

06.08.2013



Fact-Sheet

Der Faire Handel in Deutschland

Zahlen, Entwicklungen und Trends für das Geschäftsjahr 2012

UN-Leitlinien für Wirtschaft und Menschenrechte & Transparenzpflichten für Unternehmen

Fairer Handel fordert Offenlegung globaler Lieferketten

Kontakt und Nachfragen

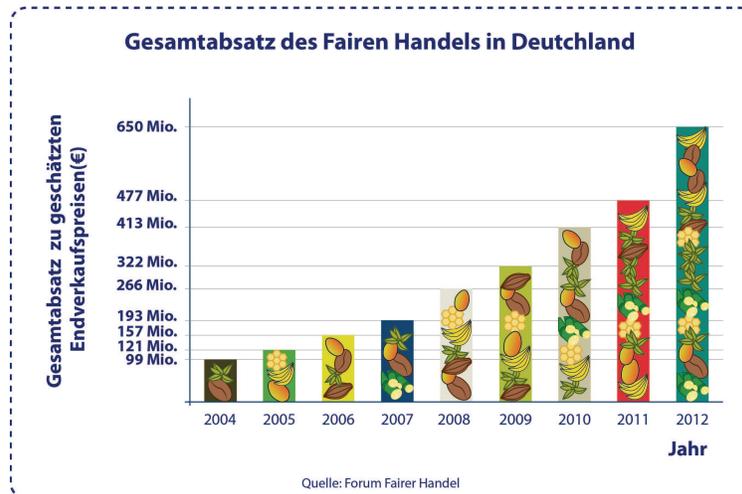
Forum Fairer Handel
Chausseestr. 128/129, 10115 Berlin
Tel.: 030 - 280 40 588 | Fax: 030 - 280 40 908
E-Mail: info@forum-fairer-handel.de
Internet: www.forum-fairer-handel.de
V.i.S.d.P.: Antje Edler, Geschäftsführerin
Redaktion: Veselina Vasileva,
Referentin für Öffentlichkeitsarbeit
v.vasileva@forum-fairer-handel.de
Tel.: 030 - 280 45 259

Auf einen Blick: Trends & Entwicklungen im Fairen Handel | Geschäftsjahr 2012

- 2012 gaben Verbraucher_innen in Deutschland rund **650 Millionen Euro für fair gehandelte Produkte** aus dem Süden aus. Das entspricht einem Jahreswachstum von mehr als einem Drittel (rund 36 Prozent) und einer Verdopplung des Umsatzes innerhalb der letzten vier Jahre.
- **Wachstumsmotor** des Fairen Handels:
 - Kaffee: plus 25 % (11.675 Tonnen)
 - Blumen (v.a. Rosen): Verdreifachung (257.587.000 Stiele), knapp 20 % Marktanteil
 - Südfrüchte (v.a. Bananen): plus 56 % (25.442 Tonnen)
- Lebensmittel machen – mit 76 Prozent – den größten Anteil am Absatz zu Endverbraucherpreisen aus. Rund 50 Prozent aller fair gehandelter Lebensmittel kommen aus kontrolliert biologischem Anbau.
- Die anerkannten Fair-Handels-Importeure unterhalten mehr als 717 Handelspartnerschaften. Die meisten dieser Partnerschaften bestehen mit Kleinbauernkooperativen und Plantagen in Asien (33 Prozent), dicht gefolgt von Lateinamerika (32 Prozent) und Afrika (28 Prozent).
- Weltweit profitieren weit über 1,4 Million Kleinbäuer_innen und Arbeiter_innen in über 70 Ländern direkt von den Vorteilen des Fairen Handels. Zusammen mit ihren Familien sind das mehr als sechs Millionen Menschen, die durch Fairen Handel ihre Lebens- und Arbeitssituation verbessern können.
- Mehr als 42.000 Lebensmittelgeschäfte, Supermärkte und Discounter bieten mittlerweile Produkte aus Fairem Handel an. Es gibt ca. 800 Weltläden in Deutschland.
- **Trotz des überzeugenden Wachstums** des Fairen Handels sind nach wie vor Menschenrechtsverletzungen in internationalen Lieferketten an der Tagesordnung. Das Forum Fairer Handel fordert daher die Bundesregierung auf, einen ambitionierten Aktionsplan zur Umsetzung der UN-Leitlinien für Wirtschaft und Menschenrechte vorzulegen und dafür Sorge zu tragen, dass alle Unternehmen bei ihrer weltweiten Geschäftstätigkeit ihrer menschenrechtlichen Verantwortung nachkommen:
 - Unternehmen sollten dafür haftbar gemacht werden, wenn sie im Rahmen ihrer globalen Geschäftstätigkeit und Geschäftsbeziehungen die Menschenrechte verletzen oder deren Verletzung billigend in Kauf nehmen.
 - Menschen aus dem Süden, deren Menschenrechte durch deutsche Unternehmen verletzt werden, sollten in Deutschland einen erweiterten Zugang zu Rechtsmitteln und Beschwerdemöglichkeiten erhalten.
 - Es sollten verbindliche Offenlegungspflichten für Unternehmen eingeführt werden zu Themen wie Arbeits- und Menschenrechtsstandards bei sich, ihren Tochterunternehmen und ihren Lieferanten.
- **Verbraucherbefragung 2013**
 - Auch die Mehrzahl der Verbraucher_innen in Deutschland spricht sich für verbindliche Regeln für Unternehmen als das wichtigste Instrument für mehr Gerechtigkeit im Welthandel aus.
 - Fast jede_r zweite Deutsche kauft fair gehandelte Produkte ein: 32,6 Mio (plus 3,7 Mio., plus 11 Prozent im Vergleich zu 2010)
 - Jede_r dritte Deutsche hält den Fairen Handel für unterstützenswert.
 - Ethische Aspekte vor Qualität und Geschmack als Gründe für die Kaufentscheidung fair gehandelter Produkte.

Kontinuierliches Wachstum des Fairen Handels in Deutschland

Noch nie gaben Verbraucher_innen in Deutschland so viel für fair gehandelte Produkte aus. Im Geschäftsjahr 2012 erreichte der Faire Handel erstmals die Marke von 650 Millionen Euro und verzeichnete eine Steigerung von rund 36 Prozent gegenüber dem Vorjahr. In absoluten Zahlen wurde ein Plus von ca. 170 Mio. Euro erreicht. Der Absatz mit fair gehandelten Produkten hat sich innerhalb der letzten vier Jahre verdoppelt.



Mit 533 Millionen Euro machten Produkte mit dem Fairtrade-Siegel den größten Anteil am Gesamtumsatz zu Endverbraucherpreisen in Deutschland aus. Das Siegel ermöglicht es Verbraucher_innen, Waren aus Fairem Handel auch außerhalb von Fachgeschäften zu identifizieren.

Im vergangenen Jahr stiegen in Deutschland 51 Unternehmen in den Handel mit Fairtrade-zertifizierten Produkten ein. Dazu gehören u.a. die Supermärkte EDEKA und real, die Drogeriemarktkette dm sowie der Discounter Aldi Nord.

Insgesamt 44 deutsche Unternehmen bieten ausschließlich Produkte aus Fairem Handel an. Diese anerkannten Fair-Handels-Importeure verkauften im vergangenen Jahr Waren im Wert von rund 146 Millionen Euro (plus 12 %), darunter gesiegelte und ungesiegelte.

Vertriebswege und Produkte

Food-Produkte machen den größten Anteil am Gesamtumsatz fair gehandelter Produkte in Deutschland aus. Bei den anerkannten Fair-Händlern beträgt ihr Anteil 76 Prozent. Die Hälfte aller fair gehandelten Lebensmittel sind auch bio zertifiziert; bei den Fair-Handels-Importeuren beträgt der Bio-Anteil sogar 77 Prozent.

Durch ein zunehmend flächendeckendes Angebot haben immer mehr Menschen die Möglichkeit, den Kauf fair gehandelter Produkte in ihren Alltag zu integrieren. An geschätzten mehr als 50.000 unterschiedlichen Orten in Deutschland – darunter Lebensmittelgeschäfte, Supermärkte, Drogerien und Discounter, Bio- und Naturkostläden, Weltläden aber auch Kantinen, Mensen, Bäckereien, Restaurants, Hotels, Kioske, Tankstellen, Schulen, Büropraxen etc. – werden Produkte aus Fairem Handel angeboten.

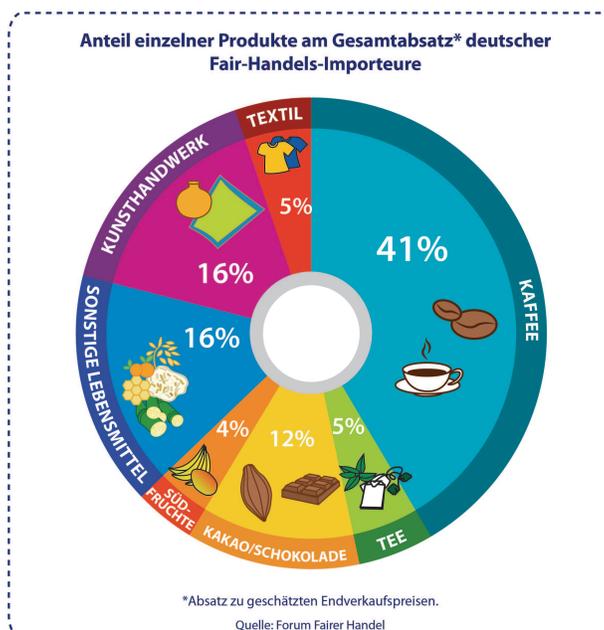
Der größte Wachstumsmarkt liegt im Lebensmitteleinzelhandel. Dieser Bereich macht 55 Prozent am Gesamtumsatz zu Endverbraucherpreisen mit Fairtrade-zertifizierten Produkten aus. Bemerkenswert ist der Trend zu fair gehandelten Eigenmarken. Auch die Gastronomie – 35 Prozent am Gesamtumsatz – bleibt weiterhin starker Wachstumsmotor. Mehr als 30 Prozent des Fairtrade-zertifizierten Kaffees gehen inzwischen in Hotels, Restaurants etc. über die Theke.

Mit einem Anteil von 43 Prozent am Absatz zu Endverbraucherpreisen bleiben die Weltläden und Aktionsgruppen nach wie vor der bedeutendste Vertriebsweg für die 100% Fair-Händler. In rund 800 Weltläden, den Fachgeschäften für Fairen Handel, finden Kund_innen neben Lebensmitteln auch ein großes Sortiment an Handwerksprodukten aus Asien, Afrika und Lateinamerika. Kontinuierliches Wachstum ist in den Bereichen Gastronomie (um 25 Prozent: von 10 Mio. auf 15 Mio. gegenüber 2011) und Sonstiges (um 50 Prozent: von 9 Mio. auf 18 Mio. gegenüber 2011) zu verzeichnen.



Entwicklung einzelner Produkte

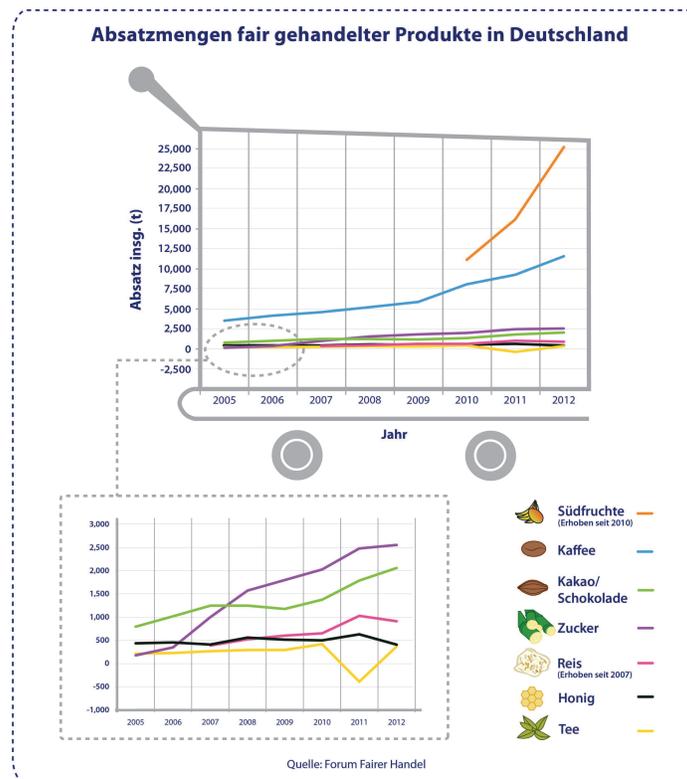
Die absatzstärksten Lebensmittel im Fairen Handel sind nach wie vor die „Klassiker“: Kaffee, Kakao und Schokolade, Tee, Südfrüchte. Kaffee hält mit 41 Prozent am Gesamtabsatz der Fair-Händler weiterhin deutlich die Spitzenposition ein, bei Fairtrade-zertifizierten Produkten sind es beinahe die Hälfte – 47 Prozent.



Der Kaffee-Absatz wuchs 2012 um weitere 25 Prozent auf 11.675 Tonnen an, davon sind rund 65 Prozent auch bio zertifiziert. Auch andere „Klassiker“ des Fairen Handels, insbesondere Kakao und Schokolade, konnten deutlich zulegen – plus 15 Prozent auf 2.040 Tonnen.

Mit einem Plus von 219 Prozent hat sich Deutschland an die Spitze des Handels mit Fairtrade-zertifizierten Blumen befördert. Durch die beeindruckende Verdreifachung der Absätze gegenüber 2011 haben Rosen nun einen Marktanteil von knapp 20 Prozent erreicht. Ausschlaggebend dafür waren der Markteintritt der Edeka-Gruppe, aber auch die Neulistung bei Lidl und der Metro-Gruppe. Seit 2012 gibt es bundesweit faire Rosen in rund 1.000 Fachgeschäften.

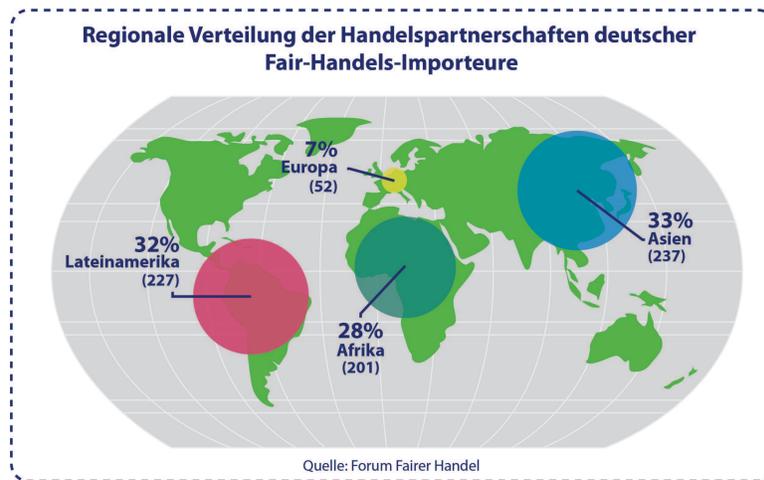
Mit mehr als 25.442 Tonnen (plus 56 Prozent gegenüber 2011) erzielten Südfrüchte einen neuen Absatzrekord. Bananen machen mehr als 95% aller Frischfrüchte aus und haben einen Marktanteil von 3,5 Prozent. Rund 90 Prozent der Südfrüchte sind bio zertifiziert.



Engagement zeigt Wirkung

Mit 100.000 ehrenamtlich Aktiven ist der Faire Handel die größte entwicklungspolitische Bewegung Deutschlands. Das Engagement in Kirchen, Aktionsgruppen, Schüler- und Jugendprojekten sowie der bewusste Konsum von über 32,5 Millionen Verbraucher_innen zeigen Wirkung: Immer mehr Produzent_innen ermöglicht der Faire Handel verbesserte Lebensbedingungen und wirtschaftliche Sicherheit.

Die Zahl der Handelspartnerschaften der anerkannten Fair-Handels-Importeure konnte auf mehr als 700 ausgeweitet werden. Die meisten dieser Partnerschaften bestehen mit Kleinbauern-Kooperativen und Plantagen in Asien (33 Prozent), dicht gefolgt von Lateinamerika (32 Prozent) und Afrika (28 Prozent).



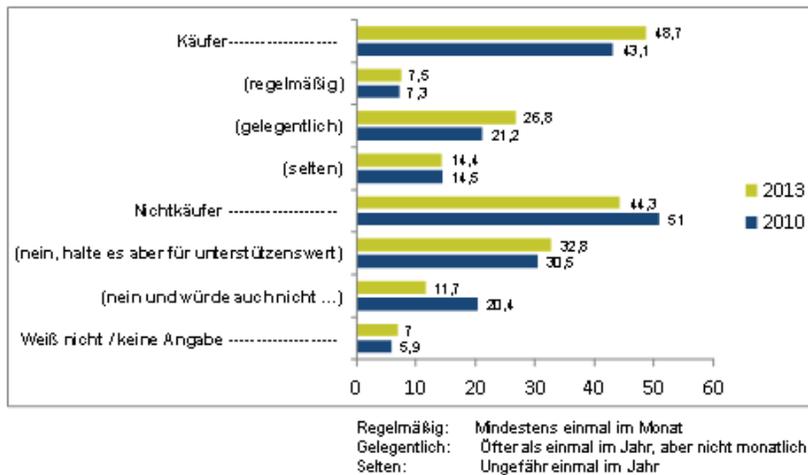
Viele Partner-Organisationen sind zudem Fairtrade-zertifiziert. Ihre Produkte können mit dem Fairtrade-Siegel vermarktet werden. Weltweit liegt die Zahl der Kleinbauernkooperativen und Plantagen, die unter dem Standard des Fairtrade-Siegels arbeiten, bei rund 1.000. Weit über 1,4 Mio. Kleinbäuer_innen und Arbeiter_innen in über 70 Ländern profitieren direkt von den Vorteilen des Fairen Handels. Zusammen mit ihren Familien sind das rund sechs Millionen Menschen, die durch Fairen Handel ihre Lebens- und Arbeitssituation verbessern können. Insgesamt konnten über den Handel mit Fairtrade-zertifizierten Produkten in Deutschland Direkteinnahmen von gut 92 Mio. Euro – plus 12 Prozent gegenüber 2011 – in den Produzentenländern erzielt werden.

Was bewegt den deutschen Verbraucher zum Fairen Handel?

Ergebnisse der Verbraucherbefragung des FFH 2013

Immer mehr deutsche Verbraucher kaufen fair gehandelte Produkte ein

Fast jeder zweite Deutsche kauft fair gehandelte Produkte ein. 32,6 Millionen Verbraucher_innen – 3,7 Mio. mehr als im Jahr 2010 (plus 11 Prozent) – geben an, bei ihrem Einkauf bewusst nach fair gehandelter Ware zu greifen. Die Zahl der Menschen, die den Kauf fair gehandelter Produkte grundsätzlich ablehnen, hat sich hingegen seit 2010 fast halbiert und ist auf ca. 12 Prozent gesunken. Ein Drittel der Verbraucher_innen kauft zwar noch keine fair gehandelten Produkte, hält den Fairen Handel aber für unterstützenswert.

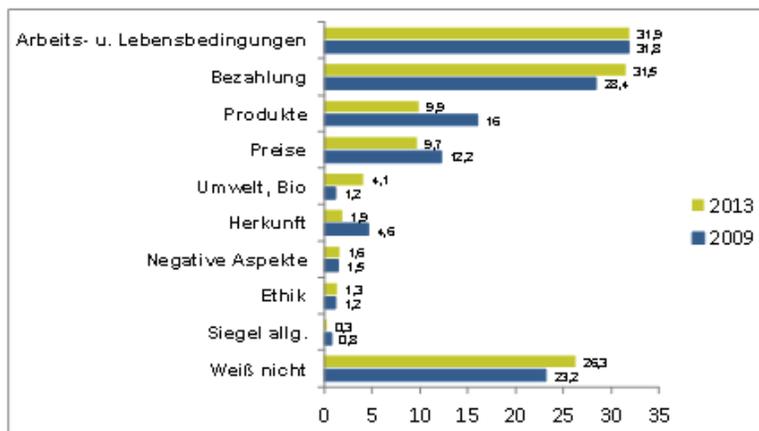


In allen Einkommens- und Bildungsgruppen finden sich sowohl Käufer_innen fair gehandelter Produkte als auch Unterstützer_innen des Fairen Handels. Bei wachsendem Einkommen wächst der Anteil von Käufer_innen von fair gehandelten Produkten an. Der Einfluss der Schulbildung spiegelt diesen Zusammenhang entsprechend wider. Hier finden sich in der höchsten Bildungsgruppe etwa doppelt so viele Käufer_innen wie in der niedrigsten.

	Kauf ja	Kauf nein	davon "Unterstützer"		Kauf ja	Kauf nein	davon "Unterstützer"
unter 1000 €	35,7%	59,2%	40,8%	Volksschule ohne Lehre	29,6%	64,8%	46,3%
bis 1500 €	42,8%	51,5%	35,7%	Volksschule mit Lehre	37,2%	54,2%	39,3%
bis 2000 €	49,3%	45,2%	34,3%	Höhere Sch. ohne Abi	54,7%	38,5%	27,8%
bis 2500 €	44,4%	49,7%	37,1%	Uni, Abi	66,7%	29,7%	24,2%
über 2500 €	56,9%	38,8%	29,9%				

Positives Image: Fairer Handel überzeugt

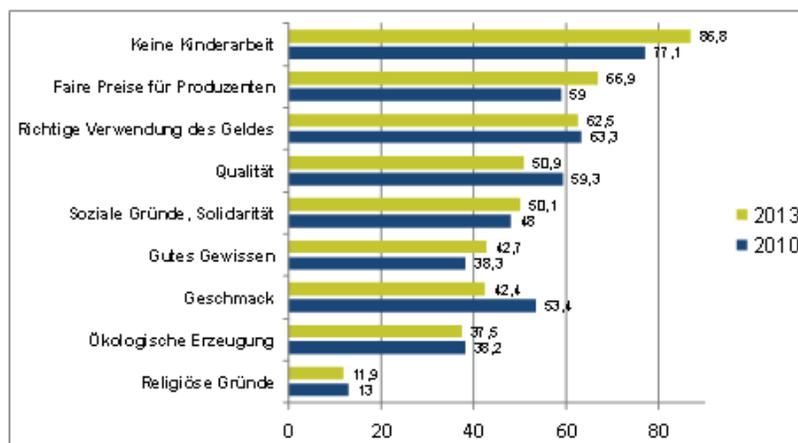
Der Begriff 'Fairer Handel' genießt ein extrem positives Image. Assoziiert wird 'Fairer Handel' nach wie vor am meisten mit den fairen und menschenwürdigen Arbeits- und Lebensbedingungen und einer fairen Bezahlung'.



Bewusste Konsumenten

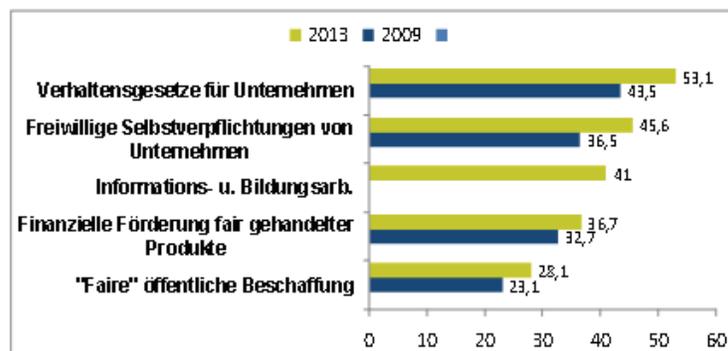
Deutsche Verbraucher_innen geben vor allem ethische Aspekte für ihre Kaufentscheidung an. Mit 'keine Kinderarbeit', faire Preise' und 'richtige Geldverwendung' stehen bei den Kaufgründen drei Kernelemente des Fairen Handels weiterhin an der Spitze. Hingegen haben 'Qualität' und 'Geschmack', die sich in den letzten Jahren als wichtige Beweggründe für den Kauf fair gehandelter Produkte abzeichneten, an Bedeutung verloren. Insgesamt hat somit die Relevanz der ethischen Begründungen für den Kauf fair gehandelter Produkte offensichtlich relativ zugenommen.

„sehr wichtig ... (Käufer)



Die Mehrzahl der Verbraucher_innen in Deutschland spricht sich für verbindliche Regeln für Unternehmen als das wichtigste Instrument für mehr Gerechtigkeit im Welthandel aus.

„Sehr wichtig ...“



Menschenrechte in globalen Zulieferketten sichern

Transparenzpflichten für Unternehmen einführen

Ausbeuterische Kinderarbeit auf westafrikanischen Kakaoplantagen, einstürzende Textilfabriken in Bangladesch, katastrophale Arbeitsbedingungen auf Bananenplantagen, schlimme Pestizidbelastung in Kaffeeplantagen – in vielen internationalen Lieferketten steht es um die Lebens- und Arbeitsbedingungen schlecht. Den Preis für oftmals billige Lebensmittel und Konsumwaren zahlen in der globalisierten Welt allzu oft die Erzeuger_innen und Arbeiter_innen. Ihnen werden grundlegende Menschenrechte verwehrt – wie z. B. das Recht auf eine gerechte Entlohnung, die den Arbeitenden und ihrer Familien eine menschenwürdige Existenz sichert, das Recht auf Nahrung, gesundheitliche Versorgung, Arbeitsschutz oder das Recht sich gewerkschaftlich zu organisieren. Der Faire Handel zeigt, dass es anders geht.

Menschenrechte...

Es hat zahlreiche Revolutionen und Kriege gebraucht, die Idee von universalen, gleichen Menschenrechten durchzusetzen und sie vertraglich im Völkerrecht festzuschreiben. Erst 1948, im Nachklang von zwei Weltkriegen, haben sich die Völker auf die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte einigen können: die Überzeugung, dass jeder Mensch eine Würde, einen unbestimmten Wert sowie ein Recht auf Leben, Sicherheit und Eigentum hat. Es ist Aufgabe der Vereinten Nationen diese Rechte jedem Einzelnen zu ermöglichen, ungeachtet seiner Herkunft, seiner Rasse oder seiner wirtschaftlichen Situation. Als UN-Unterorganisation sucht die Internationale Arbeitsorganisation (ILO), dies z. B mit ihren Kernarbeitsnormen auch in der international verwobenen Handelswelt einzubringen.



Aus der Menschenrechtserklärung (Artikel 1-5):

- **Alle Menschen sind frei und gleich an Würde und Rechten** geboren. Sie sind mit Vernunft und Gewissen begabt **und sollen einander im Geiste der Brüderlichkeit begegnen.**
- Jeder hat das Recht auf **Leben, Freiheit und Sicherheit** der Person.
- Niemand darf in **Sklaverei** oder Leibeigenschaft gehalten werden; (...)
- Niemand darf der Folter oder **grausamer, unmenschlicher oder erniedrigender Behandlung oder Strafe** unterworfen werden.
- **Jeder** hat Anspruch auf alle in dieser Erklärung verkündeten Rechte und Freiheiten, **ohne irgendeinen Unterschied**, etwa nach Rasse, Hautfarbe, Geschlecht, Sprache, Religion, politischer oder sonstiger Anschauung, nationaler oder sozialer Herkunft, Vermögen, Geburt oder sonstigem Stand. (...)

Aus der Menschenrechtserklärung (Artikel 23-25):

- Jeder Mensch hat das Recht auf Arbeit, (...) auf **gerechte und befriedigende Arbeitsbedingungen** (...)
- Jeder, der arbeitet, hat das Recht auf **gerechte und befriedigende Entlohnung**, die ihm und seiner Familie eine **der menschlichen Würde entsprechende Existenz** sichert (...)
- Jeder hat das Recht, zum Schutze seiner Interessen **Gewerkschaften zu bilden** und solchen beizutreten.
- Jeder hat das Recht auf **Erholung und Freizeit** und insbesondere auf eine vernünftige Begrenzung der Arbeitszeit und regelmäßig bezahlten Urlaub.
- Jeder hat das Recht auf einen **Lebensstandard**, der seine und seiner Familie Gesundheit und Wohl gewährleistet, einschließlich Nahrung, Kleidung, Wohnung, ärztliche Versorgung (...)
- **Mütter und Kinder** haben Anspruch auf besondere **Fürsorge und Unterstützung** (...)

...und der Faire Handel

2 Milliarden Menschen in Asien, Afrika und Lateinamerika müssen – obwohl sie hart arbeiten – von weniger als 2 Dollar am Tag überleben. Sie sind anfällig für Ausbeutung, sei es als Bäuer_in oder als Handwerker_in in kleinen Familienbetrieben oder als abhängig Beschäftigte in größeren Unternehmen und auf Plantagen. Konventionelle Marktkräfte drängen sie tendenziell immer weiter an den Rand. Der Faire Handel ist eine Reaktion darauf. Seine Vision ist eine Welt, in der Gerechtigkeit und nachhaltige Entwicklung im Zentrum der Handelsstrukturen und -praktiken stehen, so dass jeder durch seine Arbeit einen menschenwürdigen Lebensstandard erreichen und sein Entwicklungspotential voll entfalten kann.

Umgesetzt wird das durch langfristige, transparente und partnerschaftliche Lieferbeziehungen, faire Preise und Entwicklungsprämien, Beratung und Qualifizierung sowie Unterstützung der Selbstorganisation von Produzentinnen und Produzenten. Neben der Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen ist es ein zentrales Anliegen des Fairen Handels, insgesamt die Position von ArbeiterInnen und KleinbäuerInnen sowie ihrer Organisationen im Süden zu stärken und ihre Rechte zu sichern. Die Fair-Handels-Standards legen dabei einen besonderen Fokus auf die Rechte von Kindern und die Gleichberechtigung von Frauen.

Definition der internationalen Dachorganisationen des Fairen Handels WFTO und Fairtrade International:

„Der Faire Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Durch bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte für benachteiligte Produzent_innen und Arbeiter_innen – insbesondere in den Ländern des Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung.“

Fair Handels-Organisationen engagieren sich - gemeinsam mit Verbraucher_innen - für die Unterstützung der Produzent_innen, die Bewußtseinsbildung sowie die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels.“

Wie im Fairen Handel Menschenrechte realisiert werden...

➤ z. B. das Recht auf Gesundheit

97% der weltweit gehandelten Bananen stammen von einer einzigen Sorte, der Cavendish, und werden meist in Monokulturen angebaut. Dies macht die Pflanze hochempfindlich für Schädlinge, Pilze und Krankheiten. Entsprechend groß sind die ausgebrachten Mengen von Insektiziden und anderen Pestiziden. Sie vergiften Wasserreserven, Flüsse, Böden. Was aus der Luft versprüht wird, landet nur schätzungsweise zu 85% auf den Bananenpflanzen. Stattdessen reichern sich die Agrarchemikalien in umliegenden Gebieten an, vergiften die Arbeiter_innen, ihre Häuser und ihre Lebensmittel. Vorschriften, die den Aufenthalt von Personen in den besprühten Bereichen verbieten, werden oft nicht eingehalten.

Auch die Ananasproduktion hängt von dem ständigen und intensiven Einsatz einer ganzen Reihe von **giftigen Agrarchemikalien** ab. ¾ der in Europa verkauften Ananas kommen aus Costa Rica. In vielen Gemeinden sind hier die natürlichen Trinkwasservorkommen vergiftet, z. B. in den Gemeinden El Cairo, La Francia und Luisana in Costa Rica, wo mehr als 6.000 Menschen auf die Trinkwasser-versorgung durch Tankwagen der Regierung angewiesen sind. Sie berichten von Hautkrankheiten, Atembeschwerden, Magen- und Darmerkrankungen sowie Geburtsfehlern.

Auch auf Kaffeeplantagen und bei der Bearbeitung von Kaffeeekirschen wird ein ganzer Pestizid- und Fungizid-Cocktail versprüht. Teilweise sind die Stoffe in der Europäischen Union verboten, werden aber z. B. in Brasilien noch eingesetzt. Leidtragende sind auch hier die Arbeiter_innen.

Der Faire Handel setzt auf nachhaltige Anbaumethoden. Ökologische Prinzipien haben im Fairen Handel einen hohen Stellenwert. Denn wer den Menschen in den Mittelpunkt seines Handelns stellt, kann nicht umhin, auch den Schutz seiner Umwelt mitzudenken. Darum gelten für alle fair gehandelten Produkte auch ökologische Kriterien, um eine intakte Umwelt zu erhalten und die Gesundheit der Menschen vor Ort nicht zu gefährden. Zu den Mindeststandards gehören

- Schutz der Wasserressourcen
- Einsatz organischer Düngemittel
- Schutz von Wäldern und natürlichen Vegetationsgebieten
- Diversifizierung der Landwirtschaft und Erosionsschutz
- Beschränkter Einsatz von Pestiziden und anderen Agrochemikalien
- Verbot von gentechnisch veränderten Organismen
- Umweltfreundliche Abfallentsorgung und klimafreundliches Energiesparen

Gesundheitsgefährdende Pestizide und Düngemittel sind verboten.

Wenn Agrarchemie eingesetzt wird, dann müssen strenge Sicherheitsvorkehrungen und Arbeitsschutzmaßnahmen eingehalten werden: Arbeiter_innen müssen Schutzanzüge tragen und Warnhinweise müssen angebracht sein.

Viele fair gehandelten Produkte stammen auch aus biologischem Anbau. Immerhin mehr als 65 Prozent der fair gehandelten Lebensmittel sind heute auch bio-zertifiziert. Die Umstellung unterstützt der Faire Handel mit Beratung und zusätzlichen Bio-Prämien.



Natividad Nagua,
UROCAL, Ecuador:

„Ich kenne eine Menge Leute in der Küstenregion, wo ich herkomme und wo es eine Menge konventionelle Plantagen gibt, die unter den Pestiziden leiden. Dank der Fair-Trade-Prämie haben wir im Krankheitsfall auch Zugang zur Gesundheitsversorgung.“

➤ z. B. das Recht von Kindern auf besonderen Schutz

215 Millionen Kinder weltweit müssen regelmäßig mehrere Stunden arbeiten – in der Landwirtschaft, im Haushalt oder in Fabriken. 115 Millionen Kinder zwischen fünf und siebzehn Jahren sind laut Internationaler Arbeitsorganisation (IAO) von „ausbeuterischer Kinderarbeit“ betroffen, d.h. sie werden gar nicht oder nur minimal entlohnt und leisten gefährliche Tätigkeiten z. B. in Steinbrüchen oder auf Plantagen, wobei die Gesundheit des Kindes durch Tragen schwerer Lasten oder lange Arbeitszeiten gefährdet wird. In die Schule gehen diese Kinder meist nicht.

Auch in den Kakaoanbaugebieten der Elfenbeinküste werden Kinder oft als billigste Arbeitskräfte eingesetzt. Das ist Ausdruck des enormen Kostendrucks, der auf vielen Betrieben lastet. Denn obwohl das schwarze Gold im Norden, gerade auch in Deutschland, dem drittgrößten Nachfrager weltweit, so begehrt ist, kommen nur minimale Erträge bei den Produzent_innen an. Schwankende Weltmarktpreise führen zu Planungsunsicherheiten, ungleiche Machtverhältnisse zu Abhängigkeiten.

Der Faire Handel sieht die Hauptursache für Kinderarbeit in der großen Armut der Familien. Im Fairen Handel eröffnen langfristige Handelspartnerschaften, konstante, existenzsichernde Preise und Löhne den Produzent_innen Wege aus der Armut. Sie investieren zudem oft die Entwicklungsprämien in Schulgebäude oder Stipendien.

Ausbeutung von Minderjährigen ist in den Fair-Handels-Standards verboten. Sie dürfen nicht in ihrer seelischen oder körperlichen Gesundheit beeinträchtigt werden, keine gefährlichen Arbeiten verrichten, und ihre schulische Bildung darf nicht behindert werden. Aber auch regelmäßige Kontrollen und drohende Sanktionen können Kinderarbeit nicht zu 100% ausschließen. Daneben wird auch großer Wert gelegt auf die Zusammenarbeit mit Organisationen, die sich für einen gesellschaftlichen Wandel vor Ort einsetzen.

Das Beispiel von Kuapa Kokoo in Ghana

Elias kommt aus Ghana. Er und seine Familie bauen Kakao an – wie viele seiner Freunde und Nachbarn. Als Mitglied von **Kuapa Kokoo** hat er die Möglichkeit genutzt, Eigentümer jener Handelsfirma zu werden, die seinen Kakao direkt an internationale Exporteure verkauft. „Es war das erste Mal, dass ich von so etwas hörte“, erinnert sich der Produzent. „Ich informierte schnell ein paar Freunde aus meinem Dorf, und wir gingen zum Kuapa Büro, um eine Mitgliedschaft zu beantragen.“

Diese Entscheidung hat das Leben im Dorf verändert. Der Faire Handel zahlt stabile, existenzsichernde Preise. Deswegen sind die Bauern vor den Schwankungen des Weltmarktes geschützt. Sie können ihre Familien gut ernähren und auf ausbeuterische Kinderarbeit verzichten. Die Genossenschaft begleitet die Veränderungsprozesse, berät die einzelnen Gemeinden, wie sie ihre wirtschaftlichen Stärken ausbauen können, wie sie ihre Kinder vor Ausbeutung schützen, wie sinnvoll in Bildung, Gesundheit investiert werden kann. So hat man auch in dem Dorf von Elias nun Zugang zu medizinischen Diensten, da mit den Fair-Handels-Prämien ein mobiles Krankenhaus finanziert wurde. Durch weitere Projekte hat man die Rechte von Frauen und den biologischen, nachhaltigen Anbau bestärkt. Die inzwischen 1300 Dörfer umfassende Genossenschaft Kuapa Kokoo verändert so nachhaltig und langfristig das Leben in Ghana.



“Ich will zur Schule!”

Als Jennifer jünger war, mußte sie ihre Familie verlassen, um in Kumasi – zwei Stunden von zu Hause entfernt - in die Schule zu gehen. Kuapa Koko investierte die Fairtrade-Prämie in den Bau eines Schulgebäudes in Jennifers Dorf. Nun ist die Schule nur noch ein Katzensprung von ihrem Zuhause. “Für mich ist die Schule wichtig, denn ich möchte Krankenschwester werden und den Kranken in meinem Dorf helfen,” sagt Jennifer.

Der Staat in der Pflicht! Unternehmen in der Verantwortung!

Mit den **UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte** wurde in 2011 eine weithin akzeptierte Grundlage für die Verantwortung von Staaten und Unternehmen für die Menschenrechte geschaffen. Vom Staat werden klare Rahmenbedingungen eingefordert, damit es nicht zu Menschenrechtsverletzungen durch Unternehmen kommt. Wenn dies dennoch passiert, müssen Staaten effektive Rechtsmittel zur Verfügung stellen. Unternehmen sollen die gebotene Sorgfalt aufbringen, um sicherzustellen, dass sie nicht zu Verletzungen beitragen. Dafür sollen interne Arbeitsbedingungen, Zulieferer oder auch ein Landkauf auf die Einhaltung der Menschenrechte abgeklöpft werden.

Die Europäische Kommission hat die Mitgliedsstaaten aufgerufen, **Aktionspläne zur Umsetzung** aufzustellen. Einige Mitgliedsstaaten, wie England, Niederlande und Dänemark, sind dem bereits nachgekommen. Die Bundesregierung ist bislang untätig geblieben.

Das FFH setzt sich für eine ambitionierte Umsetzung ein:

- **Unternehmen sollten dafür haftbar gemacht werden**, wenn sie im Rahmen ihrer globalen Geschäftstätigkeit und Geschäftsbeziehungen die Menschenrechte verletzen oder deren Verletzung billigend in Kauf nehmen;
- Menschen aus dem Süden, deren Menschenrechte durch deutsche Unternehmen verletzt werden, sollten in Deutschland einen erweiterten **Zugang zu Rechtsmitteln und Beschwerdemöglichkeiten** erhalten.
- Verbindliche Offenlegungspflichten für Unternehmen zu Themen wie Arbeits- und Menschenrechtsstandards sollten eingeführt werden.

Für Großunternehmen bestehen bereits heute Pflichten zur Veröffentlichung von Bilanzdaten, nicht aber zur Publikation von Informationen, die auch eine Abschätzung und vergleichende Bewertung ihrer sozialen und ökologischen Leistungen bzw. Risiken erlauben würden. Ohne derartige Daten sind aber Verbraucher, Investoren und (öffentliche) Beschaffer nicht in der Lage, ihre Entscheidungen im Sinne sozialer und ökologischer Zielsetzungen zu optimieren. Vereinzelte Ansätze einer freiwilligen Publizität können dieses Problem nicht lösen, sind sie doch unsystematisch, untereinander kaum vergleichbar und nicht extern verifiziert. Verbindliche Vorgaben, die für alle gleichermaßen gelten, tragen zu einem faireren Wettbewerb oberhalb menschenrechtlicher Grundstandards bei. Deshalb setzt sich das FFH für **sanktionsbewehrte Publizitätspflichten für ökologische und soziale Unternehmensdaten** ein.

Die europäische Kommission hat einen Richtlinienentwurf zur Offenlegung von nichtfinanziellen Informationen durch Unternehmen vorgelegt. Die deutsche Bundesregierung sollte das Vorhaben aktiv vorantreiben und sich insbesondere dafür einsetzen, dass:

1. Unternehmen in Zukunft dazu verpflichtet werden,
 - **Informationen zur Unternehmenspraxis in Bezug auf Arbeitnehmer- und Menschenrechte**, Korruption, Lobbyaktivitäten sowie Umwelt- und Klimaschutz **bei sich, ihren Tochterunternehmen und ihren Lieferanten zu veröffentlichen**. Zentrale Informationen zu Arbeitsbedingungen sind zum Beispiel solche zu Gewerkschafts- und Tarifrechten, Arbeitszeiten und Löhnen.
 - **ihre Unternehmensstruktur, Lieferanten und Produktionsstandorte offenzulegen** und die Herkunft ihrer Produkte zu kennzeichnen;
2. es **einheitliche Standards** für die Art und die Qualität der Informationen gibt und perspektivisch soziale und ökologische Kernindikatoren entwickelt werden;
3. unabhängige Stellen die veröffentlichten Informationen **regelmäßig überprüfen**;
4. Verstöße gegen die Offenlegungspflicht bzw. Falschinformationen mit **Sanktionen** belegt werden.

Verpflichtende Offenlegungspflichten hält das Forum Fairer Handel für einen notwendigen Ansatz, um Menschenrechte in der globalisierten Produktion zu stärken. Der Faire Handel zeigt, wie Unternehmen ihrer menschenrechtlichen Verantwortung gerecht werden können und bietet Unternehmen ein erprobtes Instrumentarium zur Umsetzung in der eigenen Lieferkette.

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

Was sind fair gehandelte Produkte?

Die Verbraucher_innen finden in Weltläden ein breites Produktsortiment fair gehandelter Waren, die diese von anerkannten Fair-Handels-Importeuren beziehen. Das sind Unternehmen/ Organisationen, die zu 100 Prozent im Fairen Handel aktiv sind. Auf internationaler Ebene haben sich Fair-Handels-Organisationen zur Dachorganisation WFTO zusammengeschlossen. Unter dem Dach der WFTO wurden Standards und ein Monitoringsystem für Fair-Handels-Organisationen 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, Eiscreme, Quinoa, Blumen und Textilien aus gesiegelter Baumwolle.

Mit der Naturland-Fair-Zertifizierung gibt es ein Kontrollsystem für fair gehandelte Bioprodukte.

Was ist die Datenbasis?

Die veröffentlichten Branchenzahlen werden vom Forum Fairer Handel jährlich erhoben. Sie beruhen auf den Aussagen der Mitgliedsorganisationen sowie auf den Angaben kleinerer und mittlerer Fair-Handels-Organisationen, die Mitglied der WFTO 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, die kleineren und mittleren Akteure werden alle zwei Jahre 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.

Bei der Erhebung und Auswertung der Branchenzahlen liegt momentan der Fokus auf Produkten aus dem Süden. Tendenziell gibt es auch immer mehr Initiativen für fair gehandelte Produkte aus dem Norden, und auch die klassischen Fair-Händler setzen sich zunehmend mit den Produktionsbedingungen der Nordzutaten in ihren Produkten auseinander. Derzeit gibt es aber noch keine allgemeinen Kriterien für fair gehandelte Produkte aus dem Norden, die die Basis für eine erweiterte Erhebung und Auswertung bieten.

Wer gibt die Zahlen heraus?

Das Forum Fairer Handel ist das bundesweite Netzwerk des Fairen Handels. Es 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. Mitgliedersind zurzeit die Siegelorganisation TransFair, die Fair-Handels-Importeure GEPA – The Fair Trade Company, EL PUENTE, dwp, BanaFair und Globo – Fair Trade Partner, Naturland – Verband für ökologischen Landbau und der Weltladen-Dachverband. Weitere Organisationen wirken in den Arbeitsgruppen des Fair-Handels-Netzwerkes mit, zum Beispiel AEJ, BDKJ, Brot für die Welt | Diakonie Deutschland, Misereor, Fair Trade e. V., INKOTA-netzwerk e.V, die Arbeitsgemeinschaft der Eine-Welt-Landesnetzwerke in Deutschland (agl), die Servicestelle Kommunen in der Einen Welt und die Verbraucher Initiative.