

Das „Datenblatt Fairer Handel“ fasst grundlegende Informationen und Zahlen zum Fairen Handel zusammen. Es richtet sich an Lehrer*innen, Erwachsenenbildner*innen und andere Multiplikator*innen in der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit, die für Veröffentlichungen, Vorträge und Veranstaltungen aktuelle Daten benötigen. Das Datenblatt wird jährlich überarbeitet. Sie können es unter www.forum-fairer-handel.de/bildungsmaterialien 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). Mehr Informationen: www.fair-trade.website

Die drei Säulen des Fairen Handels



Die drei Säulen des Fairen Handels: Handel mit Produkten, Bildung und Öffentlichkeitsarbeit, Politische Arbeit

Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit des Fairen Handels

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

Politische Kampagnen- und Lobbyarbeit des Fairen Handels

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

2022 waren Kampagnen zu einem wirksamen EU-Lieferkettengesetz und fairen Preisen sowie die Forderung, existenzsichernde Einkommen als Menschenrecht in Gesetzen zu verankern, Schwerpunkte der Fair-Handels-Bewegung. Zusätzlich haben sich viele Akteure des Fairen Handels dafür eingesetzt, Klimagerechtigkeit und Fairen Handel zusammen zu denken, etwa bei der politischen Arbeit rund um entwaldungsfreie Lieferketten und Klimafinanzierung.

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

Fairer Handel im Globalen Süden

2,9 Millionen Kleinproduzent*innen und Arbeiter*innen profitieren in über 75 Ländern vom Fairen Handel (Quelle: WFTO und FT International), indem dieser z. B. faire Preise garantiert, bessere Handelsbedingungen herstellt und soziale Rechte sichert und überprüft.

Fairer Handel in Deutschland

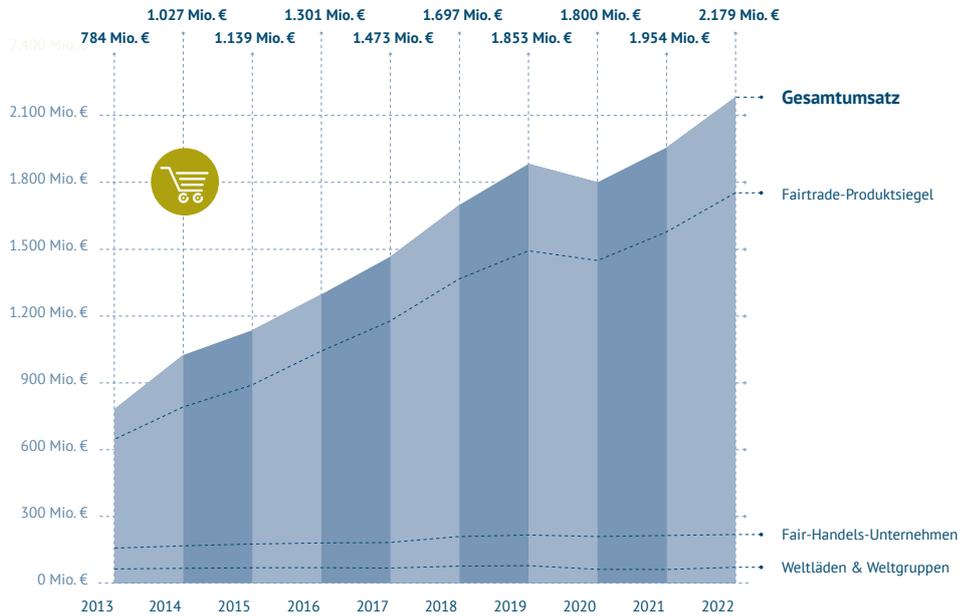
Der Faire Handel ist eine weltweite Bewegung, die sich für mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel einsetzt. Allein in Deutschland engagieren sich rund 100.000 Menschen für den Fairen Handel: in Weltläden und Fair-Handels-Gruppen, in Fairtrade-Towns, -Universitäten und -Schools, in Unternehmen, Kirchengemeinden und Jugendgruppen.

II Umsatzentwicklungen 2022 des Fairen Handels in Deutschland

Der Faire Handel in Deutschland hat sich im Geschäftsjahr 2022 trotz inflationsbedingter Kaufzurückhaltung und globaler Krisen positiv entwickelt und erstmals die zwei Milliarden Grenze geknackt. Der Umsatz mit fair gehandelten Produkten ist um 11,5 % auf 2,18 Milliarden Euro zu Endverbraucherpreisen gestiegen. Trotz der hohen Inflation im vergangenen Jahr ist das eine positive Entwicklung. Die Verbraucher*innen in Deutschland gaben pro Kopf durchschnittlich 25,83 Euro für faire Lebensmittel, Textilien und Handwerksprodukte aus. Für die Handelspartner in Lateinamerika, Afrika und Asien ist dieser Aufwärtstrend umso wichtiger, als dass sie besonders von den Auswirkungen der weltweit grassierenden Inflation sowie der Klimakrise betroffen sind.

Gesamtumsatz des Fairen Handels in Deutschland, 2013-2022

Umsatz fair gehandelter Produkte zu geschätzten Endverbraucherpreisen in Mio. €



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

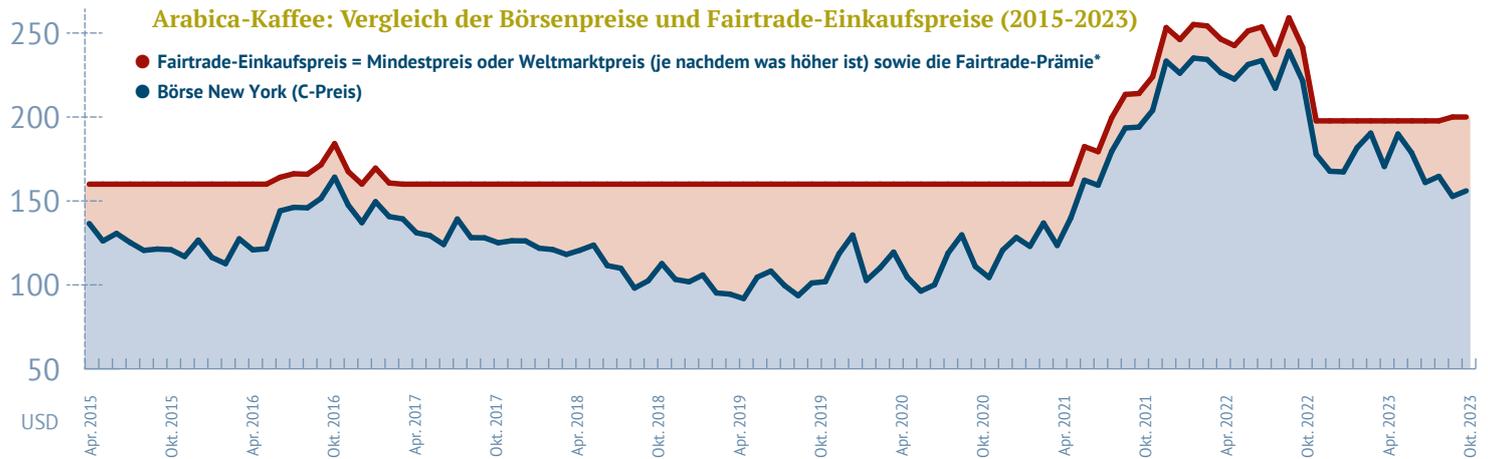
- anerkannte Fair-Handels-Unternehmen,
- Fairtrade-Produktsiegel (sowie Fairtrade-Siegel für Baumwolle und Kosmetik; Umsätze aus dem Fairtrade-Kakaoprogramm wurden nicht eingerechnet)
- Naturland Fair (Produkte aus dem Globalen Süden und dem Globalen Norden)
- Fair for Life
- SPP (Símbolo de Pequeños Productores)

Anteil einzelner Produkte am Gesamtumsatz des Fairen Handels

Mit 82,5 % machten Lebensmittel 2022 den größten Anteil am Umsatz mit Produkten aus Fairem Handel in Deutschland aus. Ihr Gewicht gegenüber Non-Food-Produkten (darunter vor allem Textilien, Kunsthandwerk und Kosmetik) ist im Vergleich zum Vorjahr um 5 Prozentpunkte gewachsen. Dabei hat insbesondere der Anteil von Kaffee an Gesamtumsatz 4,6 Prozentpunkte zugelegt.



III Produkte des Fairen Handels (a) Kaffee



*Der Einkaufspreis für fair gehandelten Kaffee liegt aufgrund von Qualitätszuschlägen oft noch über dem hier angegebenen „Fairtrade Einkaufspreis“. Dieser muss aber mindestens gezahlt werden. Preise sind angegeben für 100 lbs (amerikanisches Pfund) Kaffee.
Quelle: <https://de.investing.com/commodities/us-coffee-c-historical-data>

Marktanteil von fairem Kaffee gesunken

Trotz Inflation und preissensiblen Konsumverhalten wurde in Deutschland noch nie so viel Kaffee getrunken wie 2022. Der Absatz von Röstkaffee erreichte mit 479.700 Tonnen ein neues Rekordhoch. Hingegen ist der Absatz von fairem Kaffee im Vergleich zum Vorjahr um 2 % auf 26.969 Tonnen gesunken. Der Marktanteil von fair gehandeltem Kaffee liegt nunmehr bei 5,6 % (2021 waren es über 6 %). In Bezug auf den Umsatz ist Kaffee weiterhin die absolute Nummer eins im Fairen Handel.

Wachsende Herausforderungen für den Kaffeesektor

Ein Rückgang des Marktanteils von fair gehandeltem Kaffee in Deutschland ist vor dem Hintergrund wachsender Herausforderungen im Kaffeesektor besorgniserregend. Mehr denn je brauchen Kaffeebäuerinnen und -bauern faire und verlässliche Handelspartnerschaften, um auch in Zukunft eine Perspektive zu haben. Viele Kleinbäuerinnen und -bauern erwirtschaften mit ihrem Kaffee kein existenzsicherndes Einkommen, da sie sich mit gestiegenen

Produktionskosten in Folge multipler Krisen konfrontiert sehen. Sollte der Kaffeepreis wieder derart stark einbrechen, wie es in der Vergangenheit häufig der Fall war, werden Kleinbäuerinnen und -bauern erneut in die Situation geraten, ihre Produktionskosten nicht mehr decken zu können, ihre Betriebe aufgeben oder gar migrieren zu müssen.

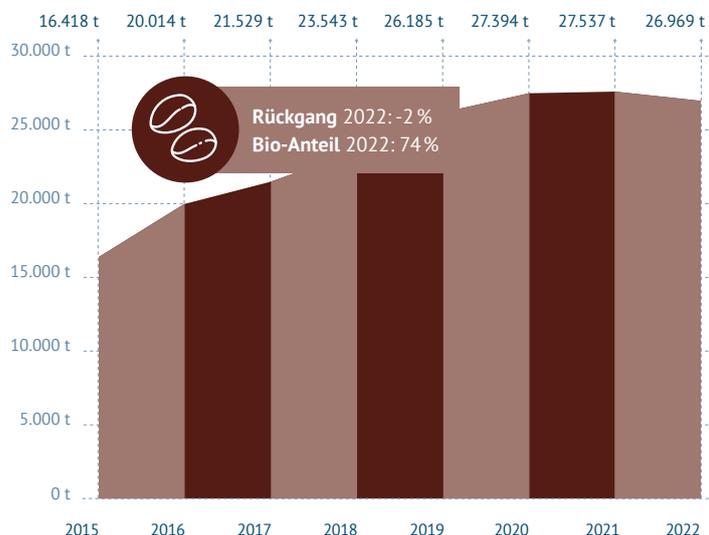
Und wo bleibt der Profit?

Preiszusammensetzung von Kaffee aus Fairem Handel

Und all das, während die Kaffeebranche boomt und Konzerne hohe Gewinne machen. Das zeigt auch die Preiszusammensetzung von Kaffee aus Fairem Handel im Vergleich zu Kaffee, bei dem keine fairen Preise gezahlt werden. Bei einem fair gehandelten Kaffee bleibt gut ein Viertel des Verkaufspreises bei den Kaffee-Kooperativen im Globalen Süden, wie die Musterkalkulation unten zeigt. Bei herkömmlichem Kaffee sind es international im Durchschnitt gerade einmal 10 % des Preises, die im Herkunftsland des Kaffees verbleiben.

Entwicklung von fair gehandeltem Kaffee

2015-2022 Absatz in Tonnen



Diese Musterkalkulation bezieht sich auf den Preis für 500 Gramm Café Organico der GEPA / Datenquelle: GEPA, Stand März 2023

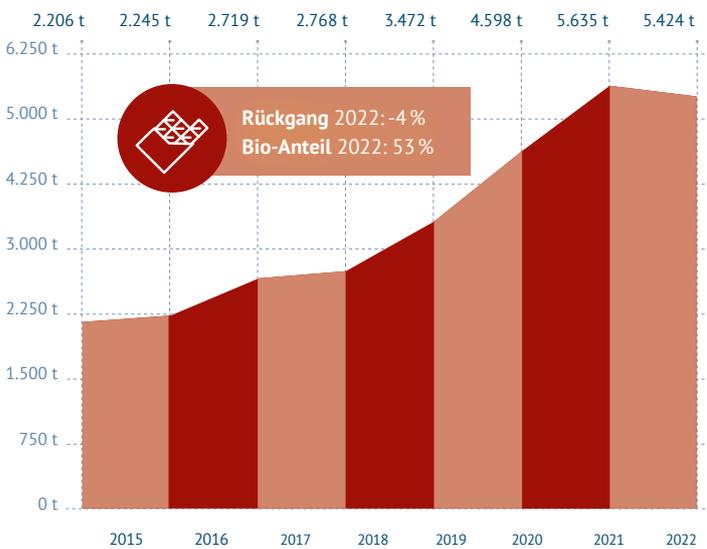
(b) Kakao

Süße Schokolade – bittere Armut

Der Absatz von fairer Schokolade ist 2022 leicht um 4 % auf 5.424 Tonnen gesunken. Der Marktanteil von fairer Schokolade in Deutschland liegt bei 3,2 %. Laut des INKOTA-Netzwerks, das sich seit Jahren für faire Bedingungen im Kakaosektor einsetzt, verdient eine typische Kakaobauernfamilie in Ghana mit sechs Mitgliedern und bis zu vier Hektar Land im Durchschnitt umgerechnet 191 US-Dollar im Monat. Existenzsichernd wäre hingegen ein Einkommen von rund 395 US-Dollar – also etwa doppelt so viel.

Entwicklung von fair gehandelter Schokolade

2015-2022 Absatz in Tonnen

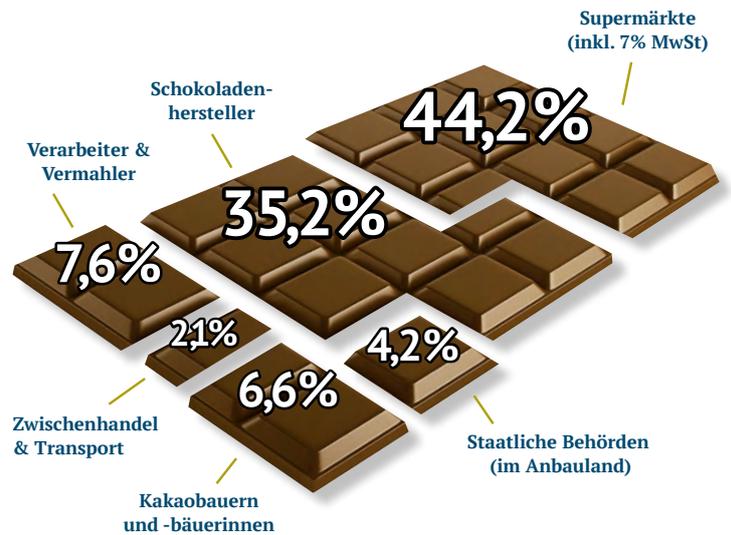


Fast zehn Kilogramm pro Kopf haben die Menschen in Deutschland 2022 laut Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie genossen. Doch während die Kakaoindustrie im vergangenen Jahr wieder Rekordgewinne eingefahren hat, ist der Preis, den die Bäuerinnen und Bauern erhalten, in den letzten Jahrzehnten inflationsbereinigt immer weiter gesunken – und das mit enormen Schwankungen. Auch wenn der aktuelle Preis für Kakao vergleichsweise hoch ist, lebt der überwiegende Teil der Kakaobäuerinnen und -bauern weiterhin in Armut, was ursächlich für die weit verbreitete Kinderarbeit im Kakaosektor ist. Diese Situation hat sich durch die Verteuerung von Saatgut, Düngemittel, Transport und Lebenshaltung in Folge der Pandemie sowie des Ukrainekrieges noch verstärkt.

Die Konsequenzen: Rund 1,5 Millionen Kinder arbeiten unter ausbeuterischen Bedingungen auf Kakaoplantagen in Ghana und der Elfenbeinküste – obwohl alle großen Schokoladenhersteller schon 2001 versprochen hatten, die schlimmsten Formen der Kinderarbeit im Kakaoanbau zu beenden. Schokolade zu fairen Preisen macht hier einen entscheidenden Unterschied.

Faire Preise und Schokolade

Wie die Grafiken unten zeigen, kommt nur wenig von dem Geld (6,6 %), das für eine Tafel konventionelle Schokolade ausgegeben wird, bei den Kleinbäuer*innen im Süden an. Anders sieht das im Fairen Handel aus: Hier bleiben im Durchschnitt fast 25 % des Gesamtpreises bei den Produzent*innen im Globalen Süden.



Kostenanteile des Rohkakaos in einer konventionellen Tafel Schokolade / Quelle: INKOTA-netzwerk

Preiszusammensetzung von Schokolade aus Fairem Handel



Diese Musterkalkulation bezieht sich auf den Preis für 100 Gramm Vollmilch Pur der GEPA / Quelle: GEPA – The Fair Trade Company

IV Fairer Handel in Deutschland: Wirkung und Wahrnehmung

Verbraucher*innenbefragung zum Fairem Handel 2023

Seit 2009 gibt das Forum Fairer Handel regelmäßig repräsentative Befragungen der Bevölkerung zum Fairem Handel in Auftrag – zuletzt wurde eine solche Studie im Frühsommer 2023 mittels eines Online-Fragebogens durch das Meinungsforschungsinstitut IPSOS durchgeführt. Über 2.000 Teilnehmer*innen im Alter zwischen 16 und 75 Jahren wurden zu folgenden Themen 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.

Im Folgenden fassen wir die wichtigsten Ergebnisse der Verbraucher*innenbefragung für Sie zusammen:

Im Zusammenhang mit dem **Grundverständnis des Fairen Handels** wurde erhoben, welche Ziele die Befragten am stärksten mit dem Fairem Handel in Verbindung bringen. Hierbei zeigt sich, dass den Menschen insbesondere zwei 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.

Wie häufig kaufen Verbraucher*innen in Deutschland Produkte aus Fairem Handel? 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.

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

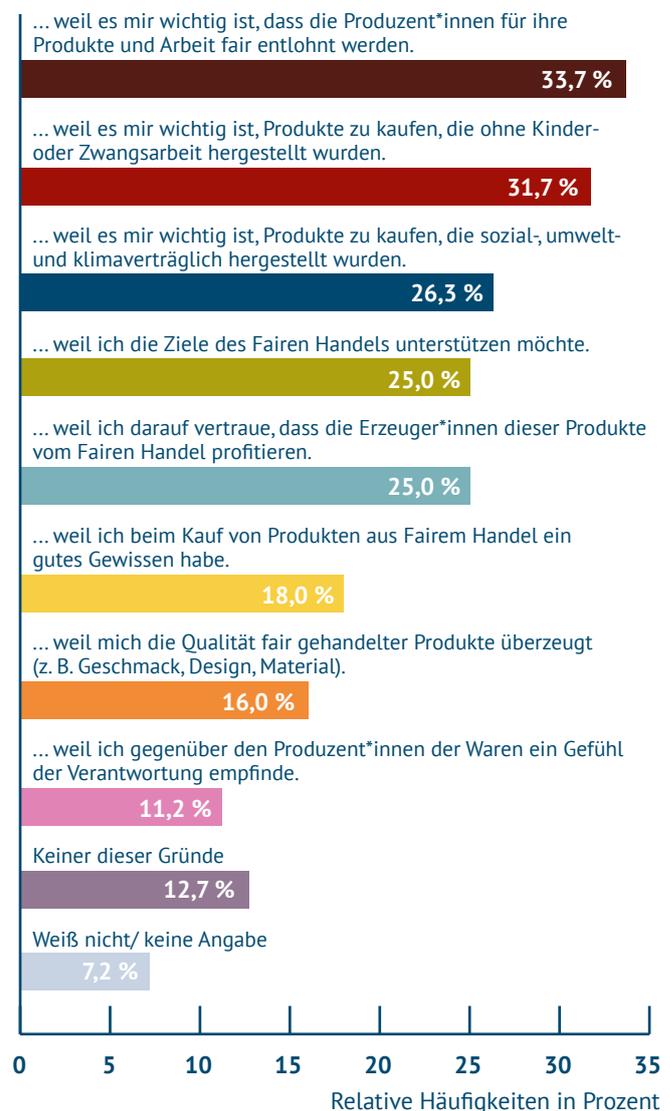


Die Befragung zeigt, dass die **Gründe der Menschen, Produkte aus Fairem Handel zu kaufen**, vielfältig sind. In der Tat stach keiner der Gründe, die zur Auswahl standen, in den Ergebnissen deutlich hervor. Von etwa einem Drittel der Befragten wurden eine faire Entlohnung der Produzent*innen für ihre 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 Fairem 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.

Abschließend wurde danach gefragt, welche Gründe die Verbraucher*innen daran hindern, fair gehandelte Produkte zu kaufen oder dies häufiger zu tun. Hier wurde der Preis am häufigsten genannt (42,1 %) und zwar sowohl in der Gruppe der Nicht-Käufer*innen (47,6 %) als auch in der Gruppe der Käufer*innen (42,6 %).

Ausführliche Informationen zur Methodik und den Ergebnissen der Verbraucher*innenbefragung zum Fairem Handel 2023 erhalten Sie auf unserer [Website](#).

Wenn Sie gezielt fair gehandelte Produkte kaufen, was sind dann Ihre Gründe dafür? (bis zu drei Antworten möglich)



Studie zur Wirkung des Fairen Handels in Deutschland

Seit den Anfängen in den 70er Jahren hat sich der Faire Handel zu einem erfolgreichen Wirtschaftsmodell und einer eigenständigen Branche entwickelt. Die Fair-Handels-Bewegung trägt durch Bildungs- und Informationsarbeit, politische Arbeit und den Handel mit fairen Produkten zu mehr Gerechtigkeit im Welthandel und zu einer nachhaltigen globalen Entwicklung bei.

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 nun: 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 konzentrierter angehen.

Hauptergebnisse der Studie:

- 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.

[Download Langfassung der Studie](#)

[Download Kurzversion der Studie \(Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse\)](#)

V Woran erkenne ich faire 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-Unternehmen:

Fair-Handels-Unternehmen 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

... 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 900 Weltläden in Deutschland die größte Auswahl an fair gehandelten Produkten.



WEITERFÜHRENDE LINKS / (BILDUNGS-)MATERIALIEN

- [Online-Datenbank](http://www.forum-fairer-handel.de/materialien) für (Bildungs-)Materialien zum Fairen Handel: www.forum-fairer-handel.de/materialien
- [Zahlen und Fakten](http://www.forum-fairer-handel.de/zahlen-zum-fh) zum Fairen Handel: www.forum-fairer-handel.de/zahlen-zum-fh
- [Daten zu Fairtrade](http://www.fairtrade-deutschland.de) (auf Deutsch): www.fairtrade-deutschland.de,
[Fairtrade International](http://www.fairtrade.net) (auf Englisch): www.fairtrade.net
und der [World Fair Trade Organization](http://www.wfto.com) (auf Englisch): www.wfto.com

AKTUELLE PUBLIKATIONEN DES FORUM FAIRER HANDEL:

- [Aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel 2023](#)
- [Auf einen Blick: Aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel 2023 \(Kurzfassung der Broschüre\)](#)
- [Klimagerechtigkeit und Fairer Handel](#)
- [Kompass Fairer Handel: Klimagerechtigkeit und Fairer Handel](#)
- [Hintergrundbroschüre zur Fairen Woche 2023 „Fair. Und kein Grad mehr!“](#)
- [Positionspapier „Feministische Entwicklungspolitik und Fairer Handel“](#)

Alle aktuellen Publikationen des Forum Fairer Handel finden Sie unter www.forum-fairer-handel.de/materialien

IMPRESSUM

Herausgeber: Forum Fairer Handel e.V.
V.i.S.d.P.: Matthias Fiedler
Bildnachweis – soweit an der Grafik nicht anders angegeben:
Forum Fairer Handel e.V.

Berlin, Oktober 2023

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

Gefördert durch ENGAGEMENT GLOBAL
mit Mitteln des

Gefördert durch:

The logo features the word 'Brot' in a large, bold, black font, with 'für die Welt' in a smaller, black font below it. A red vertical bar is positioned to the right of the text.
mit Mitteln des
Kirchlichen
Entwicklungsdienstes

The logo features a stylized eagle with its wings spread, positioned above a vertical bar that is red on top and yellow on the bottom.
Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung