



FAIRTRADE
DEUTSCHLAND

Mensch Natur Klima

JAHRES- UND WIRKUNGSBERICHT 2023/24

Inhalt

3 Editorial

4 Fairtrade & Nachhaltigkeit

- Sozial
- Ökologisch
- Ökonomisch

10 Aktiv für den fairen Handel

11 HREDD: Das tut Fairtrade

12 Umsatz und Absatz 2023

14 Fairtrade-Marketing

15 Jahresabschluss

16 Was ist Fairtrade?

Mitgliedsorganisationen

Titelbild

Elqui Alfredo Sepúlveda ist seit 42 Jahren begeisterter Landwirt und hat sich dem Kaffeeanbau verschrieben. Dank Fairtrade lernte Elqui mehr über Biodünger und Bio-produkte. Er hat die Möglichkeit erhalten, eine kleine Biofabrik einzurichten, in der er Biodünger auf der Grundlage von organischen Rohstoffen herstellt. Seine Kaffee-kooperative ASOBRIS aus Peru setzt sich für den Schutz der Umwelt ein, indem sie zum Beispiel Schattenbäume für die Kaffeeplan-tagen liefert und einen Qualitätskaffee und eine nachhaltige Wirtschaft für ihn und seine Familie ermöglicht.

Foto: Fairtrade/Juan Becerra Manrique

Aufsichtsrat

Dr. Matthias Lehnert (Vorsitz),
Christina Arkenberg (Stellvertreterin),
Marion Hammerl, Thilo Hoppe,
Dr. Clemens Kienzler, Dr. Klaus Piepel,
Barbara Wieler

Geschäftsführender Vorstand

Claudia Brück,
Detlev Grimmelt,
Katja Carson
Verinsregister Köln: VR 16551

Impressum

Herausgeber: Fairtrade Deutschland e. V.
Redaktion: Marcelo Crescenti, Julia Sasse,
Tania Hippler, Michael Jentsch, Philipp Paust
V. i. S. d. P.: Marcelo Crescenti
Gestaltung und Satz: Dreimalig, Köln
Druck: Klimaneutral durch Thiekötter Münster
Papier: 100 % Recycling

Keyfacts



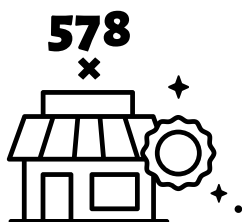
gaben
Verbraucher*innen
2023 für Fairtrade-
Produkte aus.



an Fairtrade-Prämien
flossen neben dem
Mindestpreis zusätzlich in
Gemeinschaftsprojekte.



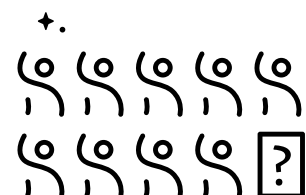
870 Fairtrade-Towns,
900 Fairtrade-Schools &
44 Fairtrade-Universities
engagieren sich.



Fast 600
Lizenzpartner
bieten Fairtrade-
Produkte an.



Follower*innen,
Fans & Abonnent*innen
unterstützen uns auf
digitalen Plattformen.



9 von 10
Verbraucher*innen in
Deutschland kennen das
Fairtrade-Siegel.¹

¹Stand Ende 2023

Die drei Dimensionen von Fairtrade

© Fairtrade/Anna Maria Langer

Wir durchleben polarisierte Zeiten: Auf der einen Seite wächst das Bewusstsein für Nachhaltigkeit deutlich, auf der anderen setzen hohe Kosten, Inflation und Klimakrise gerade denjenigen besonders zu, die für unsere nachhaltigen Lebensmittel und Textilien sorgen. Dazu stellen neue Gesetze und Verordnungen Produzent*innen, Unternehmen und auch das Fairtrade-System selbst vor neuen Herausforderungen.

Fairtrade nimmt die Bedürfnisse der Bäuerinnen und Bauern sowie Arbeiter*innen, unserer Partner im globalen Süden, in den Fokus und bildet die Brücke zwischen besseren Lebens- und Arbeitsbedingungen in Anbauländern und dem Marktkontext in Deutschland. Dabei zahlt der Fairtrade-Gedanke auf alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit ein: Sozial – mit starken Standards, die etwa Diskriminierung und Kinderarbeit entgegenwirken und transparente, demokratische Entscheidungsstrukturen fördern. Ökologisch – mit einem Bekenntnis zur Agrarökologie sowie handfesten Instrumenten, um etwa Entwaldung zu verhindern. Und schließlich ökonomisch – mit Mindestpreisen, die Planungssicherheit bieten, Prämien für Projekte vor Ort sowie Beratung, Trainings und Finanzhilfen für mehr Produktivität und Wirtschaftlichkeit.

Wir schauen auf die Welt ohne rosarote Brille: Die Zeiten sind herausfordernd, was zum Teil die Bilanz von Fairtrade Deutschland für 2023 widerspiegelt. Doch in diesem Jahresbericht haben wir viel Positives zu berichten. So war das zivilgesellschaftliche Engagement für Fairtrade mit einer Rekordzahl an Fairtrade-Towns und -Schools noch nie so hoch wie im letzten Jahr. Zudem hat Fairtrade zahlreiche Standards angepasst und stellt somit sicher, dass Anforderungen an Themen wie Menschenrechte / HREDD oder Waldschutz so bearbeitet werden, dass auch die Rechteinhaber*innen davon profitieren können. Mit rund 40 gemeinschaftlichen Projekten im globalen Süden führten wir 2023 eine hohe Zahl an Vorhaben durch – für mehr Impact vor Ort.



Die Aufgaben, die vor uns liegen, sind klar definiert: Höhere Absätze und Marktdurchdringung auf dem deutschen Markt, um mehr Wirkung im globalen Süden zu erzielen. Dies zahlt perspektivisch auch auf die Erreichung existenzsichernder Einkommen und Löhne ein. Dafür setzen wir uns jeden Tag ein – und zählen weiterhin auf Ihre Begleitung und Unterstützung.

Der Vorstand von Fairtrade Deutschland e. V.

Claudia Brück
Katja Carson
Detlev Grimmelt



Fairtrade & Nachhaltigkeit

Sozial



Wirkung vor Ort

220 Millionen Euro an Fairtrade-Prämie haben Produzent*innen 2022 weltweit durch den Verkauf ihrer Produkte erwirtschaftet. Diese Mittel investierten sie in verschiedene Projekte vor Ort – vor allem in die Verbesserung der Produktion, aber auch etwa in die Verteilung von Lebensmittelpaketen oder in den Bau von Schulen. Ein Monitoring-, Evaluierungs- und Lernprogramm (MEL) trägt zum Verständnis der Ergebnisse und Auswirkungen von Fairtrade und zur Verbesserung unseres Ansatzes bei.

Die Fairtrade-Standards, deren Einhaltung konsequent überprüft wird, sorgen für bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen im globalen Süden. Dazu kommen viele Einzelinitiativen, etwa 2023 die Errichtung eines neuen Fairtrade-Fonds für die Verhinderung ausbeuterischer Kinderarbeit im Kakaoanbau. Damit sollen Ideen aus den Kakaokooperativen vor Ort finanziell unterstützt

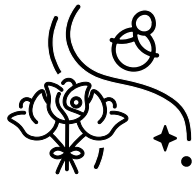
werden, die zur Vorbeugung von Ausbeutung beitragen können.

Gemeinsam mit den Produzentennetzwerken in Afrika (Fairtrade Africa), Asien (NAPP) und Lateinamerika (CLAC) sorgt Fairtrade für Fortschritte bei Themen wie die Stärkung von Frauen- und Kinderrechten, Perspektiven für Jugendliche, die Einrichtung von Beschwerdemechanismen oder auch wie die Digitalisierung von Managementsystemen.

Die Sorge um das Wohlergehen der Menschen entlang der Lieferketten steht auch hinter der Veröffentlichung im Januar 2023 der „Fairtrade Risk Map“ mit Risikoanalysen zu den größten Menschenrechts- und Umwelt Risiken der Länder und Sektoren, in denen Fairtrade tätig ist. Sie soll Unternehmen dabei helfen, diese Risiken zu verstehen, vorzubeugen und anzugehen.

© Fairtrade/Santiago Engelhardt

Blumenarbeiter*innen sind besser dran



Eine Studie belegt: Blumenarbeiter*innen auf Fairtrade-zertifizierten Farmen in Ostafrika erhalten höhere Löhne und

haben bessere Arbeitsbedingungen als Arbeiter*innen auf nicht-zertifizierten Farmen. Die Ergebnisse zeigen auch, dass Fairtrade-Arbeiter*innen selbstbewusster sind, wenn es um die Durchsetzung ihrer Rechte am Arbeitsplatz, die Erschließung zusätzlicher Einnahmequellen und das Engagement in ihren Gemeinden geht. Die Studie wurde von Social Policy and Development Consulting Limited durchgeführt.



Für weitere Informationen zu den erwähnten Projekten und Themen scannen Sie den QR-Code ein.

Textilarbeiter*innen geschult



Ein Projekt von Fairtrade Deutschland, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)

und Textilerstellern zur Stärkung von Beschwerdemechanismen in der pakistanischen Textilindustrie wurde erfolgreich abgeschlossen. 25.500 Textilarbeiter*innen wurden dabei geschult. Ziel des Projektes war, Lieferanten bei der Einführung oder Weiterentwicklung effektiver interner Beschwerdemechanismen zu unterstützen sowie Management und Arbeiter*innen in einen Dialog zu bringen, um Vorfälle und Beschwerden zu lösen. Es wurden in 16 Fabriken Beschwerdekomitees eingerichtet.



Wissensvermittlung im Kakaoanbau



Fairtrade-Kakaobäuerinnen und -bauern in Westafrika bilden sich und ihre Kolleg*innen in Rekordzahl weiter. 2022 nahmen fast 40.000 Produzent*innen aus 243 Erzeugerorganisationen am Fairtrade West Africa Cocoa Programme teil, 30 % davon waren Frauen. Das Programm bietet Schulungen zur Verbesserung der Produktionsmethoden und der Nachhaltigkeit.



» Ich möchte, dass auch meine Tochter vom Kaffeeanbau gut leben kann. «

Im Kampf gegen die Auswirkungen der Klimakrise setzt die brasilianische Kaffeebäuerin Ana Cristina mit Unterstützung von Fairtrade alle Mittel ein, die sie zur Verfügung hat. Scannen Sie den QR-Code und lernen Sie Ana kennen.



Fairtrade & Nachhaltigkeit

Ökologisch



Agrarökologie und Waldschutz

Seit 1990 sind laut UN schätzungsweise 420 Millionen Hektar Wald durch Umwandlung in andere Nutzflächen verloren gegangen. Hauptgrund ist die Ausdehnung der Landwirtschaft. Fairtrade-zertifizierte Lieferketten verursachen jedoch kaum Entwaldung. Dies wird durch Aufklärung, Beratung, finanzielle Unterstützung sowie durch Vor-Ort-Projekte mit Partnern erreicht.

Dazu kommt Hightech: Eine Partnerschaft mit dem Spezialisten Satelligence bedeutet, dass die Satellitenüberwachung von Waldgebieten und Farmen von Fairtrade-zertifizierten Kakao- und Kaffeebäuerinnen und -bauern weltweit durchgeführt werden kann. Damit erhalten Kooperativen Daten über die Farmen ihrer Mitglieder und deren Entwaldungsrisiko. Sie teilen diese Daten mit ihren Handelspartnern sowie der EU und können

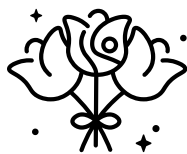
so Entwaldungsfreiheit nachweisen. Die hierfür nötigen Prozesse und Strukturen werden durch die Fairtrade-Standards umgesetzt und unterstützen dadurch entscheidend die Erfüllung der Kriterien der EU-Entwaldungsverordnung (EUDR).

Fairtrade geht noch einen Schritt weiter in Richtung ökologischer Nachhaltigkeit und setzt auf das Konzept der Agrarökologie. Dieses nachhaltige und ganzheitliche Konzept für eine zukunftsfähige Landwirtschaft bildet den Referenzrahmen für die Weiterentwicklung von Fairtrade-Standards. Auch in Projekten mit Unternehmenspartnern wie Darboven, dm drogerie markt, Maestrani, REWE, Aldi und Lidl unterstützt Fairtrade-Kooperativen bei der Entwicklung Richtung Agrarökologie, etwa durch Schattenanbau oder Schritte in Richtung Agroforstwirtschaft.

© Fairtrade/Santiago Engelhardt



Positive CO₂-Bilanz bei Blumen



Eine neue Studie zeigt, dass ein Strauß Fairtrade-Rosen aus Kenia trotz Transport-

wegen mindestens 66 % weniger CO₂-Emissionen verursacht als Gewächshausrosen aus den Niederlanden. Hauptfaktor ist der hohe Energiebedarf für die Heizung und Belichtung der Gewächshäuser in Europa. Berücksichtigt wurden die Umweltauswirkungen der landwirtschaftlichen Produktion im Herkunftsland, die Verpackung der Rosen und der Transport.



Fairplay im Baumwollanbau



Das Projekt „Vom Feld in den Fanshop“ unterstützt 450 Fairtrade-zertifizierte Kleinbäuerinnen und Kleinbauern in Indien

bei der Umstellung auf Bioanbau. Die angebaute Baumwolle fließt in die Produktion von Merchandise-Artikeln für Vereine der Ersten und Zweiten Bundesliga, die einen Zuschlag zahlen. Zusätzlich werden rund 1.000 Kinder und Jugendliche durch Sporttrainings gefördert. Das Projekt wird vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) finanziert und durch die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH mit Unterstützung von Fairtrade umgesetzt.



Kaffee ohne Entwaldung



Der Fairtrade-Kaffeestandard wurde aktualisiert und legt als Referenzjahr für die

letzte zulässige Entwaldung den 1. Januar 2014 fest. Das bedeutet, dass kein Fairtrade-Kaffee von Flächen stammen darf, die nach diesem Zeitpunkt abgeholzt wurden. Außerdem müssen alle Farmen über Geodaten ihrer Anbauflächen verfügen.



» Mit dem Solarprojekt vermeiden wir so viele CO₂-Emissionen, als würden wir 23.000 Bäume pflanzen. «

Alessandro Miranda ist Kaffeebauer und Präsident der brasilianischen Kaffeekooperative Coopervitae. Scannen Sie den QR-Code und lernen Sie ihn und das Solarprojekt im Anbaugebiet Minas Gerais kennen.

Fairtrade & Nachhaltigkeit

Ökonomisch

Wirtschaftliche Widerstandskraft stärken

Klimakrise, Inflation, Preisschwankungen – diese Themen bestimmen den Alltag vieler Bäuerinnen und Bauern in Asien, Afrika und Lateinamerika. Fairtrade trägt in unruhigen Zeiten zu mehr Planungs- und Investitionssicherheit bei.

Bessere Einkommen und mehr wirtschaftliche Resilienz für Landwirt*innen und Arbeiter*innen gehören zu den wichtigsten Zielen von Fairtrade. Dazu zählt das Zusammenspiel von Mindestpreisen, Prämien, langfristige Partnerschaften auf Augenhöhe und Beratung. Hinzu kommen Projekte für mehr Resilienz: Fairtrade Deutschland und das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) starteten Anfang 2023 gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit

GmbH (GIZ) einen neuen Hilfsfonds mit einem Gesamtvolumen von 870.000 Euro. Damit wurden Projekte in 14 Ländern unterstützt.

Der nächste Schritt in Richtung mehr Resilienz ist die Zahlung existenzsichernder Einkommen und Löhne – eine zentrale Forderung von Fairtrade. Damit etwa Arbeiter*innen auf Bananenplantagen existenzsichernde Löhne bekommen können, hat Fairtrade Referenzpreise für vier Produktionsländer errechnet. Damit lässt sich ein Differenzial berechnen, das Unternehmen zusätzlich zahlen können, um einen Beitrag zur Erreichung von existenzsichernden Löhnen zu leisten. Fairtrade stellt zudem Referenzpreise für Kaffee in vier Hauptanbauländern bereit, als erster Schritt auf den Weg zu existenzsichernden Einkommen.

© Fairtrade



Gemeinsam mit Partnern



Rund 580 Lizenzpartner tragen mit dem Verkauf von insgesamt

8.250 Fairtrade-gesiegelten Produkten zu besseren Einkommen in den Anbauländern bei. Dazu kommen besondere Partnerprojekte. Beispiel: Eine Kooperation mit Lidl zu höheren Einkommen im Kakaoanbau in Ghana, auf Bananenplantagen und im Kaffeeanbau in Honduras sowie mit REWE zu höheren Einkommen im Orangensaft wurden fortgesetzt sowie um ein weiteres Projekt zu Orangensaft mit Lidl ergänzt. Weitere Projekte mit Handelspartnern sind in der Vorbereitung.



Unterstützungsfonds für Sorgfaltspflichten



Im Dezember 2023 startete Fairtrade gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale

Zusammenarbeit GmbH (GIZ) und dem Forum Fairer Handel ein neues Projekt mit einem Gesamtvolumen von 1,9 Millionen Euro, das durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) finanziert wird. Dabei werden Produzentenorganisationen und deutsche kleine und mittlere Unternehmen unterstützt, an menschen- und umweltrechtlichen Sorgfaltspflichten zu arbeiten und damit auch im Kontext neuer Gesetze und EU-Regulierungen ihren Marktzugang abzusichern.



Fairer Handel kommt voran



Der faire Handel hat sich als erfolgreiches Wirtschaftsmodell und eigenständige

Branche in Deutschland etabliert – das belegt die Studie „Entwicklungen des fairen Handels und der fairen Beschaffung in Deutschland 2015-2022“. Bildungs- und Informationsarbeit, politische Arbeit und die Bedeutung fair gehandelter Produkte nahmen im Untersuchungszeitraum deutlich zu.



» Wer auch in Zukunft Qualitätskaffee haben möchte, muss dafür sorgen, dass er umweltfreundlich und nachhaltig angebaut wird. «

Der Brasilianer Paulo Ferreira Junior liebt Kaffee so sehr, dass er ihn auf seinen Arm tätowiert hat. Als Manager beim Produzentennetzwerk CLAC unterstützt er Fairtrade-zertifizierte Kaffeeproduzent*innen in ganz Lateinamerika. Scannen Sie den QR-Code und lernen Sie seine Vision für die Zukunft des Kaffees kennen.

Aktiv für den fairen Handel

Mit Kampagnen und der Unterstützung lokaler Initiativen ruft Fairtrade die Zivilgesellschaft zum Engagement in Kommunen, Schulen und Hochschulen auf. Fünf Highlights aus den vergangenen Monaten.

FairChangers gehen auf Reise

Im März 2024 startete das FairChangers-Austauschprogramm mit jungen Menschen aus Kenia und Deutschland, finanziert durch Engagement Global/BMZ. Die Idee dafür entstand 2022 auf der Jugendkonferenz Faircon. Die FairChangers aus Deutschland reisten nach Kenia und lernten ihre Austauschpartner vor Ort kennen, die im September 2024 nach Deutschland kommen. Gemeinsam besuchten sie Fairtrade-zertifizierte Tee-, Blumen- und Kaffeefarmen und erlebten die direkten Auswirkungen der Fairtrade-Prämie vor Ort. Im Zentrum stand auch der interkulturelle Austausch und die Frage, was Fairtrade für junge Generationen bedeutet.

Über 1.500 Fairtrade-Steuerungsgruppen engagieren sich in Städten, Landkreisen, Regionen, an Schulen und Hochschulen

In 900 Fairtrade-Schools lernen 700.000 Schüler*innen

35 Mitgliedsorganisationen tragen den Verein und unterstützen das Engagement von Fairtrade

Jede 10. Hochschule in Deutschland ist eine Fairtrade-University

Radeln für den fairen Zweck

Mit einer Klima-Fahrradtour während der Fairen Woche zeigten die FairActivists, junge Fairtrade-Engagierte, Flagge für Klimafairness und den fairen Handel. Sie radelten 300 km von Hamburg nach Berlin, um den Fairtrade-zertifizierten Klima-Kaffee von Angelique's Finest umweltschonend von der Rösterei zur Vertriebszentrale der Kaffeekooperative nach Berlin zu bringen – und machten so auf die Auswirkungen der Klimakrise auf den Kaffeesektor aufmerksam.

Schüler*innen über Schulhof hinaus aktiv

2023 kamen zweimal junge Menschen im Rahmen einer Fairtrade-Schüler*innen-Akademie zusammen, um sich auszutauschen und mit dem fairen Handel auseinanderzusetzen. Im Juli trafen sich 150 Schüler*innen und Lehrkräfte aus ganz Thüringen in Weimar, im November nahmen 130 Schüler*innen aus Schleswig-Holstein, Hamburg und Mecklenburg-Vorpommern an der Akademie in Hamburg teil.

Towns und Metropolen feiern

Mehr als 870 Fairtrade-Towns gibt es bereits in Deutschland. Auch die Zahl der fairen Metropolregionen wächst – neu hinzugekommen ist 2023 Rhein-Neckar. Die Auszeichnungsfeier erfolgte im Rahmen der Bundesgartenschau in Mannheim. Die faire Metropole Ruhr, ein Zusammenschluss von 53 Fairtrade-Towns, -Regionen- und -Kreisen, feierte sein zehnjähriges Jubiläum. Über 4,5 Millionen Menschen leben hier in einer Fairtrade-Town, -Region oder in einem Fairtrade-Kreis.

Die Mode verändern

Mit der Kampagne „Change Fashion“ hat sich Fairtrade auch 2023 für bessere Einkommen und mehr Gerechtigkeit entlang der textilen Lieferkette eingesetzt. Gemeinsam mit anderen NGOs fordert Fairtrade existenzsichernde Einkommen für Textil- und

Bekleidungsarbeiter*innen. Dafür ging Fairtrade auch auf die Straßen Berlins, um Unterschriften für die #GoodClothesFairPay Petition zu sammeln.



© Fairtrade/Cherie Birkner



© Fairtrade/Max Kissler

HREDD: Das tut Fairtrade



© Fairtrade/Mohamed Aly Diabaté

Spätestens mit der Verabschiedung des EU-Lieferkettengesetzes im März 2024 und der EU-Verordnung zur Bekämpfung von Entwaldung im Juni 2023 setzen sich immer mehr Unternehmen ernsthaft mit ihrer unternehmerischen Sorgfaltspflicht für Menschenrechte und Umwelt (HREDD) auseinander – endlich!

Fairtrade leistet dabei einen wertvollen Beitrag – und zwar auf beiden Seiten der Lieferkette. Durch das Zusammenspiel gut vorbereiteter Produzentenorganisationen im globalen Süden und verantwortungsvoll wirtschaftender Unternehmen im globalen Norden werden HREDD-Maßnahmen nachhaltig wirksam.



1 Unternehmen profitieren

Partnerunternehmen profitieren von dem direkten Draht, den Fairtrade zu Produzent*innen herstellen kann. Damit werden ein Dialog und Erfahrungsaustausch mit den Menschen ermöglicht, die die Verfügbarkeit von Produkten aus dem globalen Süden auf dem deutschen Markt überhaupt ermöglichen. Durch den engen, direkten Austausch mit Produzentenorganisationen können Unternehmen eventuelle Menschenrechtsrisiken in ihrer Lieferkette viel schneller erkennen und rechtzeitig darauf reagieren.

2 Produzent*innen profitieren

Die Pflicht, gesetzliche Vorgaben zu HREDD einzuhalten, fängt da an, wo die Sorgfaltspflicht ihre Wirkung entfalten soll: bei den Produzent*innen am Anfang der Lieferkette. Fairtrade-Kooperativen werden auf die neuen Anforderungen vorbereitet und bei notwendigen Maßnahmen unterstützt. Sie erhalten Beratung und bauen Kapazitäten in Bereichen wie Risikobewertung, Monitoring und Gefahrenabwehr auf.

3 Konkrete Projekte

Gemeinsam mit Partnerunternehmen setzt Fairtrade konkrete Projekte zur Förderung von Produzent*innen um und ermöglicht damit die aktive Zusammenarbeit von Unternehmen und Produzentenorganisationen. Mit einem im November 2023 gestarteten Projekt zur Förderung von Kakaobäuerinnen und -bauern in Sierra Leone nimmt zum Beispiel dm drogeriemarkt gemeinsam mit Fairtrade seine unternehmerische Sorgfaltspflicht ganzheitlich in den Blick.

4 HREDD-Berichterstattung

Im Januar 2024 veröffentlichte Fairtrade erstmals einen HREDD-Bericht über Maßnahmen zu Menschenrechten und Umweltschutz. Der Bericht fasst Audit-Ergebnisse zu Themen wie Arbeitsrechte, Kinderschutz und Biodiversität zusammen. Zertifizierer wie Fairtrade sind nicht zum Sorgfaltspflichtbericht verpflichtet. Fairtrade geht damit als Vorbild voran und leistet einen Beitrag zu mehr Transparenz.

Fair nach vorn

2023 stieg der Umsatz mit Fairtrade-Produkten, der Absatz ging leicht zurück. 42 Millionen Euro Prämie flossen in Projekte vor Ort. Die wichtigsten Produktkategorien im Überblick.

Der Umsatz mit Fairtrade-Produkten in Deutschland stieg 2023 auf 2,6 Milliarden Euro (+8,5 %), der Absatz ist dagegen leicht gesunken. Erstmals wurde die 30-Euro-Marke bei den Pro-Kopf-Ausgaben mit Fairtrade-Produkten geknackt. Rund 580 Lizenzpartner bieten über 8.500 Produkte mit Fairtrade-Siegel in Deutschland. 58 % der Produkte trugen 2023 ebenfalls das Bio-Siegel, 54 % aller Fairtrade-Artikel waren Eigenmarken der Handelspartner.



Kaffee

Der Absatz von Fairtrade-Kaffee ging 2023 um 3,6 % zurück. Der Marktanteil liegt nach wie vor bei rund 5 %. Besonders positiv entwickelten sich die Absätze in der Gastronomie. Der Bioanteil bleibt mit 72 % hoch.

Prämienvolumen Kaffee 2023: 12 Millionen Euro.

Trotz hoher Weltmarktpreise für Kaffee blieben die Einkommen für Kaffeebäuerinnen und -bauern 2023 unter Druck. Auch deswegen erhöhte Fairtrade im August 2023 den Fairtrade-Mindestpreis für Kaffee – um 19 % für Robusta- und um 29 % für Arabica-Kaffeesorten. Der Kaffeeanbau ist stark von der Klimakrise betroffen, durch die Fairtrade-Prämie werden Maßnahmen wie die Pflanzung von Schattenbäumen und Wassermanagement gefördert.



Blumen und Pflanzen

Das Absatzminus von 3,9 % 2023 im Bereich Schnittblumen spiegelt die Entwicklung des Gesamtmarktes wider. Die anhaltende Inflation bremste vor allem die mittleren Einkommensschichten in ihrem Konsum von Zierpflanzen. Im Bereich Topfpflanzen führte ein erfolgreiches Pilotprojekt mit toom Baumarkt dazu, dass neben Weihnachtssternen und Geranien erstmalig auch Coleus, Osteospermum, Astern und Dahlien verkauft wurden. Damit konnten die Fairtrade-Topfpflanzenabsätze verdoppelt werden.

Prämienvolumen Blumen und Pflanzen 2023: 3 Millionen Euro.

Die Absatzrückgänge spüren die Schnittblumenfarmen im globalen Süden. Zusätzliche Herausforderungen sind die gestiegenen Lebenshaltungskosten sowie Ausgaben für Düngemittel und Fracht. Zu den Projekten, die durch die Fairtrade-Prämie in den Anbauländern finanziert wurden, gehören die Errichtung von Brunnen und der verbesserte Zugang zur Bildung.



Kakao

2023 wurden rund 75.000 t Kakaobohnen über das Fairtrade-Rohstoffmodell abgesetzt (-1,5 %). Der Marktanteil von Fairtrade-Kakao blieb mit rund 17 % stabil. Derweil wuchs der Absatz von Fairtrade-gesiegelter Schokolade um 9 %, getrieben durch die Verkäufe von Schokoladentafeln. Der Absatz von Süßwaren mit dem Fairtrade-Siegel erhöhte sich um rund 11 %.

Prämienvolumen Kakao 2023: 19 Millionen Euro.

Die Kakaopreise haben Rekorde erzielt, doch die Produzent*innen hatten vor allem in den regulierten westafrikanischen Märkten wenig davon. Sie verzeichneten deutliche Ernterückgänge; der Hauptgrund dafür ist die Klimakrise. Fairtrade ist gerade dabei, die Mindestpreise für Kakao sowie die Referenzpreise für existenzsichernde Einkommen anzupassen. Beide Preise sollen Ende 2024 veröffentlicht werden.



Bananen

Die Jahresbilanz 2023 für den Absatz von Fairtrade-Bananen lautet -3,0 %. Die Volumenverluste stammen vor allem aus dem Biobereich, der Absatz konventioneller Fairtrade-Bananen ist dagegen um 7 % gewachsen. Rund zwei Drittel der in Deutschland verkauften Fairtrade-Bananen tragen auch das Bio-Siegel.

Prämienvolumen Bananen gesamt: 6 Millionen Euro.

2023 entwickelte Fairtrade Referenzpreise für existenzsichernde Löhne auf Plantagenebene. Diese sollen ermöglichen, dass möglichst viele Bananenarbeiter*innen den existenzsichernden Lohn ihres Landes erhalten und dienen Händlern und Importeuren als freiwilliger Richtwert, um ihren Verpflichtungen für einen nachhaltigeren Bananensektor nachzukommen. Die Ankündigung von Referenzpreisen für existenzsichernde Einkommen für Bananenbäuerinnen und -bauern ist für 2024 geplant. Für mehr Transparenz hat Fairtrade ein neues Bananen-Dashboard entwickelt, das die Fortschritte in den jeweiligen Anbauländern zeigt.



Baumwolle/ Textilien

2023 wurden nahezu 16 Millionen Artikel mit Fairtrade-Baumwolle verkauft – ein Plus von mehr als 5 % gegenüber dem Vorjahr. Dagegen sank das Baumwollvolumen (in der Gewichtseinheit) um 12 % auf rund 7.600 Tonnen.

**Prämienvolumen Baumwolle 2023:
rund 1 Million Euro.**

Agrarwissenschaftler aus den USA und aus Italien haben 2023 das Scheitern von gentechnisch veränderter Baumwolle in Indien erklärt, die dort auf mehr als 90 % der Felder wächst. Sie empfehlen den Landwirten, auf heimische gentechnikfreie Baumwollsaat umzusteigen. Dies empfiehlt Fairtrade ebenfalls – und fördert den Umstieg auf Biobaumwollanbau, etwa beim Projekt „Vom Feld in den Fanshop“.

Tonnen (t), Liter (l)

Produkt	Einheit	Umsatz ≈ in Euro 2023	Veränderung zum Vorjahr	Absatz 2023	Veränderung zum Vorjahr	Bioanteil*
Kaffee (geröstet)	t	837.130.501	18,7 %	23.190	-3,6 %	72,0 %
FSI-Kakao	t (Bohnen)	603.423.413	8,8 %	74.462	-1,5 %	1,0 %
Bananen/Südfrüchte	t	229.554.205	8,6 %	120.242	-3,3 %	66,1 %
Textilien	Stück	196.482.162	8,9 %	15.993.887	5,1 %	28,8 %
Blumen	Stiele	137.349.696	2,4 %	465.656.029	-3,9 %	0,0 %
Eiscreme	l	108.170.791	-41,6 %	6.002.895	-48,0 %	1,5 %
Schokolade	t	103.655.775	22,4 %	4.307	9,0 %	35,2 %
Kalte Mischgetränke	l	65.479.365	14,5 %	7.456.685	2,4 %	93,7 %
Tee	t	35.973.332	0,7 %	565	-10,4 %	93,7 %
Süßwaren	t	35.920.171	26,5 %	1.986	11,3 %	34,2 %
Zucker	t	28.837.386	5,2 %	7.729	-6,4 %	2,7 %
Fruchtsaft	l	23.594.430	-1,0 %	14.100.791	-11,8 %	1,3 %
Reis	t	13.660.815	-7,3 %	1.450	-17,4 %	100,0 %
Kakao/Trinkschokolade	t	12.144.532	24,7 %	1.046	12,4 %	88,7 %
Honig	t	10.124.117	-15,4 %	883	-24,7 %	7,1 %
Wein	l	9.614.141	20,5 %	1.562.780	11,0 %	2,6 %
Kosmetik	l	814.975	87,7 %	62.860	86,5 %	45,6 %
Gold	kg	520.637	72,4 %	12	-25,7 %	0,0 %
Gewürze	t	77.241	-52,9 %	3	-58,1 %	100,0 %
Sonstiges		105.449.268	25,9 %			
Gesamt		2.557.976.951	8,5 %			

*Bioanteil basiert auf Absatzmengen.

Jede Menge Aufmerksamkeit

Fairbruary, eine Platzierungs-Challenge am PoS und die Beteiligung an Leitmessen sind einige der Marketing-Highlights von Fairtrade aus den letzten Monaten.



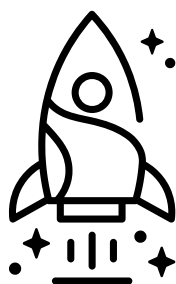
Wer im Februar mit wachen Augen durch deutsche Großstädte lief, hat sie sicher gesehen: Die Plakate der Fairtrade-Kampagne „Fairbruary“, die zum fairen Konsum aufforderten. Nach dem Beispiel von „Veganuary“, dem veganen Monat im Januar, forderte Fairtrade Konsument*innen dazu auf, im Februar einen ganzen Monat besonders fair einzukaufen.

Das Konzept ist aufgegangen: Die Plakate, die teilweise in Kooperation mit Lizenzpartnern geschaltet wurden, sowie eine Social-Media-Kampagne erzeugten eine enorme Aufmerksamkeit für Fairtrade-Produkte – und in der Summe 480 Millionen Kontakte. Die Werberinnerung erreichte laut Marktforschungsinstitut GfK die beachtliche Marke von 22 %. Ebenfalls wichtig: Die Käuferbasis für Fairtrade-Produkte stieg um 14 Prozentpunkte gegenüber dem Vormonat. Die Aktion ist also gelungen – und wird deshalb 2025 wiederholt.



Ein Wettbewerb für Nachwuchskräfte im Lebensmittelhandel sorgte ebenfalls für Aufmerksamkeit für Fairtrade – und zwar direkt am Point of Sale. Insgesamt 150 Azubi-Teams aus verschiedenen deutschen Handelsunternehmen nahmen 2023 an der „Fairtrade Platzierungs-Challenge“ teil. Durch eine gelungene Zweitplatzierung sollten sie Fairtrade-Frühstücksprodukte in ihrem Markt in Szene setzen – und im Erfolgsfall wertvolle Prämien gewinnen. Dabei wurden sie von Fairtrade mit Promotionmaterial ausgestattet, in der Folge reichten sie Fotos der zahlreichen kreativen Aktionen ein. Gewonnen haben Auszubildende von Kaufland, Edeka und Lidl. Der Wettbewerb, der nun zum zweiten Mal durchgeführt wurde, wird 2024 wieder ausgetragen, und zwar zur Fairen Woche im September.

Mit Ständen, aber auch der Beteiligung an Fachforen und begleitenden Kongressen zeigte Fairtrade auf insgesamt sechs internationalen Leitmessen Präsenz: Biofach, ISM, IPM, Neonyt, Anuga und Fruit Logistica. Dabei wurde der Fairtrade-Stand jeweils zum Treffpunkt für bestehende und potenzielle Lizenzpartner sowie für Produzent*innen aus dem globalen Süden. Auf der Neonyt präsentierte Fairtrade in einem umgebauten VW-Bus sein Angebot für die Textilindustrie.



Jahresabschluss zum 31.12.2023

Fairtrade Deutschland e. V. konnte auch 2023 seine satzungsgemäße Aufgabe, die Förderung des fairen Handels, zum größten Teil selbstfinanziert durchführen. Größere Ausgaben entfielen auf das internationale Engagement, auf Beiträge an Fairtrade International, die Produzentennetzwerke sowie die Weiterleitung von Lizenzentnahmen. Im Inland bildeten Kampagnen und Aktionen sowie Marktförderung die Arbeitsschwerpunkte. 92 Angestellte auf 75 Vollzeitstellen arbeiteten zum Stichtag 31.12.2023 in Köln. Der Jahresabschluss wurde durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Schomeurs (Berlin) geprüft und uneingeschränkt testiert.

Finanzielle Förderung erhielt die Kampagne Fairtrade-Schools durch Engagement Global. Die Faire Woche wurde kofinanziert durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), Misereor und Brot für die Welt. Mehrere Projekte mit finanzieller Unterstützung des BMZ in Kooperation mit der GIZ konnten erfolgreich gestartet, zu Ende oder fortgeführt werden, darunter eine Beteiligung an einem Projekt zu Beschwerdemechanismen im Kakao Sektor in Côte d'Ivoire sowie in Textilfabriken in Pakistan, Projekte zu Ernährungssicherheit und Abfederung der wirtschaftlichen

Folgen des Krieges in der Ukraine, zu menschenwürdigen Arbeitsbedingungen in der Bananenindustrie, zur Digitalisierung von Managementsystemen in Kooperativen in Côte d'Ivoire sowie zu Entwaldungsmonitoring, Jugendperspektiven und Einkommensdiversifizierung im Kakao Sektor in Sierra Leone, zu Umstellung auf biologischen Anbau von Baumwolle in Indien und ein Projekt zur Umsetzung von Maßnahmen zu menschen- und umweltrechtlichen Sorgfaltspflichten in diversen Lieferketten. Auch ein Projekt mit Finanzierung aus dem SWITCH Asia-Programm der EU-Kommission wurde plangemäß fortgesetzt.

Gewinn-und-Verlust-Rechnung

In Euro	2023	2022
Erträge	28.615.031	29.587.602
Lizenzentnahmen	22.044.205	22.412.307
Zuschüsse	380.553	459.375
Mitgliedsbeitrag	3.400	3.500
Spenden	60	39.850
Sonstige Erträge	1.409.667	952.629
Entnahmen aus Rücklagen	4.777.146	5.719.941

In Euro	2023	2022
Aufwendungen	28.615.031	29.587.602
Personal	5.617.221	5.404.069
Abschreibungen	199.927	194.789
Presse-, Öffentlichkeitsarbeit, Kampagnen & Marketing	2.441.274	3.967.994
Internationales/ Produzentenunterstützung	1.573.613	1.560.430
Verwaltung	1.758.898	2.119.551
Mitgliedsbeitrag Fairtrade International	5.669.250	5.805.484
Weiterleitung Lizenzentnahmen	5.862.250	5.758.138
Einstellung in Rücklagen	5.492.597	4.777.146
Bilanzgewinn	0	0

Bilanz

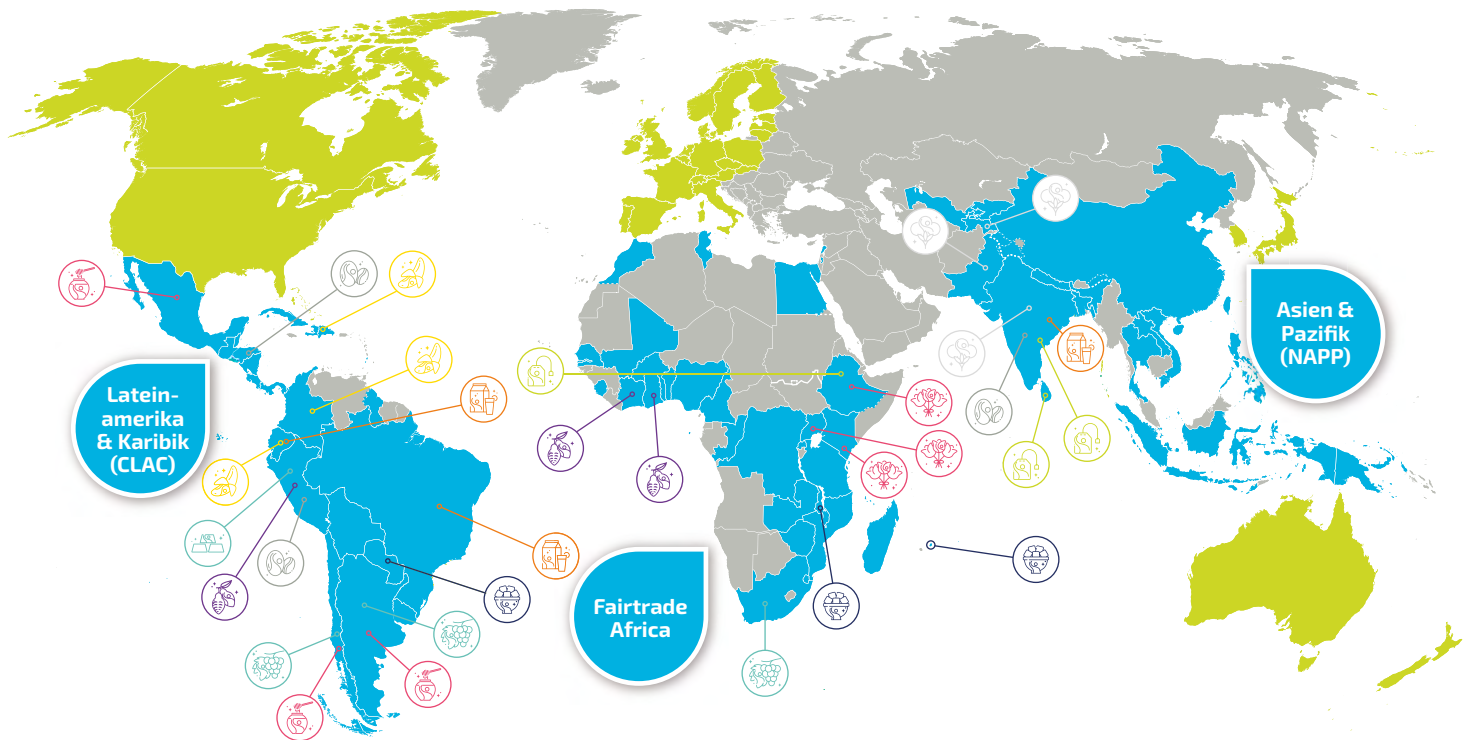
Aktiva in Euro	2023	2022
A. Anlagevermögen	569.807	715.356
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	328	16.665
II. Sachanlagen	569.479	698.691
B. Umlaufvermögen	13.312.293	12.069.208
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	8.654.843	7.954.540
II. Bank- und Kassenbestand	4.657.451	4.114.668
C. Rechnungsabgrenzungsposten	627.005	610.902
Bilanzsumme	14.509.105	13.395.465

Passiva in Euro	2023	2022
A. Eigenkapital	7.452.597	6.737.146
I. Rücklagen	7.452.597	6.737.146
davon Betriebsmittelrücklage	5.040.000	4.650.000
davon Projektrücklage	222.597	127.146
davon freie Rücklage	2.190.000	1.960.000
II. Bilanzgewinn	0	0
B. Rückstellungen	3.178.431	3.142.109
C. Verbindlichkeiten	3.878.076	3.367.687
I. Verbindlichkeiten aus Leistungen	2.698.034	2.918.187
II. Sonstige Verbindlichkeiten	1.180.042	449.501
D. Rechnungsabgrenzungsposten	0	148.523
Bilanzsumme	14.509.105	13.395.465

Fairtrade-Absatzland

Fairtrade-Anbaugebiet

Produzentennetzwerk



Fairtrade Deutschland e.V.

Das Ziel des gemeinnützigen Vereins Fairtrade Deutschland ist es, durch faire Handelsbedingungen die Lebens- und Arbeitssituation von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern sowie lohnabhängig Beschäftigten im globalen Süden zu verbessern. Um dies zu erreichen, holt der Verein fair gehandelte Produkte aus der Nische und macht sie für eine breite Verbraucherschicht verfügbar. Fairtrade Deutschland engagiert sich durch Beratung, Projekt- und Programmarbeit sowie in der Politik, Wirtschaft und Zivil-

gesellschaft. Fairtrade ist ein weltumspannendes Netzwerk mit paritätischer Entscheidungsgewalt in Süd und Nord, mit internationalen, transparenten Standards für alle Akteur*innen entlang der Lieferkette sowie mit unabhängiger Zertifizierung und Kontrolle. Fairtrade Deutschland wird von 35 Mitgliedsorganisationen aus den Bereichen wie Entwicklungszusammenarbeit, Kirche, Sozialarbeit, Verbraucherschutz, Bildung, Politik und Umwelt getragen.

Mitgliedsorganisationen



Fairtrade Deutschland e.V.

Maarweg 165 | 50825 Köln

T +49 221 942040-0

info@fairtrade-deutschland.de

www.fairtrade-deutschland.de