



Das Siegel für Fairen Handel

FAIRTRADE IN ZAHLEN

MEHR BAUERN UND ARBEITSKRÄFTE ...

Wir arbeiten daran, dass noch mehr Bauern und Arbeitskräfte von Fairtrade profitieren. Derzeit erreichen wir **1,5 Millionen Menschen** in **74 Ländern** weltweit. Die Zahl der mit uns arbeitenden Produzentenorganisationen ist von **827** (2009) auf **1.210** (Ende 2013) gestiegen.

80%

aller Fairtrade-Organisationen sind Zusammenschlüsse von Kleinbauern

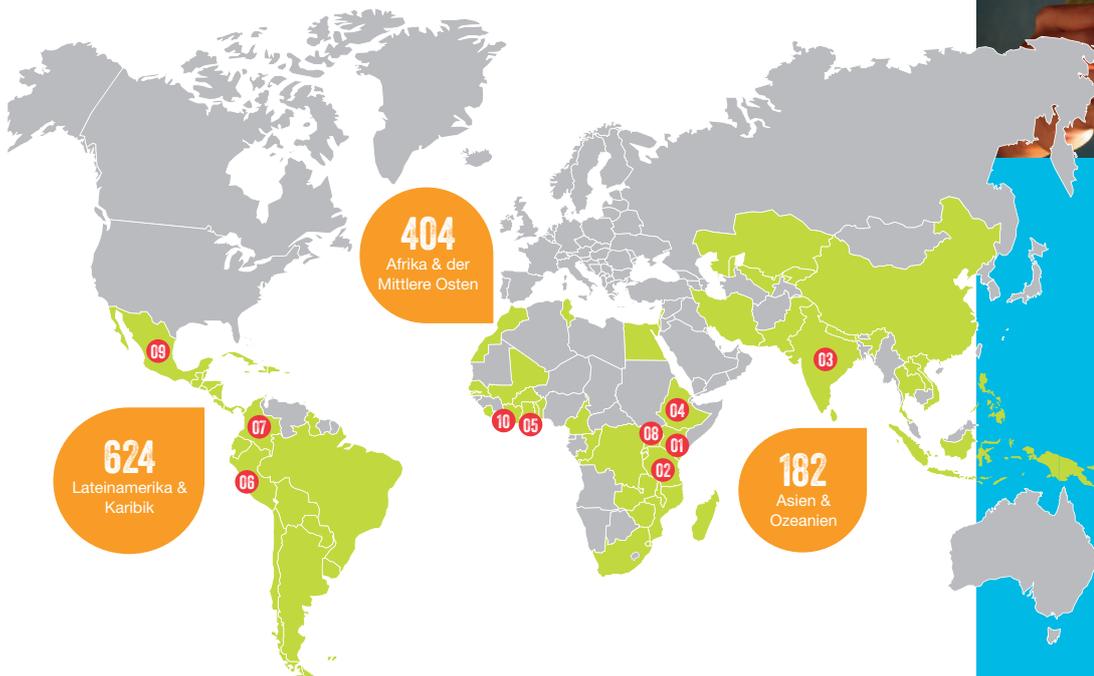
64%

aller Fairtrade-Bauern leben in Afrika und dem Mittleren Osten

49%

aller Arbeiterinnen und Arbeiter befinden sich in Asien und Ozeanien

FAIRTRADE-PRODUZENTENORGANISATIONEN WELTWEIT



TOP TEN LÄNDER MIT FAIRTRADE-BAUERN UND ARBEITSKRÄFTEN

- 01 Kenia 295.400
- 02 Tansania 164.100
- 03 Indien 139.400
- 04 Äthiopien 138.000
- 05 Ghana 104.400
- 06 Peru 61.300
- 07 Kolumbien 49.100
- 08 Uganda 47.600
- 09 Mexiko 40.300
- 10 Elfenbeinküste 34.300

... UND MEHR LEISTUNGEN FÜR PRODUZENTINNEN UND PRODUZENTEN

95,2 Millionen Euro Fairtrade-Prämie für Bauern und Arbeitskräfte – eine **Steigerung um 10%** im Vergleich zum Vorjahr.

*Daten zu Verkaufszahlen und zur Fairtrade-Prämie werden bei Produzenten-Audits gesammelt und beziehen sich auf die letzten 12 Monate vor dem Audit. Der Großteil der Daten stammt aus 2012-2013.

40%

ALLER PRODUZENTEN-ORGANISATIONEN VERKAUFTEN 2012-2013 MEHR ALS DIE HÄLFTE IHRER ERTRÄGE ZU FAIRTRADE-BEDINGUNGEN

GESAMTERLÖSE VON FAIRTRADE-PRODUZENTEN*

944

MILLIONEN EURO

MEHR ALS

50%

ALLER FAIRTRADE-PRODUZENTENORGANISATIONEN VERFÜGEN AUßERDEM ÜBER EIN BIO-SIEGEL

WIRKUNG IM BLICK

Die Fairtrade-Prämie ist ein Aufschlag auf den Verkaufspreis, der direkt an die Produzentenorganisationen gezahlt wird. Bauern und Arbeitskräfte entscheiden demokratisch über den Einsatz der Prämie, je nach ihren Prioritäten.



96%

der Fairtrade-Prämien stammen aus der Produktion von Bananen, Kakao, Kaffee, Baumwolle, Blumen, Zucker & Tee



44 MIO €

aller Fairtrade-Prämieinnahmen wurden an Kaffee-Kooperativen ausgezahlt



Arbeiterinnen und Arbeiter auf Plantagen gaben

24%

ihrer Prämie für Bildungsmaßnahmen aus



Kleinbauernorganisationen investierten

49%

ihrer Prämieinnahmen in Optimierungen ihrer Organisationen



Arbeiterinnen und Arbeiter auf Fairtrade-zertifizierten Bananenplantagen nutzten

38%

der Prämien für die Verbesserung von Unterkünften



Kakao-Bauern investierten

46%

ihrer Prämie in Maßnahmen zur Steigerung ihrer Produktivität und Qualität

“ FAIRTRADE HAT DEN KAPITALFLUSS FÜR KLEINBAUERN VERBESSERT, DA MIT FAIRTRADE IHR EINKOMMEN STIEG UND SICH STABILISIERTE, SICH EINE SPARKULTUR ETABLIERT, DIE PRODUKTIONSKOSTEN FÜR DEN BANANEN-ANBAU SANKEN UND DER ZUGANG ZU KREDITEN UND NOTFALLFONDS ERLEICHTERT WURDE. “

CODER-Studie zur Wirkung von Fairtrade für Bauern und Arbeitskräfte im Bananensektor Nordkolumbien

Weitere Informationen zur Wirksamkeit von Fairtrade in englischer Sprache unter www.fairtrade.net/impact-and-research.html

“ DANK [FAIRTRADE] SIND WIR WELTWEIT SICHTBAR. WIR HABEN JETZT ÜBERALL HIN KONTAKTE – NETZWERKE HIER IN UGANDA, DAS FAIRTRADE-NETZWERK IN AFRIKA. MIT DER ZERTIFIZIERUNG WURDEN WIR BEKANNT. ABNEHMER AUS DER GANZEN WELT KONTAKTIERTEN UNS DIREKT – SOGAR NOCH EHE WIR AUF SIE ZUTRATEN – WEIL WIR FAIRTRADE-ZERTIFIZIERT SIND. “

David Lukwata, Geschäftsführer der Fairtrade-zertifizierten Kooperative Kibinge in Uganda

Weitere Produzentengeschichten in englischer Sprache finden Sie unter www.fairtrade.net/meet-the-producers.html



STARKE ABSÄTZE



2013 war ein Jahr mit beeindruckenden Zuwächsen für Fairtrade. Verbraucherinnen und Verbraucher gaben **5,5 Milliarden Euro** für Fairtrade-Produkte aus, eine **Steigerung um 15 Prozent** im Vergleich zu 2012.

Die Umsätze in Tschechien, Hong Kong und Südkorea haben sich mehr als verdoppelt.

Deutschland untermauerte seine Position als zweiter Marktführer nach Großbritannien, mit Einzelhandelsumsätzen über 650 Millionen Euro und einem starken Jahreswachstum von 23 Prozent.

Mit den neuen Fairtrade-Marketingorganisationen in Ostafrika und Indien, sowie potentiellen neuen Märkten in Polen und Brasilien ist Fairtrade gut aufgestellt für weiteres Wachstum sowohl auf den reiferen als auch auf den Entwicklungsmärkten.



MEHR ALS

125

LÄNDER BIETEN FAIRTRADE-PRODUKTE ZUM VERKAUF



DERZEIT TRAGEN ÜBER

30.000

PRODUKTE WELTWEIT DAS FAIRTRADE-SIEGEL

GESCHÄTZTE UMSÄTZE IN VOLUMEN JE PRODUKT

Einzelhandelsumsätze für Fairtrade-Produkte sind unverändert stark. Jeder vierte Strauß Rosen, der in Deutschland verkauft wird, ist Fairtrade-zertifiziert und mehr als die Hälfte aller in der Schweiz verkauften Bananen tragen das Fairtrade-Siegel. Neue Fairtrade-Programme, die es Unternehmen ermöglichen, Kakao, Baumwolle und Zucker unter Fairtrade-Bedingungen einzukaufen und innerhalb ihrer Produktionskette einzusetzen, werden neue Absatzwege erschließen.

Produkt	Einheit	2012 Gesamt	2013 Gesamt	Konventionell		Bio	Zuwachs
Bananen	Tonne	331.980	372.708	66%		34%	12%
Kakao (Kakaobohnen)	Tonne	42.714	54.485	84%		16%	n/a*
Kaffee (Rohkaffee)	Tonne	77.429	83.709	54%		46%	8%
Baumwolle (Lint)	Tonne	9.005	7.817	80%		20%	-13%
Getrocknete und verarbeitete Früchte	Tonne	1.507	1.430	60%		40%	-5%
Blumen	1.000 Stiele	536.669	623.907	100%		0%	16%
Frische Früchte	Tonne	12.094	13.329	91%		9%	10%
Fruchtsaft	1.000 Liter	37.165	42.577	97%		3%	15%
Gold	Gramm	-	7.562	100%		0%	n/a
Gewürze, Kräuter und Kräutertees	Tonne	637	1.795	44%		56%	182%
Honig	Tonne	1.319	1.898	66%		34%	44%
Quinoa	Tonne	590	658	8%		92%	11%
Reis	Tonne	5.623	5.482	63%		37%	-3%
Sportbälle	1.000 Stück	152	108	100%		0%	-28%
Zucker (Rohrzucker)	Tonne	158.986	193.829	95%		5%	22%
Tee	Tonne	11.649	11.375	78%		22%	-2%
Gemüse	Tonne	435	706	97%		3%	62%
Wein	1.000 Liter	16.432	20.934	91%		9%	27%

Hinweis: Wie in den Jahren zuvor wurden diese Werte unter Bezug auf geschätzte Einzelhandelsumsätze in Konsumentenländern berechnet. Die Zahlen sind nur Schätzungen.



FAIRTRADE: DAS BEKANNTESTE SOZIALLABEL. WELTWEIT.

Eine umfassende Untersuchung in 17 Ländern ergab, dass das internationale Fairtrade-Siegel das bekannteste Sozillabel ist.

Beinahe 6 von 10 Verbraucherinnen und Verbrauchern (56%) in den untersuchten Ländern haben das Fairtrade-Siegel bereits gesehen, sein Wiedererkennungswert lag knapp unter, oder auch über 90% auf fünf führenden Märkten. Mehr als 6 von 10 Befragten (61%) vertrauen dem Fairtrade-Siegel.

Die Befragung von über 10.000 Verbraucherinnen und Verbrauchern wurde 2013 im Auftrag Fairtrade Internationals vom internationalen Meinungsforschungsinstitut GlobeScan durchgeführt.



72%

ALLER VERBRAUCHERINNEN UND VERBRAUCHER SIND DER MEINUNG, DASS EINE UNABHÄNGIGE ZERTIFIZIERUNG DURCH DRITTE DIE BESTE METHODE IST, UM BEHAUPTETE SOZIAL- UND UMWELTSTANDARDS ZU ÜBERPRÜFEN

64%

DER MIT DEM FAIRTRADE-SIEGEL VERTRAUTEN BEFRAGTEN VERBINDEN ES INSBESONDERE MIT DER UNTERSTÜTZUNG FÜR BAUERN UND ARBEITSKRÄFTE IN ARMEN LÄNDERN, DAMIT DIESE EINEN AUSWEG AUS DER ARMUT FINDEN

63%

DER BEFRAGTEN HALTEN DIE FAIRTRADE-STANDARDS FÜR „STRENG“ ODER „SEHR STRENG“

Fairtrade Deutschland

TransFair e.V.

Remigiusstraße 21 | 50937 Köln

Tel.: 0221-94 20 40-0

info@fairtrade-deutschland.de

www.fairtrade-deutschland.de

 twitter.com/fairtrade

 www.facebook.de/fairtrade.deutschland

V.i.S.d.P.: Claudia Brück

