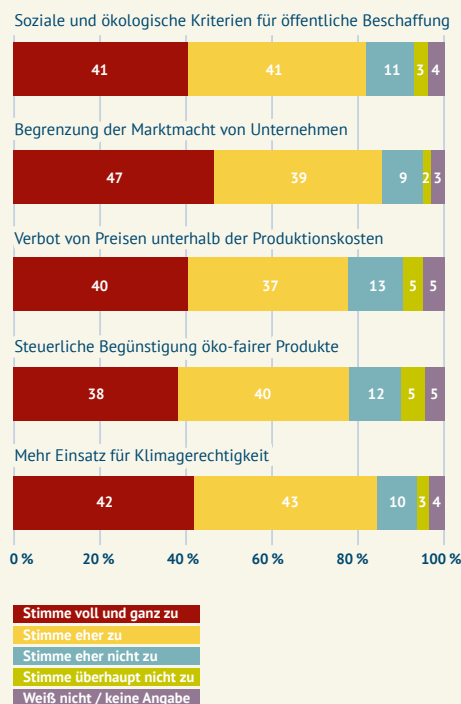
Die Frage nach den **Gründen dafür, keine fair gehandelten Produkte zu kaufen**, ergab, dass vor allem der als zu hoch empfundene Preis sowohl für die Nicht-Käufer\*innen als auch für die Käufer\*innen als Hindernis wahrgenommen wird (36,8% bzw. 25,8%). Bei den Personen, die keine fair gehandelten Produkte kaufen, wird als nächstes der Verbleib bei den bekannten Stammmarken (32,2%) als sehr wichtiger Grund empfunden, gefolgt von dem Argument, dass den Befragten das Thema aufgrund der vielen Siegel und Label zu kompliziert sei (30,2%). Während die beiden ersten Argumente für die Gruppe der Nicht-Käufer\*innen bereits in den Vorjahren am relevantesten waren, hat die Komplexität des Themas aufgrund der vielen Siegel und Label seit 2018, als es erstmals erhoben wurde, noch einmal deutlich an Bedeutung gewonnen (23,9% 2018 vs. 30,2% 2021). Von der Gruppe der Käufer\*innen wird in diesem Jahr als zweitwichtigstes Hemmnis angeführt, dass die Produkte nicht schmecken oder gefallen (23,2%) und dann an dritter Stelle der Verbleib bei den gewohnten Stamm-Marken (16,8%).

Bei der Frage nach den **Orten, an denen fair gehandelte Produkte gekauft werden**, wurden wie schon in den Vorjahren am häufigsten Supermärkte (70,5%) und Discounter (64,8%) angegeben. Drogeriemärkte (33,2%) und Bio- und Naturkostläden (33,4%), die in der Liste der am häufigsten genannten Einkaufsorte fair gehandelter Produkte folgen und im Vergleich zu 2018 etwa 8 bzw. 9 Prozentpunkte Zuwachs erfahren haben, spielen insgesamt nach wie vor eine eher untergeordnete Rolle, ebenso wie Weltläden (16,4%) und Reformhäuser (14,1%). Auffällig ist, dass sich der Anteil der Nennungen des Weltladens als Einkaufsort nach einem deutlichen Rückgang zwischen den Erhebungen 2016 (20,3%) und 2018 (8,1%) im Jahr 2021 wieder deutlich erhöhte.

Zum Abschluss der Befragung wurde die Zustimmung zu den **politischen Forderungen des Fairen Handels** erhoben, wobei sich zeigte, dass diese wie schon im Jahr 2018 ein ausgesprochen hohes Maß an Zustimmung genießen. Etwa vier von fünf Befragten stimmen allen fünf formulierten Forderungen nach mehr Klimagerechtigkeit, einer Begrenzung der Macht großer Unternehmen, einer fairen öffentlichen Beschaffung, einem Verbot von Preisen, die unterhalb der Produktionskosten liegen, und einer steuerlichen Begünstigung fairer und umweltfreundlicher Produkte zu.

<sup>15</sup> Ein weiterer Aspekt war die Bekanntheit verschiedener Zeichen des Fairen Handels.

## STIMMEN SIE DEN FOLGENDEN POLITISCHEN FORDERUNGEN DER FAIR-HANDELS-BEWEGUNG ZU?



Die Daten wurden – unter Einhaltung der geltenden Corona Hygiene- und Abstandsregeln – von der Ipsos GmbH im Rahmen einer computerunterstützten persönlichen Mehrthemenbefragung erhoben. Dabei wurden in der Zeit vom 12.04. bis 18.04.2021 und 25.05. bis 06.06.2021 2.100 Personen über 14 Jahren interviewt. Die Befragten wurden über eine repräsentative, mehrstufig geschichtete Zufallsauswahl aus der Grundgesamtheit der Untersuchung (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Privathaushalten ab 14 Jahren) ermittelt.

Die Interviewten wurden unter anderem zu folgenden Aspekten befragt:<sup>15</sup>

- Grundverständnis des Fairen Handels
- Berührungspunkte mit dem Fairen Handel
- Kaufverhalten: Häufigkeit des Kaufs fair gehandelter Produkte
- Motivation: Gründe fair gehandelte Produkte zu kaufen
- Hindernisse: Gründe fair gehandelte Produkte nicht zu kaufen
- Orte des Kaufs fair gehandelter Produkte
- Wichtigkeit der politischen Forderungen des Fairen Handels

Die erhobenen Daten wurden im Nachgang deskriptiv statistisch ausgewertet. Bei Fragen, für die bereits Daten aus den Vorjahren existieren, wurden zudem Entwicklungen und Trends im Zeitverlauf analysiert.

# TÄTIGKEITSBERICHT DES FORUM FAIRER HANDEL 2020

## Politik und Grundsatz

### Einsatz für das Lieferkettengesetz

Seit 2015 machen sich das Forum Fairer Handel (FFH) sowie der Weltladen-Dachverband (WL-DV) im Rahmen ihrer Kampagne „Mensch. Macht. Handel. Fair.“ für ein Gesetz stark, welches Unternehmen in Deutschland verpflichten würde, Menschenrechte in ihren internationalen Lieferketten einzuhalten. Seit September 2019 ist besagte Kampagne in die Aktivitäten der Initiative Lieferkettengesetz (ILG) eingebunden. Vor dem Hintergrund des 50-jährigen Bestehens der Fair-Handels-Bewegung in Deutschland lag der Fokus des FFH in 2020 vor allem darauf, den Fairen Handel als Best-Practice-Beispiel für wirtschaftlich, sozial und ökologisch nachhaltig gestaltete Lieferketten in die Debatte um das Lieferkettengesetz einzubringen und Aktiven entsprechende Argumente an die Hand zu geben. Nun, da das Lieferkettengesetz 2021 verabschiedet wurde, zeigt sich, dass sich dieser Einsatz gelohnt hat, wenngleich das Gesetz hinter den Erwartungen der ILG zurückbleibt.



### Mitarbeit in der „Initiative Lieferkettengesetz“

Seit Mai 2020 ist das FFH Mitglied im Steuerungskreis der ILG und bringt dort in verschiedenen Arbeitsgruppen die Perspektive von Kleinproduzent\*innen und Kleinbäuer\*innen sowie die Sicht des Fairen Handels als Best-Practice-Beispiel ein. Im Fokus stand dabei die Frage, wie das Lieferkettengesetz ausgestaltet werden muss, damit Arbeiter\*innen und Kleinbäuer\*innen im Globalen Süden davon profitieren. Dazu organisierte das FFH gemeinsam mit Partnern zwei Expertenworkshops. Die Broschüre „Ein Lieferkettengesetz zum Wohle von Kleinbäuer\*innen und Arbeiter\*innen in globalen Lieferketten“ fasst die gewonnenen Erkenntnisse zusammen und dient als Diskussionsbeitrag aus Sicht des Fairen Handels.

### Verbot unlauterer Handelspraktiken

Ein weiterer thematischer Schwerpunkt der politischen Arbeit des FFH waren Forderungen zur Umsetzung der EU-Richtlinie über unlautere Handelspraktiken in Deutschland. Das FFH machte sich insbesondere dafür stark, dass auch Lieferanten außerhalb der EU von einem deutschen Gesetz profitieren. In einem gemeinsamen Positionspapier „Für mehr Fairness im Lebensmittelhandel“, welches im Juli 2020 veröffentlicht wurde, formulierte ein breites zivilgesellschaftliches Bündnis, dem auch das FFH angehört, seine Anforderungen an ein deutsches Gesetz. Dieses wurde 2021 verabschiedet, entspricht jedoch nicht ganz den Erwartungen der Zivilgesellschaft und des FFH.

### Mitarbeit im Forum Nachhaltiger Kakao

Im Berichtsjahr hat das FFH weiter im Forum Nachhaltiger Kakao e.V. (FNK) mitgearbeitet und sich für die Gewährleistung existenzsichernder Einkommen für Kakaobäuer\*innen sowie die Wahrung von Menschen- und Arbeitsrechten entlang internationaler Lieferketten stark gemacht. Vorrangig agiert das FFH in der AG Nachhaltigkeit des FNK.

### Steuerliche Anreize für fairen Kaffeekonsum

Schon seit 2018 setzt sich das FFH für die Abschaffung der Kaffeesteuer für fair gehandelten Kaffee ein. Gemeinsam mit Fairtrade Deutschland hat das FFH das Thema in Gesprächen mit dem Bundesministerium für Finanzen, Bundestagsabgeordneten sowie zivilgesellschaftlichen Organisationen und der GIZ vorangetrieben. Das FFH setzt sich dafür ein, dass ausschließlich Kaffee von der Steuer befreit wird, der nicht „nur“ nachhaltig produziert, sondern auch fair gehandelt ist.

### Definition für die öffentliche Beschaffung von Produkten aus dem Fairen Handel

In Kooperation mit der Servicestelle Kommunen in der Einen Welt (SKEW) und der Arbeitsgemeinschaft der Landesnetzwerke (agl) hat das FFH 2020 einen Prozess angestoßen, um rechtssichere Kriterien für die Vergabe der Beschaffung von Produkten aus Fairem Handel zu definieren und in die Praxis umzusetzen.

### Fünf Jahre Pariser Klimaabkommen:

#### Internationale Erklärung zu Klimagerechtigkeit

Zum fünften Jahrestag der Unterzeichnung des Pariser Klimaabkommens am 11. Dezember 2020 veröffentlichten GEPA – The Fair Trade Company, TransFair sowie das FFH die deutsche Version einer Erklärung der Internationalen Fair Trade Bewegung zum Thema "Keine Klimagerechtigkeit ohne Handelsgerechtigkeit". Darin wurden die Vertragsstaaten aufgerufen, ihren Verpflichtungen nachzukommen und faire Handelspraktiken in den globalen Lieferketten als unverzichtbar für Klimagerechtigkeit anzuerkennen.

## Kommunikation

### „FFH fordert Fairen Neustart“ – Jahrespressekonferenz 2020

Die Jahrespressekonferenz des FFH 2020 sollte im Zeichen des 50-jährigen Bestehens der Fair-Handels-Bewegung stehen. Doch die COVID-19-Pandemie warf bereits ihren Schatten über die positiven Entwicklungen des Geschäftsjahres 2019. Das FFH nutzte den Anlass, um seine Forderung eines fairen Neustarts nach der Pandemie zu skizzieren. Angestrebt werde ein Wirtschaftssystem, in dem die Differenzierung zwischen ‚fairem‘ und ‚konventionellem‘ Handel obsolet werde, weil ein nach ökologischen und sozialen Kriterien ausgerichtetes Fairer Handel der Standard geworden sei. Ein starkes Lieferkettengesetz und das Verbot von unfairen Handelspraktiken wären wichtige erste Schritte zu einer Handelspolitik, die den Menschen und die Natur in den Vordergrund stelle und sich damit als zukunftsfähig erweise. Ausführlichere Informationen zu den Themen der FFH-Jahrespressekonferenz 2020 sowie den Tätigkeitsbericht zum Geschäftsjahr 2019 enthält die Broschüre „Aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel 2020“.

### Messepräsenzen

Auf der FAIR FRIENDS in Dortmund (16.-20. September) hat das FFH an seinem Stand vor allem über das Lieferkettengesetz informiert. Im Rahmen einer Postkartenaktion hatten Besucher\*innen die Möglichkeit, Bundeswirtschaftsminister Altmaier aufzufordern, seine Blockadehaltung in Bezug auf das Gesetz aufzugeben.



*In 2020 war das FFH auf der Internationalen Grüne Woche in Berlin (17.-26. Januar) mit einem Stand in der BMZ-Halle vertreten. Rund 1.200 Besucher\*innen konnten sich dort über den Fairen Handel und seine Wirkungen informieren. Thematische Schwerpunkte waren die Folgen des Klimawandels für Kleinbäuer\*innen und die Notwendigkeit eines Fairen Handels im Globalen Süden und Norden. Auf dem Bild tauschen sich Bundesentwicklungsminister Müller, FFH-Vorstandsvorsitzende Andrea Fütterer und die parlamentarische Staatssekretärin Dr. Maria Flachsbarth über das Lieferkettengesetz aus.*

### Fair-Handels-Beratung

2020 war die Unterstützung der Weltläden im Umgang mit den Herausforderungen der COVID-19-Pandemie ein Schwerpunkt der Arbeit der Fair-Handels-Beratung (FHB). Zur Fortbildung der Weltladenaktiven hat die FHB einzelne Module des „Grundkurs Weltladen“ in ein Online-Format überführt. Im Fokus der politischen Arbeit stand die Mobilisierung der Weltläden für ein Lieferkettengesetz in Deutschland. Weiterhin hat die FHB im Herbst 2020 gemeinsam mit dem Weltladen-Dachverband die Aktion #fairwertsteuer gestartet, die bis März 2021 lief und mit der Handelspartner unterstützt wurden, die stark von der Corona-Pandemie betroffen sind. Eine große Herausforderung für den Arbeitsalltag stellt die unsichere Stellenfinanzierung der Fair-Handels-Berater\*innen dar. Kurzfristige Förderzeiträume, Kürzungen bei Projektanträgen und der angekündigte Ausstieg von Geldgebern aus der Förderung der FHB erschweren die Arbeit enorm. Von Seiten des BMZ werden bisher nur Maßnahmen der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit, jedoch keine wirtschaftliche Beratung oder Organisationsberatung in Weltläden gefördert – ein Kernstück der FHB. Aus diesem Grund wurde 2020 eine „Initiative zur Förderung der Fair-Handels-Beratung“ in enger Zusammenarbeit mit dem Weltladen-Dachverband, dem FFH, der agl und weiteren Stakeholdern etabliert. Die Finanzierung bleibt weiterhin ein essenzielles Thema für die Zukunft der FHB und der Weltladenbewegung.



**FAIRE  
WOCHEN**  
11.-25. September 2020

### Faire Woche

#### „Fair statt mehr“ – Rückblick auf die Faire Woche 2020

Was brauchen wir für ein gutes Leben? Wie können wir dazu beitragen, dass möglichst alle Menschen ein gutes Leben führen können? Was trägt der Faire Handel zum Wandel zu einer nachhaltigen Lebensweise bei? Während der Fairen Woche vom 11. bis 25. September 2020 drehte sich unter dem Motto „Fair statt mehr“ alles um das 12. UN-Nachhaltigkeitsziel: Nachhaltiger Konsum und Produktion – ein Thema, das im „Corona-Jahr“ 2020 nicht aktueller hätte sein können. Die Beschneidung unserer persönlichen Freiheiten forderte uns geradezu heraus zu fragen: Was ist wirklich wichtig im Leben und was gehört zu einem guten Leben dazu? Gleichzeitig fördert die Krise Fehlentwicklungen unserer globalisierten Wirtschaft zutage, die es dringend zu korrigieren gilt. Ein Blick in die Hintergrundbroschüre der Fairen Woche 2020 lohnt sich! Als Veranstalter waren wir zudem schwer beeindruckt, wie lebendig und vielfältig die Faire Woche im großen Jubiläumsjahr trotz der pandemiebedingten Einschränkungen gefeiert wurde! Es fanden bundesweit mehr als 1.500 Aktionen rund um den Fairen Handel und das Jahresthema statt – viele davon digital.



*Zur Fairen Woche haben Schüler\*innen des Robert-Havemann-Gymnasiums in Berlin Interviews über den Fairen Handel geführt. Die wichtigsten Fakten haben sie auf riesigen Platten festgehalten, mit denen eine Riesengrafik mit dem #FairHandeln entstanden ist.*

Von der Corona-konformen Demonstration zum Thema „Fair statt mehr“ in Bremen, einer Kreidekunst-Aktion des Weltladens in Attendorn mit Kindern, über die faire Fahrradrickscha in Zuffenhausen bis hin zur traditionellen Fairtrade Night unter dem Motto „Fair is e Jeföhl“ in Köln - der Pandemie zum Trotz gab es zur Fairen Woche 2020 viele Highlights! Unter [www.faire-woche.de/die-faire-woche/rueckblick-faire-woche-2020](http://www.faire-woche.de/die-faire-woche/rueckblick-faire-woche-2020) erhalten Sie einen ausführlichen Rückblick.

## Aus dem Verein

### Politische Arbeit

Zu den diversen politischen Anliegen des Fairen Handels waren wir in Gesprächen mit politischen Entscheidungsträger\*innen und Mitarbeiter\*innen aus Ministerien – insbesondere dem BMZ – sowie Bundestagsabgeordneten. Schwerpunkte unserer Gespräche waren unter anderem das Lieferkettengesetz und die Umsetzung der EU-Richtlinie über unlautere Handelspraktiken in der Agrar- und Lebensmittelversorgungskette in die deutsche Gesetzgebung. Des Weiteren wurden im Berichtsjahr die politischen Forderungen des FFH und seiner Mitglieder an die nächste Bundesregierung und Legislative gebündelt und formuliert. Daraus ist 2021 das Forderungspapier „Die Transformation fair gestalten“ entstanden.

### COVID-19-Soforthilfe für den Fairen Handel

Bereits im April 2020 ist das FFH auf das BMZ zugegangen, um Möglichkeiten auszuloten, angesichts der beginnenden Pandemie die Strukturen des Fairen Handels in Deutschland und weltweit durch Hilfsmaßnahmen zu stützen. Aus diesen intensiven Bemühungen ist die Corona-Soforthilfe für den Fairen Handel entstanden. In diesem Rahmen hat das BMZ zusammen mit seinen Partnern Fairtrade International und dem FFH 2020 über 13 Millionen Euro in einen Hilfsfonds investiert, um nachhaltig produzierende klein-

bäuerliche Betriebe in Entwicklungsländern schnell, unbürokratisch und wirkungsvoll zu unterstützen. Für die Handelspartner der FFH-Mitglieder wurden etwa zwei Millionen Euro zur Verfügung gestellt, die als direkte Zuschüsse genau auf die Bedürfnisse der Handelspartner zugeschnitten waren und Nothilfe zur Verfügung stellten, um seit Jahrzehnten aufgebaute Strukturen im Fairen Handel zu stabilisieren. Das FFH ist zuversichtlich, dass hier Förder-Strukturen für Handelspartner vor Ort aufgebaut wurden, die über die COVID-19-Pandemie bestehen bleiben.

### Arbeit an Zukunftsbildern

Seit dem FFH-Transformations-Kongress 2018 in Mainz ist die sozial-ökologische Transformation strategische Leitplanke unseres Auftrags. 2020 wurde die konkrete Arbeit daran wieder aufgenommen. Dabei wurde schnell deutlich, dass für die Weiterführung der Ergebnisse des Transformationskongresses die Entwicklung von Visionen wichtig sein wird, um das transformatorische Potenzial des Fairen Handels genau benennen zu können. Denn um dieses Potenzial zu entfalten, muss der Faire Handel sich als zukunftsfähige Alternative zu bestehenden Handels- und Marktstrukturen positionieren und darf nicht in der Nische verharren. Dazu braucht es sowohl Zukunftsbilder als auch konkrete Umsetzungsschritte, wie diese erreichbar werden. Im Berichtsjahr hat die vereinsinterne Arbeitsgruppe „Sozial-ökologische Transformation“ intensiv an der Konzeption und Formulierung dieser Zukunftsbilder gearbeitet, welche in 2021 in die Öffentlichkeit getragen und zur Diskussion gestellt werden.

### International Fair Trade Summit 2022

Als lokaler Gastgeber des nächsten International Fair Trade Summits (IFTS) der WFTO, war das FFH im Berichtsjahr an dessen Organisation und Konzeption beteiligt. Der „Gipfel“ war ursprünglich im September 2021 in Berlin geplant. Aufgrund der Pandemie wurde er auf den 6. bis 10. Mai 2022 verschoben. Die WFTO erwartet zu diesem Anlass rund 600 Gäste aus aller Welt im Silent Green im Berliner Wedding. Ziel des IFTS ist es, die internationale Fair-Handels-Szene zusammen zu bringen, um über Möglichkeiten der Zusammenarbeit, Synergien und gemeinsame Aktionen nachzudenken. Mit Blick auf die globale Covid-19-Pandemie wird es aber auch darum gehen, die über viele Jahre gewachsenen Fair-Handels-Strukturen weltweit zu stabilisieren und mit neuen Impulsen zu versehen.



### Veränderungen in der Geschäftsstelle

Anfang 2020 ist Julia Lesmeister als Koordinatorin der Fairen Woche aus der Elternzeit zurückgekehrt. Somit musste sich das Team von Laura Wolters verabschieden, die sie in dieser Zeit vertreten hatte. Im April 2020 übernahm Matthias Fiedler die Geschäftsführung des FFH. Sein Einstieg fiel in den ersten bundesweiten Lockdown infolge der Pandemie. Seitdem ist es dem Team gut gelungen, die gemeinsame Arbeit an die veränderten Bedingungen anzupassen. Ende des Jahres ist der Umzug des FFH ins Berlin Global Village beschlossen, jedoch noch nicht vollzogen worden.



## Finanzbericht

Dank der großzügigen finanziellen Förderung durch ENGAGEMENT GLOBAL (EG) im Auftrag des BMZ, Brot für die Welt sowie MISEREOR konnte das FFH seine umfangreiche Informations- und Bildungsarbeit im Rahmen des Projektes „FAIRantwortung. Fairen Handel stärken, Menschenrechte im weltweiten Handel schützen“ erfolgreich beenden. Im Juli 2020 startete die Umsetzung des neuen Projektes „Nachhaltiger Konsum und Produktion (SDG 12) – Beitrag des Fairen Handels zu einer sozial-ökologischen Transformation“ (Laufzeit bis Ende August 2022). Die Faire Woche in Kooperation mit dem Weltladen-Dachverband und Fairtrade Deutschland wurde ebenfalls von EG, Brot für die Welt und MISEREOR finanziert. Zudem erhielt das FFH eine

Förderung aus dem EU-Projekt „Trade Fair, Live Fair“. Wir danken allen Förderern für deren Unterstützung und Vertrauen in die Arbeit des Forums.

In 2020 hat das FFH begonnen, seine Finanzierungsgrundlage zu diversifizieren. Es wurden Anträge bei weiteren Geldgebern eingereicht und aktiv um Spender\*innen geworben. 2020 hat dies schon zu einem leichten Anstieg der Spenden sowie zu einigen Dauerspender\*innen geführt. An dieser Stelle danken wir unseren bisherigen (Dauer)Spender\*innen für ihre Unterstützung und das damit verbundene Vertrauen in die Arbeit des FFH als politische Stimme des Fairen Handels.

### Bilanz (Aktiva)

Aktiva	EUR	2020	2019
<b>A. Anlagevermögen</b>			
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>		0,00 €	1,00 €
2. Konzessionen, Lizenzen und ähnliche Rechte und Werte			
<b>II. Sachanlagen</b>		0,00 €	288,00 €
3. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung			
<b>B. Umlaufvermögen</b>		186.391,83 €	176.683,46 €
<b>II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	99.226,55 €		
4. sonstige Vermögensgegenstände	9.082,89 €		48.973,95 €
<b>IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten</b>	78.082,39 €		85.304,26 €
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		0,00 €	2.707,99 €
		186.391,83 €	179.680,45 €

### Bilanz (Passiva)

Passiva	EUR	2020	2019
<b>A. Eigenkapital</b>		96.085,10 €	67.789,89 €
<b>III. satzungsmäßige Rücklagen</b>			
1. freie Rücklage nach § 62 Abs. 1 Nr. 3 AO	86.085,10 €		
2. Rücklage nach § 62 Abs. 1 Nr. 1 AO (Umzug 2019)	10.000,00 €		
<b>C. Rückstellungen</b>		4.148,51 €	626,79 €
3. sonstige Rückstellungen	4.148,51 €		
<b>D. Verbindlichkeiten</b>		76.158,22 €	75.866,35 €
4. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	45.909,01 €		
8. sonstige Verbindlichkeiten	30.249,21 €		
<b>E. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		10.000,00 €	35.397,42 €
Passive Rechnungsabgrenzung	10.000,00 €		38.024,29 €
<b>Summen</b>		186.391,83 €	179.680,45 €

## Gewinn- und Verlustrechnung

Gewinn- und Verlustrechnung	2020	2019
<b>Erlöse ideeller Bereich</b>		
Mitgliedsbeiträge	83.894,00 €	82.238,97 €
Spenden	2.895,00 €	1.735,10 €
Zuschüsse BMZ / Engagement Global	653.992,05 €	590.606,91 €
Zuschüsse Brot für die Welt	72.706,84 €	65.000,00 €
Zuschüsse Misereor	10.000,00 €	14.500,00 €
EU-Zuschuss	36.745,23 €	56.139,71 €
sonst. Zuschüsse Kooperationspartner Faire Woche	78.697,00 €	78.991,20 €
<b>Sonstige betriebliche Erträge ideeller Bereich</b>	20.843,75 €	25.137,37 €
<b>Umsatzerlöse Zweckbetrieb</b>	0,00 €	445,00 €
<b>Umsatzerlöse Wirtschaftsbetrieb</b>	0,00 €	350,00 €
<b>Saldo Gesamteinnahmen</b>	<b>959.773,87 €</b>	<b>915.144,26 €</b>
<b>Personalaufwand</b>	-376.924,02 €	-342.221,16 €
<b>Abschreibungen</b>	-2.863,53 €	-3.675,80 €
<b>Raumkosten</b>	-32.643,44 €	-38.158,12 €
<b>Versicherungen, Beiträge und Abgaben</b>	-4.195,75 €	-3.625,75 €
<b>Reparaturen und Instandhaltungen</b>	-4.204,44 €	-3.423,72 €
<b>Werbe- und Reisekosten</b>	-35.085,66 €	-86.874,84 €
<b>Materialaufwand</b>	-17.737,07 €	-27.736,96 €
<b>Fremdarbeiten und Honorare</b>	-218.290,64 €	-156.815,66 €
<b>Betriebliche Kosten</b>	-68.343,89 €	-63.913,70 €
<b>Mittelweiterleitungen</b>	-171.190,22 €	-185.561,22 €
<b>Einstellung in Rücklage</b>	-28.295,21 €	-3.137,33 €
<b>Saldo Gesamtausgaben</b>	<b>-959.773,87 €</b>	<b>-915.144,26 €</b>
<b>Jahresergebnis</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

### Dauer- oder Einzelspender\*innen gesucht – jeder Betrag ist willkommen!

Politische Veränderungen brauchen einen langen Atem. Der langjährige – erst kürzlich von Erfolg gekrönte – Einsatz für ein Lieferkettengesetz ist nur ein Beispiel für die politische Arbeit des Forum Fairer Handel. Für die Bundestagswahl haben wir unsere politischen Forderungen an eine neue Bundesregierung vorgelegt. Wenn Sie diese lesen, werden Sie sehen: Wir haben uns viel vorgenommen. Menschenrechte und Klimagerechtigkeit müssen zum Schwerpunkt deutscher Politik werden und die Zeit dafür drängt. **Der Faire Handel in Deutschland braucht eine unabhängige politische Stimme, um die soziale und ökologische Transformation unserer Gesellschaft voranzubringen.** Dafür steht das Forum Fairer Handel. Unabhängig von staatlicher oder wirtschaftlicher Unterstützung zu arbeiten, kostet Geld. **Deshalb freuen wir uns über Spenden, gerne auch als regelmäßige Unterstützung.**

Wie das geht? Ganz einfach über unsere Website: [www.forum-fairer-handel.de/spenden](http://www.forum-fairer-handel.de/spenden)

Wenn Sie Fragen zum Forum Fairer Handel und Spenden haben, wenden Sie sich gerne an unseren Geschäftsführer, Matthias Fiedler – per Mail an [m.fiedler@forum-fairer-handel.de](mailto:m.fiedler@forum-fairer-handel.de) oder telefonisch unter (030) 280 40 599.



## Kontakt und Informationen

### Publikationen 2020 (Auszug)\*

#### Broschüren und Factsheets:

- 100% FAIR - der Faire Handel in Deutschland. Grundsätze, Wirkungen, Akteure. (Neuaufgabe)
- Aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel 2020
- Monitoring und Zertifizierung im Fairen Handel (überarbeitete Neuaufgabe)
- Fokus Faire und Ökologische Kleidung - Überblick aus Fair-Handels-Sicht (überarbeitete Neuaufgabe)
- Ein Lieferkettengesetz zum Wohle von Kleinbäuer\*innen und Arbeiter\*innen in globalen Lieferketten
- Datenblatt Fairer Handel 2020
- Hintergrundbroschüre zur Fairen Woche 2020 „Fair statt mehr“
- Rezeptheft zur Fairen Woche 2020

\* Die genannten Publikationen sind in der Online-Version dieser Broschüre verlinkt. Diese und viele weitere Materialien stehen Ihnen unter [www.forum-fairer-handel.de/materialien](http://www.forum-fairer-handel.de/materialien) zum Download sowie (soweit noch vorhanden) zur Bestellung zur Verfügung.

### Für weitere Informationen erreichen Sie uns von Montag bis Donnerstag in der Zeit von 9 bis 17 Uhr:

Forum Fairer Handel e.V.  
Krausnickstr. 13  
10115 Berlin

Tel 030 - 280 40 588  
Fax 030 - 280 40 908  
[info@forum-fairer-handel.de](mailto:info@forum-fairer-handel.de)  
[www.forum-fairer-handel.de](http://www.forum-fairer-handel.de)

### Sie möchten regelmäßig über den Fairen Handel informiert werden?

Hier können Sie sich für unseren Newsletter anmelden:  
[www.forum-fairer-handel.de/newsletter](http://www.forum-fairer-handel.de/newsletter)

### Woran sind fair gehandelte Produkte zu erkennen?

Der Begriff „fair“ ist gesetzlich nicht geschützt und daher die Vielfalt der Zeichen groß. Produkte aus Fairem Handel erkennen Sie am Verkauf in Weltläden, an den Marken der anerkannten Fair-Handels-Unternehmen, am Label der World Fair Trade Organization (WFTO) und an den anerkannten Produktsiegeln des Fairen Handels.

### Folgende Zeichen weisen verlässlich auf Fairen Handel hin:

**Anerkannte Fair-Handels-Unternehmen** stehen mit ihrer gesamten Unternehmenspolitik hinter den Grundsätzen des Fairen Handels. Die folgenden Fair-Handels-Unternehmen sind Mitglied im Forum Fairer Handel:



**Weitere anerkannte Fair-Handels-Organisationen** sind im Lieferantenkatalog des Weltladen-Dachverband zu finden [www.weltladen.de](http://www.weltladen.de)

Einige davon sind im **FAIR BAND** - Bundesverband für fairen Import und Vertrieb e.V. zusammengeschlossen: [www.fair-band.de](http://www.fair-band.de)

Das Label der **World Fair Trade Organization (WFTO)** wird an Unternehmen vergeben, die ausschließlich Fairen Handel betreiben und über das Garantiesystem der WFTO nachgewiesen haben, dass sie alle Kriterien des Fairen Handels erfüllen.



Die folgenden **Produktsiegel** stehen für Fairen Handel. Die Einhaltung der Kriterien des Fairen Handels wird dabei unabhängig kontrolliert.



**Weltläden**, die Fachgeschäfte für Fairen Handel, bieten die größte Auswahl an fair gehandelten Produkten.



## FORUM FAIRER HANDEL E.V.

Das Forum Fairer Handel e.V. (FFH) ist der Verband des Fairen Handels in Deutschland. Sein Ziel ist, das Profil des Fairen Handels zu schärfen, gemeinsame Forderungen gegenüber Politik und Handel durchzusetzen und eine stärkere Ausweitung des Fairen Handels zu erreichen. Das FFH versteht sich als die politische Stimme der Fair-Handels-Bewegung in Deutschland und setzt sich für veränderte Regeln für Handel und Landwirtschaft weltweit ein. Das FFH erhebt jährlich umfangreiche Daten zu Umsätzen und Absatzmengen des Fairen Handels, auf deren Grundlage sich aktuelle Trends und Entwicklungen des Fairen Handels in Deutschland einschätzen lassen. Einmal im Jahr veranstaltet das Forum Fairer Handel die Faire Woche – die größte Aktionswoche des Fairen Handels in Deutschland.

Die Mitglieder des Forum Fairer Handel sind Organisationen, die ausschließlich im Fairen Handel arbeiten, und Akteure, die die Förderung des Fairen Handels als einen der Schwerpunkte ihrer Arbeit ansehen:



Ein breites Netzwerk von Partnerorganisationen arbeitet in den Arbeitsgruppen des Forum Fairer Handel mit.

[WWW.FORUM-FAIRER-HANDEL.DE](http://WWW.FORUM-FAIRER-HANDEL.DE)



Forum Fairer Handel e.V.  
Krausnickstr. 13 · 10115 Berlin  
Tel 030 - 280 40 588 · Fax 030 - 280 40 908  
[info@forum-fairer-handel.de](mailto:info@forum-fairer-handel.de)  
[www.forum-fairer-handel.de](http://www.forum-fairer-handel.de)