

fitfortrade

besser verkaufen lernen

Markentrainer

Fairer
Handel



FAIRTRADE

the future
is fair







fitfortrade
by
RUNDSCHAU FÜR DEN LEBENSMITTELHANDEL

fitfortrade.de
rundschau.de

Fairer Handel

**Professionelles Wissen für erfolgreiches und
wertschöpfendes Verkaufen im Lebensmittelhandel.**

Der fitfortrade-Markentrainer Fairer Handel ist
eine Veröffentlichung von fitfortrade in Kooperation
mit Fairtrade Deutschland e.V.



redaktion@fitfortrade.de

IMPRESSUM



fitfortrade – das Qualifizierungsprogramm
für Nachwuchskräfte im Handel

Konzeption und Inhalt:

RUNDSCHAU für den Lebensmittelhandel
www.rundschau.de, www.fitfortrade.de

Verlagsleitung (V.i.s.d.P.): Maria Akhavan

Art Director/Grafikleitung: René Söllner

Grafik: Tatjana Kirchenbauer

Fotos: Fairtrade NAPP, Willy Paredes/Fairtrade Deutschland, Fairtrade Deutschland e.V./Anna-Maria Langer, Fairtrade/Fairpicture, Christoph Köstlin, Ilkay Karakurt, Roger van Zaal, Sean Hawkey, Juan Nicolás Becerra Manrique, Didier Gentilhomme, Nyokabi Kahura, Mohamed Ali Diabaté; dominiquebrewing, Santiago Engelhardt; stock.adobe.com/oxie99, [aetkafi](https://aetkafi.com), [amy_lv](https://amy_lv.com), [volff](https://volff.com), [sutichak](https://sutichak.com), [gan](https://gan.com), Marek Gottschalk, Fairtrade International/J. A. Rodríguez, Lorena Velasco Hurtado, Nyokabi Kahura; iStock.com/katerina-sergeevna, Tarchyshnik; Eduardo Abraços Bluhm; Midaly García Huamán; Situma Siepete; Tim Keweritsch; Jakub Kalicewski; José García

Druck: westermann DRUCK | pva,
Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig

Verlag: medialog GmbH & Co. KG
Medienplatz 1, 76571 Gaggenau
www.medialog.de

Geschäftsführer: Christian Schikora
Amtsgericht Mannheim, HRA 521 321
USt-IdNr. DE813372273

Sitz der Gesellschaft: Gaggenau

Persönlich haftende Gesellschafterin:
medialog Beteiligungs GmbH
Medienplatz 1, 76571 Gaggenau

Geschäftsführer: Christian Schikora
Amtsgericht Mannheim, HRB 522 459
Sitz der Gesellschaft: Gaggenau

In Kooperation mit:
Fairtrade Deutschland e.V.

6. aktualisierte Auflage, 2024
© medialog GmbH & Co. KG



Fairtrade: Nachhaltig für Mensch, Natur und Klima

Um Kleinbauernfamilien im globalen Süden dauerhaft zu stärken, setzt Fairtrade Nachhaltigkeit in den Fokus. Das ganzheitliche Konzept der Agrarökologie dient dabei als Handlungskompass.

Viele Menschen in Deutschland verbinden mit dem Fairtrade-Siegel vor allem Eines: höhere Einkommen für Produzent*innen in Afrika, Lateinamerika und Asien. Doch um Kleinbauernfamilien im globalen Süden widerstandsfähig gegen Krisen wie Inflation, Umweltzerstörung und Klimawandel zu machen, braucht es einen ganzheitlicheren Ansatz. Darum orientiert sich Fairtrade am Konzept der Agrarökologie, das Mensch, Natur und Klima als Ganzes betrachtet und auf nachhaltige Lösungen setzt.

Dafür macht sich Fairtrade unter anderem für existenzsichernde Einkommen, naturnahe Landwirtschaft und Klimaanpassungsmaßnahmen im globalen Süden stark. Gleichzeitig bringen wir die Belange der Produzent*innen auf das politische Parkett, realisieren mit Handelspartnern, staatlichen und nicht-staatlichen Organisationen Projekte in den Anbauländern und motivieren Verbraucher*innen, fair einzukaufen und sich für den fairen Handel zu engagieren.

Und der Erfolg gibt uns recht: Die Bekanntheit von Fairtrade liegt in Deutschland bei gut 90 Prozent. Durch die Absätze in Deutschland 2023 wurden 42 Millionen Euro an Fairtrade-Prämiegeldern zusätzlich zu den Verkaufspreisen an die Produzent*innen ausbezahlt. Geld, das die Menschen vor Ort etwa dafür einsetzen, auf Bio-Anbau umzustellen oder sich gegen Klimafolgen zu wappnen. Wie Sie als Auszubildende im Lebensmittelhandel aktiv dazu beitragen können, den fairen Handel in all seinen Facetten zu fördern, das erfahren Sie hier. Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Umsetzen in Ihrem Markt.



Claudia Brück
Vorstand/Kommunikation
und Politik
Fairtrade Deutschland e.V.

So nutzen Sie den fitfortrade-Markentrainer

Info

Lernen leicht gemacht: Mit dem fitfortrade-Markentrainer verfügen Sie über ein ebenso kompaktes wie kompetentes Nachschlagewerk zu jeweils einer spezifischen Warengruppe oder einem Investitionsgut. Er liefert Fakten, Informationen und Tipps zum Einsatz und Nutzen der betreffenden Produkte. Die Fragen am Rand eines jeden Kapitels helfen, das Gelernte sofort zu vertiefen. Ob alles richtig verstanden ist, lässt sich zudem auf den letzten Seiten des fitfortrade-Markentrainers überprüfen: Einfach die Lasche mit den Antworten umklappen und die Fragen beantworten. Alles richtig? Das können Sie leicht kontrollieren, indem Sie Ihre Lösungen mit denen auf der Lasche vergleichen.

Beim Einsatz im Gruppenunterricht empfehlen wir, die Lasche mit den richtigen Antworten vorher abzutrennen.

Die nebenstehenden
Symbole bieten Ihnen
Wissenswertes auf
einen Blick.

MEHR LERNERFOLG DURCH ÜBERSICHTLICHKEIT



INFO



MARKT



WISSEN/TIPP



WEBTIPP



TREND



GLOSSAR



CHECKLISTE



QR-SHORTCUT



8 Fakten & Markt

Selbstbestimmt in eine bessere Zukunft
Mehr fair – Nachhaltigkeit als Trend
Dafür steht das Fairtrade-Siegel

16 Warenkunde

Der globale Kaffeemarkt in der Krise
Wie Kakao-Farmer*innen von Fairtrade profitieren
So funktioniert der faire Handel mit Bananen
Blumen und Pflanzen mit dem Fairtrade-Siegel

24 Verkaufskunde

Wie auch der Handel von Fairtrade profitiert
So rücken Sie Fairtrade-Produkte in den Fokus

28 Entwicklung von Fairtrade

So fing es an – so geht es weiter

30 Glossar

Wissenswertes zum fairen Handel

32 Wissen

Wir fragen – Sie antworten

Infos online

Alle Markentainer, Fotos,
Filme, Infos zum großen
Nachwuchswettbewerb
auf fitfortrade.de



Folge uns auf Instagram

Jeden Monat mit tollen Gewinn-
spielen unserer Partner und
allen Infos zur Teilnahme am
Nachwuchswettbewerb.

fitfortrade – die neue App

Effektiver
lernen geht
gar nicht:
Power-Learning,
Spiel und Spaß
mit Fragen zu
vielen Katego-
rien. Perfekt für
Nachwuchskräfte
im LEH.





Fairtrade ermöglicht
Produzent*innen
im globalen Süden ein
faires Arbeitsumfeld.

Selbstbestimmt in eine bessere Zukunft



INFO

2023 wurden in Deutschland

2,6 Mrd.

Euro mit **Fairtrade-**
zertifizierten Produkten
umgesetzt.

Quelle: Fairtrade
Deutschland e.V. 2024

Fairtrade verändert Handel(n) durch bessere Preise sowie menschenwürdige Arbeitsbedingungen für Erzeuger*innen in Afrika, Asien und Lateinamerika.

Eine große Menge an Nahrungsmitteln wird importiert, viele stammen aus Ländern des globalen Südens. Für arme Haushalte in ländlichen Gebieten ist die Landwirtschaft die bedeutendste Einkommens- und Beschäftigungsquelle, 40 Prozent der Weltbevölkerung bestreiten aus ihr ihren Lebensunterhalt.

MEHR EINKOMMEN

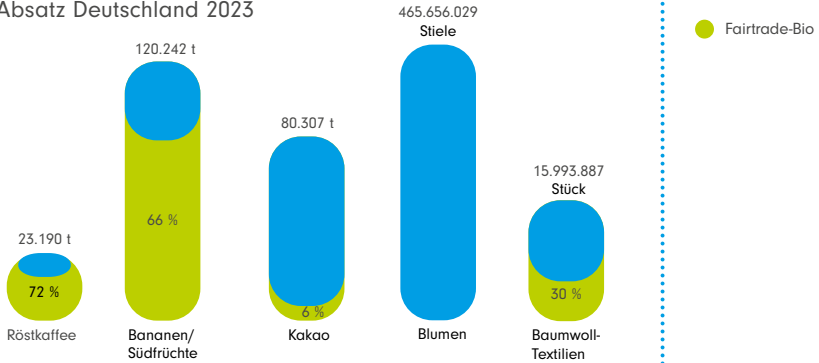
Fairtrade-Kleinbauernorganisationen erhalten einen stabilen Mindestpreis für ihre Erzeugnisse sowie eine Fairtrade-Prämie, die Projekte zur Verbesserung des Lebensalltags finanziert. Angestellte auf Plantagen bekommen im Minimum den gesetzlichen Mindestlohn und profitieren etwa von bezahltem Urlaub und sozialer Vorsorge. Über 1.900 Produzentenorganisationen in 71 Ländern sind dem Fairtrade-System angeschlossen. Insgesamt profitieren über 2 Millionen Produzent*innen weltweit von Fairtrade.



ABSATZENTWICKLUNG

der wichtigsten Fairtrade-Produktgruppen:

Absatz Deutschland 2023

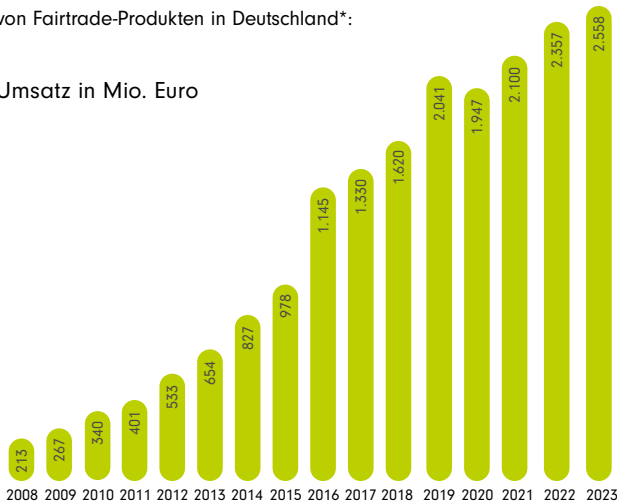


Quelle: Fairtrade Deutschland e.V. 2024, Jahr 2023

UMSATZENTWICKLUNG

von Fairtrade-Produkten in Deutschland*:

Umsatz in Mio. Euro



Quelle: Fairtrade Deutschland e.V. 2024, *eigene Berechnung auf Basis von durchschnittlichen Endverbraucherpreisen, Jahre 2008-2024



Fairtrade

Fairtrade-Bio



FRAGE 1

Wie viele Menschen profitieren insgesamt vom fairen Handel mit dem Fairtrade-Siegel?

- a. 900.000
- b. über 2 Millionen
- c. 1,7 Millionen

Antwort b ist richtig



Mehr fair – Nachhaltigkeit als Trend

Nachhaltigkeit ist das Trendthema der Stunde – auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten greifen viele Verbraucher*innen zu Fairtrade-Produkten

FRAGE 2

Wie viele Euro gaben Verbraucher*innen in Deutschland 2023 durchschnittlich für Fairtrade-Produkte aus?

- a. 3,00 Euro
- b. 30 Euro
- c. 300 Euro

Antwort b ist richtig

Sozial und ökologisch nachhaltig einkaufen: Das wollen immer mehr Konsument*innen. Der Lebensmitteleinzelhandel ist das wichtigste Standbein für den fairen Handel, auch der Außer-Haus-Markt trägt stark zum Absatz der Produkte bei. Im Jahr 2023 lag der Umsatz mit Fairtrade-Produkten bei 2,6 Milliarden Euro.

Der Klassiker unter den fair gehandelten Produkten ist Kaffee. Inzwischen sind über 8.500 Fairtrade-Produkte in Supermärkten, Discountern, Drogerien und Biomärkten, Weltläden und in gastronomischen Betrieben verfügbar. Deutsche Verbraucher*innen gaben 2023 durchschnittlich 30 Euro für fair gesiegelte Produkte aus. Diese Entwicklung kommt den Produzent*innen im globalen Süden zugute. Über den deutschen Markt erzielten sie 2023 Fairtrade-Prämien einkommen in Höhe von 42 Millionen Euro.

Das Fairtrade-Siegel
ist in Deutschland allgemein bekannt und verbreitet.





ZAHLEN UND FAKTEN ZU FAIRTRADE

Fair gehandelte Produkte aus dem globalen Süden sind heute weit verbreitet. Neben Kaffee gibt es viele weitere Produktkategorien, unter anderem Tee und Kakao, Reis, Gewürze, Zucker, Schokoladenriegel, Fruchtaufstriche sowie Honig.



Rund **580**
Lizenzpartner
bieten Fairtrade-
Produkte in
Deutschland an.

92 %
der Verbraucher*innen in
Deutschland kennen das
Fairtrade-Siegel.
Quelle: GlobeScan
Studie 2023

Über
8.500
Fairtrade-Produkte
sind bundesweit
verfügbar.

In weltweit
71
Ländern arbeiten
Produzent*innen nach
den Fairtrade-
Standards.

1.930
Produzenten-
organisationen sind
in das Fairtrade-System
eingebunden.

2,6 Mrd.
Euro wurden 2023 in
Deutschland mit Fairtrade-
zertifizierten Produkten
umgesetzt.

Fairtrade- Produkte 2023 in Deutschland

Kaffee: 23.000 Tonnen
Blumen: 466 Mio. Stiele
Bananen: 114.000 Tonnen
Kakao: 80.300 Tonnen
Fruchtsaft: 14 Mio. Liter
Tee: 565 Tonnen
Reis: 1.450 Tonnen

42 Mio.
Euro Fairtrade-Prämie
wurden 2023 allein über den
deutschen Markt generiert,
davon 19 Mio.
Euro über Kakao,
12 Mio. Euro über Kaffee und
6 Mio. über Bananen.

Über **2 Mio.**
Menschen profitieren
weltweit vom fairen
Handel mit dem
Fairtrade-Siegel.



INFO

Das **Fairtrade-Produkt-Siegel** befindet sich auf **Produkten**, bei denen **alle Zutaten zu 100 Prozent unter Fairtrade-Bedingungen** gehandelt sind. **Mischprodukte** mit dem **Fairtrade-Siegel** enthalten auch Zutaten wie **Milch** oder **Eier**, für die es keinen **Fairtrade-Standard** gibt. Alle Zutaten, die fair gehandelt werden können, müssen **zertifiziert** sein und der Fairtrade-Anteil am Gesamtprodukt muss mindestens **20 Prozent** betragen.

Dafür steht das Fairtrade-Siegel



Fairtrade kennzeichnet Waren, die aus fairem Handel stammen und bei deren Herstellung soziale, ökologische und ökonomische Kriterien eingehalten wurden.

Produkte mit Fairtrade-Siegel werden nach den Standards von Fairtrade International hergestellt und gehandelt. An diese Standards müssen sich alle Beteiligten entlang der Wertschöpfungskette halten. Sie beziehen sich dabei unter anderem auf die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte und eine Vielzahl internationaler Abkommen und bringen diese in die Form konkreter, überprüfbarer Kriterien. Die Entwicklung und regelmäßige Überarbeitung der Standards gehört zu den zentralen Aufgaben von Fairtrade International und erfolgt nach den Richtlinien der Organisation ISEAL in einem transparenten Prozess, in den alle Beteiligten eingebunden sind.



FAIRTRADE-FACTS IM ÜBERBLICK

Stabile Mindestpreise

Kleinbauernorganisationen bekommen für die meisten Produkte einen festgelegten Mindestpreis, der als finanzielles Sicherheitsnetz dient. Liegt der Weltmarktpreis darüber, muss der höhere Marktpreis bezahlt werden.

Fairtrade-Prämie

Die Fairtrade-Prämie wird zusätzlich zum Mindestpreis gezahlt. Sie ist dazu da, soziale, ökologische oder ökonomische Gemeinschaftsprojekte zu finanzieren. Über die konkrete Verwendung entscheiden die Produzent*innen selbst.

Partnerschaft auf Augenhöhe

Bei allen wichtigen Entscheidungen im Dachverband Fairtrade International halten die Produzent*innen 50 Prozent der Stimmen. Sie entscheiden also mit über die Fairtrade-Strategie, Fairtrade-Mindestpreise und Prämien.

Zugang zum Weltmarkt

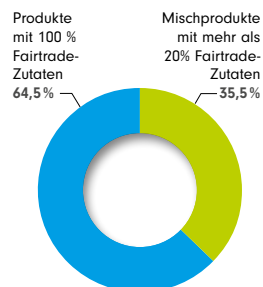
Fairtrade erleichtert den Produzent*innen den Zugang zum Weltmarkt und setzt auf langfristige Handelsbeziehungen. Ziel ist es, dass sie einen großen Anteil der Wertschöpfungskette selber aufbauen und davon profitieren können.



Im Fairtrade-System sind Kleinbauernfamilien und Beschäftigte **in alle wichtigen Entscheidungsprozesse eingebunden**.

AUFBAU DER STANDARDS

Die Fairtrade-Standards bestehen aus Kernanforderungen und sogenannten Entwicklungsindikatoren. Die Kernanforderungen müssen von jeder Produzentengruppe erfüllt werden, um die Fairtrade-Zertifizierung zu erhalten. Nach der Zertifizierung müssen die Produzentenorganisationen in einem festgelegten Zeitrahmen die Entwicklungsanforderungen erfüllen. Diese sind weitreichender und haben das Ziel, die Organisation und die Arbeitsbedingungen der Produzent*innen zu verbessern, aber auch langfristig wirkende Maßnahmen zum Schutz der Umwelt umzusetzen.



Quelle: Fairtrade Deutschland e.V. 2024

Faires Regelwerk

Es gibt definierte „Spielregeln“ des fairen Handels, an die sich Produzentenorganisationen und Händler halten müssen, um Produkte als „Fairtrade“ verkaufen zu dürfen. Die Einhaltung der Kriterien wird regelmäßig überprüft.

Umweltschutz & Klimafairness

Strenge Umweltkriterien, wie das Verbot von Gentechnik und gefährlicher Pestizide, fördern eine umweltverträgliche Produktion. Außerdem unterstützt Fairtrade Erzeuger*innen mit Projekten zur Anpassung an den Klimawandel.

Schutz von Kinderrechten

Ausbeuterische Kinderarbeit, die der Gesundheit und Entwicklung von Kindern schadet oder ihre Schulbildung beeinträchtigt, ist im Fairtrade-System verboten. Fairtrade hilft dabei, die Ursachen für Kinder- und Zwangsarbeit zu bekämpfen.

Chancen bei Mengenausgleich

Damit auch Produzentengruppen mit kleineren Erntemengen alle Vorteile von Fairtrade nutzen können, dürfen bei Kakao, Zucker, Fruchtsaft und Tee faire und nicht fair gehandelte Rohstoffe in einer Verarbeitungsanlage gemischt werden.

INFO

Die wichtigsten Fairtrade-Siegel auf einen Blick:

Fairtrade-Produkt-Siegel



Siegel für Produkte, bei denen **alle Zutaten unter Fairtrade-Bedingungen** gehandelt und rückverfolgbar sind (l.). Fairtrade-Siegel mit Pfeil für Mischprodukte und/oder Mengenausgleich (r.).

Spezielle Fairtrade-Siegel für Textilien, Gold, Kosmetik



Die Produktsiegel für **Baumwolle, Gold, Kosmetikprodukte und Textilproduktion** kennzeichnen spezielle Produktgruppen.

Fairtrade-Rohstoff-Siegel



Die Rohstoff-Siegel stehen für **fair gehandelte Zutaten in einem zusammengesetzten Produkt**. Die Siegel beziehen sich auf eine einzelne fair angebaute und gehandelte Zutat, zum Beispiel auf Kakao, Zucker oder Reis.

PRODUKTE MIT FAIRTRADE-SIEGEL

Das Fairtrade-Siegel wurde zur Unterstützung der am meisten benachteiligten Produzent*innen der Welt entwickelt. Dabei stehen die Länder Asiens, Lateinamerikas und Afrikas im Fokus. Generell können nur Produkte das Siegel tragen, für die es Fairtrade-Standards gibt: Kaffee, Kakao oder Bananen, aber auch Honig, Wein oder Zucker sind fair gehandelt erhältlich. Neben Lebensmitteln gibt es auch einige Nonfood-Produktgruppen wie Textilien, Blumen oder Sportbälle. Inzwischen gibt es rund 20 verschiedene Produktkategorien.

DER ZERTIFIZIERUNGSPROZESS

Kontrolliert wird dies durch die Zertifizierungsgesellschaft FLOCERT. Sie überprüft in den Produktionsländern, ob Produzent*innen und Händler die sozialen, ökonomischen und ökologischen Fairtrade-Standards erfüllen. Sie kontrolliert auch, ob die Produzentenorganisationen den festgelegten Mindestpreis und die Fairtrade-Prämie ausgezahlt bekommen. Über 150 hochqualifizierte Auditor*innen führen in regelmäßigen Abständen Audits bei allen relevanten Vertragspartnern durch.

DIE FLOCERT GMBH

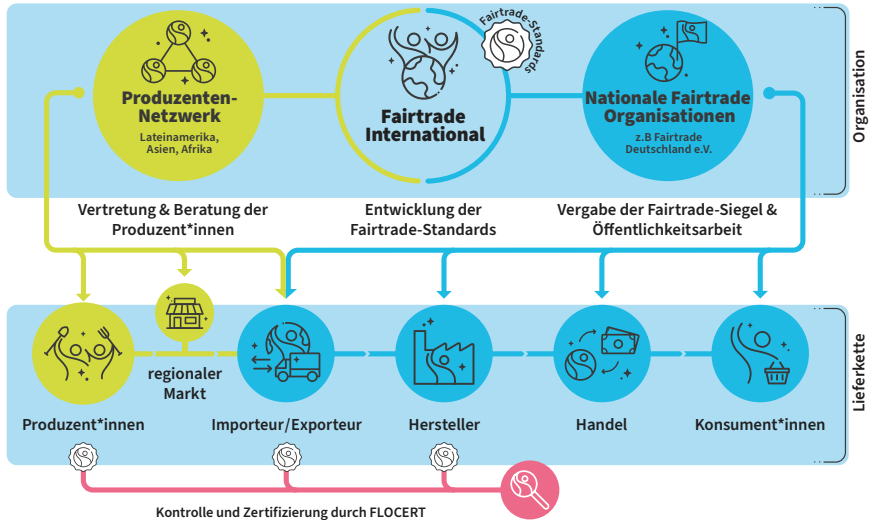
Aufgaben:

- Zertifizierung von Produzent*innen, Händlern und Herstellern in rund 120 Ländern
- Mehr als 150 qualifizierte Inspekteur*innen aus dem jeweiligen Kulturkreis des Antragstellers
- Unabhängiges, transparentes und weltweit konsistentes System (ISO 17065-Akkreditierung)
- Rückverfolgbarkeit von Fairtrade-Produkten in der Handelskette von den Produzent*innen bis zu den Herstellern



DAS FAIRTRADE-SYSTEM

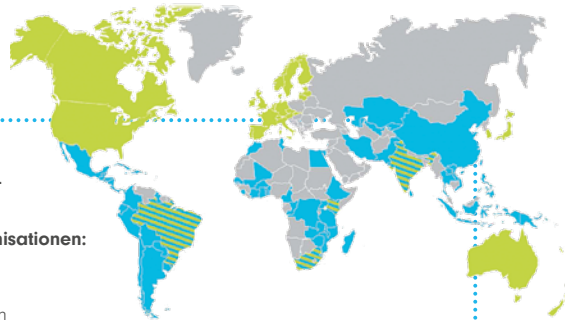
Fairtrade International ist der gemeinnützige Dachverband im Fairtrade-System. Er verbindet gleichberechtigt die Stimmen aller Fairtrade-Akteure und ist verantwortlich für die Fairtrade-Standards.



FAIRTRADE NATIONAL

Die Aufgaben der Nationalen Fairtrade-Organisationen:

- Sensibilisierung der Öffentlichkeit für fairen Handel und Fairtrade-Produkte
- Lobbyarbeit für Produzent*innen aus dem Süden
- Gewinnung von Händlern und Herstellern für den Handel mit Fairtrade-Produkten
- Vergabe des Fairtrade-Siegels
- Erschließung neuer Märkte teilweise auch in den Ländern des Südens



- Fairtrade-Konsumentenland
- Fairtrade-Produzentenland
- Fairtrade-Konsumentenland und -Produzentenland



Mithilfe von Fairtrade können Produktionsbedingungen und Sozialstandards **verbessert werden**.

Der globale Kaffeemarkt in der Krise



INFO

Rund

167 Liter

Kaffee werden in **Deutschland** durchschnittlich **pro Kopf** getrunken.

23.190 t

Fairtrade-Röstkaffee wurden **2023** verkauft. Vor allem **ganze Bohnen**, aber auch gemahlener Kaffee sind beliebt.

12 Mio.

Euro Prämien erhielten **Kaffee-Kooperativen 2024** durch Fairtrade-Verkäufe in Deutschland.

Quelle: Deutscher Kaffeeverband, Fairtrade Deutschland e.V. 2024

Kaffeeproduzent*innen sind mit vielen Herausforderungen konfrontiert: dem schwankenden Weltmarktpreis, klimatisch bedingten Ernteaussfällen, steigenden Produktionskosten.

Kaffee ist ein wichtiges Agrargut im globalen Nord-Süd-Handel. Weltweit werden mehr als zwei Milliarden Tassen Kaffee täglich getrunken, 2023 erreichte der globale Umsatz von Kaffee 413 Milliarden Euro (Quelle: Statista, 2024). Der größte Anteil des Kaffeekonsums entfällt auf Europa, die Vereinigten Staaten und Brasilien sowie zunehmend auch auf Asien. Rund 480.000 Tonnen Kaffee wurden 2023 allein in Deutschland konsumiert.

EINSEITIGE PROFITVERTEILUNG

Von diesem lukrativen Markt profitieren jedoch hauptsächlich die großen Röster und Kaffeehändler, während sich die Kaffeebäuerinnen und -bauern oft mit einem Einkommen begnügen müssen, das die Produktionskosten nicht deckt. Zum Vergleich: Die Einnahmen in den Produktionsländern sind zwischen 1994 und 2017 um zehn Prozent gesunken. Dagegen ist die Wertschöpfung bei Händlern in Deutschland im gleichen Zeitraum um 139 Prozent von 1,52 Milliarden Euro auf 3,63 Milliarden Euro pro Jahr gestiegen.

SCHWANKENDE PREISE, STEIGENDE KOSTEN

Zusätzlich sehen sich Kaffeeproduzent*innen mit weiteren Herausforderungen konfrontiert: einem schwankenden Weltmarktpreis, klimatisch bedingten Ernteausfällen, steigenden Produktions- und Haushaltskosten. Kleinbauernfamilien, die sich nicht in Kooperativen zusammenschließen, sind lokalen Händlern häufig ausgeliefert. Ihnen fehlt häufig der Zugang zu Markt- und Preisinformationen. Kleine Anbauflächen und niedrige Ernteerträge erschweren es, Armut zu beenden. Immer weniger junge Menschen in den Anbauländern sehen ihre Zukunft im Kaffeeanbau.

PERSPEKTIVEN SCHAFFEN

Fairtrade trägt dazu bei, dass sich die Kaffee-Erzeuger*innen professionalisieren, und setzt für die Zertifizierung einen Zusammenschluss in einer Kooperative voraus. Starke Organisationen mit klaren Zielen und gut organisiertem Management verbessern die Verhandlungsposition der Kleinbäuerinnen und -bauern. Nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken erhöhen die Produktivität und die Qualität des Kaffees. Fairtrade hat in der Überarbeitung seiner Standards zudem strengere Regeln zum Schutz der Wälder festgelegt. Das Regelwerk erfüllt die neuen EU-Regularien zum Walderhalt und geht teilweise darüber hinaus.



i INFO

Fairtrade-Kaffee ist **physisch rückverfolgbar**. Er stammt 1:1 von Fairtrade-Kaffee-kooperativen. Der **Waren- und Geldfluss** der gesamten Lieferkette unterliegt einer unabhängigen Kontrolle.

DETAILS:

Markteinführung: 1992
Herkunft: Peru, Honduras, Kolumbien, Brasilien
Marktanteil in DE: 5 %
Bioanteil: 72 %

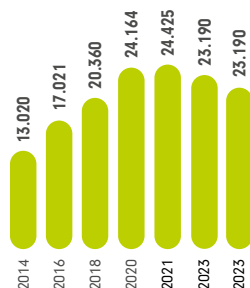
i BESSERER MARKTZUGANG

Fairtrade setzt sich aktiv für bessere Kaffee-Qualität und höhere Erträge für Kleinbäuerinnen und -bauern ein. Dazu trägt der zusätzliche Aufschlag, die Fairtrade-Prämie, bei. Die Kooperativen verpflichten sich, ein Viertel der Prämie in Maßnahmen zur Qualitäts- und Produktivitätssteigerung zu investieren. Durch bessere Planungs- und Investitionsmöglichkeiten durch stabile Mindestpreise und Prämien für Projekte vor Ort wird der Anbau für junge Menschen attraktiver. Zudem unterstützt Fairtrade Kooperativen bei der Jugendarbeit zum Beispiel in Kooperationsprojekten mit Partnern. Die nächste Generation von Kaffeeproduzent*innen wird darin geschult, ein eigenes Einkommen aus dem Kaffeeanbau und weiteren Stufen der Wertschöpfung zu erwirtschaften.



Absatzentwicklung von Fairtrade-Kaffee in Deutschland:

Absatz in Tonnen





Wie Kakao-Farmer*innen von Fairtrade profitieren



INFO

Rund **5 Mio. t**

Kakao wurden weltweit in der Saison 2022/2023 geerntet.

Quelle: Statista

Über **60 %** des weltweit angebauten Kakao stammen aus **Côte d'Ivoire** und **Ghana**.

80.300 t

Fairtrade-Kakao wurden 2023 in **Deutschland** verkauft.

74.500 t

davon wurden über das Fairtrade-**Rohstoffprogramm** verkauft.

DETAILS:

Markteinführung: 1995

Herkunft: Ghana, Elfenbeinküste, Dom. Republik

Marktanteil: 17 % (2023)

Quelle: Statista

Fairtrade Deutschland e.V. 2023

Schätzungsweise 90 Prozent des weltweit produzierten Kakao stammen von Familienbetrieben, die oft nur kleine Felder von weniger als vier Hektar bewirtschaften.

Fairtrade unterstützt die Kakaobauernfamilien, ihr Leben selbstbestimmt zu verbessern. Neben dem Zusammenschluss in demokratischen Organisationen setzen die Fairtrade-Standards auf nachhaltige Anbaumethoden, Geschlechtergerechtigkeit und Mitsprache. Ein Fairtrade-Mindestpreis dient als Sicherheitsnetz gegen Preisschwankungen. Ausbeuterische Kinderarbeit ist verboten – Fairtrade arbeitet eng mit Kooperativen und externen Organisationen vor Ort zusammen, um diese zu vermeiden.

Das Fairtrade-Rohstoff-Siegel

Schokolade gehört in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu den beliebtesten Süßigkeiten. Schokoladen, in denen alle Zutaten, wie Kakaobutter, Kakaopulver, Zucker und zum Beispiel Vanille oder Kokosflocken, fair gehandelt sind, erhalten das klassische Fairtrade-Siegel auf schwarzem Grund.





Die Bäuerinnen und Bauern entscheiden, wofür sie ihre Prämie verwenden – etwa für **Qualitätsverbesserung oder für Weiterbildungen**.

Um Produkte auszuweisen, bei denen Kakao als spezifische Zutat Fairtrade-zertifiziert ist, gibt es das Rohstoff-Siegel. Hersteller verwenden für ihre Produktion Fairtrade-Kakao und dürfen dann zum Beispiel Rübenzucker aus Deutschland einsetzen. Das hilft Kakao-Produzent*innen mehr Kakao zu Fairtrade-Bedingungen verkaufen. Hierdurch konnte der weltweite Absatz von Fairtrade-Kakao von 80.000 Tonnen vor der Einführung des Rohstoffsiegels 2014 auf 699.000 Tonnen im Jahr 2021 gesteigert werden.

FRAGE 3

Wie hoch ist der Mindestpreis für fairen Kakao pro Tonne?

- a. 300 US-Dollar
- b. 2.400 US-Dollar
- c. 3.000 US-Dollar

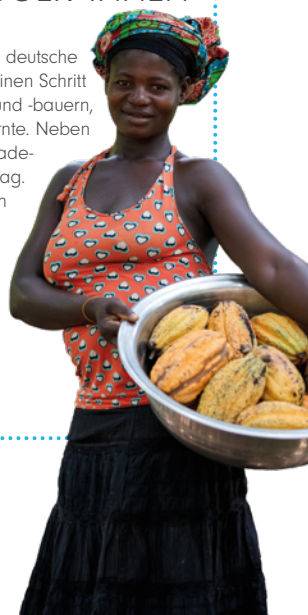
Antwort b ist richtig



HÖHERE EINNAHMEN FÜR KLEINERZEUGER*INNEN

Sie heißen „Way to Go“ oder „Choco Changer“: Mittlerweile haben verschiedene deutsche Supermärkte Schokoladenkreationen ihrer Eigenmarken im Programm, die noch einen Schritt weitergehen, als es die Fairtrade-Standards vorschreiben. Die Kakaobäuerinnen und -bauern, die die Kakaobohnen für diese Sorten anbauen, bekommen mehr Geld für ihre Ernte. Neben dem Fairtrade-Mindestpreis, der pro Tonne Rohkakao gezahlt wird, und der Fairtrade-Prämie für Gemeinschaftsprojekte, erhalten sie einen weiteren finanziellen Aufschlag. So erzielen die Kakaobauernfamilien erstmals einen Preis für ihren Kakao, der den Grundstein für ein existenzsicherndes Einkommen legt – ein Einkommen also, das nicht nur die Produktions- und Lebenshaltungskosten deckt, sondern den Familien genug Geld einbringt, um in Bildung oder Gesundheit zu investieren oder finanzielle Rücklagen zu bilden.

Berechnet wird die Höhe dieses Einkommens mithilfe der Anker-Methode. Sie berücksichtigt neben Lebenshaltungskosten des jeweiligen Landes weitere Faktoren, wie beispielsweise die Familiengröße.





Fairtrade-Bananen stehen für bessere Einkommen und Arbeitsbedingungen.

So funktioniert der faire Handel mit Bananen

Die Banane ist die meistkonsumierte Südfrucht in Deutschland, doch Bananenproduzent*innen bekommen immer weniger Geld für ihre Ware.

Obwohl Bananen per Schiff aus Ländern wie Peru, Dominikanische Republik, Kolumbien oder Ecuador importiert werden, werden sie vergleichsweise billig verkauft: Oft kosten sie hierzulande nur halb so viel wie heimische Äpfel. Und der finanzielle Druck steigt weiter: Hohe Produktionskosten in Verbindung mit den wirtschaftlichen Folgen des Klimawandels und der Bekämpfung von Pflanzenkrankheiten gefährden Lebensunterhalt, nachhaltige Anbaumethoden und Ernährungssicherheit der Erzeuger*innen. Mit dem Ziel die Lücke zum existenzsichernden Einkommen immer weiter zu schließen, hat Fairtrade in den vergangenen Jahren konkrete Maßnahmen ergriffen. Beispielsweise wird der Fairtrade-Mindestpreis jährlich



FAIRTRADE-BANANEN IN DEUTSCHLAND

114.000 t

Fairtrade-Bananen wurden **2023** in Deutschland verkauft.

66 %

der Fairtrade-Bananen auf dem **deutschen Markt** sind Bio-zertifiziert.

Quelle: Fairtrade Deutschland e.V. 2024

Fairtrade-Bio-Bananen sind flächendeckend bei Aldi Nord, Penny, Norma und Feneberg erhältlich. Aldi Süd, Lidl und Kaufland führen zudem auch konventionelle Fairtrade-Bananen.

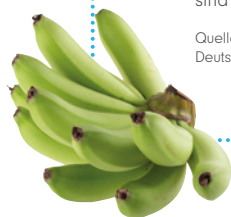
Mit Fairtrade als starkem Partner können große Handelsketten ihre Marktmacht nutzen, um sich für einen Lebensmittelmarkt ohne Ausbeutung einzusetzen.

DETAILS:

Markteinführung: 1997

Herkunft: Peru, Dominikanische Republik, Ecuador und Kolumbien

Marktanteil: 15 %





Fairtrade unterstützt Kleinbäuer*innen und Beschäftigte im Bananenanbau.

angepasst und veröffentlicht, um den Auswirkungen steigender Exportkosten und sinkender Importpreise entgegenzuwirken. Außerdem hat Fairtrade 2021 einen Grundlohn für Beschäftigte im Bananenanbau eingeführt: Alle zertifizierten Plantagen verpflichteten sich, mindestens 70 Prozent eines existenzsichernden Nettolohnes zu zahlen und die Löhne nach und nach zu steigern.

FÖRDERUNG FÜR KLEINBAUERNFAMILIEN

Fairtrade unterstützt die Kleinbauernkooperativen mit gezielten Schulungsprogrammen. Sie lernen, wie sie besseren Zugang zu Krediten, Informationen und Technologien für moderne Anbaumethoden erhalten. Zusätzlich zum Fairtrade-Mindestpreis erhalten sie die Fairtrade-Prämie. Häufig entschließen sie sich dazu, die Prämie in Maßnahmen zur Produktivitäts- und Qualitätssteigerung der Bananen zu investieren. So stärkt der faire Handel die Marktposition der Kleinbauernfamilien.

INFO

Mehr als

730.000 t

Fairtrade-Bananen wurden 2022 weltweit verkauft.

265

Produzentenorganisationen mit 35.985 Farmer*innen und Arbeiter*innen bauen Fairtrade-Bananen an

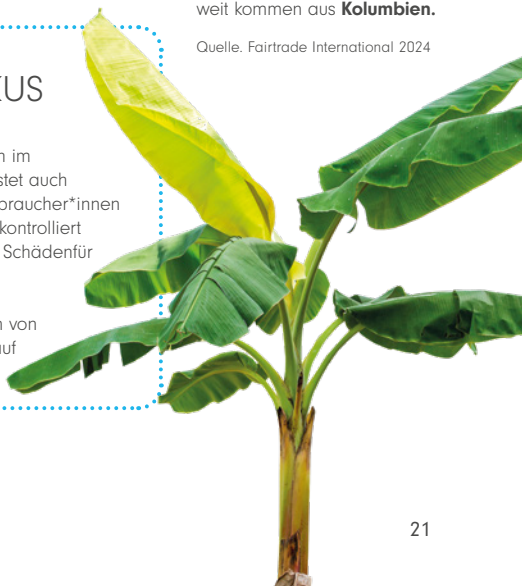
28 %

der Fairtrade-Bananen weltweit kommen aus **Kolumbien**.

Quelle: Fairtrade International 2024

UMWELTSCHUTZ IM FOKUS

Nicht nur die Erzeuger*innen sind von den Bedingungen im Bananenanbau betroffen, die Bananenproduktion belastet auch Umwelt und Klima in hohem Maße. Da die meisten Verbraucher*innen nur makellose Bananen kaufen, werden Pestizide oft unkontrolliert eingesetzt – mit enormen Risiken, von gesundheitlichen Schäden für Arbeiter*innen bis hin zum Verlust der Biodiversität. Für Fairtrade-Bananen gibt es Umweltstandards und eine umfassende Liste verbotener Substanzen. Der Gebrauch von synthetischen Dünge- oder Pflanzenschutzmitteln muss auf ein Minimum reduziert werden.





Für den Anbau von Blumen sind die klimatischen Bedingungen in Ostafrika ideal.

Blumen und Pflanzen mit dem Fairtrade-Siegel

FRAGE 4

Woher stammt der Großteil der Fairtrade-Blumen?

- a. Kenia und Äthiopien
- b. Ecuador
- c. Uganda

Antwort a ist richtig

Der Großteil der Schnittblumen und Pflanzen, die hier verkauft werden, wächst in Ländern des globalen Südens. Fairtrade stärkt die Position der Beschäftigten auf den Farmen.

Blumen gelten in Deutschland als allseits beliebtes Geschenk für verschiedenste Anlässe. Die europäische Blumenproduktion allein kann jedoch die heimische Nachfrage nicht befriedigen: Etwa 92 Prozent der in Deutschland verkauften Schnittrosen werden importiert. Ein Großteil davon aus Ländern des globalen Südens.



WELCHE PFLANZEN SIND FAIRTRADE-ZERTIFIZIERT?

Seit 2015 können neben Schnittblumen und fertig kultivierten Pflanzen auch Jungpflanzen oder unbewurzelte Stecklinge Fairtrade-zertifiziert werden. Fairtrade hat dafür den Standard für Blumen und Pflanzen um die Kategorie Jungpflanzen erweitert. Durch diese Änderung profitieren tausende Arbeiter*innen auf Stecklingsfarmen und Blumenfans in Deutschland: Sie können auch Weihnachtssterne, Geranien und Beet- und Balkonpflanzen wie Dahlien, Astern, Kapkörbchen oder Buntnesseln mit dem Fairtrade-Siegel kaufen.





Trotz der weiten Transportwege haben etwa Rosen aus Kenia einen nachweislich geringeren CO₂-Fußabdruck als Schnittrosen aus den Niederlanden, da in Ostafrika auf die Beheizung der Gewächshäuser verzichtet werden kann. Die Blumen- und Pflanzenindustrie spielt dort daher eine immer bedeutendere Rolle, allein in Kenia sind mehr als 150.000 Arbeitskräfte in diesem Bereich tätig. Doch sind die dortigen Arbeitsbedingungen oft von niedrigen Löhnen, mangelndem Arbeitsschutz und hohem Einsatz von zum Teil hochgiftigen Pflanzenschutzmitteln bestimmt. Dagegen können sich die Beschäftigten oft nicht zur Wehr setzen, da sie ihre Rechte nicht kennen.

STARKE UNTERSTÜTZUNG FÜR FRAUEN

Frauen machen ungefähr die Hälfte der Beschäftigten auf Blumen- und Pflanzenfarmen aus. Sie sind als Pflückerinnen oder in den Verpackungshallen tätig. Viele von ihnen haben es aufgrund traditioneller Geschlechterrollen sehr schwer, Beruf und Familie unter einen Hut zu bekommen oder gar die Karriereleiter hinaufzusteigen.

Zudem sind viele alleinerziehend, ihr Bildungsstand ist meist niedrig. Die Fairtrade-Standards schreiben vor, dass insbesondere Frauen auf den Blumen- und Pflanzenfarmen nachweislich gefördert werden müssen, um ihre ökonomische und soziale Situation verbessern zu können. Von den durch Fairtrade vorgeschriebenen Maßgaben wie feste Arbeitsverträge, Lohnuntergrenzen, Versammlungs- und Gewerkschaftsfreiheit, Mutterschutz, klare Arbeitszeitregelungen oder Schutzkleidung profitieren die Frauen ebenso wie alle weiteren Beschäftigten mit ihren Familien.



über

952 Mio.

Fairtrade-Blumen wurden
2022 weltweit verkauft.

74.000

Beschäftigte auf Blumen-
und Stecklingsfarmen in
9 Ländern profitieren
von Fairtrade

88 %

der weltweit verkauften
Fairtrade-Blumen und
-Pflanzen weltweit kommen
aus Kenia und Äthiopien.

464 Mio.

Fairtrade-Blumenstiele wurden
2023 in Deutschland verkauft.

DETAILS:

Markteinführung: 2005

Herkunft: Kenia, Äthiopien,
Uganda

Marktanteil: 33 %

Quelle: Fairtrade International,
Fairtrade Deutschland e.V. 2024



i INFO

92 %

der **Verbraucher*innen** in Deutschland **kennen** das **Fairtrade-Siegel**.

81 %

der Konsumenten*innen bringen **ethischen Konsum** mit dem **Kauf von Produkten aus fairem Handel** in Verbindung.

70 %

der Befragten geben an, dass **ethische Kriterien** zu einem **festen Bestandteil ihrer Kaufüberlegungen** geworden sind.

GlobeScan Studie 2023;
Otto Group Trendstudie 2020

Wie auch der Handel von Fairtrade profitiert

Vertrauen stärken, Kund*innen binden: Immer mehr Verbraucher*innen beziehen Aspekte der Nachhaltigkeit und sozialen Verantwortung in ihre Kaufentscheidung mit ein.

Rund 97 Prozent der deutschen Verbraucher*innen geben an, dass Unternehmen zur Steigerung ihrer persönlichen Lebensqualität beitragen, indem sie auf menschenwürdige Arbeitsbedingungen achten und ihre Mitarbeitenden fair behandeln, oder – wie 95 Prozent sagen – ihre Zulieferer und Produktionsstätten stärker kontrollieren und auf die Einhaltung von Arbeitsstandards achten. Mit gut platzierten Fairtrade-Produkten im Regal und zusätzlichen PoS-Aktionen kann der Handel dem Wunsch der Kund*innen nach sozial und ökologisch vertretbaren Produkten nachkommen und gleichzeitig das Vertrauen in das eigene Unternehmen stärken.

DAS FAIRTRADE-ROHSTOFF-SIEGEL

2012 startete Fairtrade ein neues Modell, das heutige „Rohstoff-Siegel“, das für alle Rohstoffe außer Kaffee und Bananen angewandt wird und sich auf beiden Seiten der Lieferkette positiv auswirkt: Unternehmen können ihre Lieferketten auf faire Beschaffung umstellen, indem sie die Rohware unter Fairtrade-Bedingungen einkaufen und für



Mithilfe von Fairtrade können **Unternehmen ihre Sorgfaltspflichten** entlang der Lieferkette erfüllen.

verschiedene Sortimente weiterverarbeiten. Fair gehandelte Rosen in Mischsträußen, fairer Reis in Fertiggerichten oder faire Nüsse in Schokoladen führen dazu, dass Fairtrade-Produzent*innen höhere Anteile ihrer Ernten zu Fairtrade-Bedingungen verkaufen können. Der faire Handel entfaltet seine Wirkung vor allem bei relevanten Verkaufsmengen – das Rohstoff-Siegel hilft dabei, den Produzent*innen neue Marktzugänge zu eröffnen.

FRAGE 5

Wie viel Prozent der deutschen Verbraucher*innen kennen das Fairtrade-Siegel?

- a. 92 Prozent
- b. 77 Prozent
- c. 97 Prozent

Antwort a ist richtig.



DIE MENSCHENRECHTLICHE SORGFALTSPFLICHT

Alle Unternehmen in Deutschland stehen in der Verantwortung, menschenrechtliche Sorgfaltspflichten zu erfüllen – unabhängig von ihrer Größe, Branche oder ihrem Umfeld.

Menschenrechtliche Verantwortung für den Schutz von Kindern.

Sorgfalt durch Transparenz und Beschwerde-mechanismen.

Sorgfalt durch die Einhaltung von Standards, Beratung und Schulungen.

Menschenrechtliche Verantwortung für Frauenrechte.

Mehr unternehmerische Sorgfalt durch Fairtrade-zertifiziertes Sourcing und zusätzliches Engagement.

Menschenrechtliche Verantwortung für Arbeiterinnen und Arbeiter.

Menschenrechtliche Verantwortung für Lieferbeziehungen zu Kleinbauernge-nossenschaften.



Sonderplatzierungen wie beispielsweise von Rewe Tönnies während der Platzierungschallenge 2023 richten die Aufmerksamkeit der Kundschaft gezielt auf einzelne, fair gehandelte Produkte.

So rücken Sie Fairtrade-Produkte in den Fokus

Mit Promotionaktionen kann der Handel den gezielten Abverkauf von Fairtrade-Produkten fördern. Gut sichtbare und kreativ inszenierte Platzierungen spielen dabei eine wichtige Rolle.

FRAGE 6

Welche Produkte rückt die Fairtrade-Platzierungs-Challenge in den Fokus?

- a) ausschließlich Frühstückssprodukte
- b) regionale Produkte
- c) Produkte mit dem Fairtrade-Siegel

Richtig! a ist richtig

Sonderplatzierungen von Produkten zu saisonalen Anlässen wie beispielsweise zur Weihnachts- oder Osterzeit, aber auch anlässlich gezielter Aktionen, erregen Aufmerksamkeit und sorgen für zusätzliche Umsätze. Platzierungen führen Kund*innen vor Ort an Fairtrade-Produkte heran und zeigen die Vielfalt des Sortiments. Machen Sie Ihre Kundschaft auf Ihr Fairtrade-Engagement aufmerksam und steigern Sie so Ihr positives Image. Hierbei unterstützt Fairtrade Deutschland Sie gerne mit Werbematerialien.

► Präsentieren Sie die Vielfalt von Fairtrade in Ihrem Markt.

Ob Fruchtsäfte, Schokolade, Kaffee, Honig, Schokocremes oder Bananen – Kund*innen überzeugen sich gerne persönlich von Geschmack und Qualität eines Produktes. Wählen Sie einen prominenten Ort für Ihre Platzierung aus und ordern Sie ausreichend Ware. Fairtrade Deutschland berät Sie gern dazu!

- Bewerben Sie faire Produkte im Handzettel, online oder durch Zweitplatzierungen.

Für zusätzliche Aufmerksamkeit sorgen Sie mit verkaufsfördernden Materialien wie Handzetteln, Postern, Postkarten oder Flyern, die bei Fairtrade Deutschland online bestellt werden können. Verwenden Sie für eine schnelle Orientierung am Regal das Fairtrade-Logo oder Regalstopper.



- Nehmen Sie an Fairtrade-Kampagnen teil.

Beteiligen Sie sich an der Fairbruary-Kampagne oder machen Sie mit bei der Fairtrade-Platzierungschallenge für Azubis, die im Rahmen der Fairen Woche, der bundesweiten Aktionswoche zum fairen Handel, stattfindet.



- Nutzen Sie saisonale Anlässe.

Fairtrade-Rosen zum Valentins-, Weltfrauentag oder Muttertag, faire Schokofiguren in der Oster- oder Vorweihnachtszeit: Es gibt zahlreiche saisonale Anlässe, um Ihre Fairtrade-Produkte zu highlighten. Nutzen Sie diese und schaffen Sie Bewusstsein für die Vorzüge des fairen Handels.



INFORMIEREN SIE SICH

über unsere verschiedenen Kampagnen, Aktionen und unser umfassendes Freiwilligen-Netzwerk



Städte und Kommunen, Schulen sowie Hoch- und Berufsschulen setzen sich mit gezielten Maßnahmen für den fairen Handel ein.



Das Programm bietet jungen Leuten zwischen 18 und 27 die Möglichkeit, sich ein Jahr lang aktiv für eine nachhaltige Zukunft und den fairen Handel einzusetzen.



**FAIRTRADE
AWARDS
2024**

Der begehrte Preis wird alle zwei Jahre an Unternehmen und Organisationen vergeben, die die Fairtrade-Idee erfolgreich umsetzen. Azubis im LEH können sich um den Nachwuchspreis bewerben.



Über 30 Jahre Fairtrade in Deutschland

Seit 1992 setzt sich Fairtrade dafür ein, fair gehandelte Produkte in das Bewusstsein einer breiten Verbraucherschicht zu bringen.



Fairer Startschuss

1992 wurde der **erste Lizenzvertrag abgeschlossen.**



Faire Community

Heute ist **Fairtrade zu einer Bewegung geworden.**



Politisch aktiv

Fairer Handel braucht **Rahmenbedingungen.**

Was 1992 mit sprichwörtlichem Klinkenputzen bei namhaften Unternehmen und einem ersten gesiegelten Kaffee in einer Supermarktkette begann, hat sich zum bekanntesten Siegel neben Bio in Deutschland entwickelt. Aus verschiedenen Fair-Handels-Initiativen wurde eine globale Bewegung: Organisationen wie Fairtrade Deutschland gibt es inzwischen in über 20 Ländern; über 2 Mio. Menschen in Ländern Asiens, Afrikas und Lateinamerikas sind Teil einer Fairtrade-zertifizierten Produzentenorganisation.

IN BEWEGUNG: VON BELÄCHELTER IDEE ...

Wurde die Fairtrade-Idee anfangs von Handel und Industrie belächelt, gehören Nachhaltigkeitsabteilungen heute fast selbstverständlich zu größeren Unternehmen. Jeder Supermarkt in Deutschland führt Fairtrade-Produkte. Rund 580 Unternehmen arbeiten mit Fairtrade zusammen. Dazu kommen Engagierte in rund 900 Kommunen, über 900 Schulen und über 40 Hochschulen, die als Fairtrade-Town, -School oder -University aktiv sind. Sowie die über 30 Mitgliedsorganisationen von Fairtrade Deutschland aus den Bereichen Entwicklungszusammenarbeit, Politik, Frauen, Bildung, Umwelt.

... ZUR POLITISCHEN ADVOCACY

In den letzten Jahren hat Fairtrade Deutschland sein politisches Engagement ausgebaut: Der Verein ist in nationalen und internationalen Nachhaltigkeits-Initiativen aktiv, es gibt Kooperationen und Projekte mit dem Entwicklungsministerium BMZ. Um den Welthandel fair zu gestalten, müssen alle mit anpacken. Um das zu erreichen, braucht es die Politik, die einen allgemeingültigen Rahmen setzt und dabei die Schwächsten im Fokus hat.

FAIRER HANDEL IST WICHTIGER DENN JE

Krisen und Krieg, Klima und Inflation. Vor allem den globalen Süden trifft die aktuelle Lage mit voller Härte: Die Lebenskosten steigen, gleichzeitig sorgt die Klimakrise für geringere Erträge. Darum setzt Fairtrade sich für mehr Solidarität ein – und rückt drei Themenbereiche noch stärker in den Fokus seiner Arbeit.

KLIMAFAIRNESS

Die Folgen des Klimawandels treffen die Menschen am härtesten, die am wenigsten dazu beigetragen haben: Kleinbäuerinnen und -bauern im globalen Süden, die über geringe Ressourcen verfügen und deren Existenzen unmittelbar von den Wetterbedingungen abhängig sind. Mit dem Einsatz für mehr #KlimaFairness macht der faire Handel Kleinbauernfamilien widerstandsfähiger gegen Klimafolgen, setzt sich ein für mehr Klimagerechtigkeit, die Eindämmung des Klimawandels und zukunftsfähige Produktionsweisen.

AGRARÖKOLOGIE

Dieser Ansatz stellt die Bewahrung der Ressourcen, die Diversifizierung des Anbaus und eine stärkere Widerstandsfähigkeit der Kleinbauernfamilien in einer gesünderen Umwelt in den Mittelpunkt. Demnach soll die Landwirtschaft die Bedürfnisse heutiger und künftiger Generationen abdecken können, die Qualität der Agrarprodukte erhalten und verbessern. Das Konzept der Agrarökologie gilt dem gesamten globalen Fairtrade-System als verbindliche Leitlinie.

EXISTENZSICHERNDE EINKOMMEN

Noch immer reicht das Einkommen vieler Menschen im globalen Süden kaum zum Leben. Oft deckt es gerade einmal die Kosten für Grundbedürfnisse wie Wohnen oder Lebensmittel – Ausgaben für Bildung, medizinische Versorgung oder Kleidung sind oft nicht möglich. Damit Kleinbauernfamilien und Beschäftigte ihre Zukunft und die ihrer Kinder selbstbestimmt gestalten können, arbeitet Fairtrade aktiv an der Erreichung existenzsichernder Löhne, ermittelt entsprechende Referenzpreise für Produkte und Regionen und setzt sich mit Partnerunternehmen dafür ein, diese Schritt für Schritt zu erreichen.



Klimafairness

Fairtrade stärkt
die Klimaresilienz.



Umweltschutz

Nachhaltiger Anbau
braucht **intakte Umwelt.**



Existenzen sichern

Fairer Handel schafft **faire**
Zukunftschancen.

Von A bis Z gut informiert



BIODIVERSITÄT. Auch biologische Vielfalt. Besteht aus drei Bereichen, die eng miteinander verbunden sind: die Vielfalt der Arten, die genetische Vielfalt innerhalb der Arten und die Vielfalt der Ökosysteme, zu der Lebensgemeinschaften, Lebensräume wie Wälder und Meere sowie auch Landschaften gehören.

DIVERSIFIZIERUNG. Diversifizierung in der Landwirtschaft ist ein Sammelbegriff für verschiedene Strategien, die landwirtschaftliche Betriebe verfolgen, um ihre Einkommensquellen zu erweitern oder zu ergänzen. Fairtrade-Produzent*innen werden dabei unterstützt, ihr Einkommen aus mehreren Kanälen zu generieren, um weniger von einem einzigen Produkt abhängig zu sein.

EXISTENZSICHERUNG. Als existenzsichernd gilt ein Einkommen oder Lohn dann, wenn nicht nur die Kosten für Grundbedürfnisse wie Lebensmittel und Unterkunft abgedeckt, sondern auch Ausgaben für Bildung, medizinische Versorgung sowie Rücklagen für Notsituationen ermöglicht werden.

GLOBALISIERUNG. Bezeichnet die zunehmende weltweite Vernetzung von Nationen in allen Bereichen (Politik, Wirtschaft, Kommunikation, Kultur). Dies geschieht sowohl zwischen Individuen als auch zwischen Organisationen, Unternehmen und Staaten. Die Globalisierung wird durch Fortschritte in den Kommunikations- und Transporttechniken angetrieben.

HREED. Unternehmerische Sorgfaltspflicht für Menschenrechte und Umwelt (Human Rights and Environmental Due Diligence). Damit wird der Prozess verstanden, mit dem Unternehmen ihre negativen Auswirkungen auf Mensch und Natur identifizieren, verhindern, reduzieren und darüber Rechenschaft ablegen.

KLIMAWANDEL. Der Begriff bezeichnet langfristige Veränderungen der Temperaturen und Wettermuster. Diese Veränderungen können natür-



lichen Ursprungs sein und beispielsweise durch Schwankungen in der Sonnenaktivität entstehen. Doch seit dem 19. Jahrhundert ist der Klimawandel hauptsächlich auf menschliche Tätigkeiten zurückzuführen, allen voran auf die Verbrennung fossiler Brennstoffe wie Kohle, Erdöl und Erdgas.

KOOPERATIVE. Auch: Genossenschaft. Bezeichnet einen Zusammenschluss oder Verband von Personen zu Zwecken der Erwerbstätigkeit oder der Förderung der Mitglieder durch gemeinschaftlichen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb. Die Zusammenarbeit erfolgt nach klar definierten Regeln.

MENGENAUSGLEICH. Beim Mengenausgleich dürfen fair gehandelte Rohstoffe bei der Verarbeitung, Lagerung oder während des Transports mit handelsüblichen Produkten vermischt werden. Am Ende darf jedoch nur so viel Ware als Fairtrade ausgezeichnet werden, wie Fairtrade-Rohstoffe eingekauft wurden.

NACHHALTIGKEIT. Als nachhaltig wird eine Entwicklung bezeichnet, bei der heutige Bedürfnisse befriedigt werden, ohne zukünftigen Generationen die Lebensgrundlage, etwa in Form von ökologischen Ressourcen, zu entziehen.

SOURCING. Auch: Beschaffung. Teil der Materialwirtschaft eines Unternehmens. Das Sourcing legt die Verteilung der Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen auf einzelne Lieferanten fest. Zentrales Ziel einer Beschaffungsstrategie: Sicherstellung der Versorgung des Unternehmens mit allen nötigen Mitteln.

SOZIALSTANDARDS. Sammelbegriff für die grundlegenden Rechte von Arbeitnehmer*innen. Dazu gehören unter anderem das Verbot von Zwangs- und ausbeuterischer Kinderarbeit, die Vereinigungsfreiheit, das Recht, Gewerkschaften zu gründen, das Recht auf gleichen Lohn für gleiche Arbeit von Frauen und Männern und die Beseitigung von Diskriminierung im Arbeitsleben.

WELTMARKT. Bezeichnet einen globalen Wirtschaftsraum, der erst durch die Entwicklung der Telekommunikation, vor allem durch den Einsatz des Internets, als gemeinhin als real wahrgenommene Größe entstanden ist. Durch die globale Vernetzung lassen sich zum Beispiel weltweit Marktpreise vergleichen.

WERTSCHÖPFUNGSKETTE. . Bezeichnung für die Abfolge von Aktivitäten, die ein Unternehmen durchführt, um seine Produkte oder Dienstleistungen zu entwerfen, herzustellen, zu verkaufen, auszuliefern und zu betreuen. Durch die genaue Analyse der Wertschöpfungskette können Unternehmen zum Beispiel interne Prozesse effizienter gestalten.

ZERTIFIZIERUNG. Ein Verfahren, mit dessen Hilfe die Einhaltung bestimmter Anforderungen, zum Beispiel für Produkte oder Dienstleistungen, nachgewiesen wird. Zertifikate werden, meist zeitlich befristet, von unabhängigen Zertifizierungsstellen vergeben.

Wir fragen – Sie antworten

Der vorliegende fitfortrade-Markentrainer hat Ihnen zahlreiche Informationen zum Thema Fairtrade vermittelt und dargestellt, wie Sie Fairtrade-Produkte am besten verkaufen. Auf den beiden folgenden Seiten haben Sie nun die Gelegenheit, Ihr neu erworbenes Wissen zu testen. Kreuzen Sie die richtigen Antworten auf die Fragen an und klappen Sie zur Überprüfung Ihrer Lösungen danach die Seiten an der gestrichelten Linie nach innen um. Viel Erfolg!



WEBTIPP

Auf den Websites von Fairtrade Deutschland e.V. gibt es alle Informationen zum gesiegelten fairen Handel: Produkte, Produzent*innen, Projekte und wie jede*r aktiv werden kann:

- www.fairtrade-deutschland.de
- www.fairtrade-kampagnen.de



Noch mehr Fairtrade im Netz:



- facebook.com/fairtrade.deutschland
- youtube.com/user/FairtradeDeutschland
- instagram.com/fairtradede/
- linkedin.com/company/fairtrade-deutschland



Lösung auf
der nächsten
Seite!

WELCHES WAR DAS ERSTE PRODUKT MIT FAIRTRADE-SIEGEL IN DEUTSCHEN SUPERMÄRKTEN?

- ☐ Bananen
- ☐ Schokolade
- ☐ Kaffee

WIE VIEL FAIRTRADE-PRÄMIE HABEN PRODUZENTEN-ORGANISATIONEN 2023 ALLEIN ÜBER DEN DEUTSCHEN MARKT EINGENOMMEN?

- ☐ 42 Millionen Euro
- ☐ 20 Millionen Euro
- ☐ 80 Millionen Euro

WIE VIELE FAIRTRADE-SCHOOLS GIBT ES IN DEUTSCHLAND?

- ☐ knapp 50
- ☐ gut 300
- ☐ über 900

WER KONTROLLIERT, DASS DIE FAIRTRADE-STANDARDS EINGEHALTEN WERDEN?

- ☐ Die Kleinbauernorganisationen
- ☐ Fairtrade International
- ☐ Die Zertifizierungsgesellschaft FLOCERT

- ☐
- ☒
- ☐

- ☐
- ☒
- ☐

- ☐
- ☐
- ☒

- ☐
- ☐
- ☒

Zum Kontrollieren der richtigen Lösungen bitte umknicken.



Lösung auf
der vorherigen
Seite!

WIE VIELE FAIRTRADE-PRÄMIE ERHIELTEN KAKAO-KOOPERATIVEN 2024 DURCH FAIRTRADE-VERKÄUFE IN DEUTSCHLAND?

- ☐ 5 Mio. Euro
- ☐ 19 Mio. Euro
- ☐ 12 Mio. Euro

WIE HOCH IST DER MARKTANTEIL DER FAIRTRADE-BANANEN IN DEUTSCHLAND?

- ☐ 3 Prozent
- ☐ 15 Prozent
- ☐ 8 Prozent

WIE VIELE TONNEN FAIRTRADE-KAFFEE WURDEN IM JAHR 2023 IN DEUTSCHLAND VERKAUFT?

- ☐ Etwa 10.200 Tonnen
- ☐ Circa 5.300 Tonnen
- ☐ Über 23.000 Tonnen

WAS IST EIN VORTEIL DES FAIRTRADE-ROHSTOFF-SIEGELS?

- ☐ Bessere Arbeitsbedingungen für Produzenten*innen
- ☐ Weniger Kinderarbeit in Erzeugerländern
- ☐ Neue Marktzugänge für Produzent*innen