



FÜR FAIRE EINKOMMEN UND LÖHNE

JAHRES- UND WIRKUNGSBERICHT 2018

**FAIRTRADE ÖSTERREICH
MAX HAVELAAR-STIFTUNG (SCHWEIZ)
TRANSFAIR E.V. DEUTSCHLAND**



FAIRTRADE

INHALTSVERZEICHNIS

- S. 3 EDITORIAL: GEMEINSAME ZIELE UND ERFOLGE
- S. 4 DER SCHWIERIGE WEG ZUM SICHEREN EINKOMMEN
- S. 7 «DIE PRÄMIE IST WIE EIN MOTOR»
- S. 8 DIE FAIRTRADE-WELT
- S. 10 GEMEINSAM GESTALTEN
- S. 11 CARTE BLANCHE: KAFFEE – TIEFPREIS MIT FOLGEN
- S. 12 INTERVIEW MIT JON WALKER: «WIR STELLEN UNS DER HERAUSFORDERUNG»
- S. 14 REPORTAGE VON EINER BLUMENFARM: EIN JOB MIT PERSPEKTIVE



**FAIRTRADE IST DAS
BEKANNTESTE
SOZIALSIEGEL
WELTWEIT**



**1.599 FAIRTRADE-
PRODUZENTEN-
ORGANISATIONEN
IN 75 LÄNDERN**



**+19 PROZENT:
178 MIO € PRÄMIEN
WURDEN 2017
AUSBEZAHLT**



**2017 WURDEN WELTWEIT
8,49 MRD. € MIT FAIRTRADE-
ZERTIFIZIERTEN PRODUKTEN
UMGESETZT**



**ES GIBT MEHR ALS 30.000
VERSCHIEDENE FAIRTRADE-
PRODUKTE WELTWEIT
IM HANDEL**



**89% DER FAIRTRADE-
PRODUZENTEN SIND
KLEINBAUERNFAMILIEN,
11% BESCHÄFTIGTE**



Andreas Jiménez

Dieter Overath

Hartwig Kirner

GEMEINSAME ZIELE UND ERFOLGE

FAIRTRADE HAT SICH IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND IN DER SCHWEIZ ALS SIEGEL ETABLIERT, DAS FÜR VERTRAUENSWÜRDIGKEIT STEHT. VOLLER TATENDRANG ARBEITEN WIR DARAN, LAUFEND VERBESSERUNGEN ZU BEWIRKEN.

In den vergangenen rund 25 Jahren hat die faire Handelsbewegung einiges erreicht, sowohl im Norden als auch im Süden. Fairtrade-Produkte haben die Nische verlassen und sind nun in den Regalen von Supermärkten und Discountern erhältlich. Noch nie gab es so viele Waren zu kaufen, die das Fairtrade-Siegel tragen, wie heute. Das ist ein großer Erfolg!

Gerade am Beispiel Bananen wird ersichtlich, was möglich ist, wenn alle an einem Strang ziehen. In der Schweiz ist bereits jede zweite gelbe Frucht eine faire Sache. Auch in Österreich und Deutschland sind die Entwicklungen überaus erfreulich und zeigen, dass fair gehandelte Produkte das Zeug dazu haben, die bessere Alternative und nicht nur eine Randnotiz des Handels zu sein.

Das sind Entwicklungen, von denen die Produzentinnen und Produzenten im Süden stark profitieren. Denn sowohl für Kleinbauernfamilien als auch für Beschäftigte auf Plantagen bringt der Fairtrade-Mindestpreis, der als Sicherheitsnetz gegen schwankende Marktpreise dient, Planungsstabilität und deckt die Produktionskosten. Je mehr bei uns zu Fairtrade-Bedingungen verkauft wird, desto mehr Fairtrade-Prämie erhalten zudem die Produzentenorganisationen. Geld, das zusätzlich bezahlt wird und in wichtige Gemeinschaftsprojekte fließt. Das hilft, die Lebensqualität der Menschen zu verbessern und neue Perspektiven zu schaffen: zum Beispiel durch den Bau von Brunnen, Schulen und Kliniken, durch die Förderung von Frauenrechten, die Verbesserung von Umweltschutzmaßnahmen, die Anpassung an den Klimawandel und durch nachhaltigen Anbau. Trotzdem ist die Situation nach wie vor vielerorts prekär.

Das zeigt beispielsweise eine aktuelle Studie zur Einkommenssituation von Kakaobauernfamilien in Côte d'Ivoire. Im wichtigsten Kakaoproduktionsland der Erde können die Menschen, die für unseren täglichen Genuss hart arbeiten, kaum von ihrer Erwerbstätigkeit leben. Auch Fairtrade-Kleinbauernfamilien sind oftmals weit davon entfernt, ein existenzsicherndes Einkommen zu erhalten. Deshalb hat sich Fairtrade dazu entschlossen, voran zu gehen und sowohl den Mindestpreis als auch die Prämie ab Herbst 2019 zu erhöhen.

Das Erreichen von existenzsichernden Einkommen und Löhnen steht im Fokus der Strategien und der praktischen Arbeit von Fairtrade, ganz unabhängig davon, um welches Produkt es sich handelt. Diesem großen Ziel ist deshalb der diesjährige Jahres- und Wirkungsbericht gewidmet.

Wir bedanken uns bei Ihnen für Ihre Unterstützung und zählen auf Sie, dass wir diesen Weg weiter gemeinsam beschreiten werden.

Andreas Jiménez,
Geschäftsleiter Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)

Dieter Overath,
Vorstandsvorsitzender von TransFair e.V. Deutschland

Hartwig Kirner,
Geschäftsführer FAIRTRADE Österreich



Foto: Eric St-Pierre

JUNGE BÄUME VERSPRECHEN MITTELFRISTIG HÖHEREN ERTRAG: ERNEST KOVADOU VON ECOJAD IN DER CÔTE D'IVOIRE ÜBERGIBT EINEN SETZLING.

DER SCHWIERIGE WEG ZUM SICHEREN EINKOMMEN

TROTZ FAIRTRADE LEBEN EINIGE BAUERNFAMILIEN IMMER NOCH IN ARMUT. DESHALB HAT FAIRTRADE REFERENZWERTE FÜR EXISTENZSICHERNDE EINKOMMEN BERECHNET UND ZEIGT, WIE DIESE ZU ERREICHEN SIND.

Durch Fairtrade haben in Afrika, Asien und Lateinamerika zahlreiche Bäuerinnen und Bauern ein sichereres Einkommen. Außerdem erhielten Beschäftigte auf Plantagen bessere Arbeitsbedingungen. Sie schicken ihre Kinder statt aufs Feld in die Schule und haben endlich einen Gesundheitsposten in der Nähe des Dorfs. Viele Bauernfamilien haben jetzt eine Perspektive. Die wohl eindrücklichsten Beweise dafür sind die Farmen, die von den herangewachsenen Kindern der Kleinbauernfamilien übernommen worden sind und nun in zweiter Generation nach Fairtrade-Standards produzieren.

Armut nicht allein wegen des Preises

Diese Erfolge dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass dies im besten Fall Meilensteine auf einem langen Weg sind. Fairtrade versteht sich als Prozess, der kaum jemals abgeschlossen sein wird.

Ein gutes Beispiel dafür ist der Kakaoanbau in Côte d'Ivoire: Mit der Prämie finanzieren manche Kooperativen unter anderem Setzlinge für ihre Mitglieder, um die alten Baumbestände zu erneuern. Die jungen Bäume versprechen einen deutlich höheren Ertrag – dennoch hat kaum ein Bauer plötzlich mehr Geld zur Verfügung. Zum einen liegt das daran, dass die Bäume mehrere Jahre benötigen, bis sie ausgewachsen sind und den erwarteten Ertrag bringen. Zum anderen tun sich einige Bauern schwer, ihre alten Bäume zu fällen, solange sie wenigstens noch ein paar wenige Früchte tragen. Doch als Erklärung greift dies zu kurz.

2018 zeigte eine von Fairtrade International in Auftrag gegebene Studie des True-Price-Instituts¹: In Côte d'Ivoire leben viele Fairtrade-Kakaobauernfamilien in Armut. Mindestpreis und Fairtrade-

DIE 5 WICHTIGSTEN FRAGEN ZU EINKOMMEN UND LOHN

Existenzsichernde Einkommen und existenzsichernder Lohn – was ist der Unterschied?

Während sich der existenzsichernde Lohn auf den von einem Angestellten erwirtschafteten Lohn bezieht, wird der Begriff des existenzsichernden Einkommens für die Einnahmen von Kleinbauernfamilien verwendet, die sie ohne Arbeitgeber aus der Landwirtschaft erzielen.

Ist die Idee von existenzsichernden Einkommen und Löhnen neu?

Vor 70 Jahren fasste die UNO-Generalversammlung in der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte viele Grundrechte zusammen, die jeder Mensch überall und jederzeit haben sollte, um ein menschenwürdiges Leben zu führen. In Artikel 23 heißt es: «Jeder Mensch, der arbeitet, hat das Recht auf angemessene und befriedigende Entlohnung, die ihm und seiner Familie eine der menschlichen Würde entsprechende Existenz sichert und die, wenn nötig, durch andere soziale Schutzmaßnahmen zu ergänzen ist.»

Welche Kosten müssen gedeckt sein, damit ein Einkommen oder ein Lohn als existenzsichernd gilt?

Ein Einkommen sollte die Kosten für Lebensmittel, Wasser, Wohnen, Bildung, Gesundheit, Verkehr, Kleidung und andere lebens-



WAS WÄRE EIN EXISTENZSICHERNDES
EINKOMMEN IN DER CÔTE D'IVOIRE?
KAKAOBÄUERINNEN DER
KOOPERATIVE ECOJAD.

Prämie alleine vermögen offenbar nicht die erwartete Wirkung zu erzielen. Doch weshalb?

Je nach Land herrschen ganz unterschiedliche Voraussetzungen für die Landwirtschaft: fehlende Infrastruktur, geringe Alphabetisierungsrate, spürbare Kriegsfolgen etc. In Côte d'Ivoire sind die landwirtschaftlichen Grundstücke durchschnittlich rund 4 Hektar

wichtige Bedürfnisse decken, einschließlich des Sparens für Notlagen.

Was müssen Fairtrade-Bäuerinnen und -Bauern tun, um ein existenzsicherndes Einkommen zu erzielen?

Viel hängt von den Bäuerinnen und Bauern selbst ab. Sie beeinflussen mit ihrer Arbeit auf dem Feld sowohl die Kosten als auch die Produktivität. Und mit der Diversifizierung etwa auf Gemüse für den lokalen Markt verschaffen sie sich eine zusätzliche Einnahmequelle. Wichtig ist auch ihr Engagement innerhalb der Kooperative: Wenn sie ihre Rechte kennen und wahrnehmen, tragen sie entscheidend dazu bei, dass sie von der Fairtrade-Zertifizierung in dem Maß profitieren, das ihnen zusteht. Fairtrade unterstützt sie dabei.

Was tut Fairtrade, damit die Arbeit von Bauern und Angestellten anständig entschädigt wird?

Zwar sind der Preis und die Prämie wichtige Faktoren. Deshalb hebt Fairtrade den Mindestpreis für Kakao im Oktober um 20 % an. Doch Fairtrade verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz: Die Bäuerinnen und Bauern sollen die Produktivität erhöhen, die Ausgaben senken und sich diversifizieren. Die Fairtrade-Produzenten Netzwerke in Afrika, Asien und Lateinamerika unterstützen sie dabei mit Workshops und Schulungen. Und letztlich versucht Fairtrade in Deutschland, Österreich und der Schweiz die Nachfrage nach zertifizierten Produkten zu erhöhen, um so den Bäuerinnen und Bauern im Süden einen höheren Absatz zu ermöglichen.

groß, was kaum zum Überleben reicht. Hinzu kommt die zu geringe Nachfrage nach Fairtrade-Schokolade, weshalb die Bäuerinnen und Bauern nur einen Teil ihrer Ernte zu den vorteilhaften Fairtrade-Bedingungen verkaufen können – und ihnen somit für einen großen Teil ihrer Produkte weder Mindestpreis noch Prämie zustehen. Eine wichtige Rolle spielt auch der Marktpreis: Dieser schwankt stark, was sich entsprechend auf die Planungssicherheit der Bauernfamilien auswirkt.

Lücke unterschiedlich groß

Die Studie in Côte d'Ivoire war für Fairtrade International eine Wegmarke. Hatte das Netzwerk zuvor vor allem existenzsichernde Löhne auf den Plantagen im Fokus, sind durch die Studie auch existenzsichernde Einkommen von Kleinbauernfamilien in den Vordergrund gerückt.

Seither arbeitet Fairtrade daran, zusammen mit anderen Akteuren des internationalen Handels für mehrere Branchen Referenzwerte zu errechnen: Was wäre ein existenzsicherndes Einkommen für einen Kakaobauern in Côte d'Ivoire? Wie viel sollte ein Kaffeebauer in Indonesien verdienen? Und wie hoch muss der Lohn einer Blumenpflückerin in Ecuador sein, damit ihre Familie das ganze Jahr über ausreichend zu essen hat, ihre Kinder die Schule besuchen können und ein Notgroschen für Unerwartetes übrig bleibt?

«FÜR UNS SIND KLEINBAUERN UND
PLANTAGENARBEITER NICHT UNTEN IN
DER LIEFERKETTE.
SIE SIND DAS ZENTRUM.»

Dario Soto Abril,
CEO von
Fairtrade International





Foto: Nathalie Bértrams

EFFIZIENZ UND PRODUKTIVITÄT
STEIGERN: JUMIRAN VON DER
INDONESISCHEN KOOPERATIVE KBQ
BABURRAYAN PFLÜCKT KAFFEE.

Nun ist Fairtrade daran, den Weg aufzuzeigen, wie diese Referenzwerte erreicht werden können. Nicht überall besteht gleich großer Handlungsbedarf: In einigen Ländern und Branchen ist die Lücke klein, in anderen braucht es hingegen mehrere Etappen, um existenzsichernde Löhne und Einkommen zu erreichen.

Wie groß ist die Farm?

Damit eine Familie diesen Referenzwert erreichen kann, muss sie über eine angemessene Farmgröße oder über mindestens eine Vollanstellung auf einer Plantage verfügen. Das ist eine entscheidende Voraussetzung, gleichzeitig kann Fairtrade diese nur schwer beeinflussen. Deshalb setzt das Netzwerk das Augenmerk vor allem auf Faktoren, auf die es besser einzuwirken vermag:

- **Produktivität:** Diese lässt sich durch angepasste Anbaumethoden, Verjüngung des Baumbestands und Schulungen durch unsere Produzentennetzwerke in Afrika, Asien und Lateinamerika verbessern.
- **Diversifizierung:** Die Bauernfamilien verringern die Abhängigkeit von einem einzelnen Produkt, indem sie beispielsweise zwischen den Kakaobäumen noch Yams oder Gemüse für den lokalen Markt anpflanzen.
- **Kosten:** Die Bäuerinnen und Bauern können durch verbesserte Anbaumethoden oder durch den Einsatz von selbst hergestelltem Dünger ihre Ausgaben reduzieren.

Maßnahmen gesetzt

Und bereits gibt es erste Schritte in Richtung Referenzwert: Im Blumensektor hat Fairtrade einen «Floor Wage» (Mindestlohn) für Blumenfarmen in Äthiopien, Kenia, Tansania und Uganda definiert, woraufhin einige Gehälter bis zu 80 Prozent gestiegen sind. Die äthiopische Regierung plant nun sogar die Einführung eines staatlichen Mindestlohns für den Blumensektor – als Reaktion auf den «Floor Wage» in Fairtrade-Blumenfarmen². Beim Kakao werden im Oktober weltweit der Fairtrade-Mindestpreis und die Fairtrade-Prämie um 20 Prozent steigen³. Bei den Bananen führt Fairtrade wegweisende Projekte mit Partnern durch, um Erfahrun-

gen für ein existenzsicherndes Einkommen für die ganze Branche zu sammeln. Und Kaffeebauern in sieben Ländern (Peru, Kolumbien, Nicaragua, Guatemala, Mexiko, Uganda, Indonesien) analysieren in einem Pilotprojekt ihr Potenzial, um ihre Effizienz und ihre Produktivität zu steigern. Die Erkenntnisse dieses Projektes werden Fairtrade dabei unterstützen, auch für Kaffeebauern entsprechende Modelle zur Erreichung existenzsichernder Einkommen zu entwickeln.

Fairtrade ist kein Wundermittel

Bis die Referenzwerte erreicht werden, ist es aber noch ein langer Weg. Es braucht Zeit, bis alle Kleinbäuerinnen und -bauern sowie die Angestellten ein Einkommen oder einen Lohn erhalten, der existenzsichernd ist. Die anstehenden Herausforderungen sind groß. Es klingt wie die Quadratur des Kreises, aber: Wir wollen, dass die Bäuerinnen und Bauern mehr Kakao, Kaffee und Bananen zu gleichzeitig besseren Fairtrade-Konditionen verkaufen können! Die nötigen Veränderungen vermag Fairtrade nicht allein zu stemmen und ist daher auf die Unterstützung aller Beteiligten angewiesen.

Fazit

Fairtrade ist ein Prozess und kein Wundermittel. Für nachhaltige Wirkung über die Zeit braucht es alle Akteure, die am gleichen Strang ziehen: Bäuerinnen und Bauern, Arbeiterinnen und Arbeiter, Händler, Verarbeiter, Regierungen und die Konsumentinnen und Konsumenten. Die langfristige Strategie von Fairtrade ist es, den Bauern und Angestellten ein gutes Einkommen und einen anständigen Lohn zu ermöglichen – damit sie und ihre Familien frei von Armut leben können.

¹ [fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2018-04_Report_Fairtrade_Cocoa_Farmer_Income.pdf](https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2018-04_Report_Fairtrade_Cocoa_Farmer_Income.pdf)

² [fairtrade.net/new/latest-news/single-view/article/reviced-standard-aims-to-improve-wages-for-flower-workers.html](https://www.fairtrade.net/new/latest-news/single-view/article/reviced-standard-aims-to-improve-wages-for-flower-workers.html)

³ [fairtrade.net/new/latest-news/single-view/article/cocoa-farmers-to-earn-more-through-a-higher-fairtrade-minimum-price.html](https://www.fairtrade.net/new/latest-news/single-view/article/cocoa-farmers-to-earn-more-through-a-higher-fairtrade-minimum-price.html)



IN PERU HAT EINE GENOSSENSCHAFT PRÄMIENGELDER VERWENDET, UM EINE SCHULE ZU FINANZIEREN. DAS STEIGERT DIE REPUTATION ENORM.

«DIE PRÄMIE IST WIE EIN MOTOR»

SAATGUT, KOMPOSTANLAGE ODER KLASSENÄUME – DIE FAIRTRADE-PRÄMIE LEISTET EINEN WICHTIGEN BEITRAG FÜR EIN BESSERES EINKOMMEN DER MENSCHEN IM GLOBALEN SÜDEN.

Die Prämie ist eines von mehreren Instrumenten, mit denen Fairtrade Produzentenorganisationen unterstützt. Was geschieht mit diesem Geldbetrag, den Produzentinnen und Produzenten zusätzlich erhalten? Um dies zu beantworten, haben Wissenschaftler des Forschungsinstituts LISIS die Daten von 894 Produzentenorganisationen in Afrika, Asien und Lateinamerika ausgewertet. Dabei zeigte sich: Die Prämie trägt dazu bei, dass Kleinbäuerinnen und Kleinbauern ein besseres Einkommen und weniger Ausgaben haben.

Zwischen 2011 und 2016 verdienten die Organisationen rund eine halbe Milliarde Euro an Prämien. Fairtrade ist der einzige Standard, der nicht nur stabile Mindestpreise, sondern die Zahlung einer zusätzlichen fixen Prämie vorschreibt. Über die Verwendung entscheiden die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern selbst. Mit welchen Resultaten zeigen folgende Beispiele: In Ecuador hat eine Bananenkooperative mithilfe der Prämie eine Anlage zur Herstellung von Biodüngemitteln gebaut: Mit der Eigenproduktion von Dünger sparen die Produzentinnen und Produzenten Kosten, außerdem erzielen sie mit dem Verkauf Einnahmen. Auch das Beispiel einer peruanischen Bananenkooperative zeigt, wie wichtig Prämien für die Weiterentwicklung sind. Die Kooperative zahlt ihren Mitgliedern Zuschüsse zu Betriebsmitteln wie Saatgut, Dünger oder Schmierstoffe, was die Produktion verbessert. «Die Prämie ist für unsere Organisation wie ein Motor. Ohne sie wäre eine Entwicklung nicht möglich», erklärt eines der Genossenschaftsmitglieder. Die Gelder werden nicht nur in der eigenen Kooperative investiert, sondern kommen auch der Gemeinschaft zugute, wie ein Beispiel aus Côte d'Ivoire zeigt. Dort hat die Genossenschaft Wasserpumpen sowie neue Klassenräume finan-

ziert. Dies steigerte nicht nur die Reputation der Bäuerinnen und Bauern, sondern auch die Attraktivität der Genossenschaft.

Neben der Verwendung der Prämien und ihren Auswirkungen, analysierten die Forscherinnen und Forscher, wie Entscheidungen umgesetzt werden: Je besser die Mitglieder einer Kooperative einbezogen werden, desto größer ist die Akzeptanz der Maßnahmen und desto besser die Kontrolle über die Gelder. Auffallend ist, dass die meisten Produzentenorganisationen Direktauszahlungen an Mitglieder ablehnen. Stattdessen bevorzugen sie Investitionen in die Gemeinschaft und Dienstleistungen für Mitglieder.

Rund 85 Prozent der Prämien erhielten Kleinbauernorganisationen, 15 Prozent gingen an Plantagen. Für Arbeiterinnen und Arbeiter auf Plantagen sind Bildungsmaßnahmen die wichtigste Form der prämiendifinanzierten Verwendung. Fortbildungen sind der Schlüssel, um neues Wissen zu erlangen, sich weiterzuentwickeln und aufzusteigen. Mehr: <https://bit.ly/paemienstudie>

«DIE PRÄMIE MACHT EINEN GROSSEN UNTERSCHIED FÜR UNS: WIR BESSERN STRASSEN AUS, KAUFEN FUNGIZIDE UND INVESTIEREN IN UNSERE WOHN-SITUATION.»

Yolanda Moronta,
Kaffeebäuerin,
Dominikanische Republik




DIE FAIRTRADE-WELT

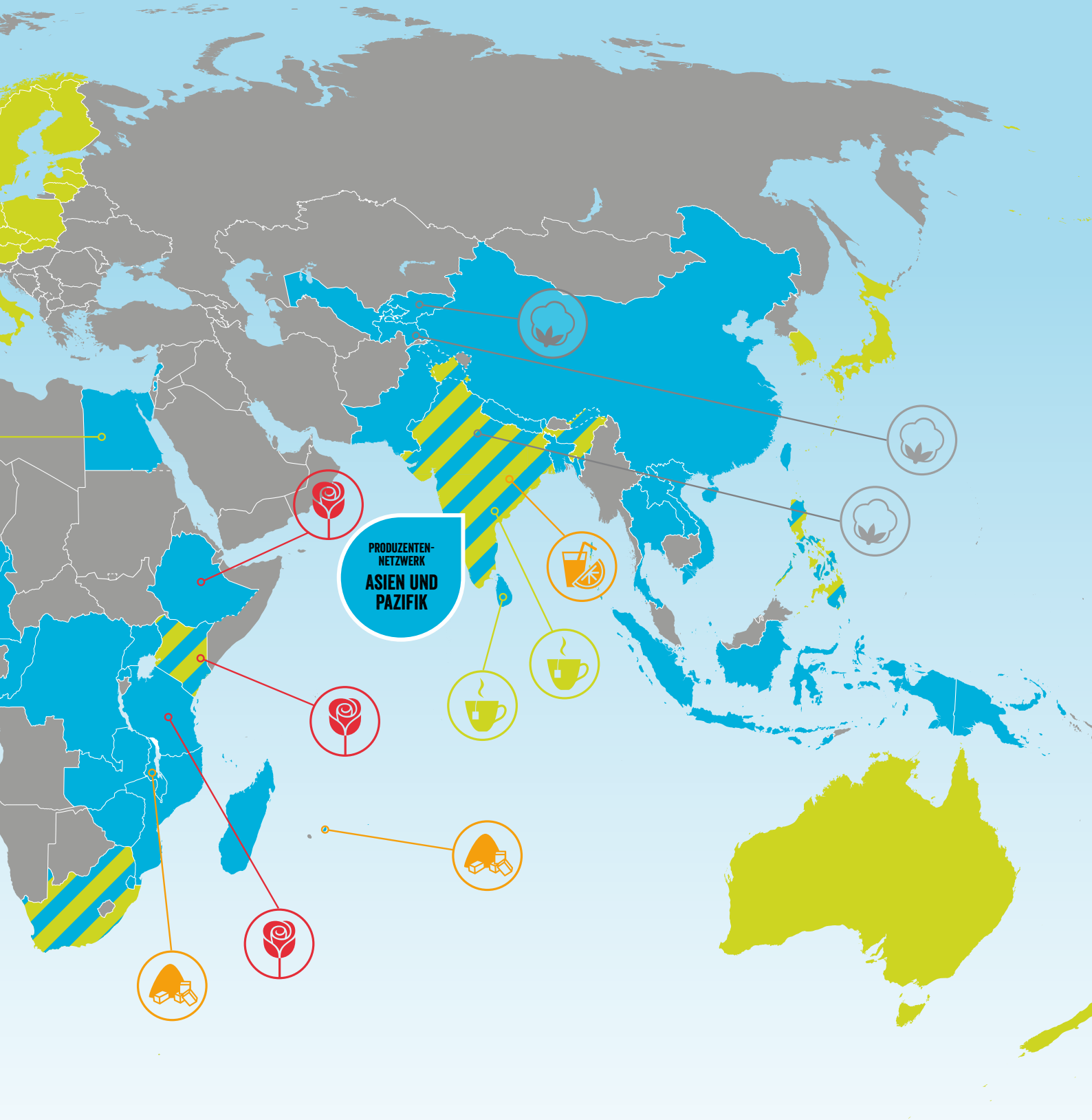
DIE WICHTIGSTEN FAIRTRADE-PRODUKTE UND PRODUKTIONS-LÄNDER FÜR DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DIE SCHWEIZ



	<p>Bananen Peru Ecuador Kolumbien</p>		<p>Baumwolle Indien Kirgistan Tadschikistan</p>		<p>Blumen Kenia Äthiopien Tansania</p>		<p>Gold Peru</p>		<p>Kaffee Honduras Peru Mexiko</p>
---	--	---	--	---	---	---	-----------------------------	---	---

 Nationale Fairtrade-Organisation
 Fairtrade-Produzentenland

 Fairtrade-Produzentenland, in dem Fairtrade-zertifizierte-Produkte auch erhältlich sind



PRODUZENTEN-NETZWERK ASIEN UND PAZIFIK

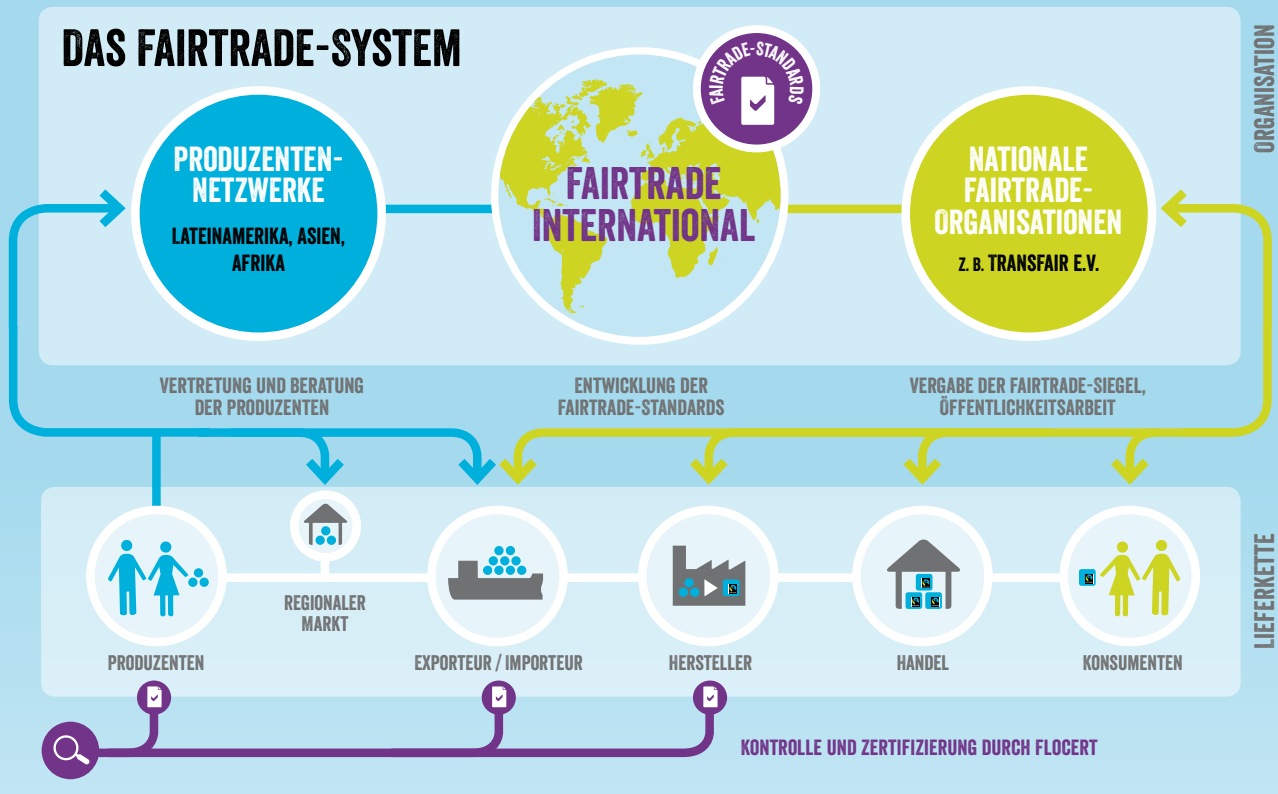
Fruchtsaft
 Brasilien
 Indien
 Ecuador

Kakao
 Côte d'Ivoire
 Ghana
 Dominikanische Republik

Tee
 Indien
 Sri Lanka
 Ägypten

Zucker
 Paraguay
 Mauritius
 Malawi

DAS FAIRTRADE-SYSTEM



GEMEINSAM GESTALTEN

WIE FUNKTIONIERT FAIRTRADE, UND WIE WERDEN ENTSCHEIDUNGEN GETROFFEN?
MEHRERE RÄDER GREIFEN HIER INEINANDER.

Fairtrade steht für verbindliche Regeln, die sogenannten Standards. Diese umfassen soziale, ökologische und ökonomische Aspekte. Die Standards werden regelmäßig evaluiert und gegebenenfalls angepasst oder erweitert. Unterschieden wird dabei zwischen sogenannten Kern- und Entwicklungszielen. Kernziele müssen die Fairtrade-Organisationen verbindlich umsetzen, wie das Verbot von ausbeuterischer Kinderarbeit oder Diskriminierungen aller Art. Entwicklungsziele lassen den Produzentenorganisationen einen Gestaltungsspielraum und nehmen somit auch Rücksicht auf spezifische lokale Bedürfnisse und Verhältnisse. Dazu zählt beispielsweise, Umweltschutzmaßnahmen zu definieren und diese nach und nach umzusetzen. Doch wer legt die Fairtrade-Standards fest?

Kommunikation auf Augenhöhe

Einmal jährlich treffen einander die Vertreterinnen und Vertreter der nationalen Fairtrade-Organisationen und der Fairtrade-Produzentennetzwerke zu einer Generalversammlung und bestimmen gemeinsam, in welche Richtung sich Fairtrade weiter entwickeln soll. Beide Seiten haben je 50 Prozent Stimmrecht – Entscheidungen werden also gemeinsam und auf Augenhöhe getroffen.

Dabei vertreten die Produzentennetzwerke die Stimmen der 1,6 Millionen Kleinbäuerinnen und -bauern sowie der Beschäftigten im Fairtrade-System. Sie kennen die Bedürfnisse in den Anbauländern und bringen die Sichtweisen von Ursprung und Herstellung der Produkte aus erster Hand ein. In den Ländern, in denen Fairtrade-Produkte verkauft werden, sind hingegen die nationalen Fairtrade-Organisationen wie jene aus Deutschland, Österreich und in der Schweiz für die Vergabe des Fairtrade-Siegels verant-

wortlich. Sie schaffen den Marktzugang für Fairtrade-Produkte und sensibilisieren die Öffentlichkeit für den fairen Handel.

Umgesetzt werden die beschlossenen Maßnahmen von Fairtrade International und all seinen Mitgliedern. Die Organisation wurde 1997 als gemeinnütziger Verein gegründet, hat ihren Sitz in Bonn und ist als Dachverband aller Fairtrade-Organisationen tätig. Hier gibt es unter anderem eine eigene Abteilung, die sich mit der Entwicklung der Fairtrade-Standards und der Gestaltung der Fairtrade-Mindestpreise auseinandersetzt. Bei Fairtrade International arbeiten Experten für die jeweiligen Fairtrade-Rohstoffe wie Kakao und Kaffee. Zudem unterstützt Fairtrade International die Produzentenorganisationen in Afrika, Asien und Lateinamerika bei den Arbeitsschwerpunkten

- Kinderrechte
- Frauenrechte
- Klimawandel
- Arbeiterinnen- und Arbeiterrechte
- Stärkung von Kleinbauernfamilien

Wer kontrolliert die Fairtrade-Standards?

Die Zertifizierungsgesellschaft Flocert führt sowohl angekündigte als auch unangekündigte unabhängige Kontrollen durch. Bei diesen sogenannten Audits überprüft sie die Einhaltung der Fairtrade-Standards. Das umfasst sowohl den Geld- und Warenfluss als auch die Einhaltung von Arbeitsrechten und vieles mehr.

KAFFEE: TIEFPREIS MIT FOLGEN

MIT WELCHEN PROBLEMEN KAFFEEBAUERNFAMILIEN AKTUELL ZU KÄMPFEN HABEN UND WIE FAIRTRADE HILFT, IHRE LEBENSBEDINGUNGEN ZU VERBESSERN, ERKLÄRT MERLING PREZA VOM LATEINAMERIKANISCHEN PRODUZENTENNETZWERK CLAC MIT EIGENEN WORTEN:

« Die Krise der niedrigen Preise betrifft 25 Millionen Bauernfamilien und insgesamt 100 Millionen Menschen, die weltweit vom Kaffeeanbau leben. 80 Prozent des Kaffees werden von Kleinbäuerinnen und -bauern angebaut, die aufgrund ihrer kleinen Felder sehr anfällig für Preisschwankungen sind. Derzeit befinden wir uns in einer der größten Krisen, denn die Kaffeepreise an der New Yorker Börse liegen bei 1 Dollar pro Pfund. Viele Bauern machen beim Kaffeeanbau Verluste. Die Folge: Die Produktionskosten sind nicht mehr gedeckt und erst recht nicht mehr die Lebenshaltungskosten. Deshalb wirkt sich dieser Tiefpreis enorm auf das Wohlergehen unserer Familien und die Ernährung unserer Kinder aus.

Über 800.000 Bauernfamilien haben sich in mehr als 450 Fairtrade-zertifizierten Organisationen zusammengeschlossen, um Fairtrade-Kaffee zu produzieren. Das Fairtrade-System stellt sicher, dass die Bäuerinnen und Bauern ihren Kaffee zu einem Mindestpreis von 1,40 Dollar pro Pfund verkaufen können, was ein stabileres Einkommen für Familien bewirkt. Zudem ermöglicht die Fairtrade-Prämie soziale Investitionen zur Verbesserung unserer Lebensbedingungen.

Wir stehen jedoch vor zwei großen Herausforderungen: Erstens müssen wir den Umsatz steigern, da wir im Durchschnitt nur 40 Prozent unserer Produktion zu Fairtrade-Bedingungen verkaufen können – den Rest müssen wir zu Marktpreisen absetzen. Die zweite Herausforderung ist, den Familien ein angemessenes Einkommen zu garantieren.

Die Mehrheit unserer Mitglieder lebt zwar nicht mehr in extremer Armut – denn ihre Situation hat sich dank Fairtrade verbessert – doch wir müssen über das Ziel eines menschenwürdigen Lebens hinausgehen. Wir müssen zeigen, was der Kaffee in der Herstellung tatsächlich kostet. Nicht nur die eigentliche Arbeit auf dem Feld, sondern inklusive aller anderen Tätigkeiten. Dazu gehören beispielsweise Maßnahmen zur umweltverträglichen Bewirtschaftung, für bessere Arbeitsbedingungen oder gegen Kinderarbeit.

Bei der Festlegung eines angemessenen Einkommens müssen wir einerseits alle Familieneinkommen berücksichtigen, andererseits die Kosten für Lebensmittel sowie für Gesundheit, Bildung, Wohnen, Grundversorgung, Kleidung, Transport, Kommunikation und Freizeit betrachten. Die Kaffeepreise spielen eine grundlegende Rolle, da sie die Haupteinnahmequelle bilden. Obwohl es im fairen Handel beim Einkommen eine Lücke gibt, sind wir sicher, dass wir gemeinsam einen neuen Mindestpreis festlegen können, der zu einem besseren Einkommen beiträgt.

Darum arbeitet Fairtrade zusammen mit den Produzentennetzwerken in Afrika, Asien und Lateinamerika auf wirklich existenzsichernde Einkommen hin. Für die Bäuerinnen und Bauern ist es wichtig, dass sie in dieses Projekt einbezogen sind, um die richtigen Maßnahmen zu definieren und die Lücke zu verringern.



MERLING PREZA, MITGLIED DER KAFFEEKOOPERATIVE PRODECOOP, VIZEPRÄSIDENTIN DES LATEINAMERIKA-PRODUZENTENNETZWERKS UND VIZEPRÄSIDENTIN DES KAFFEENETZWERKS INNERHALB DER CLAC



Foto: CLAC Comercio Justo



«PREISERHÖHUNGEN WAREN DRINGEND NÖTIG, UM EINEN WICHTIGEN SCHRITT ZU MACHEN.»
Jon Walker,
Fairtrade-Kakaoexperte

«WIR STELLEN UNS DER HERAUSFORDERUNG»

WIE KOMMEN KAKAOBAUERNFAMILIEN ZU EINEM EINKOMMEN, MIT DEM SIE WIRKLICH LEBEN UND NICHT NUR ÜBERLEBEN KÖNNEN? FAIRTRADE-EXPERTE JON WALKER SAGT, WAS ZU TUN IST.

Der Fairtrade-Mindestpreis wird 2019 ebenso wie die Prämie um 20 Prozent angehoben. Warum?

Zwischen 2016 und 2017 ist der Preis für Kakao am Weltmarkt um mehr als 30 Prozent eingebrochen. Zu dieser Zeit hat Fairtrade begonnen, die Situation von Kleinbauernfamilien in Westafrika noch genauer zu erforschen.

Die Ergebnisse sind alarmierend. Wir haben herausgefunden, dass in über 3.000 untersuchten Haushalten mehr als die Hälfte der Menschen in absoluter Armut leben. Wir haben dann einen Referenzpreis für Kakao definiert, der für ein existenzsicherndes Einkommen steht. Diesen haben wir aber noch nicht erreicht. Darum sind rasche Schritte nötig.

Der Großteil des weltweit geernteten Kakaos kommt aus Westafrika. Wie wichtig sind Fairtrade-Mindestpreis und -Prämie?

Der Fairtrade-Mindestpreis ist gerade in Westafrika, wo große Armut herrscht, von wesentlicher Bedeutung, weil er den Menschen ein Sicherheitsnetz bietet. Umso wichtiger ist es, die Höhe des Mindestpreises regelmäßig zu überprüfen, damit er nicht an Bedeutung verliert. Und mit der gemeinschaftlichen Verwendung der Fairtrade-Prämie zeigen die Produzentenorganisationen, dass sie auf die Bedürfnisse ihrer Mitglieder eingehen.

20 Prozent Erhöhung klingt nach sehr viel. Aber ist es genug, um ein existenzsicherndes Einkommen zu erreichen?

Der Ab-Hof-Referenzpreis für ein existenzsicherndes Einkommen liegt in Côte d'Ivoire bei 2.668 US-Dollar für eine Tonne Kakao. Im Vergleich dazu liegt der aktuelle Ab-Hof-Preis bei 1.325 Dollar.

Durch die Erhöhung des Mindestpreises werden die Fairtrade-Bauernfamilien zwar um 20 Prozent mehr verdienen, in Summe sind das aber trotzdem nur 1.600 Dollar.

Heißt das, es wären weitere Schritte nötig, um die Lücke zu schließen?

Ja. Daraus wird ersichtlich, dass Fairtrade diese Kluft hin zum nötigen existenzsichernden Einkommen nicht allein schließen kann. Fairtrade muss und will noch mehr Bewusstsein bei Schokoladenherstellern, Händlern, Regierungen sowie den Konsumentinnen und Konsumenten im Norden schaffen, um diese Lücke zwischen bestehenden und existenzsichernden Einkommen zu schließen.

Fairtrade International hat auch das Westafrika-Kakaoprogramm ins Leben gerufen. Worum geht es dabei?

Nehmen wir die Fairtrade-Standards: Je länger eine Produzentenorganisation im Fairtrade-System ist, umso mehr individuell gewählte Zielsetzungen muss sie erreichen. Ein Teil des Westafrika-Kakaoprogrammes besteht deshalb aus Trainings zur Einhaltung der Fairtrade-Standards und ist den regelmäßigen Neuerungen gewidmet.

Viele Kooperativen entscheiden sich für Schulungen im Bereich Finanz- oder Organisationsmanagement, daneben gibt es aber auch Trainings zu verschiedenen anderen Themen wie Kinderarbeit oder der Gleichstellung von Frau und Mann. Laut Fairtrade Afrika haben 2017 bereits 14.500 Personen an den Schulungen teilgenommen, 2018 konnte ein weiterer Anstieg bei der Teilnehmerzahl verzeichnet werden.



AB OKTOBER 2019 ERHÖHT FAIRTRADE DEN MINDESTPREIS FÜR KAKAO UM 20 PROZENT AUF 2.400 US-DOLLAR PRO TONNE.

Wir haben viel über Westafrika gehört – worin unterscheidet sich die Situation da von jener in Lateinamerika?

In Westafrika, woher mehr als 80 Prozent des Fairtrade-zertifizierten Kakao stammen, konzentriert sich das Geschäft auf Fairtrade-Kakao ohne Biosiegel, der zudem staatlichen Vorgaben unterliegt.

In Lateinamerika liegt der Schwerpunkt auf Fairtrade-Biokakao. Normalerweise, aber nicht immer, erzielt Fairtrade-Biokakao einen viel höheren Preis als konventioneller Kakao. Das hat mit dem Produktionsaufwand, manchmal aber auch mit dem Geschmack der verschiedenen angebauten Sorten zu tun. Gleichzeitig ist Kakao in Lateinamerika auch nicht in so großen Mengen verfügbar wie in Westafrika.

Ist es ein Ziel, den Bioanteil von Kakao in Westafrika zu erhöhen?

Das kann, muss aber nicht sein. Fairtrade hat kein Interesse daran, ständig neue Produzenten zu gewinnen, ohne dass der entsprechende Absatz für Fairtrade-Kakao gewährleistet ist. Aktuell können die Produzenten durchschnittlich 35 bis 40 Prozent ihrer Ernte unter Fairtrade-Bedingungen verkaufen, und das ist ganz einfach nicht genug!

Daher gehört es zu unseren wichtigsten Aufgaben, die Verkäufe von Fairtrade-Rohstoffen für all jene Produzenten anzukurbeln, die bereits im Fairtrade-System sind.

Aber wie ist das möglich, wenn Fairtrade-Mindestpreis und -Prämie um 20 Prozent erhöht werden: Schreckt das Unternehmen nicht ab?

Jedes Nachhaltigkeitssystem wird unglaublich, wenn es Bauernfamilien im Netzwerk gibt, die in Armut leben, und keine klaren Maßnahmen gesetzt werden, die das ändern können. Insofern trifft Fairtrade nach bestem Wissen und Gewissen Entscheidungen und setzt diese um. Marktpartner, die sich für die Zusammenarbeit mit Fairtrade entscheiden, wählen einen Weg, bei dem das Wohl der Produzentinnen und Produzenten im Ursprung stets im Zentrum steht.

Wie kann Fairtrade langfristig ein existenzsicherndes Einkommen für alle seine Kakaobauernfamilien erreichen?

Zuallererst müssen wir uns auf Westafrika konzentrieren, denn dort ist die Armut am größten. Fairtrade stellt sich bereits der Herausforderung und versucht Wege zu finden, um ein existenzsicherndes Einkommen für Kakaobauernfamilien zu erreichen. Aber man muss dabei trotz allem so transparent und ehrlich sein zu sagen, dass uns das nicht sofort gelingen wird.

Es sollte im Sinne aller Marktpartner, Händler, Regierungen sowie Konsumentinnen und Konsumenten sein, dass grundlegende Menschenrechte für Bauernfamilien eingehalten werden. Die Erhöhung von Fairtrade-Mindestpreis und Prämie, die im Oktober 2019 in Kraft tritt, ist ein wichtiger Beitrag dazu.

Zur Person:
 Jon Walker ist Senior Advisor für den Rohstoff Kakao bei Fairtrade International. Er betreut beratend sowohl die Märkte für Konsumentinnen und Konsumenten als auch die Produzentennetzwerke von Fairtrade. Das Ziel dabei ist stets, den Absatz für Fairtrade-Kakaobohnen zu verbessern und so Schritt für Schritt den Anteil fair gehandelter Schokolade am Weltmarkt zu steigern.

«MIT DER FAIRTRADE-PRÄMIE KÖNNEN WIR ALS KAKAOBÄUERINNEN MEHR ERREICHEN. JEDE FRAU HIER WEISS: ES GIBT DIE PRÄMIE UND DU KANNST ETWAS DRAUS MACHEN.»

Rosine Bekoim, Kakaobäuerin, Côte d'Ivoire





MEHR ALS DIE HÄLFTE
DER BESCHÄFTIGTEN AUF
FAIRTRADE-BLUMENFARMEN
SIND FRAUEN.

EIN JOB MIT PERSPEKTIVE

BLUMENFARMEN MIT DEM FAIRTRADE-GÜTESIEGEL BIETEN IHREN ANGESTELLTEN BESSERE LÖHNE UND ARBEITSBEDINGUNGEN. EIN BESUCH AUF EINER FAIRTRADE-BLUMENFARM IN TANSANIA.

Der Gipfel des Mount Meru versteckt sich bei unserer Ankunft hinter dichten Wolken. Die nach ihm benannte Blumenfarm liegt direkt am Fuße des zweithöchsten Berges Tansanias. Die Provinz Arusha im Norden des Landes ist eine beliebte Destination für Touristinnen und Touristen. «Die Durchschnittstemperatur von 25 Grad ist optimal für die Aufzucht von Rosen», erklärt Wedness Nsaro, die Assistentin des Geschäftsführers von Mount Meru Flowers. «Dazu kommen mindestens zehn Sonnenstunden täglich und ausreichend Niederschläge – das ist perfekt für unsere Blumen.»

Von der Knospe zum Blumenstrauß

Emanuel Akyoo, der Manager der Farm, steht in einem der riesigen Gewächshäuser, in dem sich ein Meer von grünen Rosensträuchern mit vereinzelt orangen Rosenblüten erstreckt. Gelbe und blaue Farbtupfer vervollständigen das Bild. Es sind Insektentfallen, die von der Decke hängen. «Jede Farbe zieht eine andere Mückenart an», erklärt Akyoo. Trotz des optimalen Klimas wäre ein Anbau in freier Natur nicht möglich: «Denn die Rosen ertragen keine direkte Sonne und keinen Wind.»

Hin und wieder sieht man zwischen den Rosenbüschen eine Arbeiterin die Rosen abschneiden, in einem großen Raum nebenan werden die frisch geschnittenen Rosen zu Sträußen zusammengebunden. Eine andere Gruppe von Frauen kümmert sich darum, die Rosen nach Stillänge und Kopfgröße zu sortieren. Später werden die Blumen in Kühlboxen zu den Flughäfen in Dar es Salaam oder Nairobi transportiert, von wo sie ihre Reise nach Europa antreten.

Knapp die Hälfte der Beschäftigten bei Mount Meru Flowers sind Frauen, viele davon sogenannte Züchterinnen oder Pflückerinnen. Alle Beschäftigten profitieren vom Mindestlohn («Floor Wage»), welcher durch Fairtrade im Jahr 2017 eingeführt wurde: Der Basislohn stieg um knapp ein Drittel. Heute verdienen hier die Arbeiterinnen und Arbeiter rund 45 Dollar im Monat, was über dem gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlohn in Tansania liegt.

Zusätzlich profitieren sie finanziell auch indirekt durch ein Maßnahmenpaket, das über die Fairtrade-Prämie finanziert wird: Englisch- und Computerkurse, Zuschüsse zu Schulgebühren oder für den Hausbau, aber auch zinsenlose Darlehen und freie medizinische Versorgung. Den Beschäftigten stehen zudem ein tägliches Mittagessen sowie eine Teepause zu. Mount Meru Flowers ist seit 2006 Fairtrade-zertifiziert. Der Fairtrade-Anteil am Absatz beträgt rund 50 Prozent, was im Vergleich zu anderen Farmen ein hoher Wert ist.

MOUNT MERU FLOWERS HAT ...

- SEIT 2006 EINE FAIRTRADE-ZERTIFIZIERUNG
- KNAPP 900 BESCHÄFTIGTE, DAVON 65 % FRAUEN
- 2018 RUND 60 MILLIONEN ROSEN GEERNTET
- VIER FARMEN AUF 48 HEKTAR FLÄCHE



Foto: Georges Desruets

**DIE BLUMENPRODUKTION
IN AFRIKA BEDEUTET
VOR ALLEM HANDARBEIT.**

Mehr Rechte für Frauen

Fairtrade steht für die Einhaltung von internationalen Arbeitsstandards und besseren Schutz von Frauen. Auf dem Großteil der Blumenfarmen Afrikas gehört Ausbeutung zum traurigen Alltag, besonders Frauen sind oft Belästigungen ausgesetzt. Viele Arbeiterinnen sind alleinerziehend und auf die Arbeit angewiesen, kennen jedoch ihre Rechte nicht. Bei Mount Meru Flowers ist, für alle Mitarbeiter gut sichtbar, eine Anleitung angebracht, wie mit Fällen von sexueller Belästigung umzugehen ist. Frauen werden dazu ermutigt, Übergriffe zu melden und eine Beratung in Anspruch zu nehmen. Auf die Frage, ob es Fälle von sexueller Belästigung gegeben habe, denkt Wedness Nsaro lange nach, bevor sie antwortet: «Nur einmal, und das ist lange her.»

Auch die Rechte rund um Schwangerschaft und Geburt (wie z. B. der Mutterschutz) werden durch die Fairtrade-Standards gewährleistet. Das alles sind Faktoren, die das Einkommen indirekt beeinflussen – dank gestärkter Rechte von Beschäftigten. Pili Msabaha, eine Arbeiterin, die ihr drittes Kind erwartet, erzählt von 90 Tagen Mutterschutz und einer verkürzten Arbeitszeit für insgesamt neun Monate. Msabaha, die seit acht Jahren bei Mount Meru Flowers Rosen erntet, trägt ein leuchtend-buntes Schwangerschaftskleid und ein breites Lächeln im Gesicht. «Dank der Fairtrade-Prämie können wir uns die Schulgebühren für unsere Kinder leisten. Und wir konnten einen Kredit aufnehmen, um ein größeres Haus zu bauen.» Sie wartet auf den Bus, der sie nach getaner Arbeit nach Hause bringen wird. Der Transport wird für die Beschäftigten kostenfrei zur Verfügung gestellt.

Die Fairtrade-Zertifizierung dieser Blumenfarm führte auch zur Weiterentwicklung der Umweltschutzmaßnahmen: Das Abwasser wird durch eine biologische Kläranlage geführt und wiederaufbereitet. Durch einfache Maßnahmen, wie die Verwendung von Insektenfallen, wird der Einsatz von Pestiziden reduziert. Akyoo erklärt: «Die Blumen sind sehr anfällig für Schädlinge.» Daher ist bei Rosen leider generell kein Bioanbau möglich. Zum sicheren Umgang mit Pestiziden erhalten die Beschäftigten bei Mount Meru

Flowers jedoch eine Schutzkleidung und spezifische Trainings – auf afrikanischen Blumenfarmen keine Selbstverständlichkeit.

Trinkwasser dank Fairtrade

Mount Meru Flowers hat im Laufe der Jahre drei weitere Blumenfarmen übernommen (Dolly, Tanzania Flowers und Tengeru Flowers), die gemeinsam rund 880 Angestellte beschäftigen. Jeweils drei Beschäftigte der Farmen werden ins Prämienkomitee gewählt. Dieses sammelt die Wünsche der Beschäftigten, um Projekte mithilfe der Fairtrade-Prämien zu realisieren. In der Primary School im nahe gelegenen Ort Nguruman erzählt die Direktorin der Schule, Evelyne Sanga, dass eines der Klassenzimmer mithilfe der Fairtrade-Prämie finanziert wurde. Ein Schild am Schulgebäude weist auf die Flower Power Foundation hin: die Organisation des Prämienkomitees der Mount Meru Flowers, um Fairtrade-Prämienprojekte ordnungsgemäß abzuwickeln.

Von hier geht es dann weiter zu einem Wasserprojekt im Nguruman Village. Village Chairman Gabriel Kaaya erzählt uns stolz, dass 4.000 Menschen von der 2014 errichteten Trinkwasseranlage profitieren. Darum appelliert er an alle Menschen, die gerne Blumen mögen: «Wenn Sie Blumen von Mount Meru Flowers kaufen, unterstützen Sie damit meine Gemeinde.»

**«MIT DER FAIRTRADE-PRÄMIE WURDE
HIER EIN KLASSENZIMMER
MITFINANZIERT UND EIN WOHNHAUS
FÜR LEHRER GEBAUT.»**

*Herwig Tretter,
Geschäftsführer von
Mount Meru Flowers
in Tansania*



FAIRTRADE-SIEGEL AUF EINEN BLICK



Das **Fairtrade-Produkt-Siegel** steht für fair angebaute und gehandelte Produkte – auch bei Mischprodukten (z. B. Schokolade oder Eiscreme): Dabei müssen alle Zutaten, für die es Fairtrade-Standards gibt, nach Fairtrade-Standards gehandelt sein. Der Pfeil deutet auf die Rückseite. Dort wird erklärt, dass es sich um ein Produkt mit Mengenausgleich* oder um ein Mischprodukt handelt.



Das **Fairtrade-Zutaten-Siegel** bezieht sich auf einen einzelnen fair angebauten und gehandelten Rohstoff. Nur diese angegebene Zutat im jeweiligen Produkt ist dann Fairtrade-zertifiziert.



Das **Fairtrade-Baumwoll-Siegel** steht für fair angebaute und gehandelte Baumwolle, die über alle Produktionsschritte hinweg direkt rückverfolgbar ist und die getrennt von Nicht-Fairtrade-Baumwolle weiterverarbeitet wird.



Das **Fairtrade-Gold-Siegel** stellt sicher, dass das Gold fair abgebaut und gehandelt wurde.



Das **Fairtrade-Siegel für Textilien** steht für eine umfassende Stärkung von Arbeiterinnen und Arbeitern sowie für die Verbesserung der Löhne und der Arbeitsbedingungen in der gesamten Textilkette.

*info.fairtrade.net/what/traceability-in-fairtrade-supply-chains



Foto: Kate Fishpool



Foto: Schallauer

Impressum:

Herausgeber: FAIRTRADE Österreich,
Max Havelaar-Stiftung
(Schweiz),
TransFair e.V. Deutschland

Redaktion: Peter Ehrenberger,
Patricio Frei,
Frank Griesel,
Tobias Thiele

Layout: Dreimalig Werbeagentur, Köln
Druck: Klimaneutral durch Thiekötter,
Münster

Publiziert: Mai 2019

Titelbild:

Kakaobäuerinnen der Kooperative SCKA.
In der Côte d'Ivoire leisten Frauen im
Kakaoanbau etwa zwei Drittel der Arbeit,
besitzen aber nur ein Viertel der Kakao-
anbauflächen.

Bildnachweise:

Porträts jeweils rechts unten:
S. 5: Fairtrade International
S. 7: James Rodriguez
S. 13: Peter Caton
S. 15: Mount Meru Flowers

V.i.S.d.P.:

Claudia Brück (TransFair e.V. Deutschland)
Elie Peter (Max Havelaar-Stiftung Schweiz)
Veronika Polster (FAIRTRADE Österreich)

Internationales Netzwerk

FAIRTRADE Österreich, die Max Havelaar-Stiftung (Schweiz) und TransFair e.V. Deutschland gehören zum internationalen Verbund Fairtrade International e.V., in dem Fairtrade-Organisationen aus 24 Ländern und die drei kontinentalen Produzentennetzwerke zusammengeschlossen sind.
www.fairtrade.net

Zertifizierung und Kontrolle

Alle beteiligten Akteure entlang der Lieferkette werden regelmäßig von Flocert GmbH kontrolliert. Die Gesellschaft arbeitet mit einem unabhängigen und weltweit konsistenten Zertifizierungssystem nach den Anforderungen der Akkreditierungsnorm ISO 17065 (DIN EN 45011).
www.flocert.net



FAIRTRADE
ÖSTERREICH

FAIRTRADE Österreich

Ungargasse 64–66, Stiege 1, Top 209
1030 Wien
+43 1 533 09 56
office@fairtrade.at
www.fairtrade.at
facebook.com/fairtrade.oesterreich
twitter.com/FAIRTRADE_AT
ZVR 881545394



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR

Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)

Limmatstrasse 107
8005 Zürich
+41 44 278 99 00
info@maxhavelaar.ch
www.maxhavelaar.ch
facebook.com/fairtrademaxhavelaar
twitter.com/maxhavelaarch
instagram.com/fairtradech
linkedin.com/company/maxhavelaarch



FAIRTRADE
DEUTSCHLAND

TransFair – Verein zur Förderung des

Fairen Handels in der Einen Welt e.V.
Remigiusstraße 21
50937 Köln
+49 221 94 20 40 - 0
info@fairtrade-deutschland.de
www.fairtrade-deutschland.de
facebook.com/fairtrade.deutschland
twitter.com/Fairtrade_DE
instagram.com/fairtradede
Vereinsregister Köln: VR 16551



FAIRTRADE

IN JEDEM FALL

BESSER



MARKT- UND FINANZBERICHT 2018

MAX HAVELAAR-STIFTUNG (SCHWEIZ)



**FAIRTRADE
MAX HAVELAAR**



Foto: Dean Jaggi

DER FAIRE HANDEL IST FÜR SIE «EIN MUSS»: BOTSCHAFTER BREELE EMBOLO UND CARLOS LEAL.



Foto: Serge Hoelttschi

MIT BREELE UND CARLOS FÜR DEN FAIREN HANDEL

EINE ESSENZIELLE AUFGABE DER STIFTUNG BESTEHT DARIN, DER SCHWEIZER BEVÖLKERUNG DIE BEDEUTUNG DES FAIREN HANDELS NÄHER ZU BRINGEN. DAFÜR SETZTEN WIR 2018 EINE BREITE PALETTE VON MASSNAHMEN EIN.

Ein Ziel von Fairtrade Max Havelaar ist es, Marketing-Aktivitäten mehrere Jahre zu nutzen, um unsere Kampagnen möglichst kosteneffizient zu gestalten. Deshalb bauten wir 2018 zu einem wesentlichen Teil auf die erfolgreichen Massnahmen, die wir für das 25-Jahr-Jubiläum im Jahr 2017 entwickelt hatten: Unsere «Empower Station» sorgte an den Volksläufen in Lausanne, Uster, Genf und neu auch in Luzern für viel Interesse. Erwachsene und Kinder konnten an unserem Stand das Fairtrade-Universum spielerisch erkunden. Rund 200'000 Personen wurden so erreicht. Wiederum war Max Havelaar im Herbst mit einer grossflächigen Plakatkampagne in Zügen, Bussen und Trams der Schweizer Grossstädte unterwegs – dies führte zu gut 130 Millionen Kontaktchancen. Neu brachten wir einen kurzen Werbefilm in die Kinos, den wir zusammen mit Fairtrade Deutschland und Österreich entwickelt hatten. Damit wurden über 680'000 Kinobesucher für den fairen Handel sensibilisiert. Ein Knüller war unser Online-Spiel «Fairtrade-Tinder», bei dem man die Breite des Fairtrade-Angebots erfahren und gleichzeitig attraktive Preise unserer Partner gewinnen konnte. Das mediale Echo war ebenfalls erfreulich: Das ganze Jahr hindurch berichteten die Medien über diverse Aspekte des fairen Handels. Als Höhepunkt resultierte ein 30-minütiger Beitrag in der TV-Sendung «NZZ Format» über Funktion und Wirkung von Fairtrade.

PROMINENTE BOTSCHAFTER

Ein besonderes Highlight des vergangenen Jahres war, dass wir mit Fussballprofi Breele Embolo und Schauspieler und Musiker Carlos Leal zwei prominente ehrenamtliche Botschafter für Fairtrade gewinnen konnten. Breele Embolo identifiziert sich insbesondere aufgrund seiner afrikanischen Herkunft sehr stark mit den

Fairtrade-Werten. Er zeigte während der Fussball-WM im Juni/Juli 2018 auf Social Media, wie man Fussball und Fairtrade-Produkte perfekt miteinander verbinden kann. Für Carlos Leal ist der faire Handel schlicht «ein Muss». Diese Botschaft verteilte er an einem Event am Bahnhof Bern an die Passanten – begleitet von einer blühenden Fairtrade-Rose oder einer süssen Fairtrade-Frucht.

DIE SCHWEIZER KENNEN UND VERTRAUEN MAX HAVELAAR

Verschiedene Marktforschungs-Studien zeigen, wie sich diese Massnahmen niederschlagen: Die Schweizer Bevölkerung kennt Max Havelaar sehr gut, vertraut dem Label – und kauft regelmässig Fairtrade-Produkte. In der führenden Reputationsstudie der Schweiz, dem GfK Business Reflector, schaffte es Max Havelaar auf Anhieb auf Platz 4 der reputiertesten Non-Profit-Organisationen! Zudem wurde die Stiftung mit dem Award «Newcomer des Jahres» ausgezeichnet.

Laut eigener Marktforschung liegt die Bekanntheit zurzeit bei 89%, das Vertrauen bei 82% und die Käufertreue bei 88% (Globescan-Studie von 2019).

Städte und Gemeinden spielen beim fairen Handel eine eminente Rolle. Einerseits leben sie der Bevölkerung bestimmte Werte vor, andererseits sind sie bei der öffentlichen Beschaffung grosse Einkäufer. Deshalb engagiert sich Max Havelaar über den Dachverband Swiss Fair Trade bei der Bewegung Fair Trade Town. Letztes Jahr konnten mit Carouge und Capriasca die ersten Gemeinden in der Romandie und im Tessin ausgezeichnet werden. Im laufenden Jahr 2019 sind wir dank Burgdorf, Bellinzona und Gossau SG auf bestem Weg, bald bei total zehn Fair Trade Towns anzulangen.



NEUES LABEL VERZEICHNET EINEN GUTEN START

2018 STAND IM ZEICHEN DER EINFÜHRUNG DES LABELS FÜR EINZELZUTATEN. ZUM GROSSEN UMSATZWACHSTUM VON 13.4 % TRUG ABER AUCH DAS KERNGESCHÄFT MIT DEM SCHWARZEN PRODUKT-LABEL BEI.

Mehr als 250 Partner von Max Havelaar engagieren sich in der Schweiz für Fairtrade, 12 neue Partner konnten dazu gewonnen werden. Sie haben wesentlich dazu beigetragen, dass der Umsatz mit Fairtrade-Produkten auch 2018 wieder kräftig gewachsen ist: gegenüber dem Vorjahr nahm er um 13.4% auf 794 Mio. Franken zu. 2018 hat jede Konsumentin und jeder Konsument in der Schweiz 93 Franken für Fairtrade-Produkte ausgegeben. Aus diesem Konsum von Fairtrade-Produkten in der Schweiz resultierten über 11 Mio. Dollar Fairtrade-Prämien für die Kleinbauern und Arbeiterinnen im Süden. Das zweistellige Wachstum unterstreicht die wachsende Bedeutung von Fairtrade im insgesamt stagnierenden Schweizer Detailhandel.

Zum Muttertag waren erstmals Produkte mit dem Label für Einzelzutaten erhältlich. Damit wurden die Fairtrade-Rosen in gemischten Strässen ausgezeichnet. Seither gewinnt das neue Fairtrade-Label an Bedeutung und macht vor allem dank der Verwendung für Schokolade bereits mehr als 10% des Umsatzes aus. In den kommenden Monaten werden mehr und mehr zusammengesetzte Produkte mit dem neuen Label die Verkaufsregale erobern. Insgesamt wuchs der Umsatz von Produkten mit dem schwarzen Fairtrade-Produktlabel um 11%.

FRÜCHTE UND KAFFEE ALS WACHSTUMSTREIBER

Haupttreiber für das starke Umsatzwachstum sind Kaffee, Frischprodukte, Trockenfrüchte, Nüsse und Backwaren. Die Röster haben vor allem das Angebot von Kaffeekapseln mit dem Fairtrade-Label

ausgebaut. Das wachsende Sortiment im Bereich der Frischprodukte mit Mangos, Trauben, Ingwer, Limetten und Passionsfrüchte erfreut sich steigender Beliebtheit. Diverse Fairtrade-Früchte und -Gemüse wie Ananas, Lychees, Maiskölbchen, Spargeln sind zunehmend als Convenience Produkte in der Dose oder im Glas erhältlich. Bei den Backwaren und Biskuits wurde das Sortiment mit Schoggi-Weggli, Nussstängeli und diversen Cookies erweitert. Rückläufig waren die Verkäufe der Schnittblumen – auch wegen des heissen Sommers.

UMSATZ: 794 MIO. FRANKEN
WACHSTUM: 13.4%
PRO KOPF: 93 FRANKEN
PRÄMIE: 11 MIO. DOLLAR

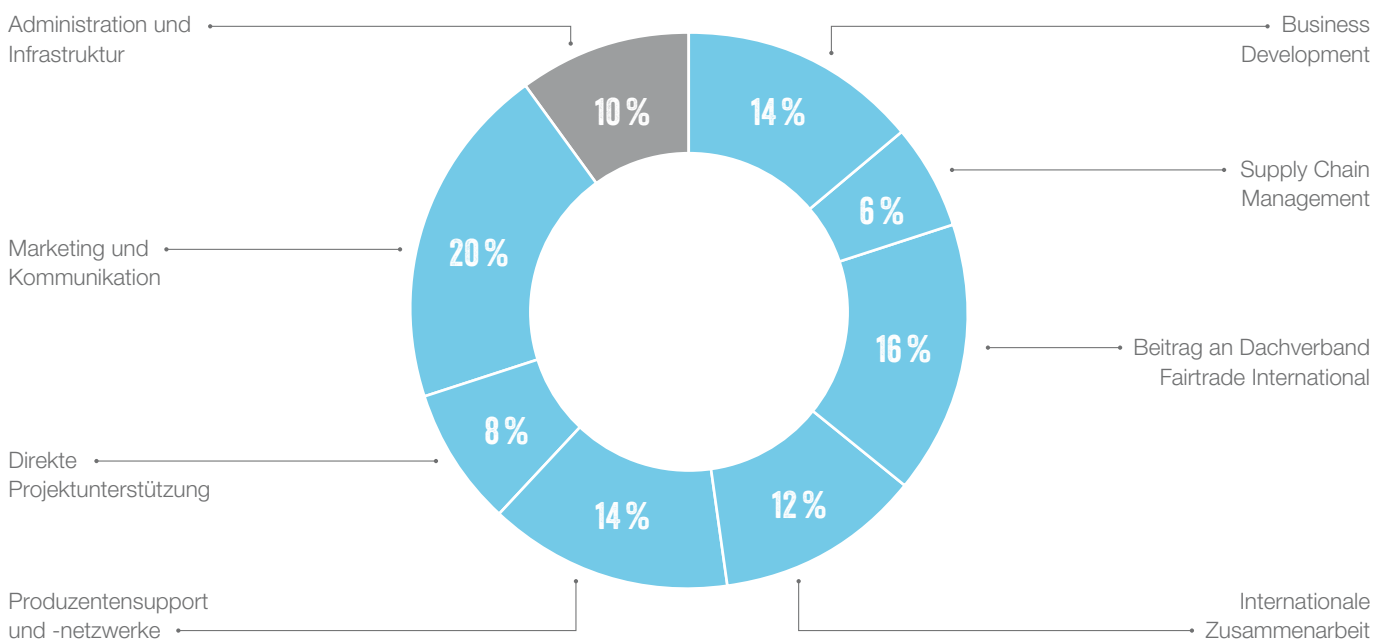
2800 Produkte mit dem Fairtrade-Label sind schweizweit erhältlich. Bananen, Ananas, Reis, Quinoa, Zucker und Säfte gehören zu den grössten Kategorien mit Marktanteilen von über 30% und haben es damit definitiv aus der Nische geschafft. Kaffee und Schokolade verzeichnen neue Marktanteile von 10% respektive

7%, was einem Wachstum von 33% respektive 14% entspricht. Unsere jüngste Kategorie Gold glänzte mit neuen Partnern und einem zusätzlichen Angebot im Schmuckbereich. Weitere Banken haben Fairtrade-Gold eingeführt. Dies widerspiegelt sich nicht in der Umsatzzahl, da der Goldpreis gesunken ist.

DER DETAILHANDEL WÄCHST ÜBERDURCHSCHNITTLICH

Der Anteil der Gastronomie am Gesamtumsatz von Fairtrade-Produkten ist stabil und beträgt 11%. Überdurchschnittlich gewachsen ist der Detailhandel mit 14.4%. Die Gastronomie hat 6% zugenommen – hauptsächlich dank Kaffee, Eistee, Glacé und Bananen.

AUFTEILUNG DER AUSGABEN 2018



Total: 8.8 Mio. Franken

90 % für Stiftungszwecke 10 % für Administration

JAHRESRECHNUNG UND FINANZBERICHT 2018

DIE MAX HAVELAAR-STIFTUNG (SCHWEIZ) KONNTE AUCH 2018 WEITER WACHSEN. PROFITIERT HABEN INSBESONDERE PRODUZENTINNEN UND PRODUZENTEN IN DEN ENTWICKLUNGSLÄNDERN.

Bei stark wachsendem Umsatz mit Fairtrade-Produkten (+13.4%) stiegen die Lizenzeinnahmen um lediglich 2% auf 7.9 Mio. Franken. Auch 2018 profitierten die Partner mit wachsenden Fairtrade-Umsätzen von tieferen Lizenzgebühren.

Die sonstigen Erträge stiegen um rund 90 000 Franken auf 403 000 Franken. Denn verschiedene Fairtrade-Länderorganisationen beteiligen sich an den Kosten für die Weiterentwicklung von Kategorien (wie Blumen, Säften und Gold), die von Max Havelaar Schweiz global geführt werden.

Der Betriebsaufwand nahm insgesamt um 1.2 Mio. Franken zu, was im Wesentlichen auf zwei Faktoren in der internationalen Zusammenarbeit zurückzuführen ist:

- Die Pflichtbeiträge an das internationale Fairtrade-System stiegen um 526 000 Franken. Dafür waren etwa zu gleichen Teilen das Wachstum bei den Lizenzeinnahmen, die Anhebung des Mitgliederbeitrags um 2 Prozentpunkte sowie der Anstieg des durchschnittlichen Wechselkurses um 0.07 Rappen pro Euro verantwortlich. Dazu kam eine unerwartete Nachbelastung für Pflichtbeiträge für 2017.
- 2018 investierte Fairtrade Max Havelaar 781 000 Franken in Projekte unserer Produzentinnen und Produzenten im Süden für Qualitätssteigerung, Anpassung an den Klimawandel, einen besseren Marktzugang u.a.m. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 338 000 Franken (+76%). Ausgaben in diesem Umfang waren möglich, da Mittel aus den Fonds im Organisationskapital verwendet wurden.

Die Personalkosten nahmen um rund 77 000 Franken zu, weil die Kosten für einen externen Mitarbeitenden neu nicht mehr im Verwaltungsaufwand verrechnet wurden.

2018 fielen 67 000 Franken mehr Verwaltungsaufwand an. Mitte Jahr wurden Aufgaben im Bereich Produktlizenzierung und Informatikbetreuung an externe Dienstleister übergeben. Dabei verfolgt Fairtrade Max Havelaar klar das Ziel, die Qualität der Dienstleistungen für die Partner zu steigern.

Der Anstieg in den Aufwendungen für Marketing und Kommunikation von 200 000 Franken entspricht der Erwartung und bringt diese Position wieder auf das Niveau früherer Jahre. 2017 waren bewusst mehr Mittel in internationale Projekte investiert und dafür die Ausgaben für Kommunikation und Marketing im Inland reduziert worden. 2018 legten wir wieder stärker Wert auf die öffentliche Sensibilisierung – insbesondere mit einem Werbefilm im Kino und einer breitflächigen Plakataktion in den öffentlichen Verkehrsmitteln der grossen Schweizer Städte.

Das ordentliche Jahresergebnis zeigt mit einem Verlust von 363 000 Franken die stark angehobenen Investitionen in das Fairtrade-System.

Fairtrade Max Havelaar hat in der Vergangenheit Mittel für Süd-Projekte in den Fonds im Organisationskapital bereitgestellt. Viele dieser Investitionen wurden 2018 getätigt und haben damit eine Verminderung der Fonds zur Folge: u.a. für Projekte von Produzenten von Kaffee (384 000 Franken), Gold (100 000 Franken) und Kakao (50 000 Franken). 2018 hat die Max Havelaar-Stiftung 162 000 Franken für kommende Projekte reserviert.

Mit einem Jahresergebnis von insgesamt 16 000 Franken erreicht die Max Havelaar-Stiftung wie geplant ein ausgeglichenes Ergebnis.

BILANZ

Aktiven CHF	Anhang ¹	31.12.2018	31.12.2017
Umlaufvermögen			
Flüssige Mittel	4.1	5 195 274	4 868 294
Forderungen aus Lieferung und Leistung	4.2	2 534 887	1 830 144
Übrige kurzfristige Forderungen		90 049	90 190
Aktive Rechnungsabgrenzung	4.3	65 723	97 221
		7 885 933	6 885 849
Anlagevermögen			
Sachanlagen	4.4	97 445	168 377
		97 445	168 377
Total Aktiven		7 983 378	7 054 226
Passiven CHF			
		31.12.2018	31.12.2017
Kurzfristiges Fremdkapital			
Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	5.1	1 094 971	416 222
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	5.2	223 966	214 745
Kurzfristige Rückstellungen	5.3	92 711	132 230
Passive Rechnungsabgrenzung	5.4	854 578	211 519
		2 266 227	974 716
Langfristiges Fremdkapital			
Zweckgebundener Spendenfonds		3 335	2 751
		3 335	2 751
Fremdkapital		2 269 562	977 467
Organisationskapital			
Einbezahltes Stiftungskapital	6	190 002	190 002
Gebundenes Kapital Category Development Kaffee		88 402	422 352
Gebundenes Kapital Innovation Business Development		90 094	80 000
Gebundenes Kapital Category Development Gold		19 885	100 000
Gebundenes Kapital Alliance for Action		-	50 000
Gebundenes Kapital Entwicklung Produkte-Kategorien		75 000	-
Erarbeitetes freies Kapital		5 234 405	4 964 930
Jahresergebnis		16 029	269 475
		5 713 816	6 076 759
Total Passiven		7 983 378	7 054 226

¹ Den vollständigen Revisionsbericht sowie die Jahresrechnung mit dem Leistungsbericht und allen Anhängen finden Sie auf www.maxhavelaar.ch/jahresbericht

BETRIEBSRECHNUNG

	Anhang ¹	2018	2017
Lizenertrag Dritte		7 970 711	7 815 892
Ertrag aus Lieferung und Leistung		7 970 711	7 815 892
Ertrag zweckgebundene Spenden		584	583
Spendenertrag		584	583
Anderer betrieblicher Ertrag		403 625	314 063
Verluste aus Forderungen		(1 631)	(7 363)
Total Betriebsertrag		8 373 289	8 123 175
Personalaufwand		(3 656 183)	(3 579 045)
Verwaltungsaufwand		(756 241)	(689 349)
Internationale Zusammenarbeit		(3 386 920)	(2 539 047)
Marketing- & Kommunikationsaufwand		(877 282)	(677 711)
Abschreibungen auf Sachanlagen	4.4	(87 952)	(97 805)
Betriebsaufwand		(8 764 577)	(7 582 957)
Betriebsergebnis		(391 288)	540 218
Finanzertrag		93 435	24 775
Finanzaufwand		(64 506)	(50 417)
Finanzergebnis		7	(25 642)
Entnahmen aus Fonds im Fremdkapital		-	-
Einlagen in Fonds im Fremdkapital		(584)	(583)
Fondsergebnis zweckgebundene Fonds		(584)	(583)
Ordentliches Ergebnis		(362 942)	513 993
Ergebnis vor Veränderung Organisationskapital		(362 942)	513 993
Zuweisung an gebundenes Kapital		(162 255)	(416 613)
Entnahme aus gebundenem Kapital		541 226	172 095
Fondsergebnis Organisationskapital		378 971	(244 518)
Jahresergebnis		16 029	269 475

RECHNUNGSLEGUNG NACH SWISS GAAP FER

Die vorliegende Jahresrechnung wurde von PricewaterhouseCoopers (Basel) in einer ordentlichen Revision umfassend geprüft und für korrekt befunden. Sie vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in Übereinstimmung mit SWISS GAAP FER und entspricht dem schweizerischen Gesetz und der Stiftungsurkunde.



REMONDE DIROGENE IN DER
PACKSTATION DER BANANEN-
PLANTAGE BANAFEM IN DER
DOMINIKANISCHEN REPUBLIK.

ENTWICKLUNG IN DER PRODUKTION

EINE KURZANALYSE ZEIGT, WELCHES DIE HERAUSFORDERUNGEN UND DIE FORTSCHRITTE BEI DER HERSTELLUNG DER WICHTIGSTEN SECHS FAIRTRADE-PRODUKTE SIND.



BANANEN

2018: **37142 Tonnen +1%**

Einige Produzentenorganisationen liefern seit über 20 Jahren wöchentlich Bananen mit dem Label von Fairtrade Max Havelaar in die Schweiz. 2018 ist ein neues Produktionsland dazugekommen: Nicaragua – eine geschichtsträchtige Herkunft im fairen Handel, denn aus diesem mittelamerikanischen Land stammten in den 80er Jahren die «Nica»-Bananen der «Bananenfrauen». In der Schweiz erfreuen sich die Fairtrade-Bananen weiterhin steigender Beliebtheit. Dazu beigetragen haben zwei Anbieter, die entschieden haben, ausschliesslich noch fair gehandelte Bananen zu verkaufen. Das Fairtrade-System arbeitet auf ein existenzsicherndes Einkommen für die Beschäftigten auf den Bananenplantagen hin. Dazu wurde ein erstes Pilotprojekt umgesetzt, wovon Plantagenarbeiter in der Dominikanischen Republik profitieren.



BLUMEN

2018: **67.9 MIO. Stiele -3%**

Fairtrade hat einen weltweit geltenden Mindestlohn für Blumenfarmen eingeführt: den «Floor Wage». Angestellte auf Fairtrade-Blumenfarmen konnten von Lohnsteigerungen von bis zu 78% profitieren. Nun gilt es in Zusammenarbeit mit der ganzen Lieferkette die Löhne weiter zu verbessern. Spezielle Schulungen vom Fairtrade-Producer-Support vor Ort im Bereich Prämienmanagement und Projektführung führen dazu, dass die Prämien-

Projekte professioneller geführt werden und dass die Informationen zu den Projekten schneller in die Schweiz gelangen. Schnittblumen verzeichneten im Schweizer Markt einen Rückgang hauptsächlich wegen des heissen Sommers. Weiterhin setzen nur wenige Floristen auf Fairtrade-Rosen. 2018 wurden nach einem erfolgreichen Test im 2017 Fairtrade-Weihnachtssterne lanciert.



FRUCHTSAFT

2018: **31.49 MIO. Liter +7%**

Obschon die Konsumentennachfrage nach Saft aus Orangenkonzentrat weiter rückläufig ist, kann Fairtrade seit mehreren Jahren deutlich wachsen. Dies zeigt, wie zentral das Thema Nachhaltigkeit geworden ist. Dank der steigenden Nachfrage konnten Anbauflächen ausgebaut werden und die Fairtrade-Kooperativen weitere Mitglieder aufnehmen.

Existenzsichernde Löhne und Einkommen wurden im Fruchtsaft-Bereich bislang kaum vertieft behandelt. Nun hat sich aber die *Juice CSR Plattform*, zu deren Mitgliedern nebst wichtigen Markt-Unternehmen auch Fairtrade gehört, dem Thema angenommen.



KAFFEE

2018: **4892 Tonnen Rohkaffee +8%**

Im September 2018 sowie im März 2019 ist der Weltmarktpreis des Arabica-Kaffees unter die kritische Marke von 1 Dollar pro Pfund gefallen. Bei diesen tiefen Preisen können die meisten Klein-



ELIAN VARGAS ARIAS VON DER KOOPERATIVE COOPECAÑERA IN COSTA RICA BRINGT DAS FRISCH GESCHNITTENE ZUCKERROHR EIN.

bauern ihre Produktionskosten nicht decken und es zeigt sich die Wichtigkeit des Fairtrade-Mindestpreises von 1.40 Dollar pro Pfund. Fairtrade will aber noch einen Schritt weiter gehen und hat ein Pilotprojekt in sieben Ländern (Peru, Kolumbien, Nicaragua, Guatemala, Mexiko, Uganda, Indonesien) gestartet. Dabei wird ein ganzheitliches Modell entwickelt mit dem Ziel, dass die Kleinbauern langfristig ein existenzsicherndes Einkommen erhalten sollen. In der Schweiz nahm der Absatz von gelabeltem Fairtrade-Kaffee weiter zu (+8 %). Dennoch können die Fairtrade-Kaffeebauern erst ein Drittel Ihrer Ernte zu Fairtrade-Bedingungen absetzen.



KAKAO

2018: **4 480 Tonnen +10 %**

Der Weltmarktpreis für Kakao hat sich 2018 leicht erholt und ist wieder über den Fairtrade-Mindestpreis gestiegen. Doch die Bedingungen für die Kakaobauern bleiben herausfordernd. Fairtrade hat mit seiner Strategie für existenzsichernde Einkommen reagiert und eine Erhöhung des Mindestpreises und der Prämie um 20 % verabschiedet. Damit soll vor allem die finanzielle Sicherheit der Bäuerinnen und Bauern verbessert werden. In Ghana unterstützen wir mit Partnern Kakaobauern bei der Diversifizierung ihrer Pflanzungen, um Einkommen wie auch Biodiversität zu erhöhen. Ein Highlight: In Côte d'Ivoire haben 19 Frauen erfolgreich die *Women's School of Leadership* abgeschlossen. Das 2017 von Fairtrade ins Leben gerufene Programm schult Frauen in geschäftlichen Belangen und fördert ihre Selbständigkeit.



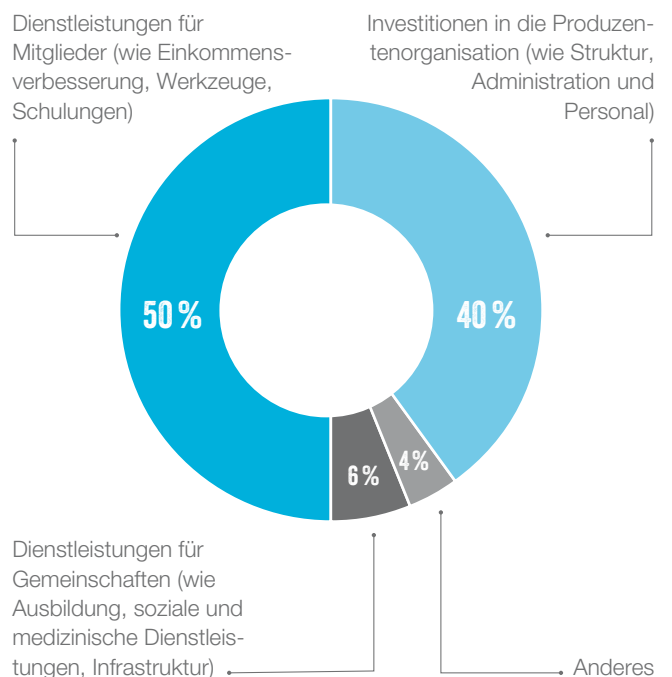
ROHRZUCKER

2018: **8 669 Tonnen +22 %**

Der Absatz von Fairtrade-Zucker weist ein erneutes Wachstum aus. Insbesondere die Bäuerinnen und Bauern in Mauritius, von wo ein signifikanter Teil des in die Schweiz importierten Rohrzuckers stammt, profitierten von den Fairtrade-Bedingungen.

Die Zuckerbäuerinnen und -bauern sind einem zunehmend schwierigen Marktumfeld ausgesetzt, nicht zuletzt durch die Liberalisierung des Zuckermarkts in der EU im 2017. Fairtrade reagierte darauf, indem neue Geschäftsfelder erschlossen werden, wie beispielsweise die Herstellung und Vermarktung von braunem Spezialitätenszucker, der ein gewisses Nischenpotenzial aufweist.

SO VERWENDEN KLEINBAUERN-KOOPERATIVEN DIE FAIRTRADE-PRÄMIE



Total: 157 Mio. Euro

ROHSTOFF- UND MARKTENTWICKLUNG 2018

ABSATZVOLUMEN DER WICHTIGSTEN ROHSTOFFE



BANANEN¹
37 142 Tonnen
+1% ggü. Vorjahr



BLUMEN
67 900 084 Stiele
-3% ggü. Vorjahr



FRUCHTSAFT¹
31 492 064 Liter
+7% ggü. Vorjahr



KAFFEE^{1,2}
4 892 Tonnen
+8% ggü. Vorjahr



KAKAO¹
4 480 Tonnen
+10% ggü. Vorjahr

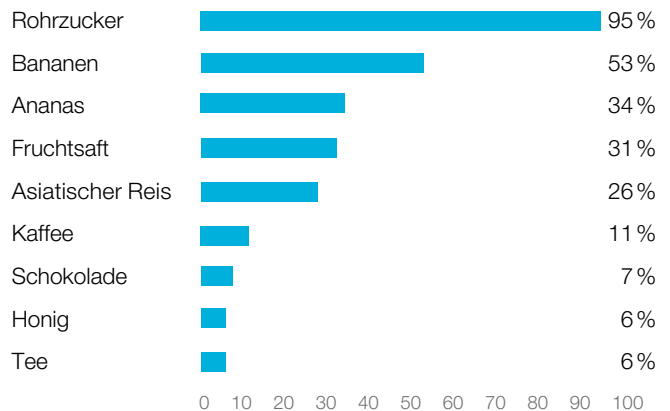


ROHRZUCKER¹
8 669 Tonnen
+22% ggü. Vorjahr

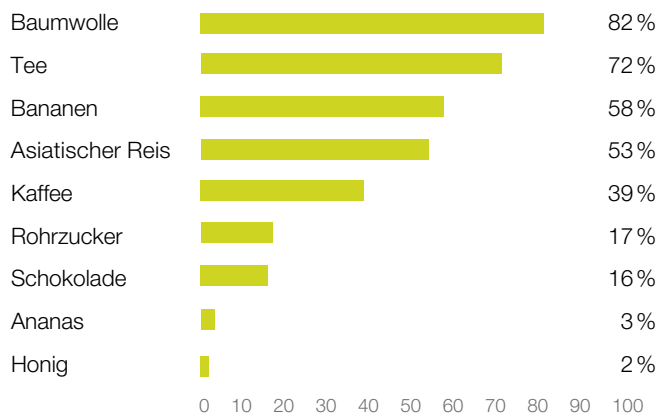
UMSATZ PRO PRODUKTEKATEGORIE

Produkt	Umsatz (CHF)	Veränderung ggü. 2017
Süßwaren	11 681 834	20.3%
- Schokolade	9 866 204	13.9%
- Biskuits und Diverses	1 814 978	73.1%
Bananen	11 044 594	0.3%
Getränke	99 222 453	9.5%
- Fruchtsaft	77 434 029	5.0%
- Süßgetränke inkl. Eistee	21 572 631	29.5%
- alkoholische Getränke	215 792	-14.0%
Kaffee	91 105 711	33.2%
Exoten	86 262 044	29.6%
- übrige Exoten frisch ³	48 401 052	44.4%
- Exoten Convenience/Konserve	30 901 980	19.6%
- Ananas	6 959 011	-3.2%
Molkereiprodukte	61 234 824	15.5%
- Joghurt	41 658 259	12.8%
- Milchmischgetränke	11 507 539	20.1%
- Diverses	8 069 027	24.0%
Blumen & Pflanzen	57 806 515	-15.1%
Glacé	46 992 065	10.0%
Backwaren	43 008 927	22.3%
Trockenfrüchte/Nüsse	30 437 442	33.2%
Reis	12 491 620	8.3%
Rohrzucker	8 697 004	18.1%
Gewürze	5 914 382	33.6%
Quinoa	5 319 955	-7.6%
Baumwollprodukte	4 633 353	47.9%
Brotaufstrich	4 028 622	-5.5%
- Honig	3 811 850	-2.7%
- restliche	216 772	-37.0%
Zusammengesetzte Produkte	3 985 338	22.4%
Tee	3 206 605	7.4%
Gold	2 668 657	-4.3%
Sportbälle	209 098	-36.9%
Total	794 485 043	13.4%

MARKTANTEIL⁴



BIOANTEIL⁵



¹ beinhaltet auch Verwendung des Rohstoffs in zusammengesetzten Produkten
² Um die Vergleichbarkeit zum Vorjahr herzustellen, wurden die Werte für 2017 um nicht-gelabelten Kaffee, der nicht einem Land zugeordnet werden konnte, bereinigt (Wachstum normalisiert).

³ u.a. Avocados, Kokosnüsse, Limetten, Mangos, Orangen

⁴ geschätzter Marktanteil Detailhandel basierend auf Absatzmengen
 Basis: AC Nielsen

⁵ Bioanteil basierend auf Absatzmengen

