



**FORUM
FAIRER
HANDEL**

www.forum-fairer-handel.de

15.09.2008

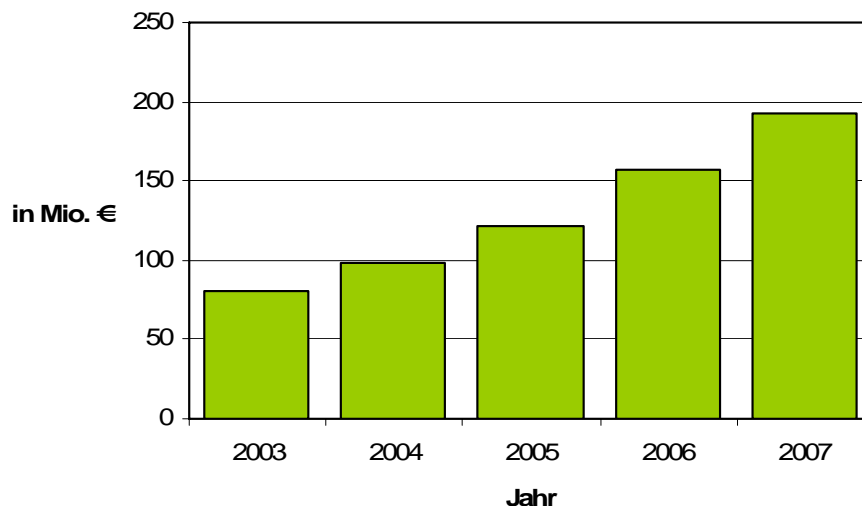
Fairer Handel in Deutschland 2007 – weiter auf Erfolgskurs!

Gesamtumsatzzahlen in Deutschland

Die Verbraucherinnen und Verbraucher kauften im vergangenen Jahr fair gehandelte Waren in einem Wert von **193 Mio. Euro**. Das entspricht einer Steigerung von ca. 23% im Vergleich zum Vorjahr.

In Deutschland werden Kaffee, Tee, Süßigkeiten, Kakao, Honig, Bananen, Fruchtsaft, Reis, Wein, Sportbälle, Gewürze und Blumen mit dem Fairtrade-Siegel angeboten, neu dabei sind Textilien aus Fairtrade-zertifizierter Baumwolle. Eine breite Produktpalette darüber hinaus bieten die Fair Handels-Importeure an, erhältlich vor allem in den etwa 800 Weltläden Deutschlands. So finden sich hier auch Trockenfrüchte, Gewürze, Getreide, Schmuck, Geschirr, Textilien, Kunsthandwerk, Musikinstrumente und vieles mehr.

**Absatz fair gehandelter Produkte zu Endkundenpreisen
in Deutschland 2007**



Wachstum bei allen Akteuren

Besonders groß ist das Plus im Bereich Fairtrade-gesiegelter Produkte. Die Siegelorganisation TransFair gab bekannt, dass 2007 in Deutschland Fairtrade-gesiegelte Waren im Wert von rund 142 Mio. Euro gekauft wurden – ein Anstieg um 29% gegenüber dem Vorjahr. Waren mit dem Fairtrade-Siegel machen damit 74% am Gesamtumsatz mit fair gehandelten Produkten in Deutschland aus.

Forum Fairer Handel

Ludwigsstr. 11, 55116 Mainz, Tel.: 06131/90742-50, Fax: 06131/90742-55,
Email : info@forum-fairer-handel.de, Internet: www.forum-fairer-handel.de

Die großen deutschen Fair Handels-Importeure verzeichneten in ihrem Geschäftsjahr 2007 starke Umsatzzuwächse. GEPA The Fair Trade Company mit Sitz in Wuppertal steigerte ihren Umsatz um 7% auf 52 Mio €. EL PUENTE legte um 5% auf 6,1 Mio. € zu, dwp Ravensburg erzielte eine Umsatzsteigerung von 7% und liegt nun bei 5,9 Mio. € Umsatz. Ausgedrückt in Endverkaufspreisen erreichten Waren der Fair Handels-Importeure im Wert von 101 Mio. Euro die Verbraucher.

Absatzentwicklung im Einzelnen

Bei wichtigen Produkten des Fairen Handels konnten deutliche Absatzsteigerungen verzeichnet werden: Der Absatz des „Klassikers“ Kaffee stieg in Deutschland im vergangenen Jahr um 11% auf mehr als 4.600 Tonnen. Mehr als 1.200 Tonnen fair gehandelten Kakao bzw. Schokolade wurden in Deutschland verzehrt/ konsumiert, das entspricht einer Steigerung von 22% zum Vorjahr. Deutlich zulegen konnten auch Fruchtsäfte: 2,6 Mio Liter bedeuten 24% mehr als im Vorjahr. Den größten Sprung bei Lebensmitteln machten Bananen: um 27% auf knapp 16.000 Tonnen. Hier hat v. a. der gesiegelte Bereich deutlich zugenommen: 86% der abgesetzten fair gehandelten Bananen tragen das Fairtrade-Siegel.

Insgesamt überwiegt der Anteil von Food-Produkten gegenüber Non-Food-Artikeln. Die Fair Handels-Importeure erzielten 2007 durchschnittlich 77% ihres Umsatzes mit Lebensmitteln, Tendenz leicht steigend. Bezogen auf Fairtrade-gesiegelte Produkte ist der Non-Food-Bereich im Kommen. So verdoppelte sich beispielsweise bei Blumen in 2007 die verkaufte Stückzahl.

Bioanteil fair gehandelter Lebensmittel

Hier setzt sich der Trend der letzten Jahre ungebrochen fort: mehr als 70% der fair gehandelten Lebensmittel sind auch biologisch zertifiziert.

Handelspartner

Die größeren deutschen Fair Handels-Importorganisationen (GEPA, EL PUENTE, dwp, BanaFair) unterhalten Handelsbeziehungen zu weit über 200 Partnerorganisationen in Afrika, Asien und Lateinamerika.

Viele dieser Partnerorganisationen sind FLO-zertifiziert, ihre Produkte können auch unter dem Fairtrade-Siegel vermarktet werden. Insgesamt profitieren weltweit 632 Handelspartner vom Handel mit dem Fairtrade-Siegel.

Vertriebswege

Für die Fair Handels-Importeure sind Weltläden mit 44% der wichtigste Vertriebsweg, der Lebensmitteleinzelhandel folgt mit 20%, Großverbraucher (Gastronomie, Kantinen...) liegen bei 8%, der Naturkosthandel hält 6%. Immerhin 18% wurden exportiert.

Betrachtet man die Vertriebswege speziell der Fairtrade-gesiegelten Produkte, so wurden diese zu 57% über Supermärkte und Discounter vertrieben, 14% über Weltläden, 6% über den Naturkosthandel. Noch einmal 14% entfallen auf den Außer Haus Bereich wie Kantinen/Mensen, Cafés/Hotels, Kinos, Kioske und Tankstellen.

Die ausführlichen Zahlen werden Ende Oktober 2008 veröffentlicht.

Hintergrund zu den Zahlen des Fairen Handels

Was ist Fairer Handel?

„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 ProduzentInnen und ArbeiterInnen – insbesondere in den Ländern des Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung. Fair Handels-Organisationen engagieren sich - gemeinsam mit VerbraucherInnen - für die Unterstützung der ProduzentInnen, die Bewusstseinsbildung sowie die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels.“ Auf diese Definition haben sich die internationalen Dachorganisationen des Fairen Handels verständigt.

Was sind fair gehandelte Produkte?

Die Verbraucherinnen und Verbraucher finden in Weltläden ein breites Produktsortiment fair gehandelter Waren, die diese von Fair Handels-Importeuren beziehen. Das sind Unternehmen / Organisationen, die zu 100% im Fairen Handel aktiv sind. Auf internationaler Ebene haben sich Fair Handels-Organisationen zur Dachorganisation IFAT zusammengeschlossen. Unter dem Dach der IFAT wurden Standards und ein Monitoringsystem für Fair Handels-Importeure entwickelt. Daneben gibt der deutsche Weltladen-Dachverband eine Empfehlung an die Weltläden heraus, in der die Fair Handels-Importeure bewertet werden, inwieweit sie der Konvention der Weltläden gerecht werden.

Für den Vertrieb fair gehandelter Produkte außerhalb von Weltläden wurde ein Produktsiegel für spezifische Produktgruppen entwickelt: das Fairtrade-Siegel. Produkte, die das Fairtrade-Siegel tragen, erfüllen garantiert die internationalen Standards der Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). Neben Fair Handels-Organisationen können auch konventionelle Unternehmen ihre Produkte mit dem Fairtrade-Siegel auszeichnen lassen. In Deutschland sind mit dem Fairtrade-Siegel erhältlich: Bananen, Kaffee, Fruchtsaft, Honig, Reis, Schokolade, Kakao, Tee, Wein, Zucker, Datteln, Sportbälle, Vanille(eiscreme), Quinoa, Blumen und Textilien aus gesiegelter Baumwolle.

Was ist die Datenbasis?

Die Zahlen beruhen auf den Aussagen der Mitgliedsorganisationen des Forum Fairer Handel. Berücksichtigt werden darüber hinaus auch die Umsätze kleinerer und mittlerer Fair Handels-Organisationen, die Mitglied der IFAT sind oder nach der Einschätzung des Weltladen-Dachverbandes insgesamt oder mit geringen Einschränkungen der Konvention der Weltläden gerecht werden. Die großen Fair Handels-Organisationen werden für die Zusammenstellung der Zahlen jährlich sehr differenziert zu ihren Umsätzen und Absatzmengen befragt. Daneben finden die Zahlen von TransFair zum Absatz Fairtrade-gesiegelter Waren in Deutschland Berücksichtigung. Zur Hochrechnung des Wertes, der den Gesamtabsatz fair gehandelter Waren zu Endkundenpreisen darstellt, sind Schätzungen notwendig.

Wer gibt die Zahlen heraus?

Die Zahlen zum Fairen Handel in Deutschland werden vom Forum Fairer Handel, dem bundesweiten Netzwerk des Fairen Handels erhoben. Das Netzwerk wurde 2002 gegründet, um die Aktivitäten des Fairen Handels in Deutschland zu koordinieren. Die Mitglieder des Forums sind Organisationen, die ausschließlich im Fairen Handel arbeiten, und Akteure, die die Förderung des Fairen Handels als einen der Schwerpunkte ihrer Arbeit ansehen. Aktuell arbeiten im Forum Fairer Handel zusammen der Weltladen-Dachverband, die Siegelorganisation TransFair, die Fair Handels-Importeure GEPA – The Fair Trade Company, EL PUENTE, dwp, BanaFair, Podi-Mohair und Globo sowie Organisationen wie AEJ, AGL, BDKJ, Brot für die Welt, EED, Misereor, Fair Trade e. V., INKOTA-netzwerk, Servicestelle Kommunen in der Einen Welt und Verbraucher Initiative.

Forum Fairer Handel

Ludwigsstr. 11, 55116 Mainz, Tel.: 06131/90742-50, Fax: 06131/90742-55,
Email : info@forum-fairer-handel.de, Internet: www.forum-fairer-handel.de