



Foto: Sean Hawkey

25 JAHRE AM PULS DER ZEIT

JAHRES- UND WIRKUNGSBERICHT 2017

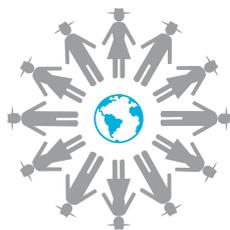
**FAIRTRADE ÖSTERREICH
MAX HAVELAAR-STIFTUNG (SCHWEIZ)
TRANSFAIR E.V. DEUTSCHLAND**



FAIRTRADE

INHALTSVERZEICHNIS

- S. 3 EDITORIAL: WEIT GEKOMMEN UND NOCH VIEL VOR UNS
- S. 4 ERWEITERTES ANGEBOT ZUM VORTEIL ALLER
- S. 6 FRAGEN AN DARÍO SOTO ABRIL VON FAIRTRADE INTERNATIONAL:
«JEDER MENSCH KANN VERÄNDERUNGEN BEWIRKEN»
- S. 8 DIE FAIRTRADE-WELT
- S. 10 ARBEITSSCHWERPUNKT KLIMAWANDEL – WAS TUT FAIRTRADE?
- S. 12 INTERVIEW MIT RÜDIGER MEYER VON FLOCERT: WESHALB STANDARDS NICHT STARR SEIN DÜRFEN
- S. 13 CARTE BLANCHE: FAIRER HANDEL STATT ALMOSEN
- S. 14 REPORTAGE VON EINER BLUMENFARM: «FAIRTRADE TUT EINE MENGE FÜR UNS»



WELTWEIT ZÄHLEN MEHR ALS
1,6 MILLIONEN BAUERN UND
ARBEITERINNEN ZUM
FAIRTRADE-SYSTEM



IN ASIEN ERREICHT FAIRTRADE
MIT SCHULUNGEN 80 %
ALLER ZERTIFIZIERTEN
PRODUZENTENORGANISATIONEN



1.411 FAIRTRADE-
PRODUZENTENORGANISATIONEN
SIND IN INSGESAMT
73 LÄNDERN TÄTIG



DURCH DAS ERSTE CARBON
CREDIT-PROJEKT WURDEN
IN LESOTHO ÜBER 10.000
KOCHÖFEN FINANZIERT



DIE FAIRTRADE-PRODUZENTEN-
NETZWERKE HABEN 50 %
STIMMANTEIL BEI ALLEN
WICHTIGEN ENTSCHEIDUNGEN



150 MIO € PRÄMIEN
WERDEN JÄHRLICH AN DIE
PRODUZENTENORGANISATIONEN
AUSGEZAHLT



WEIT GEKOMMEN UND NOCH VIEL VOR UNS

AUCH NACH EINEM ERFOLGREICHEN VIERTELJAHRHUNDERT BLEIBT FAIRTRADE IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ HOCHAKTUELL MIT SEINEM ENGAGEMENT FÜR MEHR FAIRNESS IM WELTHANDEL.

Mit Fairtrade drückten zu Beginn einige wenige ihre Solidarität mit den Menschen im Süden aus. In der Zwischenzeit hat sich Fairtrade zu einer eigentlichen Bewegung entwickelt und symbolisiert fairen Genuss mit gutem Gewissen. Seit gut 25 Jahren engagieren sich Max Havelaar Schweiz, Fairtrade Deutschland und der diesjährige Jubilar FAIRTRADE Österreich für nachhaltigen Anbau, fairen Handel und besseren Marktzugang für Produzentinnen und Produzenten im Süden. Dennoch steht Fairtrade vor großen Herausforderungen, die wir im offenen Austausch mit unseren Partnern und Stakeholdern angehen.

So zum Beispiel innerhalb der Arbeitsschwerpunkte Klimawandel, Kinderrechte, Arbeiterrechte, Geschlechtergerechtigkeit und Stärkung von Kleinbauernfamilien. Hier arbeiten fünf Arbeitsgruppen – bestehend aus Kolleginnen und Kollegen von Fairtrade International, den nationalen Fairtrade-Organisationen im Norden und den Fairtrade-Produzentennetzwerken im Süden – an ambitionierten Vorhaben, die eine starke Vernetzung aller Beteiligten erfordern. Im deutschsprachigen Raum intensivieren wir gleichfalls das aktive Zusammenspiel unter den drei Ländern – ein Ausdruck davon ist dieser zweite gemeinsame Wirkungs- und Jahresbericht. Auch nach 25 Jahren ist das erklärte Ziel unserer Arbeit dasselbe: Kleinbauernfamilien im Süden zu fairen Bedingungen Zugang zum internationalen Markt sowie Beschäftigten existenzsichernde Löhne zu ermöglichen, damit sie aus eigener Kraft ein besseres Leben führen können. Deshalb entwickelt Fairtrade seine Siegel weiter: Seit diesem Jahr ist es möglich, fast auf jede Zutat aus fairem Handel einzeln mit einem Label hinzuweisen. Diese Ausweitung erschließt den Produzentinnen und Produzenten zusätzliche Absatzkanäle zu Fairtrade-Konditionen, ermöglicht weiterver-

arbeitenden Unternehmen ein breiteres Angebot der fairen Rohstoffbeschaffung – und bietet den Verbraucherinnen und Verbrauchern mehr Transparenz und Auswahl.

Fairtrade weist weltweit wie auch im dynamischen deutschsprachigen Markt ein hohes Wachstum auf. Dennoch sind für die Menschen im globalen Süden ein sicheres Einkommen und ein selbstbestimmtes Leben weiterhin keine Selbstverständlichkeit. Die Anpassung an die Folgen des Klimawandels sowie die substantielle Annäherung an ein gesetzlich geregeltes und existenzsicherndes Einkommen sind die größten Herausforderungen für das Fairtrade-System in den kommenden Jahren. Diesen können wir uns nur als globale Bewegung stellen. Gemeinsam mit allen Beteiligten – mit den Produzentinnen und Produzenten in Afrika, Asien und Lateinamerika, mit der Wirtschaft, dem Handel und der Politik sowie mit Ihnen, unseren Unterstützerinnen und Unterstützern – können wir unserer Verantwortung gerecht werden und einen Beitrag zu gelebter Nachhaltigkeit leisten.

Ein Sprichwort aus dem Englischen besagt:

«Teamwork makes the dream work».

Wir bedanken uns herzlich für Ihr Engagement, welches Sie, liebe Leserin und lieber Leser, zu einem Teil des weltumspannenden Fairtrade-Teams macht.

Andreas Jiménez,

Geschäftsleiter Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)

Hartwig Kirner,

Geschäftsführer FAIRTRADE Österreich

Dieter Overath,

Vorstandsvorsitzender von TransFair e.V. Deutschland



Foto: Fairtrade / Sean Hawkey

FRAUEN DER IVORISCHEN KOOPERATIVE SCAANIAS BEARBEITEN DEN GETROCKNETEN KAKAO.

ERWEITERTES ANGEBOT ZUM VORTEIL ALLER

DAS ROHSTOFF-MODELL FÜR FAIRTRADE-ZUTATEN BRINGT MEHR ABSATZ, AUSWAHL UND TRANSPARENZ. SO PROFITIEREN VON DER PRODUKTION BIS ZUM KONSUM ALLE NOCH STÄRKER VOM FAIREN HANDEL.

Nehmen wir das Beispiel Rosen: Bisher konnte man eine langstielige Einzelrose in Fairtrade-Qualität kaufen oder gleich einen ganzen Rosenstrauß. Doch Fairtrade beim beliebten Mischstrauß? Die Fairtrade-Vorgaben erschwerten das Mischen in Sträußen von Fairtrade-Blumen mit anderen Blumen. Das ist schade für die Verbraucherinnen und Verbraucher – und ein Problem für die Angestellten auf den Blumenfarmen: Sie konnten ihr Verkaufspotenzial längst nicht ausschöpfen.

Das nun angebotene Modell von Fairtrade ermöglicht es, «Einzelzutaten», also einzelne Rohstoffe auszuloben. In einem gemischten Strauß können Fairtrade-Rosen in Zukunft mit nicht-zertifizierten regionalen Blumen gemischt werden.

Die Möglichkeit, einzelne Zutaten oder Rohstoffe auszuweisen, gibt es seit vier Jahren bereits bei Kakao und Zucker. So kann in der Schokolade Fairtrade-Kakao mit einheimischem Zucker gemischt werden. Ein Erfolgsmodell! Der Verkauf von Fairtrade-Schokolade und somit der Absatz von Kakao für die Fairtrade-Bauernfamilien haben sich in den letzten Jahren vervielfacht.

Künftig ist diese Praxis für fast jede Fairtrade-Zutat möglich (Ausnahme: Kaffee und Bananen): Fairtrade-Reis in einem Fertigericht, Fairtrade-Tee im Eistee, Cashew-Nüsse in einer Nussmischung ...

Hohe Transparenz

Bedeutet dies für die Verbraucherinnen und Verbraucher, dass der Siegel-Dschungel für sie noch dichter wird? Im Gegenteil. Die Zahl der Fairtrade-Siegel bleibt gleich – letztlich profitieren die Verbraucherinnen und Verbraucher von größerer Transparenz. Das Siegel für Fairtrade-Zutaten ersetzt das bisherige Programm-

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.



Die **Fairtrade-Programme für Kakao, Zucker und Baumwolle** beziehen sich auf eine fair angebaute und gehandelte Einzelzutat. Dieses Siegel wird in den kommenden Monaten durch das Fairtrade-Zutaten-Siegel ersetzt.



Das **Fairtrade-Siegel für Textilien** steht für eine umfassende Stärkung von Arbeiterinnen und

Arbeitern sowie zur Verbesserung der Löhne und der Arbeitsbedingungen in der gesamten Textilkette.



STEIGENDE VERKÄUFE VON ZERTIFIZIERTEN BLUMEN BEDEUTEN FÜR DIE BESCHÄFTIGTEN WIE HAYA GORASSA IN KENIA MEHR INVESTITION IN IHRE ZUKUNFT.

Siegel und ist in einem zum klassischen schwarzen Siegel klar differenzierten Weiß gehalten. Es ist immer mit dem Zusatz der Zutat oder des Rohstoffs gekennzeichnet. Wer auf der Hülle des Blumenstraußes das weiße Fairtrade-Siegel mit dem Zusatz «Roses» sieht, der weiß, dass hier ausschließlich die Rosen aus fairem Handel stammen. Außerdem erhalten die Verbraucherin-

nen und Verbraucher durch die Vielfalt mehr Auswahl. Die Hersteller sowie die Einzel- und Fachhändler ihrerseits haben mehr Möglichkeiten, sich für Fairtrade zu engagieren.

Zur erhöhten Transparenz gehört, dass bei den Siegeln in Zukunft bisweilen ein Pfeil erkennbar ist. Der Pfeil bedeutet: Mehr Informationen dazu gibt es auf der Rückseite der Verpackung. Dort wird erklärt, dass es sich um ein Mischprodukt handelt – oder um ein Produkt mit Mengenausgleich: Bei einem Orangensaft beispielsweise dürfen Fairtrade-Orangen aufgrund der kleinen Mengen bei der Verarbeitung mit konventionellen Orangen vermischt werden. Gesiegelt wird total natürlich nur so viel Saft, wie entsprechend Fairtrade-Orangen verarbeitet wurden.



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



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.

FAIRTRADE CARBON CREDITS™

Gold Standard's expertise in climate security and sustainable development and Fairtrade's strength in producer empowerment, together support vulnerable rural communities in their fight against climate change.



Gold Standard

Die **Fairtrade-Klima-Standard-Kennzeichnung** steht für Klimaschutzprojekte, bei denen die Reduktion von CO₂-Emissionen in Form von Zertifikaten gehandelt wird. Dies kann sowohl auf der Ebene des gesamten Unternehmens erfolgen als auch bei der Herstellung von einzelnen Produkten.

Mehr zu den Siegeln erfahren Sie auf unseren Websites.

* Bei Zucker, Kakao, Tee und Fruchtsaft ist die indirekte Rückverfolgbarkeit erlaubt. Diese Produkte können nach Fairtrade-Standards mit Mengenausgleich gehandelt werden. Dabei dürfen fair produzierte und konventionelle Produkte vermischt werden.

Die strengen Fairtrade-Standards bleiben

Das Modell bringt den Kleinbauernfamilien mehr Verkäufe, den Verbraucherinnen und Verbrauchern mehr Auswahl und Transparenz – und den Partnerunternehmen mehr Möglichkeiten zum fairen Engagement. Sonst ändert sich nichts: Bei den so gekennzeichneten Produkten gelten die genau gleich strengen Fairtrade-Standards bezüglich Anbau, Arbeiterrechten, Verarbeitung und Handel. Denn: Absolute Verlässlichkeit und Glaubwürdigkeit sind das höchste Gut von Fairtrade.

Wer also in Zukunft Produkte aus der erweiterten Fairtrade-Palette kauft, der stellt sicher, dass noch mehr Kleinbauernfamilien, Arbeiterinnen und Arbeiter von den vorteilhaften Fairtrade-Bedingungen profitieren können.

«IN DER SCHOKOLADE STECKT DIE KRAFT, DINGE NACHHALTIG ZU VERÄNDERN. ABER ALLE MÜSSEN DABEI MITMACHEN, DEN HANDEL FAIR ZU GESTALTEN.»

Anne-Marie Yao,
Leiterin des Kakao-Programms
in Westafrika
von Fairtrade Africa



«JE MEHR MENSCHEN MITMACHEN,
UMSO SCHWERER WIRD ES FÜR
UNTERNEHMEN UND REGIERUNGEN,
DAS THEMA ZU IGNORIEREN.»
Darío Soto Abril,
CEO von Fairtrade International

«JEDER MENSCH KANN VERÄNDERUNGEN BEWIRKEN»

FRAG FAIRTRADE! AUF DIESE AUFFORDERUNG ÜBER DIE SOZIALEN MEDIEN HABEN WIR SPANNENDE FRAGEN ERHALTEN. BEANTWORTET HAT SIE DER CHEF PERSÖNLICH: DARÍO SOTO ABRIL, CEO VON FAIRTRADE INTERNATIONAL.

Wie bio ist Fairtrade? (Stephanie H., Deutschland)

Fairtrade fördert gezielt den Bioanbau. Dieser ist aber keine Voraussetzung für unser Siegel. Fairtrade kennt allerdings viele Umweltauflagen: achtsamer Umgang mit Wasser, kein gentechnisch verändertes Saatgut, Verbot oder nur eingeschränkter Einsatz von Chemikalien, Prävention von Bodenerosion bis hin zur CO₂-Reduktion. Zudem schult Fairtrade die Produzenten in nachhaltigem Anbau.

Warum werden auch Produkte Fairtrade-zertifiziert, von denen die meisten Inhaltsstoffe gar nicht Fairtrade sind? (Benjamin K., Deutschland)

Fairtrade hat nicht für alle Rohstoffe eigene Standards und zertifiziert somit nicht alle Zutaten. So gibt es etwa Milch, Eier, Brot und generell Getreide nicht mit Fairtrade-Siegel zu kaufen. Bei einem zusammengesetzten Produkt wie Speiseeis sind einige Zutaten drin, die in Fairtrade-Qualität verfügbar sind, wie Zucker oder Kakao, und andere, wie die Milch, hingegen nicht. Es wäre den Produzentenorganisationen im globalen Süden gegenüber unfair, wenn wir verbieten würden, dass Zucker und Kakao aus dem fairen Handel nicht für Speiseeis verwendet werden dürfen. Unser Lösungsansatz lautet: Alles was es in Fairtrade-Qualität gibt, muss auch Fairtrade bezogen werden. Diese Zutaten müssen aber mindestens 20 Prozent von der gesamten Zusammensetzung eines Produktes ausmachen.

Zudem gibt es neu die Möglichkeit, auf der Verpackung auf einzelne Fairtrade-Zutaten hinzuweisen. Dadurch erreichen wir, dass mehr Produzentinnen und Produzenten vom fairen Handel profitieren können. Dabei ist uns die Transparenz sehr wichtig: Auf

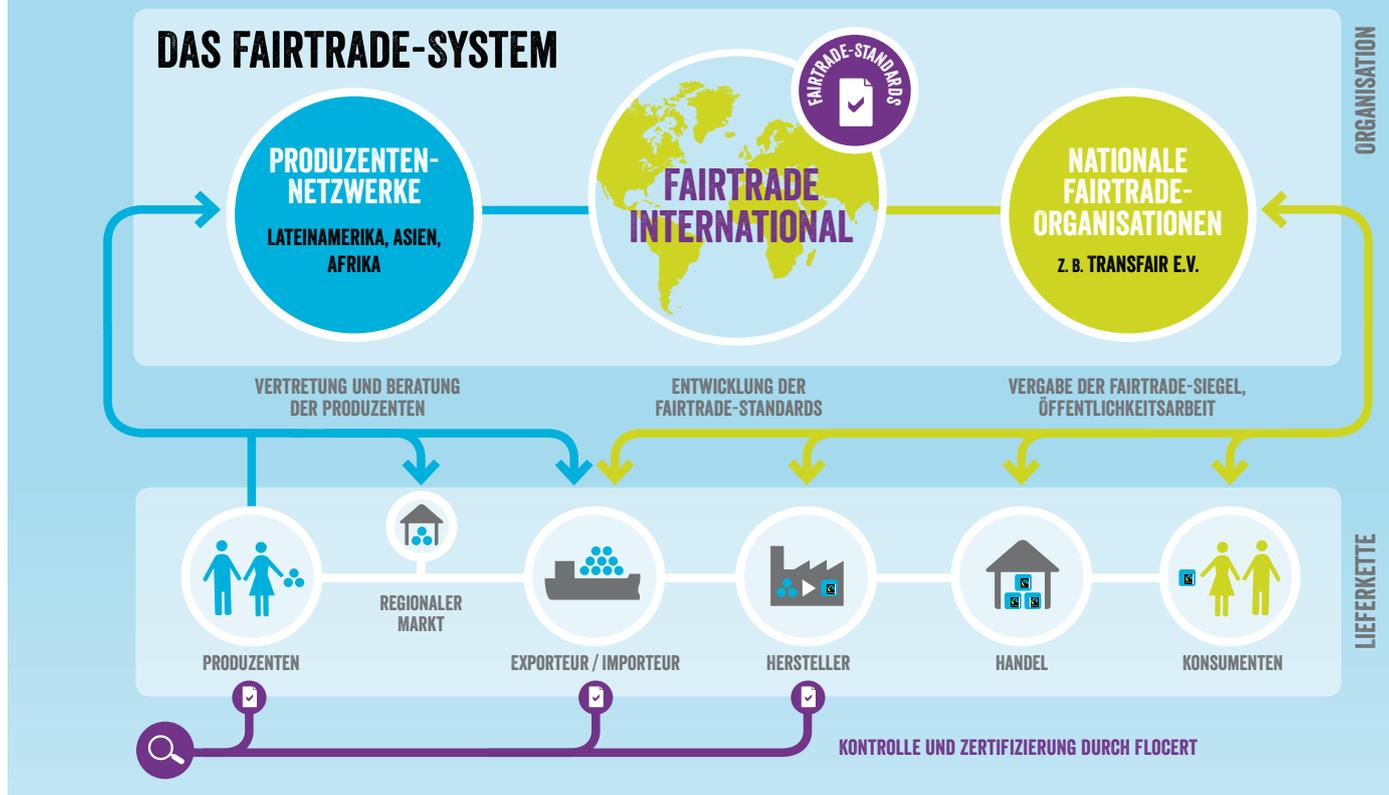
den Produkten ist immer ausgeschildert, welche Zutaten aus dem fairen Handel sind und welche nicht. Damit die Verbraucherinnen und Verbraucher immer genau wissen, was sie da kaufen.

Wie kann man als Konsumentin oder Konsument überhaupt etwas am Welthandel ändern? (Patrick P., Schweiz)

Jede und jeder einzelne von uns kann Veränderungen bewirken! Im Supermarkt entscheide ich bewusst, was ich kaufen will. Wenn ich keine Fairtrade-Produkte finde, kann ich die Filialeitung vor Ort fragen, warum es beispielsweise keine Blumen oder keinen Kaffee aus fairem Handel gibt. Ich kann mich in meiner eigenen Community organisieren. Ich kann mit Freunden, Bekannten und natürlich der Familie über Fairtrade sprechen. Es ist wichtig, dass die Bewegung größer wird und weitere Menschen für den fairen Handel gewonnen werden. Je mehr Menschen mitmachen, umso schwerer wird es für Unternehmen und Regierungen, das Thema zu ignorieren.

Wie viel kostet das Fairtrade-Label? Anders gefragt: Wie viel muss die jeweilige Bäuerin oder der jeweilige Bauer zahlen, beispielsweise für den Kakao? (Emily E., Deutschland)

Fairtrade zertifiziert keine einzelnen Bauernfamilien. Diese müssen sich zuerst in demokratisch organisierten Kooperativen zusammenschließen, um am Fairtrade-System teilzunehmen. Die Kosten richten sich nach Größe, Anzahl der zu zertifizierenden Produktarten und anderen Kriterien und werden von den Mitgliedern der Kooperative gemeinsam getragen. Ein Beispiel: Eine Kooperative mit 100 Mitgliedern zahlt etwas mehr als 3.000 Euro



im ersten Jahr, um die Kosten für den Zertifizierungsprozess und ein umfangreiches erstes Audit abzudecken. In den Folgejahren zahlen sie deutlich weniger. Für die Produkte, die sie zu Fairtrade-Bedingungen absetzen kann, erhält die Kooperative einen Mindestpreis und eine Fairtrade-Prämie.

Welche Pläne verfolgt Fairtrade, um neue Händler, Produzentenorganisationen oder auch Unternehmen international dazuzugewinnen? (Joel W., Deutschland)

Fairtrade ist ein offenes System. Je mehr Kleinbauernfamilien und Beschäftigte in Afrika, Asien und Lateinamerika mitmachen, umso besser. Auf der anderen Seite wollen wir aber auch sicherstellen, dass diese Mitglieder im Fairtrade-System Erfolg haben. Dazu gehört, dass sie vereinbarte Mengen liefern können und Zugang zum internationalen Markt erhalten, auf dem sie ihre Rohstoffe zu Fairtrade-Bedingungen absetzen können. Wir wollen den Produzentenorganisationen einen guten Dienst erweisen, deshalb ist es aber auch wichtig, dass diese bereits einen funktionierenden Businessplan haben und einhalten können, was sie versprechen.

Wie kann es sein, dass Fairtrade Unternehmen zertifiziert, die für ihre unfairen Praktiken bekannt sind? (Michael B., Deutschland)

Fairtrade zertifiziert nie Unternehmen, immer nur einzelne Produkte. Viele Produzenten können nur einen geringen Teil ihrer Ernte zu Fairtrade-Bedingungen verkaufen – weil die Nachfrage kleiner ist. Somit ist klar: Jedes Unternehmen, das Fairtrade-Produkte verwendet, unterstützt direkt Kleinbauernfamilien und Beschäftigte.

Hat Fairtrade in der Vergangenheit genug unternommen, um die Einstellung der Menschen zum fairen Handel zu verändern? (Ruth J., Schweiz)

Tatsächlich hat Fairtrade in den vergangenen Jahrzehnten viel getan. Einerseits um im Norden die Einstellung gegenüber dem fairen Handel zu ändern und das Verständnis für die Produzenten im Süden zu fördern. Andererseits ist es aber auch wichtig, dass

die Kleinbauernfamilien verstehen: Gemeinsam als Kooperative erreichen sie mehr. Heißt das nun, dass wir schon genug getan haben? Vermutlich nicht. Fairtrade kann eigentlich nie genug tun für die Kleinbauernfamilien im Süden. Wir wollen unsere Dienstleistungen für die Produzentenorganisationen ständig verbessern. Da gibt es immer etwas, das man zusätzlich tun kann. Und daran arbeiten wir.

Wo sehen Sie Fairtrade in 20 Jahren? (Herthi, Deutschland)

Unsere Vision ist, dass weltweit alle Kleinbauernfamilien und alle Beschäftigten auf Plantagen genug verdienen, um ein gutes Leben zu führen und nicht nur am Existenzminimum darben. Wenn wir das erreichen, würde mich das sehr glücklich machen. Damit hätte Fairtrade seine Daseinsberechtigung langfristig unter Beweis gestellt.

«ES ERFÜLLT MICH MIT STOLZ, TEIL VON FAIRTRADE ZU SEIN. UNSER REIS IST EINER DER BESTEN IN DIESER REGION. UND WIR SETZEN WEITERHIN AUF QUALITÄT!»

Bahadur Singh Bajwal, Reisbauer und Präsident der Fair-Farming-Stiftung Ramnagar in Indien

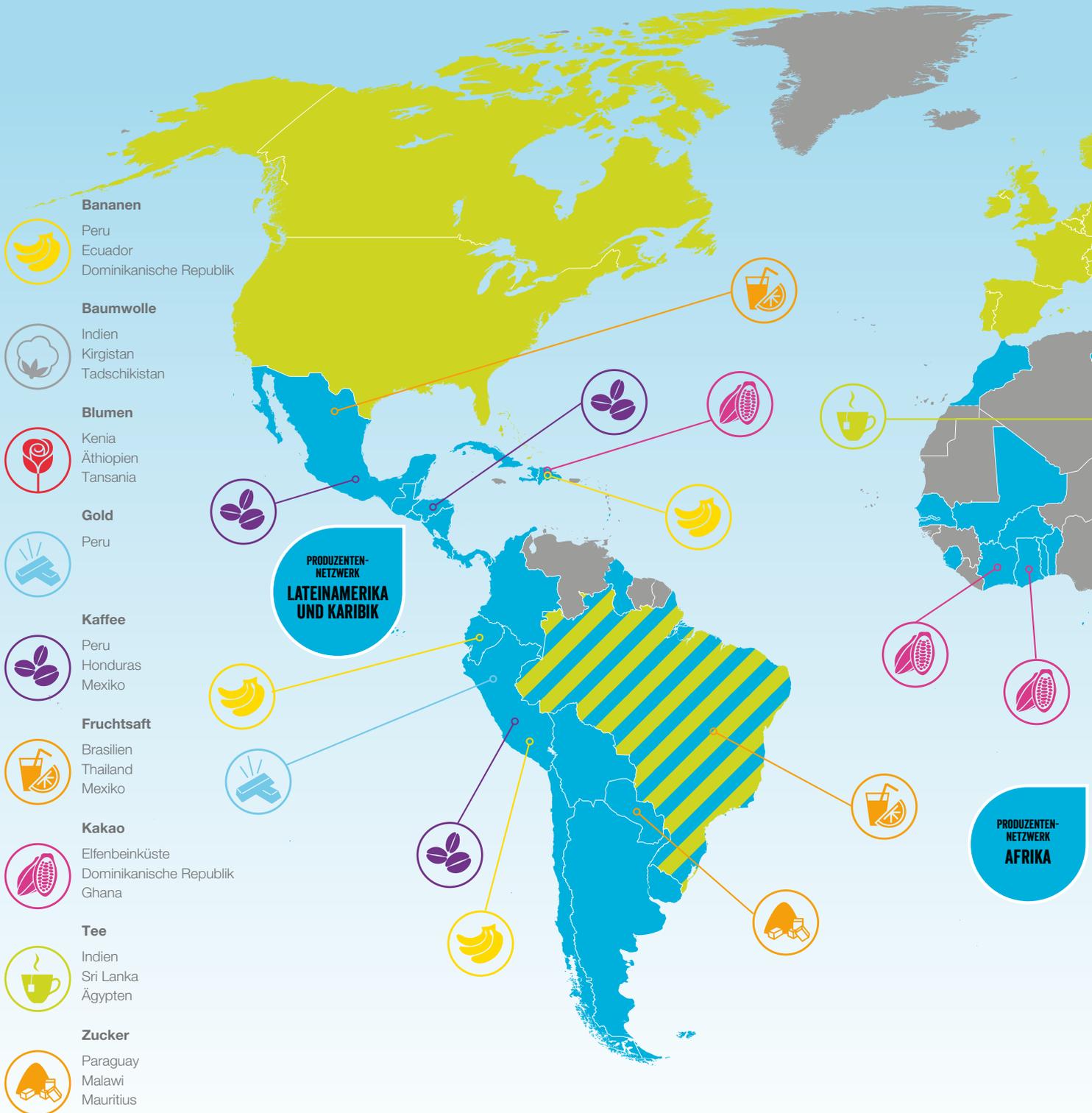


DIE FAIRTRADE-WELT

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



- Nationale Fairtrade-Organisation
- Fairtrade-Produzentenland
- Fairtrade-Produzentenland und Fairtrade-Marketingorganisation



FAIRTRADE INTERNATIONAL

1997 schlossen sich verschiedene Siegelinitiativen zusammen, um alle ihre auf die Produzentenorganisationen ausgerichteten Aktivitäten zu koordinieren. Aus diesem Zusammenschluss entstand Fairtrade International, ein gemeinnütziger Verein mit Sitz in Bonn. Fairtrade International ist der Dachverband aller Fairtrade-Organisationen. Er entwickelt die Fairtrade-Standards und repräsentiert in seinen Gremien die Produzenten- und Marktseite.

PRODUZENTENNETZWERKE

Die Produzentennetzwerke vertreten die Stimmen der 1,6 Millionen Kleinbäuerinnen und Kleinbauern sowie Arbeiterinnen und Arbeiter im Fairtrade-System. Sie stellen sicher, dass die Fairtrade-Standards für die Produzentenorganisationen praktikabel sind.



Die Vertreterinnen und Vertreter der Kleinbauernfamilien, Arbeiterinnen und Arbeiter sind bei Fairtrade International mit

50 % STIMMANTEIL

gleichberechtigt in allen wichtigen Entscheidungsgremien und internationalen Komitees beteiligt.

NATIONALE FAIRTRADE-ORGANISATIONEN

In den Konsumländern sind die nationalen Fairtrade-Organisationen, wie TransFair, FAIRTRADE Österreich und Max Havelaar Schweiz für die Vergabe des Fairtrade-Siegels verantwortlich. Sie schaffen Marktzugang für Fairtrade-Produkte und sensibilisieren die Öffentlichkeit für den fairen Handel.

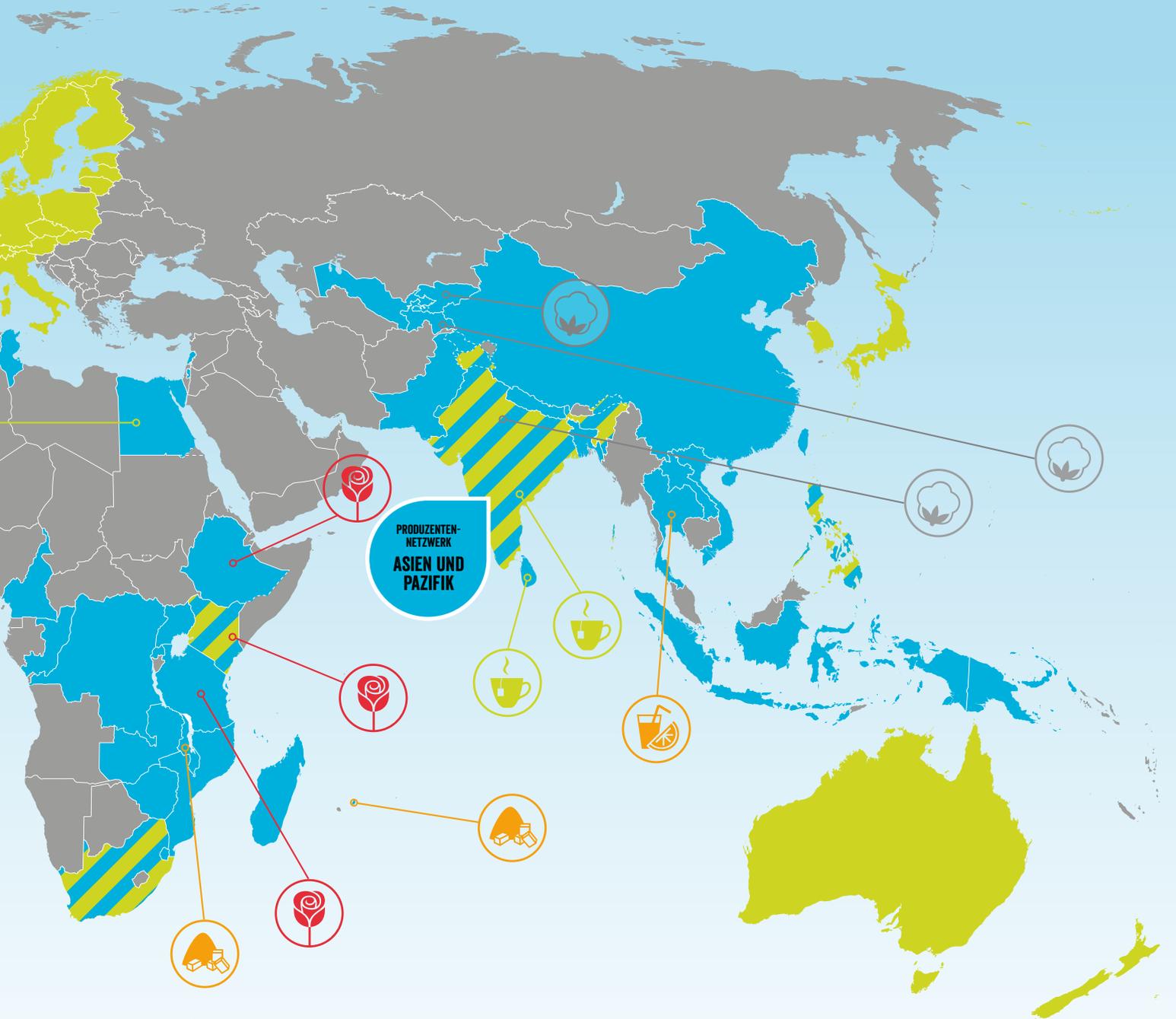




Foto: Fairtrade / Jekur Kaiszewski

FAIRTRADE GEHT IM RAHMEN DER UMWELTKONFERENZ COP23 IN BONN FÜR VERBINDLICHE KLIMASCHUTZZIELE AUF DIE STRASSE.

KLIMAWANDEL – WAS TUT FAIRTRADE?

FAIRTRADE UNTERSTÜTZT KLEINBAUERNFAMILIEN MIT EINEM BREITEN SPEKTRUM AN MASSNAHMEN ZUR BEWÄLTIGUNG DER FOLGEN DES KLIMAWANDELS.

Für 1,6 Millionen Fairtrade-Produzentinnen und -Produzenten in den Ländern des globalen Südens ist er bereits seit Jahren spürbare Realität. Regenzeiten verschieben sich oder bleiben ganz aus. Schädlinge und Pflanzenkrankheiten, wie zum Beispiel der aggressive Kaffeerost, treten verstärkt auf und ziehen die Produktivität der Pflanzen in Mitleidenschaft.

Klimawandel ist eine der größten weltweiten Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Durch den Klimawandel bedingte Ernterückgänge oder -ausfälle bedrohen die Existenz zahlreicher Kleinbauernfamilien. Wenn es die finanziellen und geographischen Gegebenheiten erlauben, verlegen viele ihre Pflanzungen in höhere Lagen. Hierfür werden oftmals neue Flächen gerodet, wodurch die Zerstörung der natürlichen Ressourcen und letztlich auch der Klimawandel weiter zunehmen. Eine andere Möglichkeit, auf die veränderte Situation zu reagieren, ist die Abwanderung in die Städte, in andere Regionen oder gar in den globalen Norden.

Kleinbäuerinnen und -bauern im Süden benötigen dringend technische und finanzielle Unterstützung bei der Anpassung an die sich verändernden Bedingungen. Darüber hinaus müssen nachhaltige Anbaumethoden entwickelt werden, die weniger Emissionen verursachen und die natürlichen Ressourcen schonen. Das Fairtrade-System bietet verschiedene Module, die helfen, diesen Herausforderungen zu begegnen.

Mehr als Standardsetzung

In den Fairtrade-Standards finden sich eine Vielzahl klimarelevanter Entwicklungskriterien und Aspekte zu Umweltmanagement, die regelmäßig überprüft werden. Denn Umweltschutz und der Kampf gegen den Klimawandel gehen Hand in Hand: Die in den

Fairtrade-Standards verankerten Kriterien wie sparsame Wasserverwendung, stark eingeschränkter Einsatz von Düngemitteln und Pestiziden – die in der Herstellung jeweils extrem energieaufwändig und klimaschädlich sind – sowie die Förderung von Bio-Anbau sind nur einige Beispiele für diese Wechselwirkung.

Darüber hinaus hat Fairtrade das Klimaprogramm entwickelt. Es setzt vor allem auf Weiterbildungen und Schulungen durch die Fairtrade-Produzentennetzwerke, aber auch auf konkrete Pilotprojekte und Anpassungsmaßnahmen vor Ort. Das Klimaprogramm verfolgt folgende drei Ansätze:

1. Unterstützung bei der Anpassung an Klimawandel

Lokale Berater der drei Produzentennetzwerke in Afrika, Asien und Lateinamerika organisieren Weiterbildungen, die den Kleinbauernfamilien helfen, die Folgen des Klimawandels zu erkennen, Anpassungsstrategien zu entwickeln und umzusetzen. So führen sie zum Beispiel Trainings zu nachhaltigen Anbaumethoden durch, legen Demonstrationsflächen für

Fünf Arbeitsschwerpunkte

Der Klimawandel ist einer der fünf Arbeitsschwerpunkte, die Fairtrade aus den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen ableitet. Darüber hinaus engagiert sich Fairtrade intensiv in den Bereichen Kinderrechte, Arbeiterrechte, Geschlechtergerechtigkeit und Stärkung von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern.



Foto: Fairtrade / David Macharia

**ZEDDY ROTICH, FAIRTRADE-KAFFEEBÄUERIN AUS KENIA
PRODUZIERT BIOGAS FÜR
IHREN GASOFEN.**

mehr Biodiversität an oder betreiben Wiederaufforstung, die von lokalen und internationalen NGOs oder Unternehmen mitfinanziert werden.

2. Weniger Treibhausgase in der Produktionskette

Effizienz und erneuerbare Energien sind die wichtigsten Schritte auf dem Weg, schädliche Emissionen zu verringern. Bewährte Maßnahmen bei Produzentinnen und Produzenten in Entwicklungsländern sind beispielsweise energieeffiziente Kochöfen, die weniger Brennholz benötigen und somit die CO₂-Emissionen verringern, Biogasanlagen oder Solarenergie zum Kochen, für Lampen oder warmes Wasser.

Mit dem Klimastandard finanziert Fairtrade Klimaschutzprojekte im Süden, welche die Emissionen von Klimagasen reduzieren. Diese Reduktion kann in Form von Klimazertifikaten, den Fairtrade Carbon Credits, gehandelt werden. Wer als Unternehmen an diesem freiwilligen Emissionshandel teilnimmt, muss zunächst den eigenen CO₂-Fußabdruck soweit wie möglich reduzieren. Unvermeidbare Emissionen kann das Unternehmen durch den Kauf der Fairtrade-Klimazertifikate ausgleichen. So werden die Emissionen im Norden und im Süden reduziert.

3. Gezielte Lobbyarbeit

Im globalen Norden mobilisieren die Fairtrade-Organisationen wie Fairtrade Deutschland, FAIRTRADE Österreich und Max Havelaar Schweiz die Zivilgesellschaft und politischen Akteure, um den vom Klimawandel betroffenen Kleinproduzentinnen und -produzenten mehr Gehör zu verschaffen. Dieses gemeinsame Engagement zeigt sich unter anderem an UN-Klimakonferenzen, die Fairtrade International nutzt, um zusammen mit Produzentinnen und Produzenten auf deren Lage aufmerksam zu machen. Nationale Fairtrade-Organisationen helfen zudem bei der Suche nach finanzieller Unterstützung für Anpassungsprojekte an den Klimawandel oder der Zusammenarbeit in gesellschaftlichen Klimaschutz-Bündnissen, wie zum Beispiel in Deutschland in der Klima-Allianz.

Nächste Schritte

Die Herausforderungen des Klimawandels für Fairtrade-Produzentinnen und Produzenten sind enorm. Deshalb hat Fairtrade International 2015 eine Arbeitsgruppe (Climate Change Working Group) gegründet, die den Fairtrade-Klimastandard erarbeitet hat und ihn nun umsetzt. Zukünftig wird sich die Arbeitsgruppe darauf konzentrieren, das Fairtrade-Klimaprogramm voranzubringen. Auch die Produzentennetzwerke ergreifen weiterführende Maßnahmen, um die Kleinbauernfamilien bei den Anpassungen an den Klimawandel zu unterstützen. So plant zum Beispiel Fairtrade Africa den Aufbau einer Climate Change Academy zur gezielten Forschung und Schulung.

Klar ist: Das Ausmaß der erforderlichen Maßnahmen gegen den Klimawandel ist riesig und übersteigt die Möglichkeiten eines einzelnen Systems wie Fairtrade bei Weitem. Es erfordert die Bereitschaft der Menschen, der Entscheidungsträger in der Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft, bei der Bewältigung des Klimawandels gemeinsam Verantwortung zu übernehmen.

«WIR VERSUCHEN MIT DEN FOLGEN DES KLIMAWANDELS ZURECHT ZU KOMMEN. DANK FAIRTRADE ERHALTEN WIR SCHULUNGEN UND KONNTEN EINE BIOGASANLAGE INSTALLIEREN.»

*Zeddy Rotich,
Kaffeebäuerin des
«Women in Coffee»-Projekts
in Kenia*





«FAIRTRADE IST EIN ENTWICKLUNGSSTANDARD UND EIN ENTWICKLUNGSSYSTEM.»
Rüdiger Meyer,
Geschäftsführer von Flocert

WESHALB STANDARDS NICHT STARR SEIN DÜRFEN

NEBEN 718 ZERTIFIZIERUNGEN GAB ES 2017 IM FAIRTRADE-SYSTEM 220 SUSPENDIERUNGEN UND 77 DEZERTIFIZIERUNGEN. GESCHÄFTSFÜHRER RÜDIGER MEYER ÜBER ZIELE UND VORGEHENSWEISE VON FLOCERT.

Weshalb führt die Zertifizierungsgesellschaft Flocert angekündigte und unangekündigte Audits durch?

Angekündigte Audits sind notwendig, weil wir unseren Kunden Zeit für die Vorbereitungen geben müssen. Wir schauen uns die Bücher und Lieferscheine an. All das braucht in der Regel einen Fachmann auf der anderen Seite, der uns genau erklärt, was dort eigentlich passiert ist.

Unangekündigte Audits haben eine ganz andere wichtige Funktion: Denn wir erhalten immer wieder Informationen von Arbeiterinnen und Arbeitern, aber auch von Gewerkschaften, dass bestimmte Standards nicht erfüllt worden sind. Um diese Beschwerden zu überprüfen, schicken wir dann unsere Auditoren unangekündigt vor Ort.

Wie häufig müssen die Produzentenorganisationen nachbessern?

Wir haben bei 4.000 zertifizierten Organisationen – also Produzentenorganisationen, Exporteuren, Importeuren, Händlern – rund 17.000 Abweichungen weltweit pro Jahr. Diese Abweichungen müssen sehr schnell korrigiert werden. Wenn dies der Organisation nicht gelingt, erfolgt eine Suspendierung. Das heißt, dann setzen wir den Handel mit dieser Organisation aus, bis die Abweichung korrigiert ist.

Die 17.000 Abweichungen haben im letzten Jahr zu 220 Suspendierungen geführt. Aus den 220 Suspendierungen sind dann 77 Dezertifizierungen erfolgt. Das ist sozusagen die Eskalationsstufe. Aber das Ziel des fairen Handels ist ja, Organisationen zu entwickeln und nicht Organisationen zu dezertifizieren. Das ist wirklich das letzte Mittel.

Und wenn eine Organisation die Standards erfüllt: Ist dann alles heile Welt?

Heile Welt ist das Ziel. Aber wir fangen natürlich ganz woanders an. Fairtrade ist ein Entwicklungsstandard und ein Entwicklungssystem. Wir wollen Produzentenorganisationen helfen, sich weiterzuentwickeln. Und darum arbeiten wir gerade auch mit Organisationen zusammen, deren Entwicklungsstand vielleicht nicht so gut ist, wie man das gerne hätte.

Heißt das, dass zu Beginn gar nicht alle Fairtrade-Standards erfüllt sein müssen?

Das ist das interessante und auch innovative am Fairtrade-System: Wir arbeiten mit einem Entwicklungsstandard, der sich aufteilt: Zum einen in Grundstandards, die immer erfüllt sein müssen – beispielsweise keine missbräuchliche Kinderarbeit, keine Sklavenarbeit. Hier gibt es keine Toleranz, bei Verstößen erfolgt eine Dezertifizierung. Und dann gibt es zum anderen die Entwicklungsstandards. Diese müssen über die nächsten drei bis sechs Jahre erfüllt werden. Und die sind so angelegt, dass die Produzentenorganisation einen eigenen Entwicklungspfad definieren kann. Das heißt, der Standard bietet einen Korridor und innerhalb dieses Entwicklungskorridors entscheidet jede Organisation für sich selber, welchen Weg sie gehen will. Für uns ist wichtig, dass auf diesem Weg die entsprechenden Wegmarken nach drei und sechs Jahren auch erfüllt worden sind.

Das ausführliche Interview finden Sie als Video auf <http://bit.ly/flocertinterview>



«IM HANDEL SEHE ICH EINEN WESENTLICHEN MOTOR FÜR DIE ARMUTSBEKÄMPFUNG.»
Marike de Peña,
Präsidentin Lateinamerika-
Produzentennetzwerk CLAC

FAIRER HANDEL STATT ALMOSEN

WAS MUSS DER NORDEN TUN, DAMIT FAIRER HANDEL FUNKTIONIERT? ERWARTUNGEN VON MARIKE DE PEÑA, PRÄSIDENTIN DES LATEINAMERIKA-PRODUZENTENNETZWERKS, IN EINER CARTE BLANCHE, EINEM FREIEN KOMMENTAR.

« Entstanden ist fairer Handel von und für Kleinbauernfamilien sowie Angestellte auf Plantagen im Süden. Der Verkauf von Fairtrade-Produkten trägt zur Entwicklung und zum Wohlergehen Hunderttausender Familien sowie ganzer Gemeinschaften bei.

Fairer Handel basiert auf den Prinzipien von Gerechtigkeit, Solidarität, Demokratie, Transparenz, Partizipation und Rechenschaftspflicht. Die Erfolgselemente sind langfristige Geschäftsbeziehungen, die Zahlung eines fairen Preises sowie die Fairtrade-Prämie für Investitionen in Infrastruktur und in die Grundbedürfnisse von Familien und Gemeinschaften.

Ich bin überzeugt: Die Menschen im Süden können sich durch ihre Arbeit aus der Armut befreien, wenn sie Zugang zu einem Markt mit fairen Bedingungen erhalten. Im Handel sehe ich einen wesentlichen Motor für die Armutsbekämpfung. Voraussetzung ist aber, dass er auf den drei Grundpfeilern der Nachhaltigkeit basiert: sozial, ökologisch und wirtschaftlich.

Der bisherige Erfolg und das künftige Wachstum von Fairtrade hängen von Unternehmen ab, die sich verpflichten, den Produzentinnen und Produzenten einen fairen Preis zu zahlen. Dieser deckt nicht nur die Kosten einer nachhaltigen Produktion, sondern sichert den Kleinbauernfamilien und den Angestellten auf den Plantagen ein menschenwürdiges Leben.

Ich hoffe, dass jede Entscheidung und jede Handlung des Nordens mit Auswirkungen für den globalen Süden auf den Prinzipien des fairen Handels basiert. Diese Entscheidungen sollten auf demokratische, partizipative und transparente Weise zustande kommen. Dabei stehen folgende Fragen im Zentrum: Nützt die Entscheidung den Kleinproduzenten und Angestellten

im Süden? Oder bedroht sie die Kontinuität dessen, was Fairtrade in den letzten Jahrzehnten aufgebaut hat?

Ich erwarte vom Norden, dass er weiterhin den Handel fördert und nicht die Barmherzigkeit. Handel soll nicht auf Ausbeutung der Schwächsten beruhen – sondern alle Akteure der Lieferkette übernehmen im gleichen Maß Verantwortung und Risiken.

Ich erwarte vom Norden, dass er sich nicht von Theorien hinreißen lässt, die auf reinem Materialismus und schnellem, rücksichtslosem Wirtschaftswachstum beruhen. Im Süden sind wir uns der Schwierigkeiten bewusst, einen Markt zu fördern und zu bearbeiten, der noch kein Markt der großen Massen ist. Die Prinzipien und Werte, die diesen Handel begründet haben, werden uns im Laufe der Jahre immer stärker machen.

Wir alle leben in einer Welt, die neu lernen und zu ihren Ursprüngen zurückkehren muss. In einer solchen Welt braucht es einen Handel, der in erster Linie den Menschen und unserer Mutter Erde zuträglich ist. »

«DANK DER UMSTELLUNG AUF BIOLOGISCHEN ANBAU ERREICHT DER KAFFEE UNSERER KOOPERATIVE BESTE QUALITÄT. IN KOMBI-NATION MIT FAIRTRADE IST DAS UNSER SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG.»

Gregorio Méndez Moreno,
Mitglied der Bio-Fairtrade-
Kaffee-Kooperative Tiemelonla
Nich Klum in Mexiko





Foto: Fairtrade / Tobias Thiele

**ESTHER NYAMBURA JUMA
BEI IHRER TÄGLICHEN
KONTROLLE DER FRISCH
GESCHNITTENEN ROSEN.**

«FAIRTRADE TUT EINE MENGE FÜR UNS»

BEST PRACTICE IN AKTION: VORBILDICHE ARBEITSBEDINGUNGEN EINER FAIRTRADE-BLUMENFARM IN KENIA WERDEN ZUR REFERENZ FÜR DIE ANGESTELLTEN EINER GANZEN REGION.

Bis die Rosen auf die Reise nach Europa gehen, fehlen nur noch wenige Arbeitsschritte. Mit dem Klemmbrett in der Hand prüft Esther Nyambura Juma die Menge der Rosen, die ins Kühlhaus kommen und dort auf den Abtransport warten. Nach der Kontrolle gibt die 29-Jährige die Daten in den Computer ein. Dass sie als Protokollantin des Warenausgangs, genannt «Recorder», arbeitet, liegt wohl an ihrem ehrgeizigen Naturell. Und an der Weiterbildung, die Fairtrade ihr ermöglicht hat.

Erst nach der Anstellung erfahren, was Fairtrade bedeutet

2012 sah Esther Nyambura eine Stellenausschreibung von Bigot Flowers am Naivasha See. Sie bewarb sich als Sortiererin und bekam den Job. Fortan klassifizierte sie die Blumen nach Art und Qualität.

Von den vielen Blumenfarmen in der Region gehört Bigot Flowers zu den Fairtrade-zertifizierten Betrieben. Als sie sich bewarb, wusste Nyambura noch nicht was Fairtrade bedeutet, doch ihre Kolleginnen und Kollegen erklärten es ihr bald: «Sie sagten, Fairtrade tut eine Menge, damit es uns hier besser geht als den Arbeiterinnen und Arbeitern auf den anderen Blumenfarmen.»

Das wurde ihr mit ihrem Arbeitsvertrag klar: «Wenn wir Überstunden machen, können wir sie später kompensieren. Wir bekommen vernünftige Schutzkleidung, hier gibt es eine Krankenklinik und die Schulgebühren unserer Kinder werden von den Fairtrade-Prämien bezahlt.»

2014 erhielt Nyambura die Chance, eine von den Fairtrade-Prämien finanzierte Computer-Weiterbildung zu starten. 2015 schloss sie diese ab und bewarb sich sofort um ihre heutige Stelle als Recorder. Sie erzählt stolz von ihrem Aufstieg.

Ihr Weg dorthin war alles andere als leicht. Sie wuchs als drittes von fünf Kindern in ärmlichen Verhältnissen auf, nur 70 Kilometer nördlich von Naivasha, in Nakuru. Ihre Eltern bauten Mais und Bohnen an. Die Gegend ist geprägt von einer Landwirtschaft, die knapp zum Überleben reicht. Nyambura ist die einzige ihrer Familie, die eine weiterführende Schule besuchen konnte. Sie weiß dieses Privileg zu schätzen und fühlt sich angespornt, etwas daraus zu machen.

«Hier werden Männer nicht bevorzugt»

Dass sie auf einer Fairtrade-zertifizierten Farm arbeitet, macht für die alleinerziehende zweifache Mutter einen großen Unterschied. «Eine Freundin von mir arbeitet nebenan. Die Farm ist nicht Fairtrade-zertifiziert. Dort sind sie total überarbeitet, kriegen keine Überstunden ausbezahlt und der Einsatz von Chemikalien ist nicht in Ordnung.» Was Nyambura besonders betroffen macht, ist der Umgang mit den Frauen: «Wenn du schwanger wirst, bekommst du kein Geld mehr, sobald du nicht mehr arbeiten kannst. Wer den Job nach der Entbindung wiederhaben will, muss erstmal zwei Monate umsonst arbeiten.» Im Management arbeiten dort einzig Männer.

Bei Bigot Flowers haben Frauen gleiche Chancen, berichtet Nyambura. «Hier werden Männer nicht bevorzugt. Es zählt nur, dass du für den Job qualifiziert bist.»

Für eine große Blumenfarm wie Bigot Flowers, die rund 1.000 Menschen beschäftigt, bedeutet die Fairtrade-Zertifizierung eine Menge Änderungen gegenüber den gesetzlichen Anforderungen. Ohne Überzeugung für die Grundidee des Empowerments strebt keine Farm die Zertifizierung an.



Foto: Fairtrade / Tobias Thiele

ALS MITARBEITERIN DER FAIRTRADE-ZERTIFIZIERTEN BLUMENFARM BEKOMMT ESTHER NYAMBURA DAS SCHULGELD FÜR IHRE KINDER BEZAHLT.

Dank Fairtrade sind mittlerweile 75 Prozent der Angestellten Mitglieder in einer Gewerkschaft. Über die Verwendung der Fairtrade-Prämie entscheiden nur die Angestellten – kein Mitglied des Managements. So fließen mehr als die Hälfte der Prämien in Stipendien. Alle Angestellten erhalten finanzielle Unterstützung für die Schulgebühren ihrer Kinder. Wenn die kenianische Regierung wie versprochen noch dieses Jahr die Schulgebühren senken will, bleibt zukünftig mehr Geld, damit die Beschäftigten ihren Kindern ein Studium ermöglichen können.

Mit der Prämie ein Spital für die Mütter gebaut

Mehrere Fairtrade-zertifizierte Blumenfarmen um Naivasha haben sich zusammengeschlossen, um ein großes Projekt zu finanzieren: Das Naivasha Maternity Hospital wurde vor fünf Jahren gebaut. Seitdem wurden dort über 14.000 Babys geboren. Für die Region ist das ein bedeutender Fortschritt. Mehr als die Hälfte der Angestellten im Blumensektor sind Frauen. Die Gesundheitsversorgung hat sich für sie enorm verbessert.

Ein besonderes Projekt auf dem Bigot-Farmgelände ist das Welfare-Programm für HIV-Erkrankte. Neble Aliudra, eine Kollegin von Nyambura, gehört zu den wenigen HIV-Positiven, die offen über ihre Infektion sprechen. «In der Zeit, in der ich in dem Programm bin, habe ich zwei Kinder bekommen. Sie sind beide gesund.» Aliudra erhält nicht nur spezielle Mahlzeiten, sie besucht auch Schulungen zum Umgang mit den Folgen der HIV-Infektion und erhält medizinische Betreuung. «Fairtrade unterstützt uns, ich bin sehr dankbar. Ich hoffe, dass mehr Menschen meinem Weg folgen und offen mit der Infektion umgehen.» Die meisten HIV-Positiven trauen sich wegen der herrschenden Vorurteile nicht, über ihre Infektion zu sprechen. Aliudra weiß, dass viele sie für mutig halten. Es ist ihr größter Wunsch, dass der Umgang mit HIV, wie sie ihn lebt, normal wird.

Fairtrade setzt andere Farmen unter Druck

Für Nyambura ist klar: Viele Menschen wollen hier arbeiten, weil Fairtrade-Farmen den Angestellten Sicherheit bieten. «Dennoch müssen die Löhne in Zukunft steigen», stellt sie fest. Gerade die

Einstiegsgehälter sind gering, auch wenn es dank Fairtrade mehr ist als auf anderen Farmen. Aber auch abseits der finanziellen Aspekte schafft Fairtrade spürbare Verbesserungen, die nicht-zertifizierte Farmen unter Druck setzen und das Niveau der Arbeitsbedingungen in der Region steigern. Diese positive Entwicklung bleibt bestehen, solange der Markt für die Fairtrade-Blumen da ist und Konsumentinnen und Konsumenten beim Einkauf auf das Siegel achten.

Für die Zukunft hat Esther Nyambura klare Pläne: «Ich möchte einmal meine eigene Hilfsorganisation haben. Es macht so einen großen Unterschied, wenn die Kinder der Angestellten zur Schule gehen können. Ich möchte noch mehr Menschen helfen, dass ihre Kinder eine Ausbildung bekommen.»

«DURCH FAIRTRADE BEKOMMEN WIR GESUNDHEITSBERATUNGEN UND REGELMÄSSIG SPEZIAL-MAHLZEITEN FÜR HIV-INFIZIERTE.»

Neble Aliudra, Arbeiterin auf der Fairtrade-Blumenfarm Bigot Flowers in Kenia



ROSEN WAREN IN DEUTSCHLAND, IN ÖSTERREICH UND IN DER SCHWEIZ DAS ERSTE NONFOOD-PRODUKT AUS DEM FAIREN HANDEL.



WELTWEIT WURDEN 2016 7,58 MIO EURO PRÄMIENGELDER FÜR DIE BLUMENARBEITER AUSBEZAHLT

54.000 ARBEITERINNEN UND ARBEITER SIND AUF BLUMENFARMEN BESCHÄFTIGT



99%
DER FAIRTRADE-BLUMENSTIELE, WELCHE WELTWEIT VERKAUFT WERDEN, KOMMEN AUS OSTAFRIKA

Zahlen von Fairtrade International, 2016



Foto: Fairtrade / Wolf Sondermann



Foto: FAIRTRADE Österreich / Dominik Schallauer

Impressum:

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

Redaktion: Peter Ehrenberger,
Patricio Frei,
Melanie Leucht,
Tobias Thiele

Layout: Dreimalig Werbeagentur, Köln

Druck: Klimaneutral durch Thiekötter,
Münster

Publiziert: Mai 2018

Titelbild:

Doris Marchena von der
Bananenkooperative APPBOSA in Peru.

Bildnachweise:

S. 3 :
Fairtrade-Produzentenmotive: Sean Hawkey
CEO-Portraits v.l.n.r.:
Peter Tuma, Gaëtan Bally, Jakub Kaliszewski

Portraits jeweils rechts unten:

S. 5: Peter Tuma
S. 7: David Macharia
S. 11: Thomas Meyer
S. 13: Dominik Schallauer
S. 15: Tobias Thiele

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



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



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

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



ClimatePartner
klimaneutral

Druck | ID 10711-1702-1002



**KLEINES
ZEICHEN
GROSSE
WIRKUNG**

MARKT- UND FINANZBERICHT 2017

MAX HAVELAAR-STIFTUNG (SCHWEIZ)



**FAIRTRADE
MAX HAVELAAR**



HIGHLIGHT DES JUBILÄUMSJAHR:
DIE PARTNERKONFERENZ IN KÖNIZ.

ENGAGEMENT IN DER SCHWEIZ TRÄGT FRÜCHTE

DAMIT DIE PRODUZENTEN IM SÜDEN MEHR FAIRTRADE-WARE VERKAUFEN KÖNNEN, BRAUCHT ES EINE BREITE SENSIBILISIERUNG IN DER SCHWEIZ. DAS JUBILÄUM BOT DAFÜR EINE AUSGEZEICHNETE GELEGENHEIT.

Fairtrade Max Havelaar hat sich zum Ziel gesetzt, dass der faire Handel in der Schweiz zur Selbstverständlichkeit wird. 25 Jahre nach der Gründung der Max Havelaar-Stiftung liegt immer noch ein weiter Weg vor uns – doch die Fortschritte sind eindrücklich!

MIT VIEL MUSKELKRAFT UNTERWEGS

Zum Jubiläum boten wir eine Fülle von Aktivitäten an: Unsere «interaktive» Empower Station sorgte an grossen Volksläufen in Lausanne, Biel, Uster und Genf für viel Spass und Lerneffekt. Erwachsene und Kinder beförderten mit eigener Muskelkraft per Fahrrad ein Fairtrade-Produkt in Form einer Kugel von der Kleinbauernfamilie im Süden bis ins Regal des hiesigen Supermarkts. Mit dieser Aktion konnte Max Havelaar über 200000 Personen für die Bedeutung des fairen Handels sensibilisieren.

Auf enormes Interesse stiess auch der Jubiläums-Wettbewerb auf unserer Website und auf Social Media, bei welchem es attraktive Preise unserer Fairtrade-Partner zu gewinnen gab. Zudem war Max Havelaar im Herbst mit einer grossflächigen Plakatkampagne in Zügen, Bussen und Trams der Schweizer Grossstädte unterwegs.

HOHE BEKANNTHEIT UND VIEL VERTRAUEN

Das mediale Echo zum Jubiläum «25 Jahre Max Havelaar» fiel ebenfalls höchst erfreulich aus: Viele grosse Medien berichteten über die Geschichte der Max Havelaar-Stiftung und das Wachstum von Fairtrade. Als Höhepunkte resultierten Beiträge in der Deutschschweizer und in der Westschweizer Tagesschau. Allein mit aktiver Kommunikation konnten wir einen medialen Werbewert von über einer Million Franken erzielen.

Diese breitflächigen Mobilisierungsmassnahmen der Stiftung zeigen Wirkung: Max Havelaar stösst heute in der Schweizer Bevölkerung auf eine äusserst positive Resonanz. Die Bekanntheit liegt bei 89 %, das Vertrauen bei 88 % und die Käufertreue bei 82 % (Globescan-Studie von 2017).

Ein besonderes Highlight des Jubiläumsjahrs war die Partnerkonferenz, die wir nach 2015 zum zweiten Mal durchführten. Dabei kamen 130 führende Partner aus Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft im Gutshof Köniz bei Bern zusammen. Gemeinsam diskutierten wir die Erfolgsfaktoren der Vergangenheit, die Herausforderungen der Gegenwart sowie die Chancen der Zukunft für den fairen Handel.

FÜNF FAIR TRADE TOWNS

Beim fairen Handel haben Städte und Gemeinden eine grosse Verantwortung – einerseits als Vorbilder, andererseits ganz konkret bei der öffentlichen Beschaffung. Max Havelaar engagiert sich über den Dachverband Swiss Fair Trade aktiv bei der Bewegung Fair Trade Town. Nach dem Startschuss 2016 mit Glarus Nord und Zweisimmen kamen letztes Jahr Bern und Frutigen dazu – und Anfang 2018 als erste Westschweizer Stadt Carouge. Damit ist die international erfolgreiche Fair Trade Town-Bewegung auch in der Schweiz definitiv ins Rollen gekommen.



PRO-KOPF-KONSUM STEIGT AUF 83 FRANKEN

HUNDERTE VON PARTNERN ENGAGIEREN SICH FÜR FAIRTRADE. SIE TRUGEN DAZU BEI, DASS DER UMSATZ MIT FAIRTRADE-PRODUKTEN UM 11.6% GEWACHSEN IST. DADURCH ERHALTEN PRODUZENTEN 10.5 MIO. DOLLAR PRÄMIEN.

701 Mio. Franken haben Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz 2017 für Fairtrade-Produkte ausgegeben – ein Plus von 11.6% gegenüber dem Vorjahr. Der Pro-Kopf-Konsum stieg auf 83 Franken. Dadurch erhielten Fairtrade-Produzentinnen und -Produzenten in Lateinamerika, Afrika und Asien zusätzlich zu einem fairen Preis rund 10.5 Mio. US-Dollar an Fairtrade-Prämien. 2800 Produkte mit dem Fairtrade-Label sind bei Detailhändlern, Gastronomen, Floristen, Goldschmieden und weiteren Partnern schweizweit erhältlich. Dieses Engagement zeigt sich im sehr guten Resultat des Detailhandels und in der Gastronomie (je +12% Umsatz mit Fairtrade-Produkten gegenüber Vorjahr). Die Detailhändler sind mit ihren Eigenmarken mit Abstand die grössten Anbieter von Fairtrade-Produkten. Die Hersteller von Markenartikeln haben dafür mit ihren Produkten letztes Jahr ein überdurchschnittliches Wachstum von 21% erzielt.

ROHSTOFFPROGRAMM ALS WACHSTUMSTREIBER

Ein wesentlicher Treiber des Umsatzwachstums ist das Fairtrade-Rohstoffprogramm, vor allem beim Kakao. Diese Umsätze konnten um 88% gesteigert werden und machen bereits 10% des Gesamtumsatzes von Fairtrade Max Havelaar aus. Das Umsatzwachstum ist hauptsächlich auf neue Schokoladen sowie die Angebotserweiterung bei neuen Kategorien im Bereich der zusammengesetzten Produkte wie Biskuits, Backwaren oder Milchmischgetränke zurückzuführen.

Das Angebot an Fairtrade-Getränken wächst ebenso rasant, besonders bei den Fruchtsäften und Eistees. Der Fruchtsaft-Marktanteil konnte in der Schweiz dank dem Engagement der Detailhändler und Markenhersteller 2017 auf 30% weiter aus-

gebaut werden. Somit ist fast jeder dritte Liter Saft aus fairem Handel.

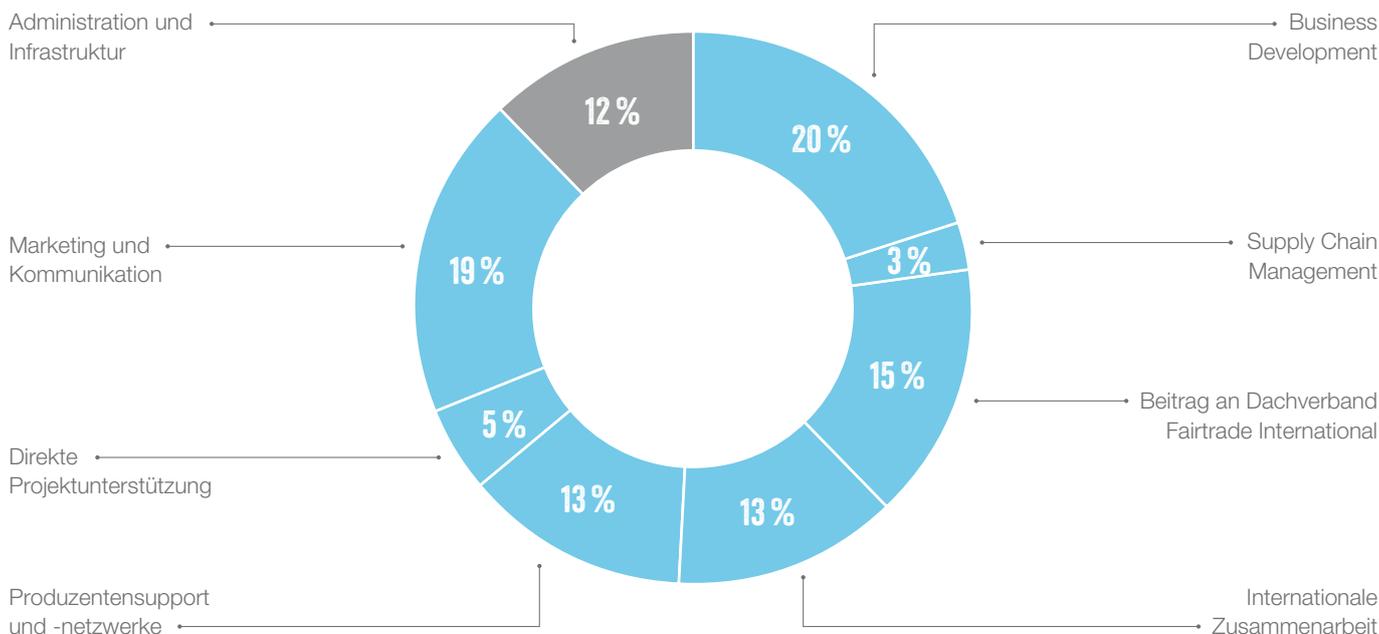
Auch der Fairtrade-Kaffee entwickelt sich positiv: Das Umsatzplus von 14% ist vor allem den Neuheiten bei Kaffeekapseln sowie dem Ausbau in der Handelsgastronomie und im Convenience-Bereich zu verdanken.

Die Rosenverkäufe im Detailhandel haben sich stabilisiert. Wachstumspotenzial liegt vor allem bei den Floristen, welche sich noch wenig für Fairtrade engagieren. Tee und Baumwolle waren 2017 rückgängig aufgrund von Auslistungen von Produkten im Detailhandel. Der Umsatz von Quinoa ist leicht rückläufig bei sehr hohem Marktanteil von 95%.

ERFOLGREICH VON FRÜCHTEN BIS ZU MILCHPRODUKTEN

Exotische Früchte wie Mangos und Avocados aus dem fairen Handel entwickeln sich überdurchschnittlich positiv, und die Detailhändler haben ihr Sortiment an Fairtrade-zertifizierten Früchten weiter ausgebaut. Die Bananen erreichten ein Rekordergebnis, Umsatz und Absatz konnten bei einem hohen Marktanteil von 54% weiter gesteigert werden. Zudem erfreut sich die Schweiz eines wachsenden Angebots von Molkereiprodukten aus dem fairen Handel. Fairtrade-zertifizierte Joghurts erreichen bereits einen Marktanteil von 10%.

AUFTEILUNG DER AUSGABEN 2017



Total: 7.6 Mio. Franken

88 % für Stiftungszwecke 12 % für Administration

JAHRESRECHNUNG UND FINANZBERICHT 2017

DIE MAX HAVELAAR-STIFTUNG (SCHWEIZ) HAT 2017 WIEDERUM EIN DEUTLICHES WACHSTUM ERZIELT. DADURCH KONNTEN MEHR MITTEL FÜR PROJEKTE IM SÜDEN EINGESETZT WERDEN.

Die Lizenzeinnahmen zeigen einen erfreulichen Verlauf. Sie stiegen auf 7.8 Mio. Franken (+4.4%). Unsere Partner profitieren bei steigenden Umsätzen von verhältnismässig geringeren Lizenzgebühren. So setzt die Max Havelaar-Stiftung positive Leistungsanreize und beteiligt die Partner an Skaleneffekten.

Die sonstigen Erträge sanken um rund 90000 Franken auf 314000 Franken. Wie im Vorjahr sind hier hauptsächlich kostendeckende Weiterverrechnungen für Leistungen an das internationale System erfasst. Der Rückgang kommt durch das Auslaufen einer personellen Schlüsselrolle zustande, die im Vorjahr vorübergehend bei der Max Havelaar-Stiftung angegliedert worden war.

Dies wirkte sich auch beim Personalaufwand aus, der um 203000 Franken auf rund 3.6 Mio. Franken reduziert wurde. Darüber hinaus sanken die Kosten für Personalbeschaffung gegenüber dem Vorjahr deutlich.

Der übrige Betriebsaufwand stieg um rund 10% gegenüber dem Vorjahr auf rund 4.0 Mio. Franken. Dafür gibt es hauptsächlich zwei Gründe:

- In der internationalen Zusammenarbeit sind die Aufwendungen um 453000 Franken gestiegen: Die einnahmeabhängigen Pflichtbeiträge an das internationale Fairtrade-System waren 2016 aufgrund eines Einmaleffektes (Auflösung einer zu hohen Rückstellung) um 200000 Franken reduziert worden; 2017 hat Max Havelaar die direkte Förderung von Projekten unserer Produzentinnen und Produzenten im Süden mit 384000 Franken um zwei Drittel erhöht. Ursprünglich waren

dafür noch mehr Mittel vorgesehen, diese konnten aber 2017 nicht vollständig ausgeschöpft werden.

- Um 88000 Franken deutlich angestiegen ist der Verwaltungsaufwand. Hier wirken sich die Aufwendungen für zwei IT-Projekte aus (plus 56000 Franken gegenüber Vorjahr); ausserdem bezog Max Havelaar in Zusammenarbeit mit anderen Fairtrade-Organisationen Leistungen für die Marktentwicklung von Baumwolle und Blumen sowie bei der Produktfreigabe (insgesamt 48000 Franken).

Dagegen gingen die Aufwendungen für Marketing und Kommunikation gegenüber 2016 mit 678000 Franken erwartungsgemäss deutlich zurück. Fairtrade Max Havelaar hatte hier den Mittelbedarf bewusst zeitlich und inhaltlich optimiert, um freie Budgets für die internationale Zusammenarbeit zu schaffen.

Das ordentliche Ergebnis liegt mit 514000 Franken leicht über demjenigen des Vorjahrs und deutlich über der budgetierten schwarzen Null.

Dieses Ergebnis erlaubt Fairtrade Max Havelaar, die Fonds im Organisationskapital für die Fortführung von Süd-Projekten im Bereich Kaffee (267000 Franken), Gold (100000 Franken) und Kakao (50000 Franken) um 417000 Franken zu erhöhen. Aus den im Vorjahr gebildeten Fonds hat Max Havelaar wie geplant 172000 Franken für ein Kaffee-Projekt entnommen.

Das Jahresergebnis von 270000 Franken stärkt die Reserven der Max Havelaar-Stiftung und sichert die positive künftige Entwicklung.

BILANZ

Aktiven CHF	Anhang ¹	31.12.2017	31.12.2016
Umlaufvermögen			
Flüssige Mittel	4.1	4 868 294	3 844 758
Forderungen aus Lieferung und Leistung	4.2	1 830 144	2 104 132
Übrige kurzfristige Forderungen		90 190	90 181
Aktive Rechnungsabgrenzung	4.3	97 221	510 088
		6 885 849	6 549 159
Anlagevermögen			
Sachanlagen	4.4	168 377	261 302
		168 377	261 302
Total Aktiven		7 054 226	6 810 461

Passiven CHF

		31.12.2017	31.12.2016
Kurzfristiges Fremdkapital			
Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	5.1	416 222	421 817
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	5.2	214 745	230 337
Kurzfristige Rückstellungen	5.3	132 230	243 045
Passive Rechnungsabgrenzung	5.4	211 519	350 330
		974 716	1 245 529
Langfristiges Fremdkapital			
Zweckgebundener Spendenfonds		2 751	2 168
		2 751	2 168
Fremdkapital		977 467	1 247 697
Organisationskapital			
Einbezahltes Stiftungskapital	6	190 002	190 002
Gebundenes Kapital Category Development Kaffee		422 352	327 833
Gebundenes Kapital Innovation Business Development		80 000	80 000
Gebundenes Kapital Category Development Gold		100 000	-
Gebundenes Kapital Alliance for Action		50 000	-
Erarbeitetes freies Kapital		4 964 930	4 831 772
Jahresergebnis		269 475	133 157
		6 076 759	5 562 764
Total Passiven		7 054 226	6 810 461

BETRIEBSRECHNUNG

	Anhang ¹	2017	2016
Lizenzvertrag Dritte		7 815 892	7 487 784
Ertrag aus Lieferung und Leistung		7 815 892	7 487 784
Ertrag zweckgebundene Spenden		583	333
Spendenertrag		583	333
Anderer betrieblicher Ertrag		314 063	404 538
Verluste aus Forderungen		(7 363)	(1 685)
Total Betriebsertrag		8 123 175	7 890 970
Personalaufwand		(3 579 045)	(3 782 479)
Verwaltungsaufwand		(689 349)	(601 533)
Internationale Zusammenarbeit		(2 539 047)	(2 085 630)
Marketing- & Kommunikationsaufwand		(677 711)	(849 173)
Abschreibungen auf Sachanlagen	4.4	(97 805)	(102 009)
Sonstiger Betriebsaufwand		-	-
Betriebsaufwand		(7 582 957)	(7 420 824)
Betriebsergebnis		540 218	470 146
Finanzertrag		24 775	51 672
Finanzaufwand		(50 417)	(33 920)
Finanzergebnis		7	(25 642)
Entnahmen aus Fonds im Fremdkapital		-	24 888
Einlagen in Fonds im Fremdkapital		(583)	(333)
Fondsergebnis zweckgebundene Fonds		(583)	24 555
Ordentliches Ergebnis		513 993	512 453
Ausserordentlicher Ertrag		-	34 502
Ausserordentlicher Aufwand		-	(5 965)
Ausserordentliches Ergebnis		-	28 537
Ergebnis vor Veränderung Organisationskapital		513 993	540 990
Zuweisung an gebundenes Kapital		(416 613)	(407 833)
Entnahme aus gebundenem Kapital		172 095	-
Fondsergebnis Organisationskapital		(244 518)	(407 833)
Jahresergebnis		269 475	133 157

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.

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



Foto: Mauricio Pesseli

ORANGENPFLÜCKER DER KOOPERATIVE COOPERSANTA IN BRASILIEN BEI DER ARBEIT.

ENTWICKLUNG IN DER PRODUKTION

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



BANANEN

2017: **36 739 Tonnen +2%**

Der Preisdruck im Bananenhandel bleibt enorm – mit sozialen und ökologischen Konsequenzen. Dies bekommen die Kleinbauernfamilien und Plantagenarbeiter zu spüren. Der Einsatz gefährlicher Pestizide ist weit verbreitet, mit ernsthaften Auswirkungen auf die Umwelt und auf die Gesundheit der Beschäftigten sowie der Anwohner. Bei Fairtrade gilt seit langem ein Verbot der gefährlichsten Pestizide. 2017 wurde die Liste verbotener Substanzen weiter verschärft. Nach einer Übergangsfrist trat sie im Januar 2018 in Kraft. Die Fairtrade-Standards setzen ausserdem auf umweltschonenden Anbau und ganzheitliche Anforderungen betreffend Arbeitssicherheit. Die Kriterien umfassen Lagerung und Entsorgung von Pestiziden, Schutzkleidungspflicht, Weiterbildungsmassnahmen und integrierten Pflanzenschutz. Darüber hinaus fördert Fairtrade den biologischen Anbau mit einer zusätzlichen Bioprämie.



BLUMEN

2017: **70 MIO. Stiele -2%**

Die Löhne waren auch 2017 das beherrschende Thema im arbeitsintensiven Blumensektor. Die Fairtrade-Standards fordern klare Schritte hin zu einem existenzsichernden Niveau. Die Umsetzung ist nicht einfach, denn die Farmen sind einem hohen Preisdruck ausgesetzt. Die 2017 überarbeiteten Standards setzen einen Mindestlohn von 1.90 Dollar pro Tag fest und traten im April 2018 in Kraft.

Dieser Mindestlohn ist besonders in Ländern wichtig, in denen es keinen oder einen tieferen nationalen Mindestlohn gibt. Zudem führte Fairtrade striktere Regeln ein bei den Themen sexuelle Belästigung, Gleichberechtigung der Geschlechter und effizienter Wasserverbrauch. Bei der Implementierung dieser Vorschriften erhalten die Blumenfarmen in Ostafrika Unterstützung durch ein neues sechsköpfiges Blumenteam von Fairtrade Africa.



FRUCHTSAFT

2017: **29 MIO. Liter +8%**

Weltweit sinkt der Konsum von Fruchtsaft. Deshalb schrumpft zwar der Gesamtmarkt, der Umsatz von Fairtrade-Saft aber steigt erfreulicherweise! Dies zeigt: Beim Saft gewinnt das Thema Nachhaltigkeit an Bedeutung. Die Dominanz dreier multinationaler Konzerne bei der weltweiten Orangenproduktion stellt die Kleinbauernfamilien indes vor grosse Probleme. Sie können die Produktionskosten nicht im gleichen Masse wie die Grossindustrie senken. Dank Fairtrade erhalten sie einen besseren und stabileren Preis sowie zusätzlich die Fairtrade-Prämie.



KAFFEE

2017: **6 451 Tonnen Rohkaffee +7%**

Im vergangenen Jahr lag der Kaffee-Weltmarktpreis beim Arabica unter dem Fairtrade-Mindestpreis. Das zeigt, wie wichtig dieses Sicherheitsnetz ist, denn es verschafft den Produzentinnen und



KAKAO-ERNTEN IN DER KOOPERATIVE ECOJAD IN DER ELFENBEINKÜSTE

Produzenten ein stabileres Einkommen und essenzielle Planungssicherheit. Ein Problem ist der Klimawandel: Er hat zu erheblichen Ernteverlusten geführt. Dank der Fairtrade-Prämie können die Kaffeekooperativen in verschiedene Projekte investieren, wie Anpassungen an die Folgen des Klimawandels, Produktivitäts- und Qualitätssteigerung sowie Stärkung der Organisation. Die Fairtrade-Kaffeebauern können zurzeit im Durchschnitt lediglich rund 30 % des produzierten Kaffees zu Fairtrade-Bedingungen verkaufen. Immerhin steigt in der Schweiz der Absatz von fairem Kaffee weiter, insbesondere in der Handelsgastronomie.

und Schwellenländern leben und arbeiten unter prekären Bedingungen. Fairtrade-Zuckerkooperativen sind demokratisch organisiert und haben viele Vorteile: grössere Verhandlungsmacht, einen vereinfachten Zugang zu Finanzierungen und gegenseitiges Lernen. So leisten etwa Fairtrade-Organisationen in Belize Best-Practice-Arbeit bezüglich der weit verbreiteten Kinder- und Zwangsarbeit. Und in Costa Rica investieren Fairtrade-Organisationen in den Umweltschutz. So konnte der Wasserverbrauch um 70 % reduziert werden.

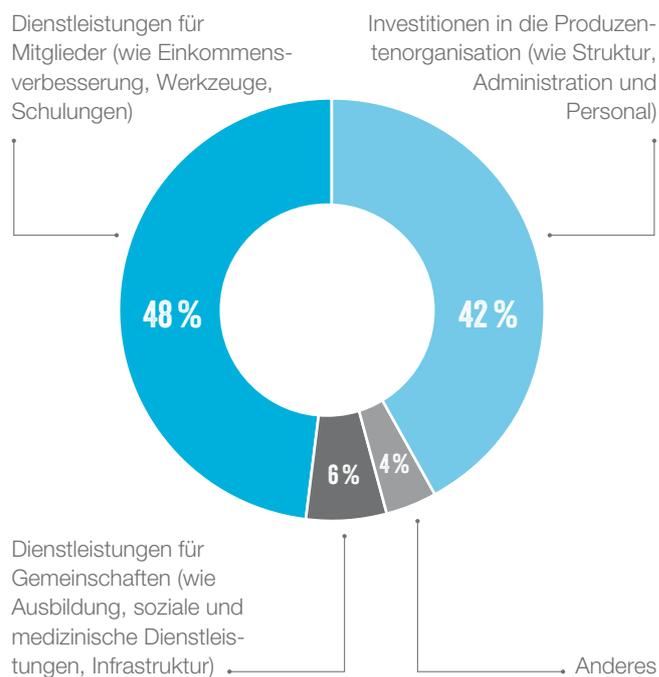


KAKAO

2017: **4 056** Tonnen **+31%**

Erstmals seit Jahren fiel der Kakao-Weltmarktpreis 2017 unter den Fairtrade-Mindestpreis. In dem von Armut geprägten Kakaoanbau kommt dem Mindestpreis damit eine besondere Bedeutung zu. Die zusätzliche Fairtrade-Prämie ermöglicht Investitionen in den nachhaltigen Kakaoanbau und in Gemeinschaftsprojekte. Mit einem Team von 13 Angestellten in Westafrika schult Fairtrade Africa die Kakaobauern-Organisationen, um das Kooperativenmanagement zu professionalisieren, die Dienstleistungen für die Mitglieder zu verbessern sowie die Qualität und Produktivität im Anbau zu steigern. Mit dem Multistakeholder-Programm «Alliance for Action» fördert die Max Havelaar-Stiftung (Schweiz) in Ghana die Kakaobauern: Durch den Anbau von lokal vermarktbareren Produkten können diese ihr Einkommen diversifizieren und verbessern.

SO VERWENDEN KLEINBAUERN-KOOPERATIVEN DIE FAIRTRADE-PRÄMIE



ROHRZUCKER

2017: **7 089** Tonnen **+9%**

Zucker ist eines der wichtigsten Handelsprodukte weltweit. Zuckerrohr macht einen Anteil von 80 % am gesamten Zuckermarkt aus. Doch die Zuckerrohr-Kleinbauernfamilien in den Entwicklungs-

ROHSTOFF- UND MARKTENTWICKLUNG 2017

ABSATZVOLUMEN DER WICHTIGSTEN ROHSTOFFE



BANANEN¹
36 739 Tonnen
+2 % ggü. Vorjahr



BLUMEN
70 006 643 Stiele
-2 % ggü. Vorjahr



FRUCHTSAFT¹
29 482 347 Liter
+8 % ggü. Vorjahr



KAFFEE¹
6 451 Tonnen
+7 % ggü. Vorjahr



KAKAO¹
4 056 Tonnen
+31 % ggü. Vorjahr

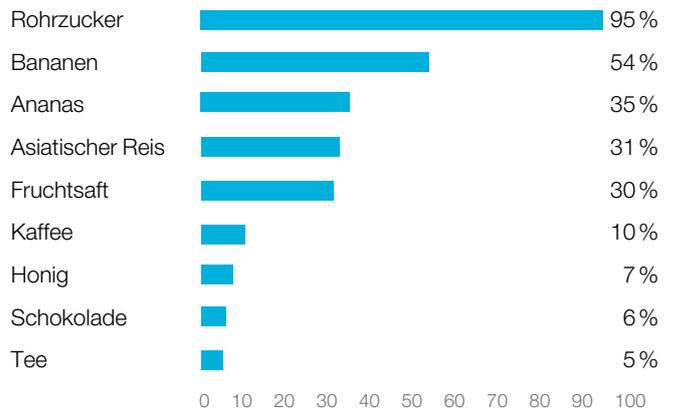


ROHRZUCKER¹
7 089 Tonnen
+9 % ggü. Vorjahr

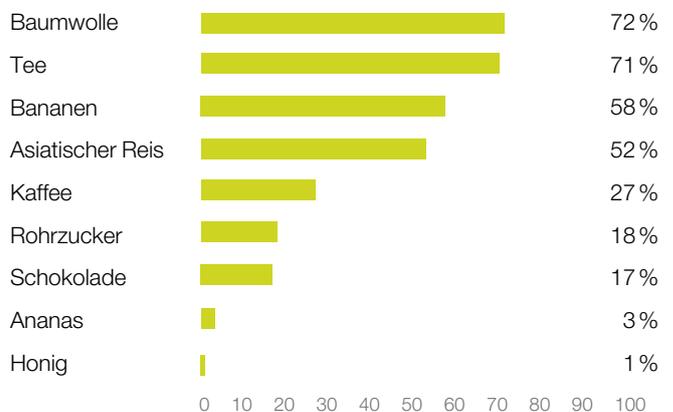
UMSATZ PRO PRODUKTEKATEGORIE

Produkt	Umsatz (CHF)	Veränderung ggü. 2016
Bananen	110 126 018	0.7 %
Süsswaren	97 105 097	16.4 %
- Schokolade	86 622 108	15.4 %
- Biskuits und Diverses	10 482 988	25.5 %
Getränke	90 638 406	8.3 %
- Säfte	73 732 732	7.1 %
- Süssgetränke inkl. Eistee	16 654 674	14.0 %
- alkoholische Getränke	251 001	-7.1 %
Kaffee	68 395 293	13.5 %
Blumen und Pflanzen	68 125 773	-1.7 %
Exoten	66 547 085	16.3 %
- Ananas	7 187 196	-9.2 %
- übrige Exoten frisch ²	33 522 304	20.3 %
- Exoten Convenience/Konserve	25 837 585	20.5 %
Molkereiprodukte	53 015 457	6.5 %
- Joghurt	36 928 604	6.5 %
- Milchmischgetränke	9 578 187	12.8 %
- Diverses	6 508 666	-1.4 %
Glacé	42 704 231	13.4 %
Backwaren	35 152 767	95.6 %
Trockenfrüchte/Nüsse	22 851 475	59.5 %
Reis	11 538 000	10.5 %
Rohrzucker	7 363 815	5.2 %
Quinoa	5 755 535	-5.8 %
Gewürze	4 427 192	29.7 %
Brotaufstrich	4 261 638	-2.1 %
- Honig	3 917 630	-0.1 %
- restliche	344 008	-20.7 %
Zusammengesetzte Produkte ³	3 255 704	49.8 %
Baumwollprodukte	3 132 367	-27.9 %
Tee	2 986 805	-13.4 %
Gold	2 789 711	-12.5 %
Sportbälle	331 612	6.7 %
Total	700 503 980	11.6 %

MARKTANTEIL⁴



BIOANTEIL⁵



¹ beinhaltet auch Verwendung des Rohstoffs in zusammengesetzten Produkten

² u.a. Avocados, Kokosnüsse, Limetten, Mangos, Orangen

³ nicht mit Vorjahreswert vergleichbar, da viele Produkte jetzt separat aufgeführt sind

⁴ geschätzter Marktanteil Detailhandel basierend auf Absatzmengen
Basis: AC Nielsen

⁵ Bioanteil basierend auf Absatzmengen



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR