FAIRTRADE IN ZAHLEN – REICHWEITE UND WIRKUNG

SECHSTE AUSGABE 2014

FAIRTRADE DEUTSCHLAND

FAIRTRADE

Fairtrade International

Fairtrade International entwickelt die international gültigen Fairtrade Standards, koordiniert die Unterstützung für Produzenten und unterstützt die internationale Fairtrade-Bewegung in den verschiedenen Verbraucher- und Anbauländern. Die Mitglieder von Fairtrade International sind die drei kontinentalen Produzentennetzwerke, die die Interessen der Produzenten repräsentieren, sowie die nationalen Fairtrade Organisationen der Verbraucherländer. Die Entscheidungsgewalt ist paritätisch zwischen Produzentennetzwerken und Fairtrade Organisationen aufgeteilt. *www.fairtrade.net*

FLOCERT

FLOCERT ist die globale Zertifizierungsorganisation, die seit ihrer Gründung 2003 für Kontrolle und Zertifizierung nach Fairtrade-Standards zuständig ist. Die Gesellschaft arbeitet mit einem unabhängigen und weltweit konsistenten Zertifizierungssystem nach den Anforderungen der Akkreditierungsnorm ISO 17065. FLOCERT betreibt vier internationale Niederlassungen, mit 80 Angestellten und über 100 Kontrolleuren weltweit. Weitere Informationen unter *www.flocert.net*

TransFair e.V.

TransFair e.V. ist die nationale Fairtrade Organisation für Deutschland. Der Verein wurde 1992 mit dem Ziel gegründet, benachteiligte Produzentengruppen in Entwicklungsländern zu unterstützen. Als unabhängige Organisation handelt TransFair e. V. nicht selbst mit Waren, sondern vergibt das Fairtrade-Siegel für fair gehandelte Produkte und fördert das Bewusstsein für einen nachhaltigen Konsum. *www.fairtrade-deutschland.de*

Fairtrade in Zahlen – Reichweite und Wirkung
Sechster Monitoringbericht 2014
Copyright: Fairtrade International 2015

Alle Rechte vorbehalten. Der Inhalt dieser Publikation darf ohne vorherige schriftliche Genehmigung durch Fairtrade International weder ganz noch teilweise, in keiner Form und durch kein Mittel (elektronisch, mechanisch, durch Fotokopie, Aufzeichnung oder andere Mittel) verwendet, vervielfältigt oder übertragen werden.

Die hier zur Verfügung gestellten Daten und Fakten dienen ausschließlich Informationszwecken. Fairtrade International gewährt das Nutzungsrecht für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch ohne jegliche Rechte auf Weiterverkauf oder Weiterverbreitung der Informationen oder auf die Zusammenstellung neuer oder aus diesem Bericht abgeleiteter Werke.

Titelbild: Esther Nyaboke of Finlays in Kenia wiegt den von ihr gepflückten Tee. © James Robinson

INHALT

1.	Zusammenfassung und wichtigste Daten im Überblick	4 - 9
2.	Grafiken im Überblick	10 - 16
3.	Fairtrade-Produkte im Fokus: Kaffee	17 - 26
4.	Fairtrade-Produkte im Fokus: Bananen	27 - 35
5.	Fairtrade-Produkte im Fokus: Kakao	36 - 45
6.	Fairtrade-Produkte im Fokus: Blumen	46 - 52
7.	Fairtrade-Produkte im Fokus: Baumwolle	53 - 59

ZUSAMMEN-FASSUNG UND WICHTIGSTE DATEN IM ÜBERBLICK

Die für diesen Bericht ausgewerteten Daten zeigen, dass Fairtrade auch 2013 seinen Wachstumstrend fortsetzte, sowohl in Hinsicht auf Mitgliederzahlen von Bäuerinnen und Bauern, Arbeitskräften und Produzentenorganisationen, als auch in Bezug auf die Produktionsmengen, die Produzentenorganisationen unter Fairtrade-Bedingungen absetzen konnten.

Foto: Elda Socola Vidal wäscht und verpackt Bananen für die Fairtrade-zertifizierte Kooperative ACPROBOQUEA in Peru.
© James Rodriguez

Bauern, Arbeitskräfte und Produzentenorganisationen

Die Zahl der an Fairtrade beteiligten Bäuerinnen und Bauern sowie Arbeiterinnen und Arbeiter stieg zum Ende des Jahres 2013 auf über 1,5 Millionen. Fast 62 Prozent aller Bauern und Arbeitskräfte im Fairtrade-System befinden sich in Afrika und dem Mittleren Osten.

Die Zahl der Fairtrade-Bauern, -Arbeitskräften und -Produzentenorganisationen stiegen auf allen drei Kontinenten und für alle wesentlichen Produkte. Fairtrade vergrößerte seine geographische Reichweite mit der Zertifizierung von Produzentenorganisationen in fünf neuen Regionen: Burundi, Gambia, Iran, Nepal und Samoa. Insgesamt verlangsamte sich die Zunahme der Produzentenorganisationen leicht im Vergleich zu den vorigen Jahren mit einem Zuwachs von sechs Prozent beim Stand von 1.210 Organisationen zum Ende 2013.

Ein neuer Abschnitt unseres Berichts zeigt, dass sich über 50 Prozent aller Fairtrade-Bauern und -Arbeitskräfte in Ländern mit niedrigem Einkommen befinden. Im Jahr 2013 gab es Fairtrade-zertifizierte Produzentenorganisationen in 21 der 34 von der Weltbank als Länder mit niedrigem Einkommen klassifizierten Staaten (Low-Income Countries). Rund 11,2 Millionen Euro Fairtrade-Prämie gingen 2012-13 an Produzentenorganisationen in diesen Ländern, das entspricht einen Anteil von 12 Prozent aller Fairtrade-Prämienzahlungen weltweit.

Fairtrade arbeitet weiterhin hauptsächlich mit Kleinbauern zusammen – so sind 80 Prozent der Fairtrade-zertifizierten Produzentenorganisationen Kleinbauernorganisationen. Die Durchschnittliche Größe der Felder von Fairtrade-Bauern beträgt nur 1,5 Hektar, und der durchschnittliche Teegarten in Ostafrika ist bloß 0,3 Hektar groß. Zum Vergleich: Die Durchschnittsgröße eines kleinen bäuerlichen Familienbetriebs in den USA beträgt 98 Hektar.[1]

1 Robert Hoppe (2014) *Structure and Finances of U.S. Farms: Family Farm Report*, 2014 Edition, EIB-132 Economic Research Service/USDA, *http://ers.usda.gov/media/1728096/eib-132.pdf*

TABELLE 2.1

Gesamtentwicklung von Bauern, Arbeitskräften und Produzentengruppen bei Fairtrade 2013

	2012	2013	Veränderung
Fairtrade-Produzentenorganisationen weltweit	1.139	1.210	6%

	2012	2013	Veränderung
Gesamt Kleinbauern	1.225.200	1.305.500	7%
Gesamt Lohnarbeitskräfte	187.500	210.900	12%
Gesamt Kleinbauern und Lohnarbeitskräfte	**1.412.700**	**1.516.400**	**7%**

	2012	2013	
Gesamtzahl der Länder mit Fairtrade-zertifizierten Produzentenorganisationen	**70**	**70**	**74**
Erste landesweite Zertifizierung 2013	Burundi, Gambia, Iran, Nepal, Samoa		

Fairtrade-Verkaufsvolumen und -Prämieneinnahmen

Ein signifikantes Wachstum im Berichtszeitraum verzeichneten sowohl Kleinbauernorganisationen als auch Plantagen für ihre Fairtrade-Prämieneinnahmen. Im Vergleich zu 2011–12 ergibt die Auswertung der von den Produzenten gemeldeten Zahlen zehn Prozent mehr Fairtrade-Prämieneinnahmen für Produzentenorganisationen.

Auch die von Produzentenorganisationen gemeldeten Fairtrade-Verkaufserlöse stiegen, allerdings etwas moderater um insgesamt nur drei Prozent. Diese Entwicklung spiegelt den starken Fall der Weltmarktpreise für Kaffee 2013 wider: Obwohl Produzenten mehr Kaffee unter Fairtrade-Bedingungen verkauften, erhielten sie niedrigere Preise für ihre Ernten als in den Vorjahren.

Im Gegensatz zu den beiden Jahren zuvor verzeichneten Organisationen mit lohnabhängig Beschäftigten (Plantagen) ein stärkeres Absatzwachstum im Berichtszeitraum. Ihre Fairtrade-Prämieneinnahmen stiegen um 13 Prozent, während ihre Verkaufserlöse unter Fairtrade um 16 Prozent stiegen. Dieser Zuwachs ergab sich vor allem bei Bananen und Blumen. Marktchancen für andere auf Plantagen angebaute Produkte wie Tee bleiben beschränkt.

Die Verkaufsvolumen für Fairtrade-Produzenten von Bananen, Zucker, sowie Blumen und Pflanzen blieben unverändert hoch. Für Kaffee ergaben sich moderate Absatzsteigerungen, während Tee- und Baumwollproduzenten Rückgänge meldeten.

Weltweit verkauften 40 Prozent aller Produzentenorganisationen 2013 mehr als die Hälfte ihrer Ernten zu Fairtrade-Bedingungen, während es für Organisationen mit lohnabhängig Beschäftigten bei rund 20 Prozent ihrer Gesamtproduktion blieb. Für jedes Fairtrade-Produkt können große Mengen nicht zu Fairtrade-Bedingungen verkauft werden. Um u.a. diesem Umstand zu begegnen, hat Fairtrade die Fairtrade-Programme für Zucker, Kakao und Baumwolle ins Leben gerufen, so dass sich Produzenten zusätzliche Absatzmöglichkeiten eröffnen. Weitere Informationen über die Fairtrade-Programme und wie sie Produzenten unterstützen, erhalten Sie unter *www.fairtrade.net/fsp-overview.html* (engl.) sowie unter *www.fairtrade-deutschland.de/programm*

TABELLE 2.2

Gesamtzuwachs Fairtrade-Verkaufsvolumen und -Prämieneinnahmen 2012–13

Fairtrade-Prämieneinnahmen (in Mio. €)	2011–12	2012–13	Veränderung
Gesamtsumme laut Bericht von Kleinbauernorganisationen	73,8	81,3	10%
Gesamtsumme laut Bericht von Plantagen/Farmen mit Lohnarbeitskräften	12,3	14,0	13%
Gesamtsumme aller gemeldeten Fairtrade-Prämieneinnahmen	86,2	95,2	10%

Fairtrade-Verkaufserlöse (in Mio. €)	2011–12	2012–13	Veränderung
Gesamtsumme laut Bericht von Kleinbauernorganisationen	822	838	2%
Gesamtsumme laut Bericht von Plantagen/Farmen mit Lohnarbeitskräften	91	106	16%
Gesamtsumme aller gemeldeten Fairtrade-Prämieneinnahmen	913	944	3%

Teeproduzenten hatten weiterhin Schwierigkeiten, einen relevanten Anteil ihrer Erzeugnisse unter Fairtrade-Bedingungen zu verkaufen: Sowohl Kleinbauernorganisationen als auch Organisationen mit lohnabhängig Beschäftigten verkauften 2012–13 weniger als 10 Prozent ihrer Gesamtproduktion unter Fairtrade-Bedingungen. Teebauern und -arbeitskräfte bilden 20 Prozent der in Fairtrade-Produzentenorganisationen vereinten Personen.

Fairtrade arbeitet daran, Teeproduzenten wirksamer zu unterstützen, beispielsweise über neue Anforderungen in den Fairtrade-Standards für Plantagen und über branchenweite Kooperationen für bessere Löhne für Teearbeitskräfte.

In Asien und Ozeanien stieg die Zahl der Fairtrade-zertifizierten Produzentenorganisationen um 13 Prozent im Vergleich zu 2012, während die gemeldeten Prämieneinnahmen um rund neun Prozent wuchsen. Die Verkäufe von Kaffee und Zucker machten 68 Prozent der Fairtrade-Prämieneinnahmen Asiens und Ozeaniens aus.

Fairtrade-Verkaufserlöse in Afrika und dem Mittleren Osten stiegen stärker für Plantagen als für Kleinbauernorganisationen, vor allem auf Grund der gestiegenen Nachfrage nach Fairtrade-Blumen aus Ostafrika. Der Absatz von Kakao aus Westafrika konnte im Berichtsjahr nicht gesteigert werden, doch für 2014 ergeben sich äußerst positive Verkaufserlöse, da das neue Fairtrade-Programm für Kakao erste Wirkung zeigt. Die zugehörigen Zahlen wird der nächste Monitoring-Bericht enthalten. Insgesamt bleiben die Verkaufsvolumen und Prämieneinnahmen Afrikas im Verhältnis hinter der Anzahl seiner an Fairtrade beteiligten Bauern und Arbeitskräften zurück.

Starke Absatzmärkte für Bananen und Kaffee, sowie für Zucker und Edelkakao aus Lateinamerika und der Karibik bescherten den dortigen Bauern und Arbeitskräften 67 Prozent aller Fairtrade-Prämieneinnahmen. Dennoch war es ein schwieriges Jahr für Kaffeeproduzenten, mit niedrigen Kaffee-Weltmarktpreisen und dem sich verbreitenden Kaffeerost, einem zerstörerischen Pilz, der Kaffeebüsche in Mittelamerika und Kolumbien befällt. Der Fairtrade-Mindestpreis und die Fairtrade-Prämie für Kaffee bilden weiterhin eine wichtige Stütze für die Bauern, wenn der Weltmarktpreis für Kaffee niedrig ist, denn sie gleichen die schlimmsten Auswirkungen der Preisschwankungen für Fairtrade-Bauern aus.

Addiert man alle Fairtrade-Prämienbelege und verrechnet sie als Durchschnittswert auf die Organisationen, die 2012–13 Fairtrade-zertifiziert waren, erhält man eine grobe Idee, ob die Fairtrade-Prämieneinnahmen für die einzelnen Produzenten gestiegen sind. Grafik 2.1 zeigt, dass die durchschnittlichen Fairtrade-Prämieneinnahmen pro Organisation 2012–13 um gut 14 Prozent auf knapp über 100.000 Euro pro Organisation anstieg.

Dieser Wert wuchs sowohl für Kleinbauernorganisationen als auch für Plantagen in etwa gleich stark, doch dieser Durchschnittswert zeigt nicht die großen Unterschiede je nach Produkt und Region. Die durchschnittlichen Fairtrade-Prämieneinnahmen von Kleinbauernorganisationen, die Bananen anbauen, betrugen knapp 214.000 Euro. Am anderen Ende des Spektrums befanden sich Organisationen im Fairtrade-Gemüseanbau (eine recht neue Produktgruppe) mit durchschnittlichen Prämieneinnahmen von nur 4.000 Euro pro Organisation.

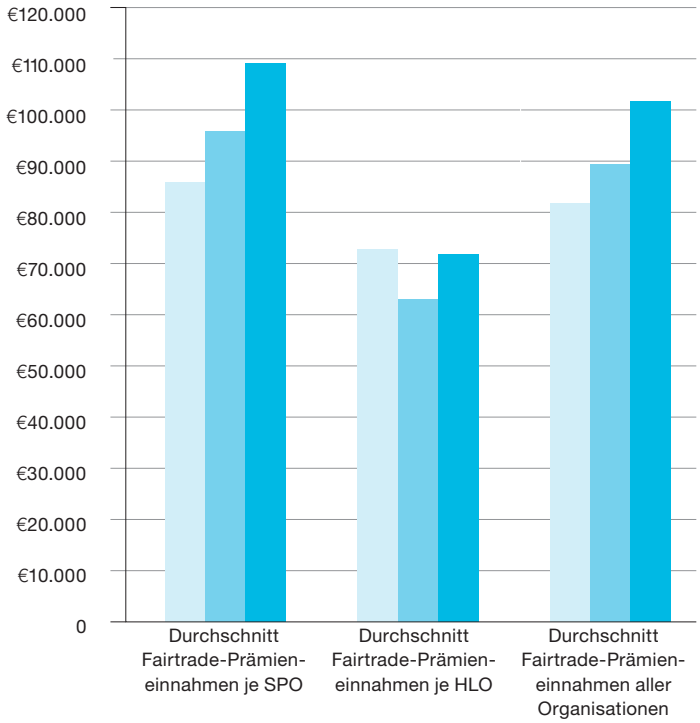
GRAFIK 2.1

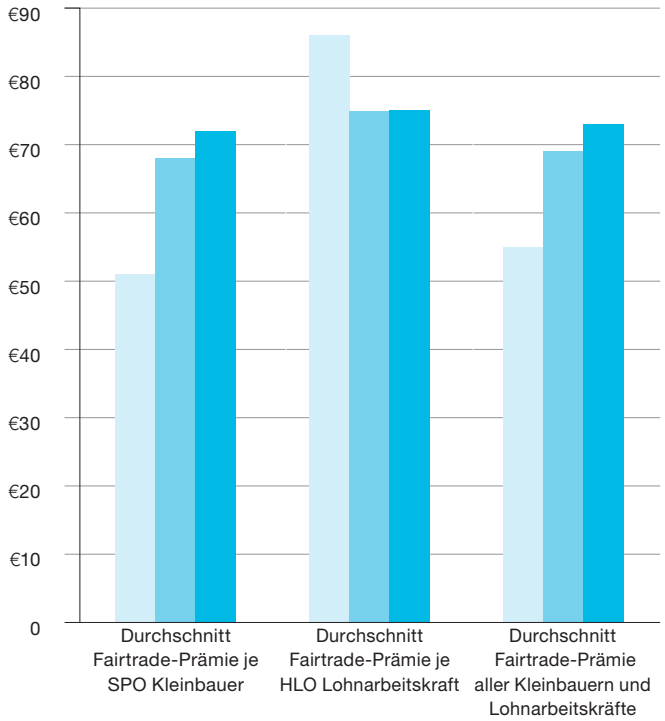
Fairtrade-Prämieneinnahmen im weltweiten Durchschnitt 2010–13 (€)

2010–11
2011–12
2012–13

HLO Plantagen/Farmen mit Lohnarbeitskräften (Hired Labour Organization)
SPO Kleinbauernorganisationen (Small Producer Organization)

Hinweis: Diese Grafik basiert auf den Rückmeldungen von 75% aller Produzentenorganisationen, die zum Ende des Jahres 2013 über eine Fairtrade-Zertifizierung verfügten. Sie berücksichtigt nur Daten von Produzentenorganisationen, die für den gesamten Erhebungszeitraum Fairtrade-zertifiziert und berechtigt waren, Fairtrade-Prämie zu beziehen. Organisationen, die sich in der Prüfungsphase zur Zulassung befanden und im Jahresverlauf ihre Zertifizierung erhielten, sind nicht inbegriffen. Außerdem nicht enthalten sind Produzentenorganisationen, die ihre Fairtrade-Prämieneinkünfte nicht gemeldet haben.





Kleinbauernorganisationen investierten 2012–13 weiterhin hauptsächlich in die Entwicklung und Förderung ihrer Unternehmen, in die Verbesserung ihrer Produktions- und Verarbeitungsprozesse sowie in direkte Leistungen für ihre Mitglieder.

Kleinbauernorganisationen beschlossen demokratisch, rund 23 Prozent ihrer Fairtrade-Prämie in Produktionseinrichtungen und Infrastruktur für ihre Unternehmensaktivitäten wie Verarbeitung, Verpackung, Lagerung oder Transport ihrer Ernten anzulegen. Diese Investitionen sind integraler Bestandteil für Kapazitätssteigerungen, für bessere Qualität und der Wertsteigerung ihrer Produkte, was sich wiederum in höheren Einnahmen für die Mitglieder der Organisation auszahlen kann. Rund 41 Prozent der Fairtrade-Prämiengelder wurden für Direktleistungen an Bauern der Organisationen ausgegeben, u.a. für Weiterbildungsangebote, Bereitstellung von Werkzeug und Geräten, Betriebsstoffen, Kredite und Finanzleistungen, sowie Direktzahlungen an Mitglieder über die Fairtrade-Preise hinaus. Das verstärkt das Engagement der Mitglieder gegenüber der Kooperative durch direkte finanzielle Einnahmen aus Fairtrade-Verkäufen und stellt sicher, dass tatsächlich die einzelnen Bauern vom steigenden Einkommen profitieren.

Alle Ausgaben für entsprechende Infrastruktur und Leistungen für Bauern zusammengenommen, wurden ca. 37 Prozent der Fairtrade-Prämie für Investitionen zur Produktivitäts- oder Qualitätssteigerung ausgegeben.

Die Investition der Fairtrade-Prämie in Gemeinschaftsprojekte macht ca. neun Prozent der Fairtrade-Prämienausgaben von Kleinbauernorganisationen aus. Während viele Produzentenorganisationen vorhaben, bedeutende Investitionen in Gemeinschaftsprojekte zu tätigen, ist ihnen doch auch die hohe Bedeutung von Investitionen in die Zukunftsfähigkeit ihrer Unternehmen bewusst. Die Fairtrade-Prämie ist ein wichtiges und flexibles Hilfsmittel, das Produzentenorganisationen bei Investitionen gemäß ihrer eigenen Prioritäten unterstützt.

Arbeitskräfte auf Plantagen investierten hingegen weiterhin hauptsächlich in eine Vielzahl von Projekten zur Erfüllung ihrer eigenen Bedürfnisse. Arbeiterinnen und

Arbeiter stimmten für Investitionen von rund 65 Prozent der Fairtrade-Prämie in Bildung, Unterkünfte, Gesundheitsversorgung und andere Dienstleistungen für Arbeitskräfte.

Da viele Arbeiterinnen und Arbeiter weltweit mit steigenden Lebenshaltungskosten zu kämpfen haben, bilden Hilfszahlungen aus der Fairtrade-Prämie eine wichtige Extraleistung. Viele Organisationen nutzen die Fairtrade-Prämie außerdem zur Entwicklung und Förderung ihrer eigenen Arbeitnehmerorganisation. Rund 19 Prozent der Fairtrade-Prämie auf Plantagen floss in die Unterstützung von Gemeinschaftsprojekten in der Region, wie Schulen vor Ort oder Gesundheitsdienstleistungen. Insgesamt 24 Prozent der von Plantagen eingenommenen Fairtrade-Prämie wurde für Bildungsmaßnahmen ausgegeben, entweder für die Weiterbildung von Arbeitskräften und ihrer Familien, oder zur Unterstützung von Bildungsangeboten und Schulen im erweiterten Einzugsgebiet der Gemeinde.

ÜBER

1,5 MILLIONEN

KLEINBAUERN UND ARBEITSKRÄFTE IN FAIRTRADE-ZERTIFIZIERTEN PRODUZENTENORGANISATIONEN

62% ALLER

FAIRTRADE-KLEINBAUERN UND -ARBEITSKRÄFTE

BEFINDEN SICH IN AFRIKA UND DEM MITTLEREN OSTEN

1.210

FAIRTRADE-ZERTIFIZIERTE PRODUZENTENORGANISATIONEN

IN 74 LÄNDERN

25% ALLER

FAIRTRADE-KLEINBAUERN UND -ARBEITSKRÄFTE

SIND WEIBLICH

46% AUF PLANTAGEN

22% IN KLEINBAUERNORGANISATIONEN

1,5 HEKTAR:

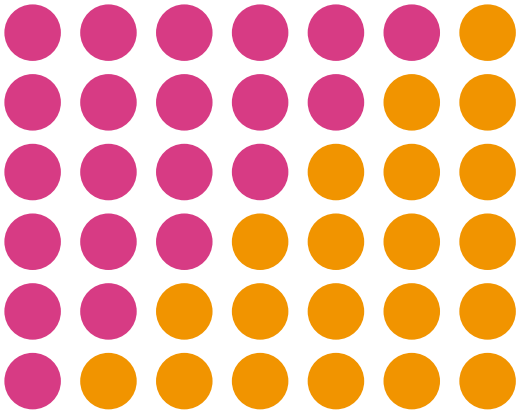
DURCHSCHNITTSGRÖßE DER VON FAIRTRADE-BAUERN BEARBEITETEN ANBAUFLÄCHE

FAIRTRADE-VERKAUFSERLÖSE ERBRACHTEN 2012-13 EINKÜNFTE VON ÜBER €944 MILLIONEN

FÜR PRODUZENTEN

40% ALLER

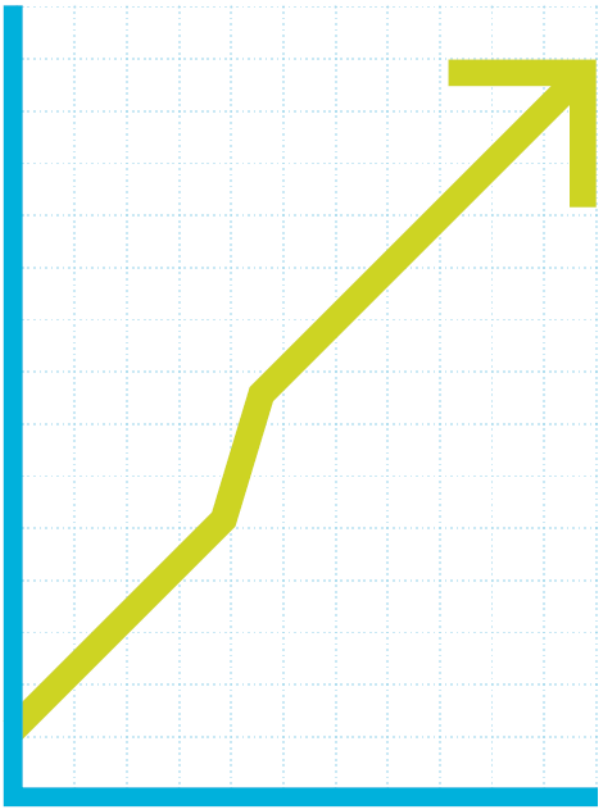
FAIRTRADE-PRODUZENTENORGANISATIONEN VERKAUFTEN 2012-13 MEHR ALS 50% IHRER PRODUKTE ZU FAIRTRADE-BEDINGUNGEN



AUF PLANTAGEN GABEN ARBEITERINNEN UND ARBEITER

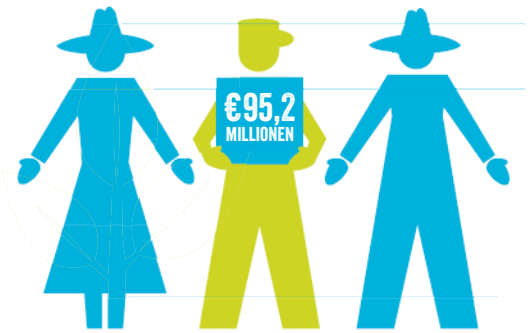
24%

IHRER FAIRTRADE-PRÄMIE FÜR BILDUNGSMAßNAHMEN AUS



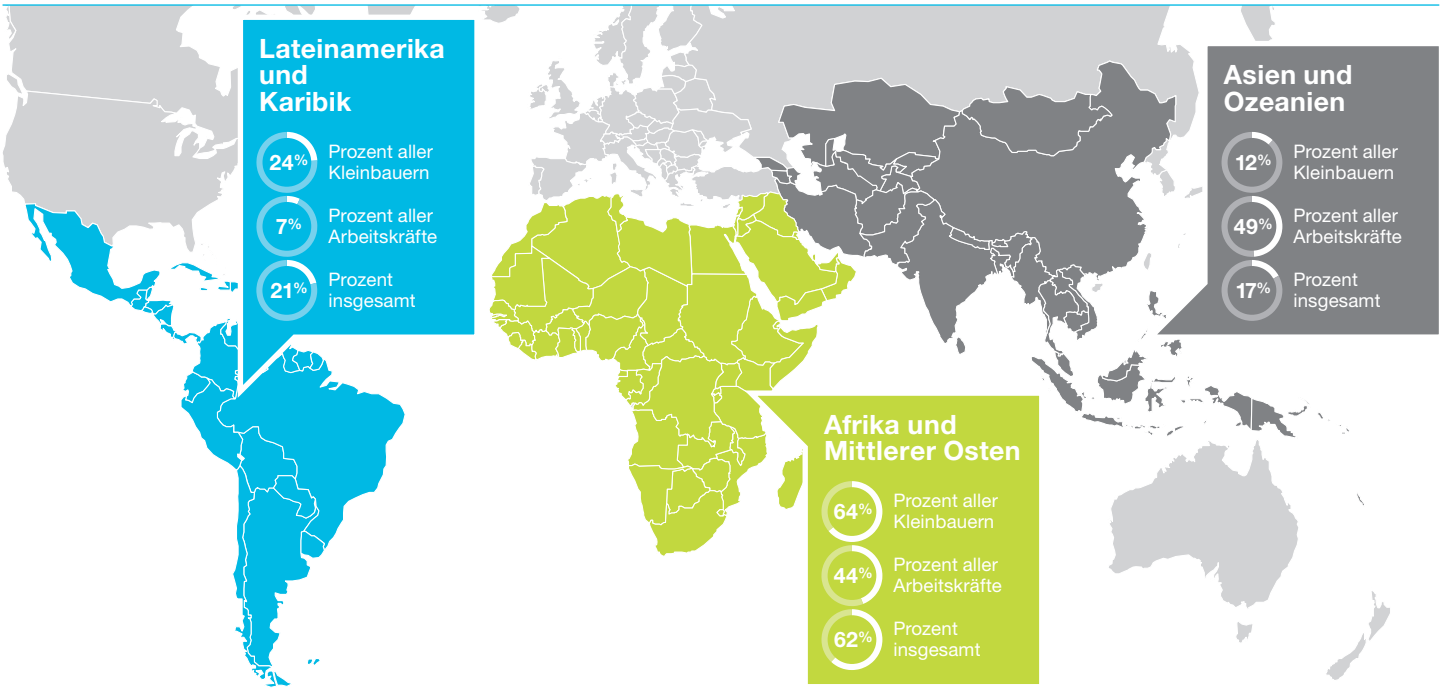
KLEINBAUERNORGANISATIONEN
INVESTIERTEN
37%
IHRER FAIRTRADE-PRÄMIE
IN MAßNAHMEN
ZUR STEIGERUNG
IHRER
PRODUKTIVITÄT
ODER
PRODUKTQUALITÄT

2012-13 ERHIELTEN
PRODUZENTEN
€95,2
MILLIONEN
FAIRTRADE-PRÄMIE



GRAFIK 3.3

Geographische Verteilung von Fairtrade-Kleinbauern und -Lohnarbeitskräften 2013



Lateinamerika und Karibik	
Fairtrade-Kleinbauern	309.500
Arbeitskräfte auf Fairtrade-zertifizierten Plantagen	13.900
Gesamt	323.400

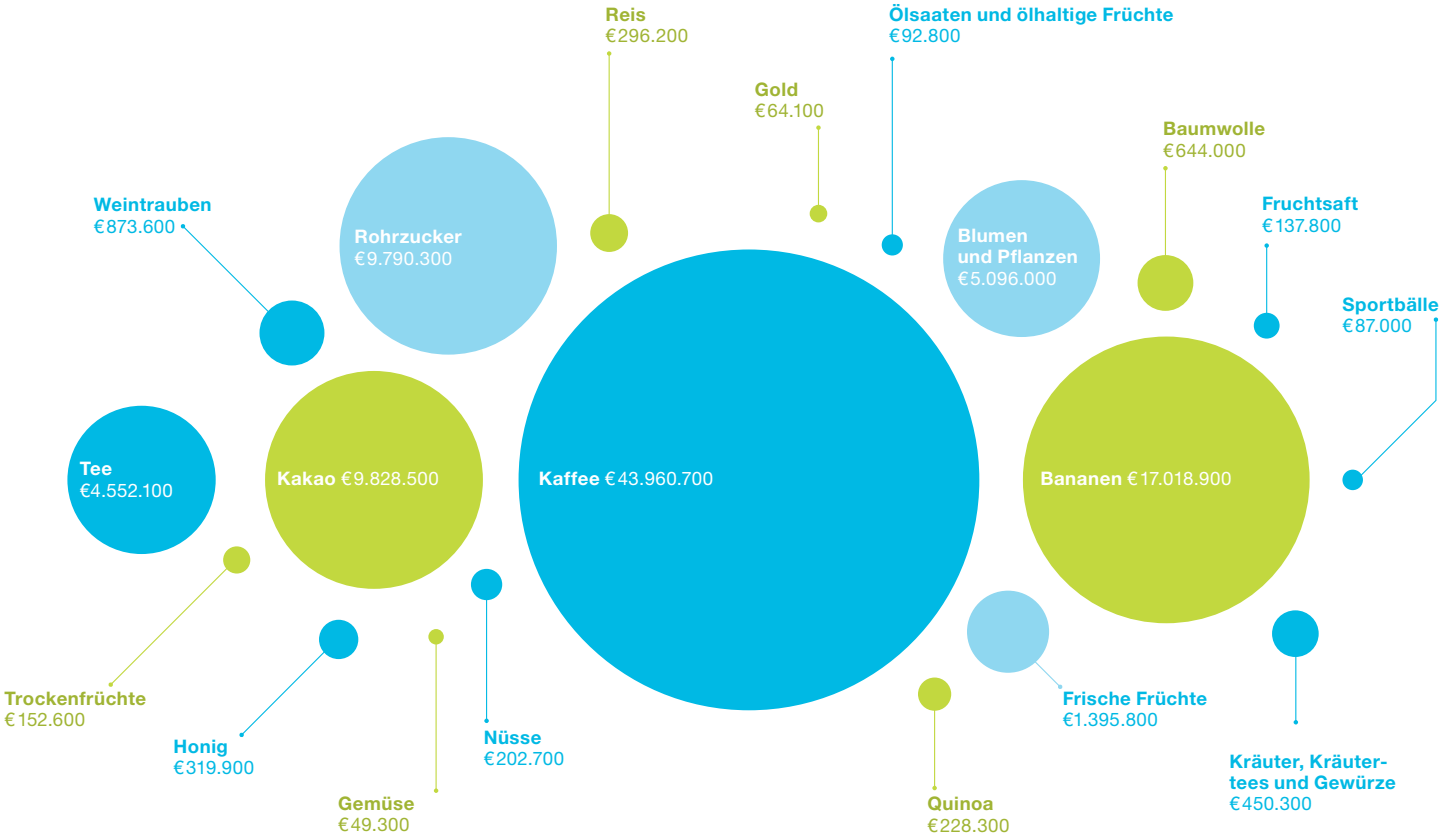
Afrika und Mittlerer Osten	
Fairtrade-Kleinbauern	838.500
Arbeitskräfte auf Fairtrade-zertifizierten Plantagen	93.600
Gesamt	932.100

Asien und Ozeanien	
Fairtrade-Kleinbauern	157.500
Arbeitskräfte auf Fairtrade-zertifizierten Plantagen	103.400
Gesamt	260.900

Weltweit	
Fairtrade-Kleinbauern	1.305.500
Arbeitskräfte auf Fairtrade-zertifizierten Plantagen	210.900
Gesamt	1.516.400

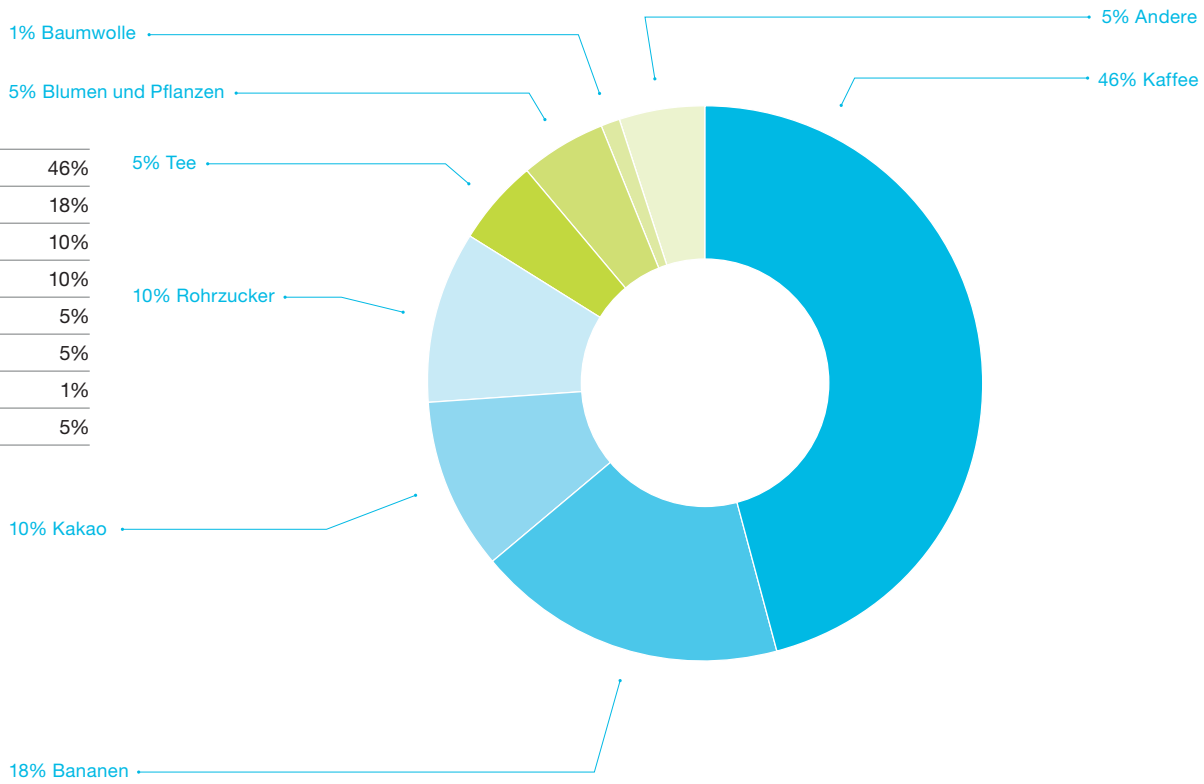
GRAFIK 6.1

Von Fairtrade-Organisationen gemeldete Prämien-Einnahmen nach Produkt 2012–13 (in €)



GRAFIK 6.2

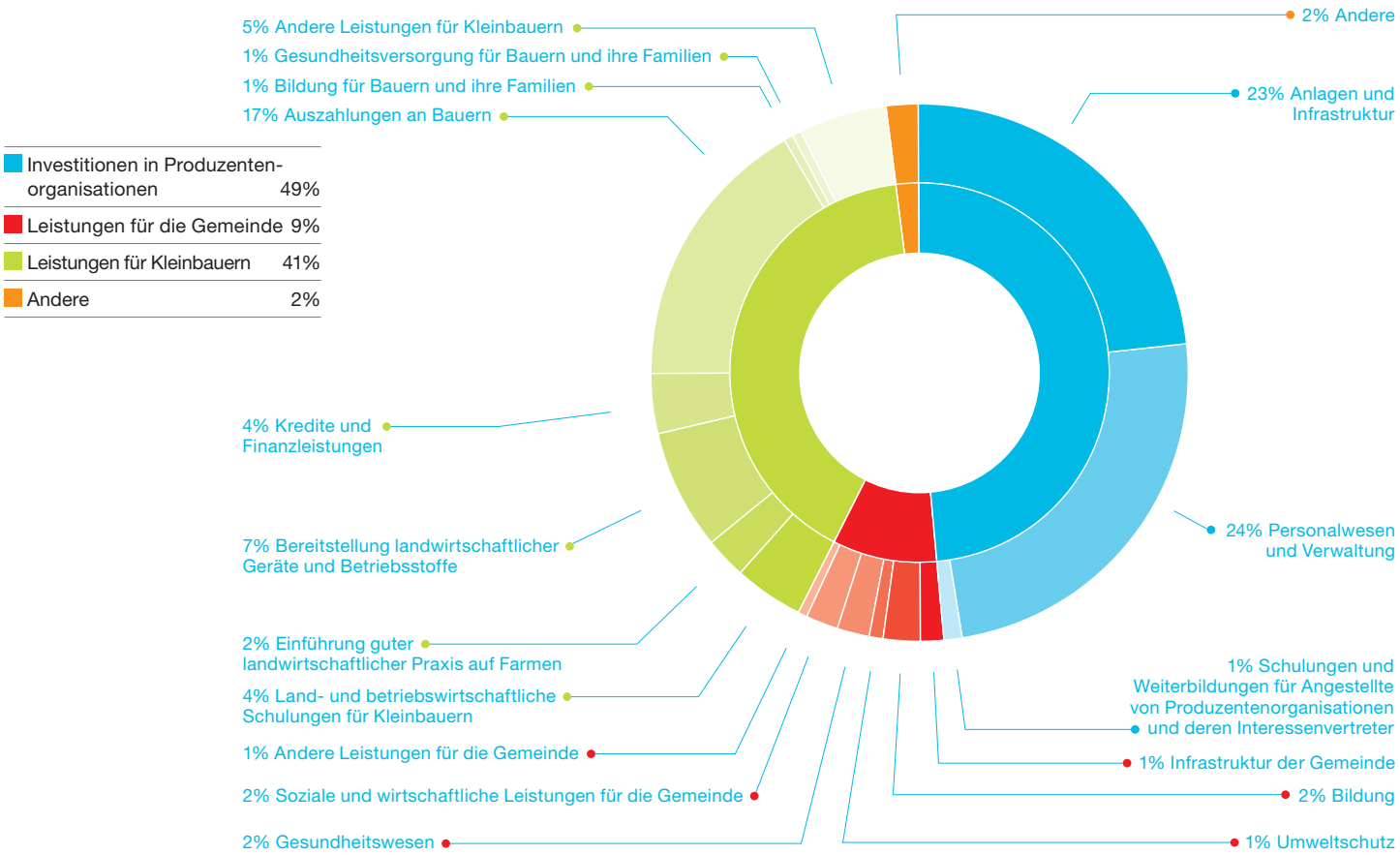
Fairtrade-Prämieneinnahmen nach Produkten 2012–13



Kaffee	46%
Bananen	18%
Kakao	10%
Rohrzucker	10%
Tee	5%
Blumen und Pflanzen	5%
Baumwolle	1%
Andere	5%

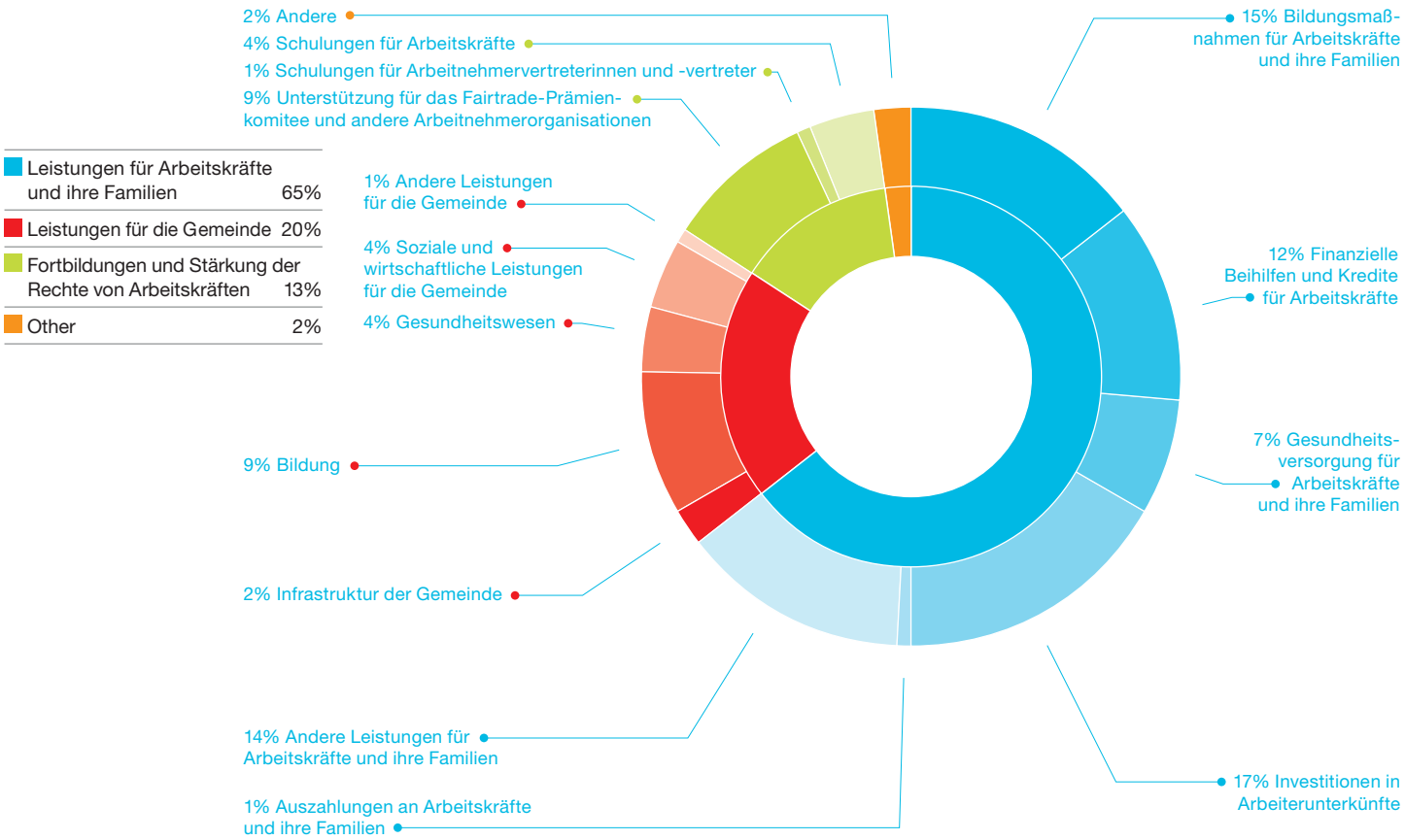
GRAFIK 6.8

Verwendung der Fairtrade-Prämie in Kleinbauernorganisationen 2012–13



GRAFIK 6.9

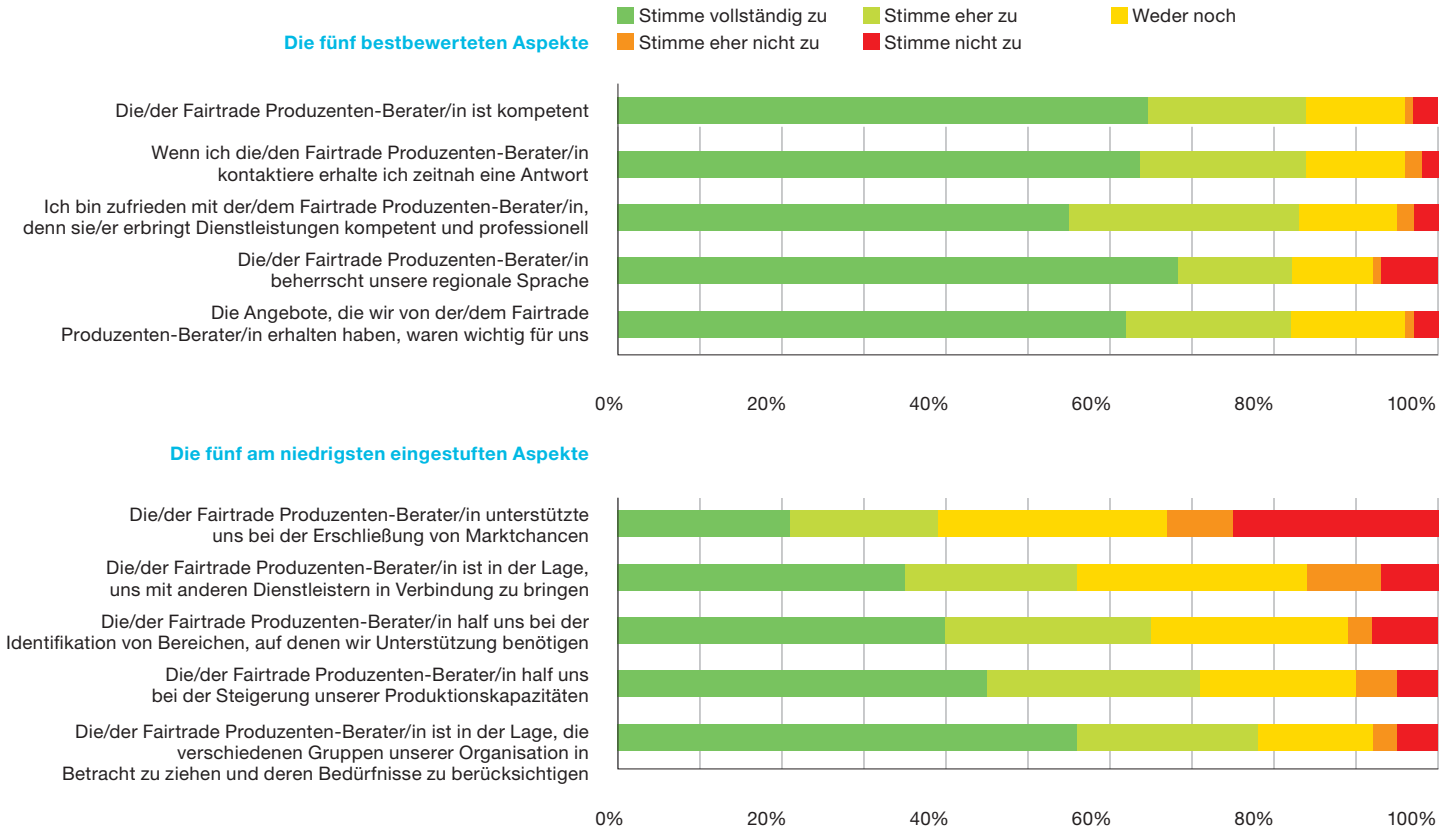
Verwendung der Fairtrade-Prämie in Organisationen mit Lohnarbeitskräften 2012–13



GRAFIK 4.9

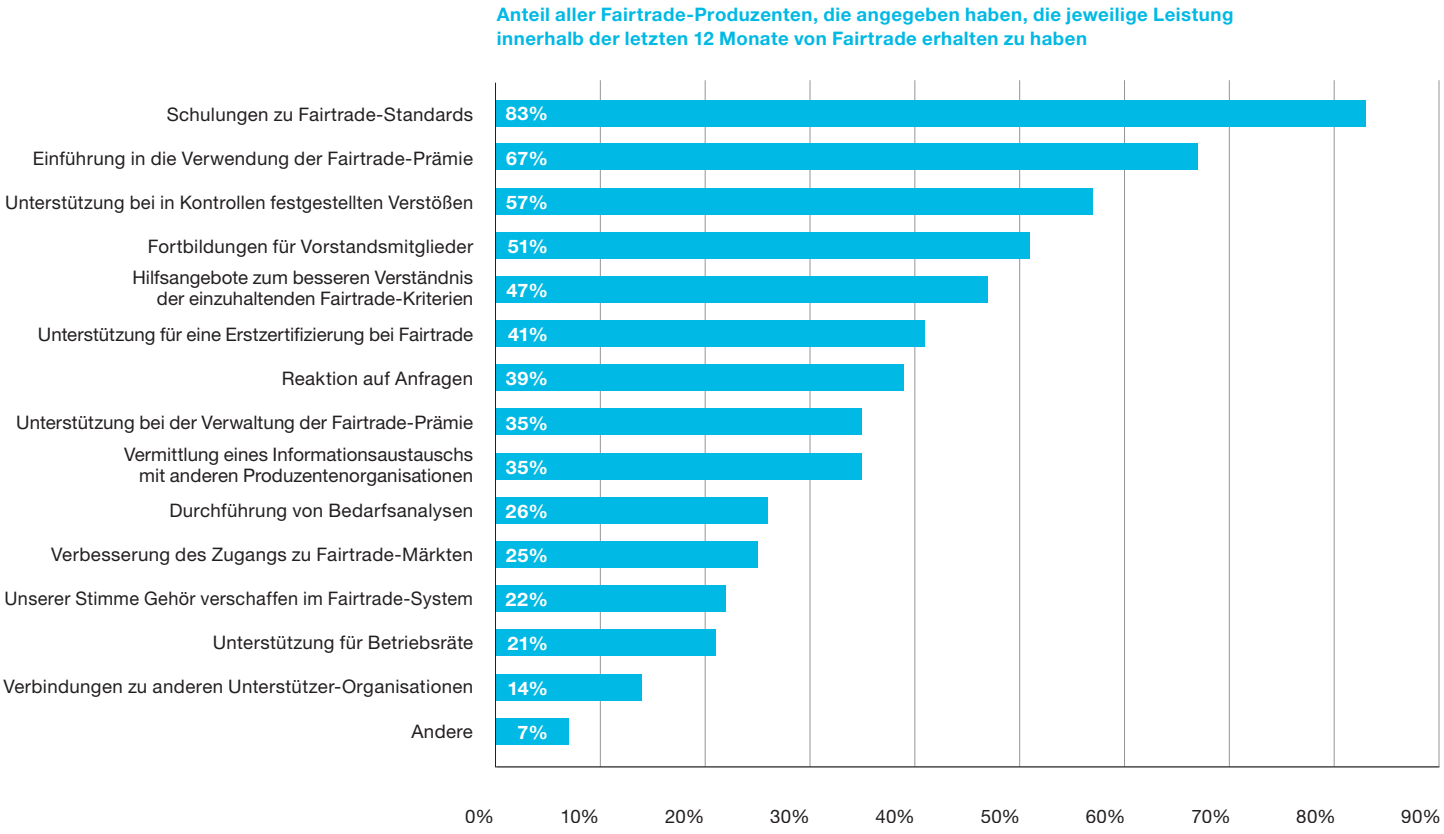
Bewertung der von Fairtrade angebotenen Leistungen (Produzentenberatung)

Fragebogen an 1.200 Produzenten, Rückmeldequote 23 Prozent



GRAFIK 4.8

Welche Leistungen wurden am häufigsten für Fairtrade-Produzenten erbracht?



FAIRTRADE-PRODUKTE IM FOKUS

KAFFEE

730.000 KLEINBAUERN PRODUZIEREN FAIRTRADE-KAFFEE

EIN ZUWACHS UM 12% SEIT 2012

75% DES FAIRTRADE-KAFFEES KOMMT AUS LATEINAMERIKA UND DER KARIBIK

1 MILLION HEKTAR KAFFEE ANBAUFLÄCHEN WELTWEIT

KAFFEE ORGANISATIONEN ERHIELTEN €44 MILLIONEN FAIRTRADE-PRÄMIE

IM JAHR 2012–13

Zahlen und Fakten: Fairtrade-Kaffee

- Zum Jahresende 2013 verfügten 439 Kleinbauernorganisationen in 30 Ländern über eine Fairtrade-Zertifizierung für Kaffee. Über 730.000 Kleinbauern waren Mitglied in Fairtrade-zertifizierten Produzentenorganisationen für Kaffee, das sind zwölf Prozent oder 70.000 Bauern mehr gegenüber 2012.
- In der fortlaufend steigenden Anzahl von Kleinbauernorganisationen und Kaffeebauern bei Fairtrade spiegeln sich die Auswirkungen besonders niedriger Preise im Jahr 2013 wider, als die Marktpreise für konventionellen Kaffee für viele Bauern unter ihre Produktionskosten rutschten. Der Kaffeepreis erreichte im November 2013 sein Tief bei einem US-Dollar pro englischem Pfund (lb)[1]. Der Fairtrade-Mindestpreis für Arabica liegt dagegen bei 1,40 US-Dollar je englischem Pfund plus weitere 20 US-Cents Fairtrade-Prämie sowie einem Bio-Aufschlag. Das machte Fairtrade zu einer attraktiven Geschäftsalternative für Produzenten zu Zeiten niedriger Kaffeepreise und bot eine wichtige Preisstabilisierung.
- Zusätzlich bildete der Fairtrade-Mindestpreis eine bedeutende Stütze für Bauern in Mittelamerika, von denen viele im Berichtsjahr mit Kaffeerost, La Roya genannt, zu kämpfen hatten. Dieser Pilz, der u.a. von stark wechselhafter Witterung verursacht wird, sorgte 2013 für 30-40 Prozent Ernteverlusten in der Region.
- Rund 75 Prozent des verkauften Fairtrade-Kaffees wurde in Lateinamerika und der Karibik angebaut, wovon Kolumbien den meisten Kaffee produziert. Von den Top 10 Produzentenländern befinden sich nur drei (Indonesien, Tansania und Äthiopien) außerhalb Lateinamerikas und der Karibik. Trotzdem wächst die Bedeutung afrikanischer und asiatischer Ursprünge für Fairtrade weiter.
- Die Kaffeepflanzen von Fairtrade-Kleinbauern gedeihen auf knapp einer Million Hektar weltweit und produzierten 2012–2013 mehr als 470.000 Tonnen Fairtrade-zertifizierbaren Kaffee. Davon tragen 37 Prozent auch das Bio-Siegel.
- Die gemeldeten Verkäufe von Fairtrade-Kaffeevolumen stiegen 2012–13 um sechs Prozent, das Gesamtverkaufsvolumen von Fairtrade-Kaffee betrug 142.400 Tonnen.
- Fairtrade-zertifizierte Kaffee-Organisationen, die während des gesamten Berichtszeitraums für Fairtrade-Verkäufe zugelassen waren, verkauften durchschnittlich 31 Prozent ihrer Produktion als Fairtrade-Produkte. Viele Organisationen in Lateinamerika verkauften weit über 50 Prozent ihrer Ernte zu Fairtrade-Konditionen.
- Kleinbauernorganisationen profitierten weiterhin von der Verdopplung der Fairtrade-Prämie im April 2011, als die Prämie von 10 auf 20 US-Cents pro englischem Pfund Kaffee erhöht wurde. Insgesamt nahmen die Produzenten 44 Millionen Euro Fairtrade-Prämie im Berichtsjahr für Kaffee ein.
- Auch 2012–13 investierten die Organisationen der Kaffeeproduzenten etwa die Hälfte ihrer Fairtrade-Prämie in Verbesserungen ihrer Infrastruktur, von Anlagen und Prozessen ihrer Organisationen. Weitere 43 Prozent flossen in Direktleistungen an Bauern, u.a. Direktzahlungen von Prämiengeldern (rund 19 Prozent der von ihnen erhaltenen Prämie).
- Im Jahr 2013 erstreckte sich die durchschnittliche Anbaufläche eines Fairtrade-Kaffeebauern in Afrika über 0,8 Hektar. Kleinbauern in Asien und Ozeanien bestellten etwas größere Anbauflächen von einem Hektar, während Kleinbauern in Lateinamerika und der Karibik ihren Kaffee auf durchschnittlich 2,9 Hektar anbauten.
- Weltweit beträgt die Durchschnittsgröße von Fairtrade-Kaffeefeldern 1,4 Hektar, oder rund 1,3 Fußballfelder, was zeigt, dass Fairtrade weiterhin vor allem Kleinbauern unterstützt.
- Angesichts der wachsenden Schwierigkeiten, die der Klimawandel dem Kaffeeanbau bereitet, veranstaltete Fairtrade International 2013 einen Kaffeerost-Workshop mit führenden Experten für Landwirtschaft und Klima, alternativen Kreditinstituten und europäischen Kaffeeröstereien.
- Fairtrade erhielt außerdem 2,5 Millionen US-Dollar Finanzhilfen von der finnischen Regierung für Weiterbildungsmaßnahmen und Organisationsentwicklung für Bauern in Nicaragua, Honduras und Guatemala.

Foto: Lucio Ordonez Sullca erntet Kaffee auf einer Testfarm bei Pangoa, Peru. Die Kooperative Sonomoro entwickelt dort Strategien zur Anpassung an die Auswirkungen des Klimawandels. © Santiago Engelhardt

1 Ein englisches Pfund entspricht 453,6 g.

- Fairtrade allein kann die Auswirkungen von Preis- und Klimaschwankungen nicht ausgleichen, mit denen die Kaffeebauern, ihre Familien und Gemeinden dauerhaft zu kämpfen haben. Deshalb ist Fairtrade immer auf der Suche nach Kooperationen mit kommerziellen Partnern, der Kaffeeindustrie im weiteren Sinne, aber auch Regierungen, um die existenziellen Bedrohungen für Kaffeebauern einzudämmen.
- 2013 schloss sich Fairtrade International der 4C Assoziation an, um der Stimme von Kleinbauern bei Kaffeeindustrie und Regierungen über die 4C Nachhaltigkeitsplattform Gehör zu verschaffen. Fairtrade starteten außerdem die Zusammenarbeit mit Nespresso im Rahmen ihres AAA Nachhaltigkeitsprogramms, über das in Partnerschaft mit der kolumbianischen Regierung die Finanzierung von Renten für Fairtrade-Kaffeebauern in Kolumbien gesichert werden sollen.
- Die Herausforderungen für Nachhaltigkeit, vor denen der Kaffeesektor derzeit steht, wurden auf einem branchenweiten Forum des HIVOS im Juni 2014 thematisiert und in seinem Bericht, dem Coffee Barometer, veröffentlicht. Mehr Informationen in englischer Sprache unter *http://www.isealalliance.org/online-community/news/increasing-demand-and-climate-adaptation-are-top-challenges-in-coffee-certification*

Wissenschaftlich erwiesen: Die Wirkung von Fairtrade auf Kaffeeproduzenten in Indonesien, Mexiko, Peru und Tansania

Neue Untersuchungen des Natural Resources Institute der Universität Greenwich[1] beschäftigen sich mit der Wirkung von Fairtrade auf Kleinbauern und ihre Organisationen im Kaffeesektor. Die Studie untersuchte acht Fairtrade-zertifizierte Kooperativen in vier Ländern (Indonesien, Mexiko, Peru und Tansania) und verglich diese mit nicht-zertifizierten Kooperativen oder Bauern.

Die Studie ergab, dass Fairtrade-Bauern in drei der vier Länder höhere Einkommen meldeten als die Bauern, die nicht mit Fairtrade arbeiteten. Es fanden sich darüber hinaus Belege dafür, dass Fairtrade-Bauern und ihre Organisationen im Fall von ökonomischen Schocks, wie dem Einbruch der Marktpreise, widerstandsfähiger und weniger verletzlich waren, Dank der Absicherung durch Fairtrade-Mindestpreis und -Prämie.

War der Kaffeepreis niedrig, erlaubte der Mindestpreis den Fairtrade-Kaffeebauern ein besseres Einkommen im Vergleich zu Bauern, die nicht mit Fairtrade arbeiteten. Wie wichtig dieser Unterschied ist, wurde deutlich, als Produzentenorganisationen in Mexiko und Peru 2013 eine beträchtliche Menge neuer Mitgliedsanträge erhielten, als sich der Preis für Kaffee auf dem Weltmarkt unter dem Fairtrade-Mindestpreis bewegte.

Neben der Wirksamkeit des Mindestpreises verwendeten die in der Studie untersuchten Produzentenorganisationen die Fairtrade-Prämie zur Finanzierung einer Reihe praktischer und strategischer Bedürfnisse. Kooperativen investierten die Prämie, um höhere Kaffeepreise für ihre Mitglieder zu zahlen, in besseres Qualitätsmanagement, um die Nachfrage von Käufern zu befriedigen, und in die Bereitstellung von Bildungsmaßnahmen und Betriebsmittel für Bauern zur Bekämpfung des Kaffeerosts.

Die Forscher fanden stichhaltige Belege, dass Fairtrade-Organisationen mit der Zeit immer stärker und effektiver werden, z.B. durch verbesserte Führungsqualitäten, besseren Zugang zu Kapital und andere Leistungen sowie die Investition der Fairtrade-Prämie in die Weiterentwicklung der Organisation. Bauern in Fairtrade-Kooperativen erhalten deutlich mehr Fortbildungen zu mehr Themen als Bauern ohne Fairtrade-Zertifizierung. Sie erhielten auch mehr Leistungen (Betriebsmittel, Kredite, Fristverlängerungen, Absatzmöglichkeiten) und waren zufriedener mit diesen Leistungen als Bauern ohne Fairtrade.

Dennoch waren das Verständnis davon, wie ihre Organisationen funktionieren und die Kenntnisse über Fairtrade bei den befragten Bauern sehr unterschiedlich ausgeprägt. In einigen Fällen war die Beteiligung der Bauern innerhalb ihrer Organisationen niedrig und es gab nicht genug Transparenz in einigen Bereichen der Entscheidungsfindung innerhalb der Kooperativen.

1 Nelson, V. and J. Hagger (Forthcoming 2015) *Fairtrade Coffee: A Study to Assess the Impact of Fairtrade for Coffee Smallholders and Producer Organisations in Indonesia, Mexico, Peru, and Tanzania*, Greenwich, London: Natural Resources Institute.

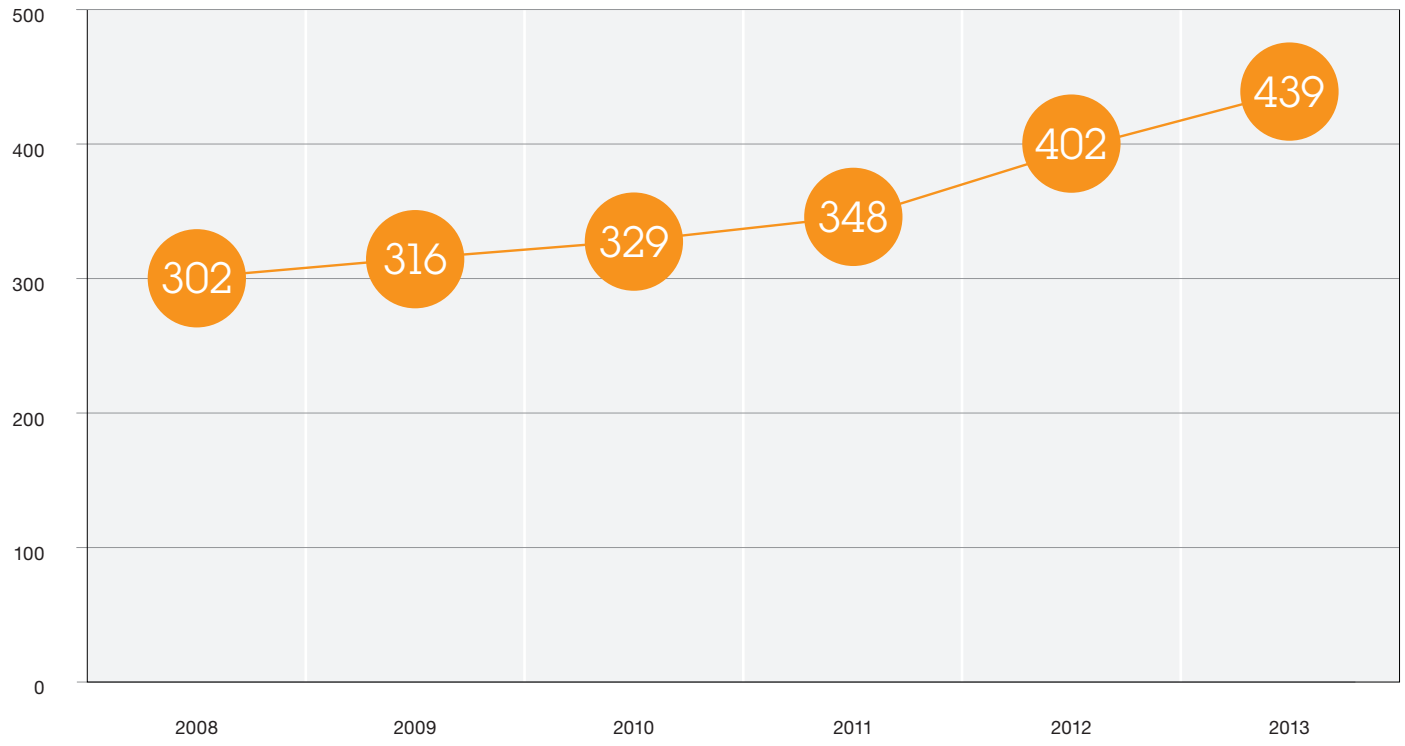
Die Studie wies außerdem darauf hin, dass Fairtrade-Produzentenorganisationen in einigen Fällen höhere Kosten haben als andere Exporteure, was wiederum die Vorteile für Bauern beschneiden könnte. Sie sprach die Empfehlung aus, dass Fairtrade weiterhin, und zwar noch intensiver, Produzentenorganisationen stärken sollte. Im Einzelnen sollte Fairtrade laut Bericht überdenken, wie sich die Führungsqualitäten, unternehmerischen Fähigkeiten und Effizienzsteigerungen innerhalb Produzentenorganisationen verbessern lassen. Des Weiteren empfehlen die Forscher, dass Fairtrade Strategien formulieren sollte, so dass sichergestellt wird, dass die Fairtrade-Vorteile, die die Produzentenorganisationen erhalten, sich auch wirklich in greifbaren Leistungen für deren Mitgliederniederschlagen.

Die vollständigen Studienergebnisse werden im Verlauf des Jahres 2015 veröffentlicht.

GRAFIK 7.1

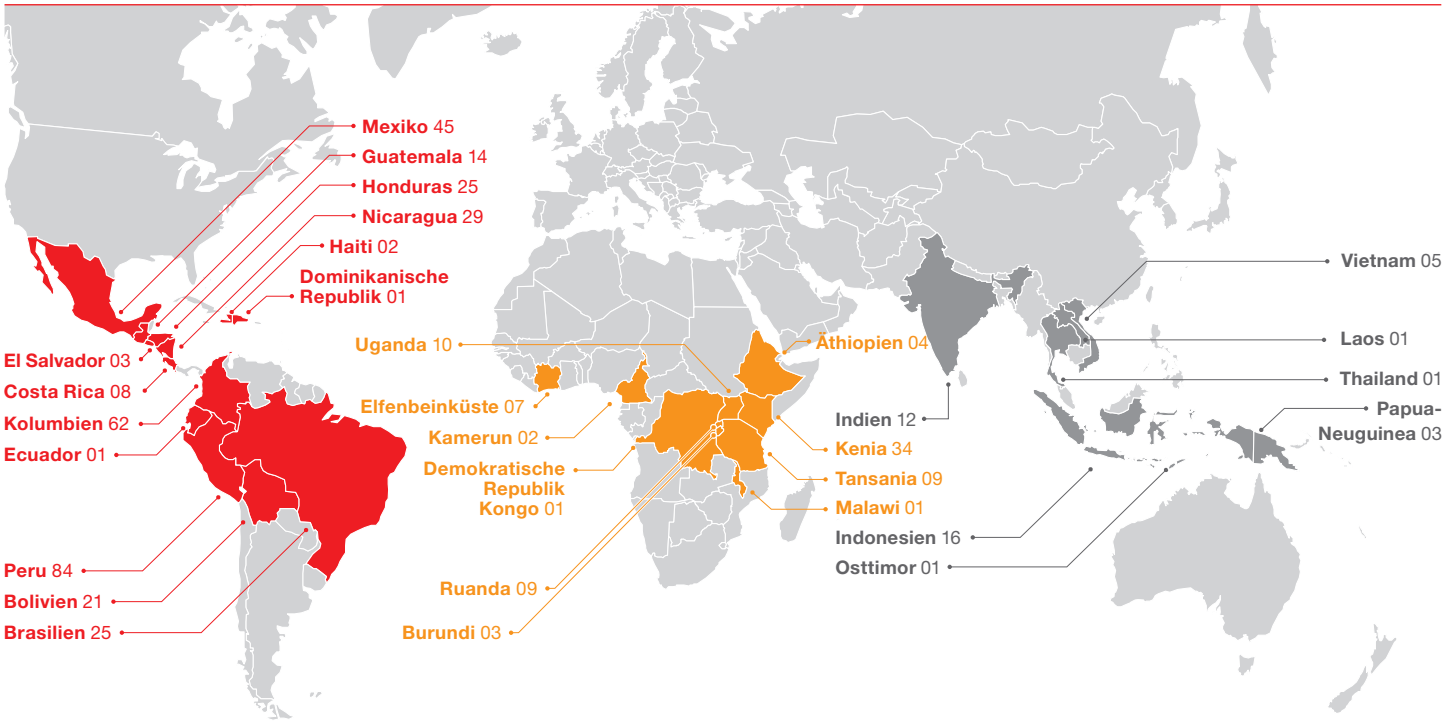
Fairtrade-Kaffee: Fairtrade-zertifizierte Produzentenorganisationen 2008–2013

Anzahl der Produzentenorganisationen mit Fairtrade-Zertifizierung für Kaffee



GRAFIK 7.2

Fairtrade-Kaffee: Produzentenorganisationen mit Fairtrade- Zertifizierung für Kaffee 2013 nach Region

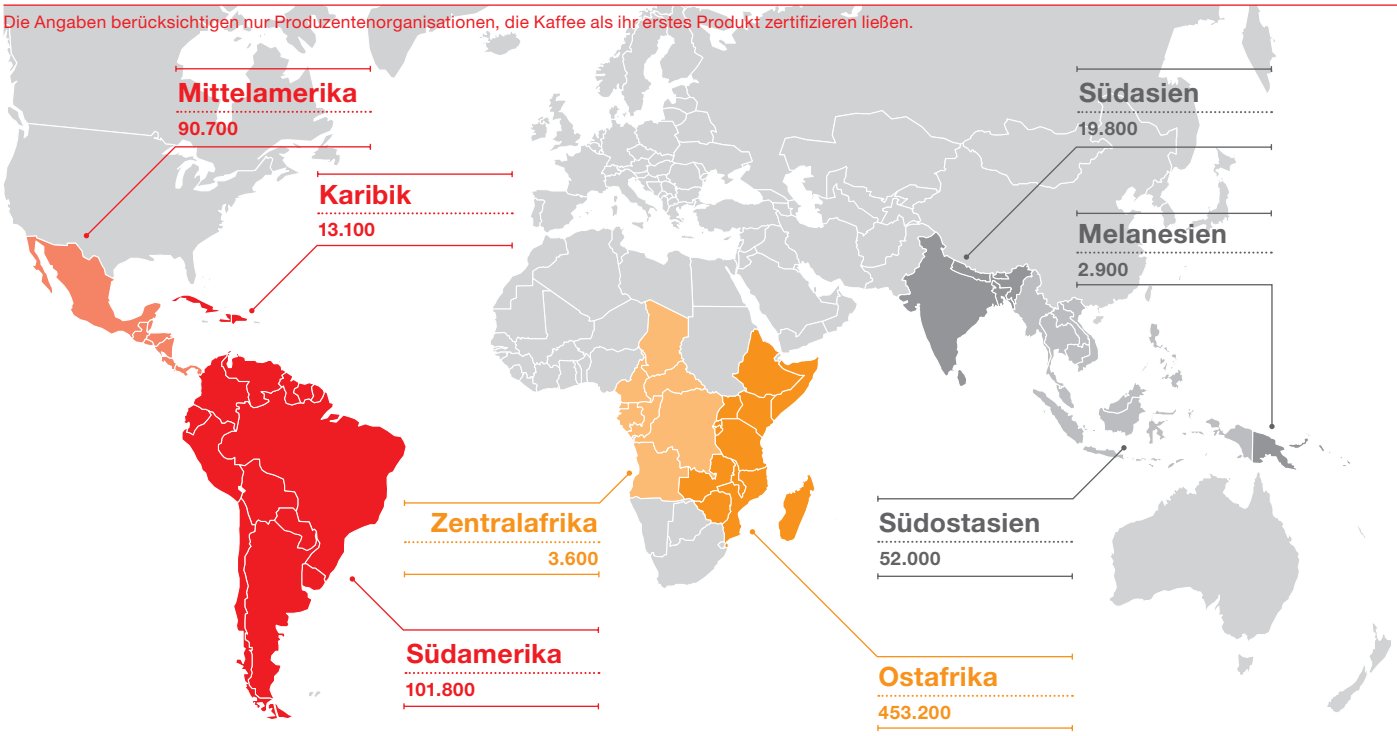


Lateinamerika und Karibik	Afrika und Mittlerer Osten	Asien und Ozeanien	Gesamt aller Regionen
320	80	39	439

GRAFIK 7.3

Fairtrade-Kaffee: Anzahl Kleinbauern 2013 nach Regionen

Die Angaben berücksichtigen nur Produzentenorganisationen, die Kaffee als ihr erstes Produkt zertifizieren ließen.



Lateinamerika und Karibik	Afrika und Mittlerer Osten	Asien und Ozeanien	Gesamt aller Regionen
205.600	456.800	74.700	737.100

TABELLE 7.1

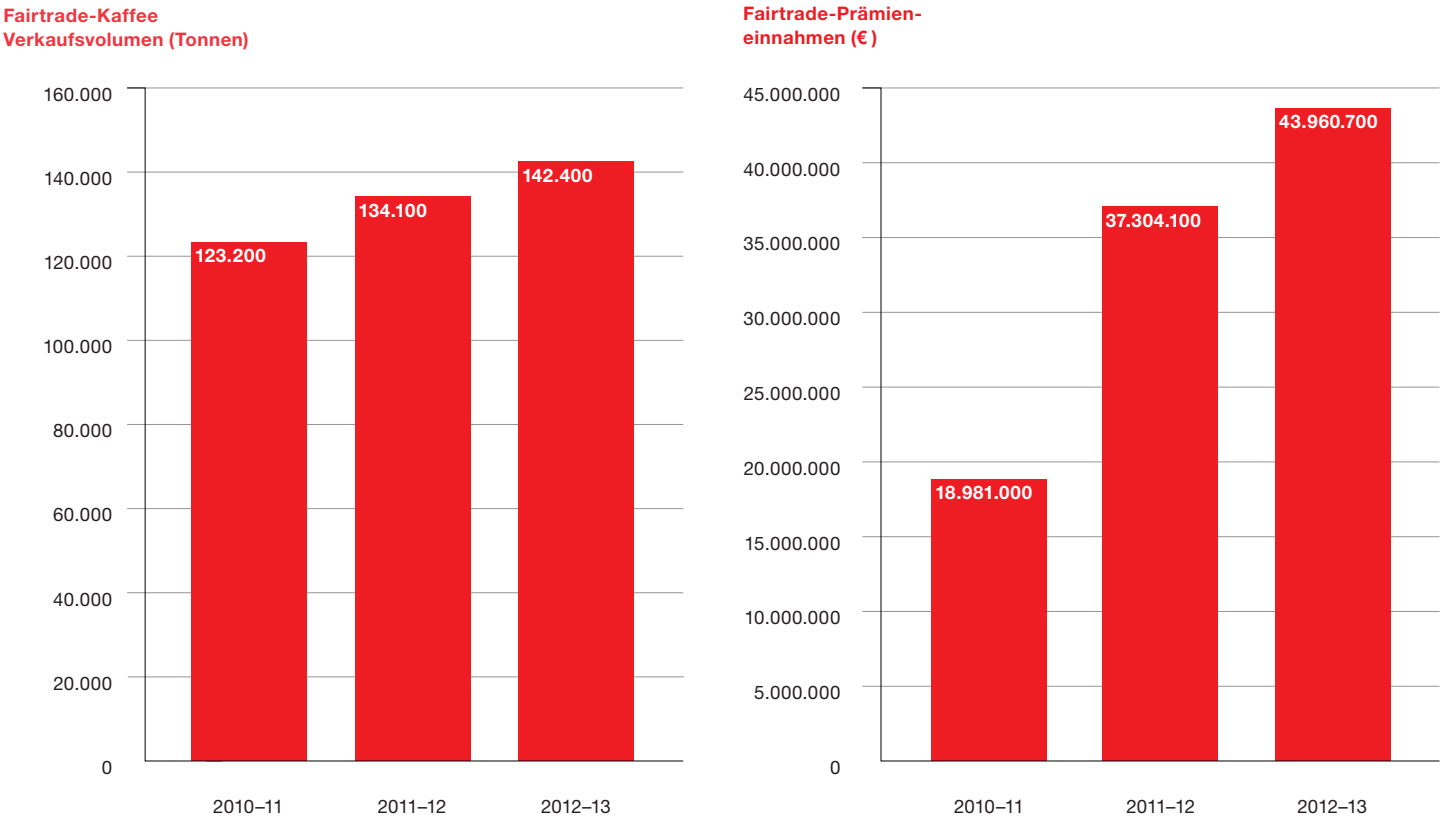
Fairtrade-Kaffee: Wichtigste Daten 2013 im Überblick

	2012–13	2011–12	Veränderung
Gesamtzahl Kleinbauern	737.100	660.700	12%
Anbaufläche für Fairtrade-Kaffee gesamt (in Hektar)	1.012.300	881.700	15%
Zertifizierbares Gesamtvolumen (in Tonnen)	473.600	398.800	19%
Bio- und Fairtrade-zertifizierbares Volumen (in Tonnen)	176.500	149.300	18%
Bio-Anteil am gesamten zertifizierbaren Volumen	37%	37%	
Fairtrade-Verkaufsvolumen gesamt (in Tonnen)	142.400	134.100	6%
Gesamtanteil des Kaffees, den im gesamten Berichtszeitraum Fairtrade-zertifizierte Organisationen zu Fairtrade-Konditionen verkaufen konnten (s. Hinweis)	31%	35%	
Fairtrade-Prämieneinnahmen gesamt (in €)	43.960.700	37.304.100	18%

Hinweis: Die Auswertung der Fairtrade-Absätze dargestellt anteilig an den Produktionsvolumen beinhaltet keine neu zertifizierten Organisationen, die noch nicht berechtigt waren, ihren Kaffee im Berichtszeitraum zu Fairtrade-Bedingungen zu verkaufen. Außerdem nicht enthalten sind Produzentenorganisationen, die keine Angaben zu ihren Gesamtproduktionsmengen oder ihren Fairtrade-Absätzen oder zu keinem der beiden gemacht haben.

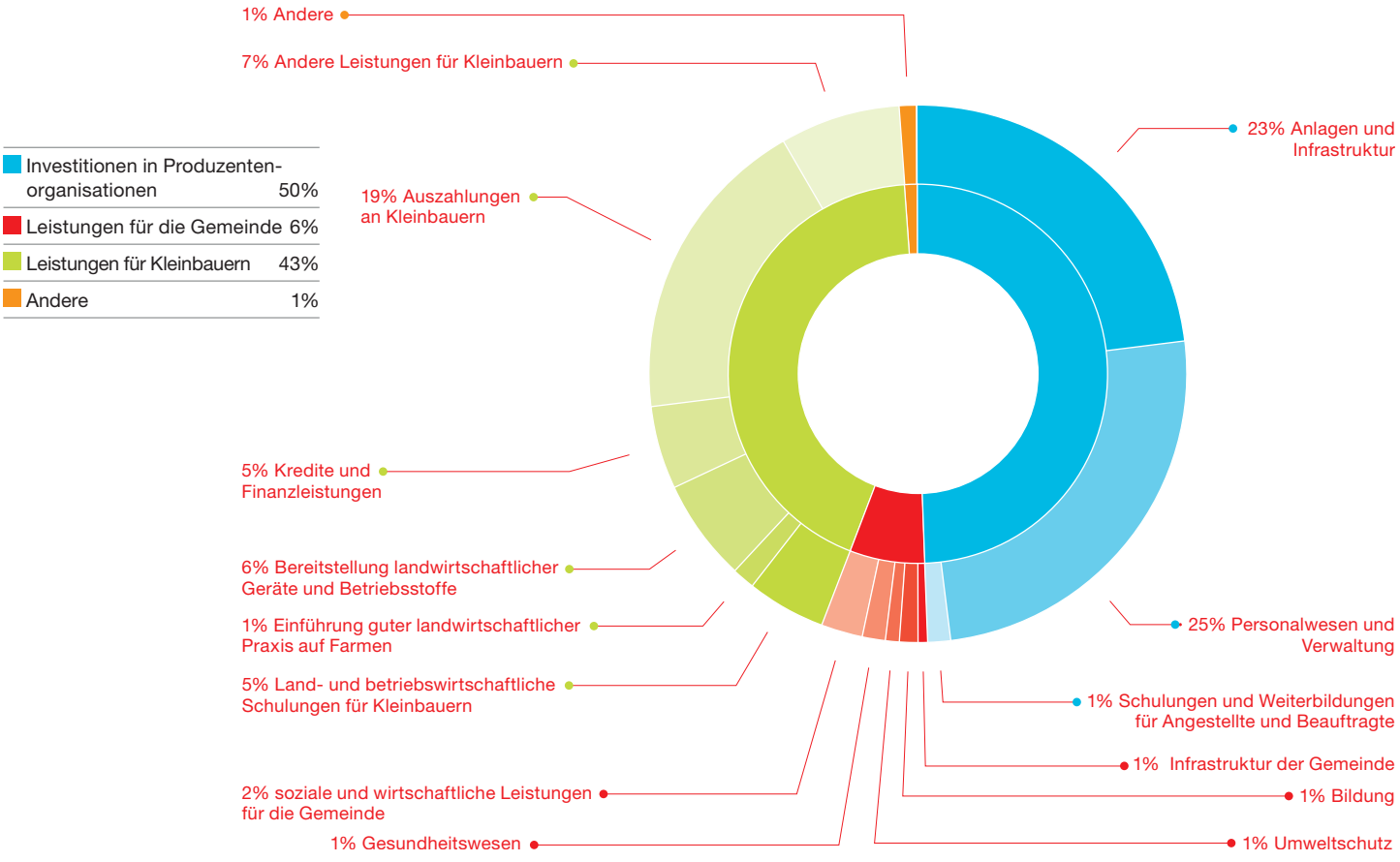
GRAFIK 7.4

Fairtrade-Kaffee: Fairtrade-Verkaufsvolumen und -Prämieneinnahmen 2010–2013

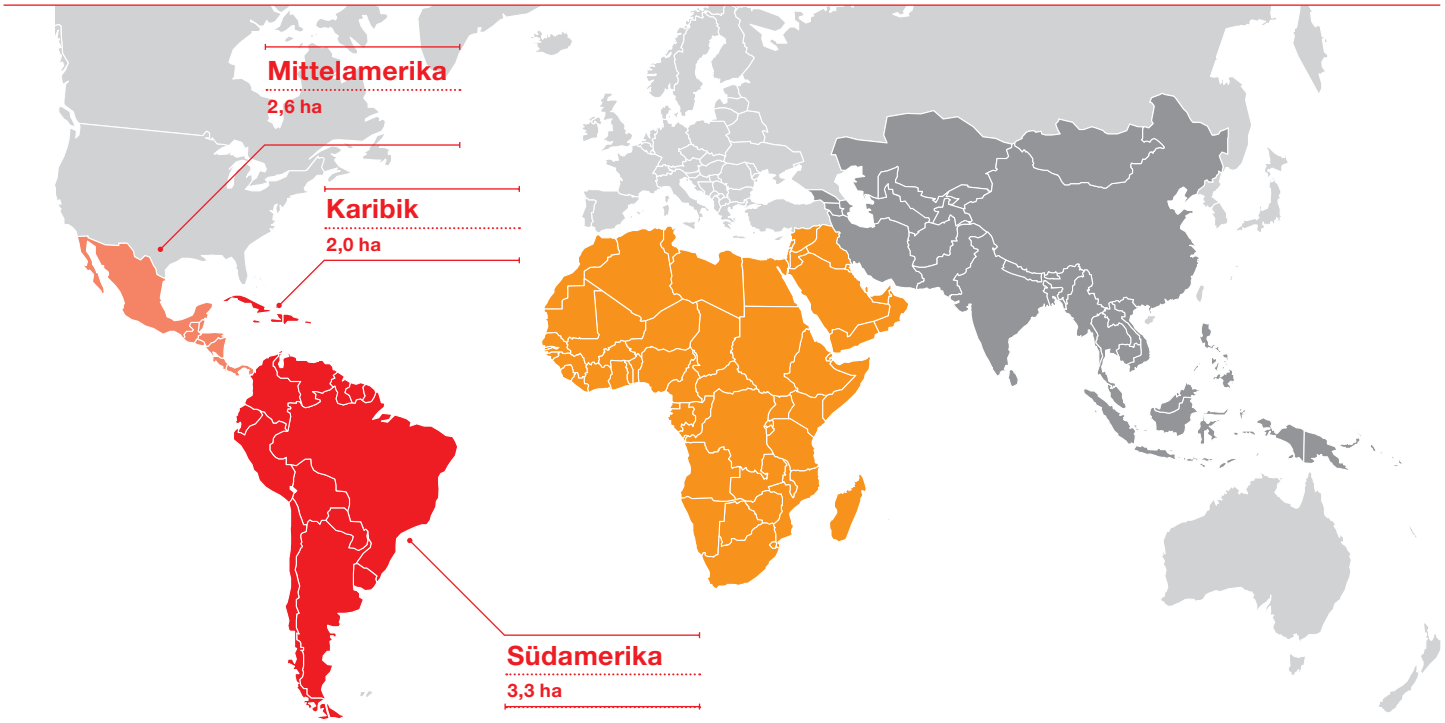


GRAFIK 7.5

Fairtrade-Kaffee: Verwendung der Fairtrade-Prämie 2012–13

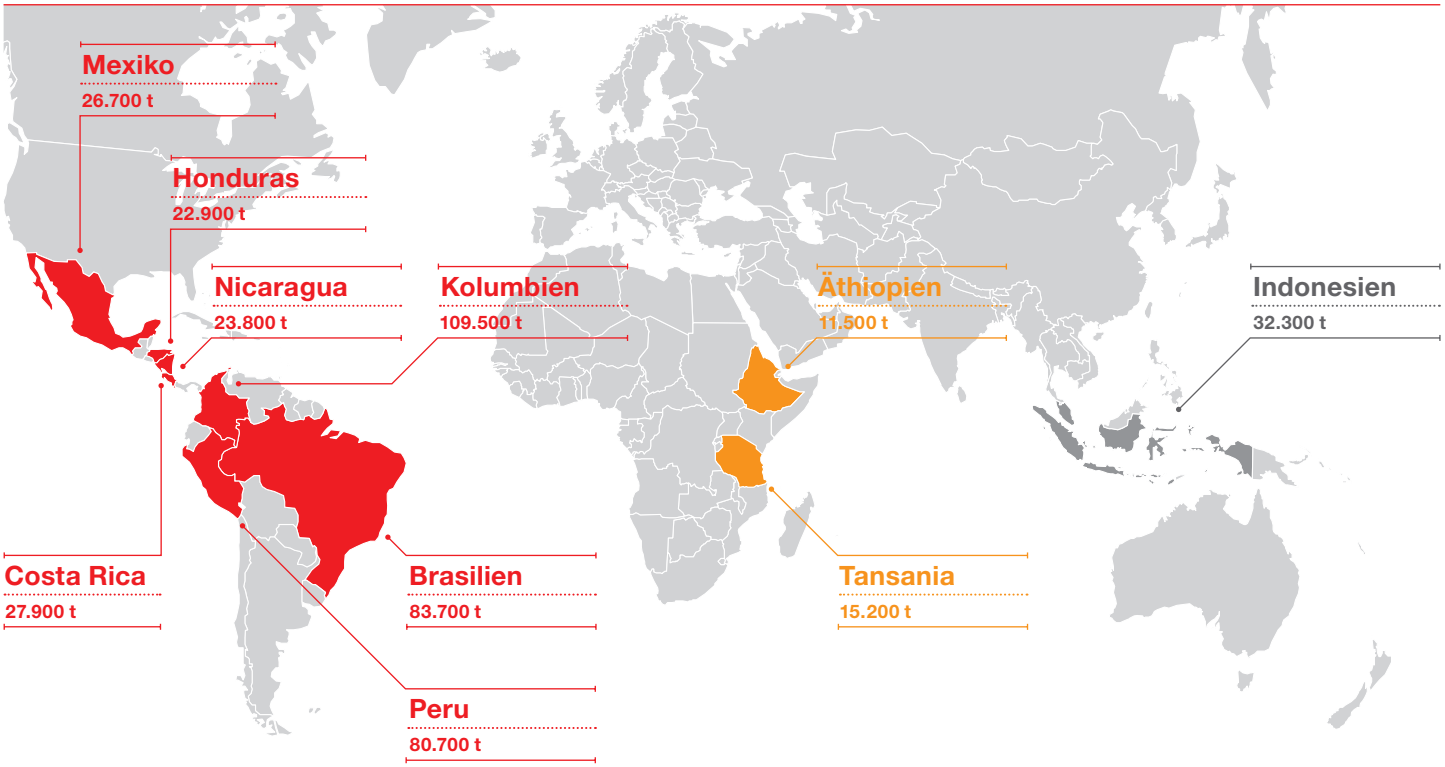


Durchschnittliche Kaffee-Anbauflächen pro Kleinbauer/-bäuerin 2013 (in Hektar)

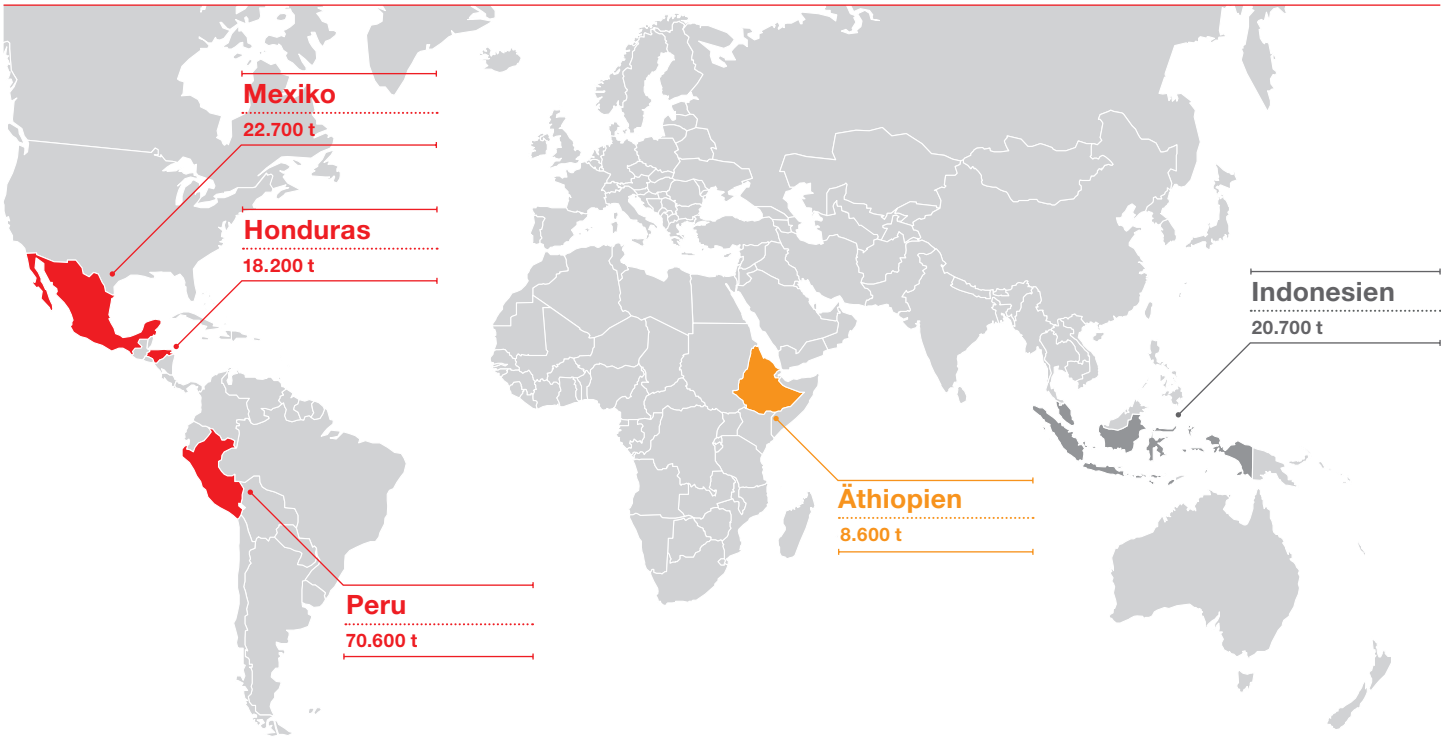


Lateinamerika und Karibik	Afrika und Mittlerer Osten	Asien und Ozeanien	Weltweit
2.9 ha	0.8 ha	1.0 ha	1.4 ha

Fairtrade-Produktionskapazitäten für Kaffee (in Tonnen): Top 10 Länder 2012–13



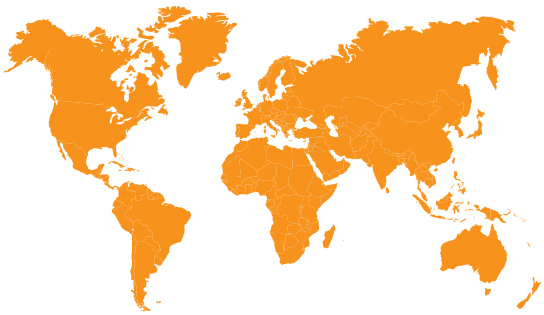
Fairtrade-Produktionskapazitäten für Bio-Kaffee (in Tonnen): Top 5 Länder 2012–13



FAIRTRADE-PRODUKTE IM FOKUS

BANANEN

113 BANANEN PRODUZENTENORGANISATIONEN



REPRÄSENTIEREN 27.000 MENSCHEN IN 11 LÄNDERN

ABSÄTZE VON FAIRTRADE-BANANEN STIEGEN UM 19%

FAIRTRADE PRODUZENTENORGANISATIONEN VERKAUFTEN ÜBER 60%

IHRER BANANEN ZU FAIRTRADE-BEDINGUNGEN

ANGESTELLTE AUF BANANENPLANTAGEN INVESTIERTEN 38%

IHRER FAIRTRADE-PRÄMIE IN DIE VERBESSERUNG VON ARBEITERUNTERKÜNFTEN

Zahlen und Fakten: Fairtrade-Bananen

- Zum Jahresende 2013 bauten 113 Produzentenorganisationen in 11 Ländern Fairtrade-Bananen an, 63 von ihnen waren Kleinbauernorganisationen und 50 Plantagen. Die meisten Fairtrade-Bananenproduzenten befinden sich in Kolumbien, der Dominikanischen Republik und Peru.
- Über 27.000 Menschen waren am Anbau von Fairtrade-Bananen beteiligt: als Mitglieder in Kleinbauernorganisationen oder als Beschäftigte auf Plantagen.
- Das Absatzvolumen von Fairtrade-Bananen stieg im Berichtsjahr um 19 Prozent, wobei Plantagen einen stärkeren Zuwachs verzeichneten als Kleinbauernorganisationen.
- Im Jahr 2013 erhielten Fairtrade-Bananenproduzenten über 17 Millionen Euro Prämieneinnahmen, das entspricht einer Steigerung von rund fünf Prozent gegenüber 2011–12. Etwa 15 Millionen Euro (oder 89 Prozent) dieser Einnahmen flossen an Produzentengruppen in der Dominikanischen Republik, Kolumbien, Peru und Ecuador.
- Bananenproduzenten, die während des gesamten Berichtszeitraums für Fairtrade-Verkäufe zugelassen waren, verkauften durchschnittlich 61 Prozent (Kleinbauernorganisationen) bzw. 65 Prozent (Plantagen) ihrer Ernteerträge als Fairtrade-Produkte.
- Im weltweiten Durchschnitt betreiben Kleinbauern ihren Bananenanbau auf einer Fläche von 1,8 Hektar. Regional reicht das Spektrum durchschnittlicher Anbauflächen von weniger als einem Hektar in Peru und den Winward Islands bis zu mehr als vier Hektar in der Dominikanischen Republik und über sechs Hektar in Ecuador.
- Wie bereits im Vorjahr machten auch 2013 der niedrige Dollar-Kurs und Klimaschwankungen einschließlich der damit einhergehenden Schädlinge und Krankheiten den Bananenproduzenten in Lateinamerika zu schaffen. Dürreperioden bedrohten die Dominikanische Republik, während Peru vom Schädling „Thripse“ heimgesucht wurde und Verluste bei exportfähigen Bio-Bananen hinnehmen musste.
- Die Bananenbauern entschieden sich, gut die Hälfte ihrer Fairtrade-Prämie in ihre Organisationen zu investieren, etwas weniger als im Vorjahr. Sie gaben 36 Prozent der Prämie für eine Reihe Direktleistungen an Bauern aus, sieben Prozent davon für Geräte und Ausrüstung für die Mitglieder der Organisation. Weitere elf Prozent finanzierten Projekte und Angebote für die Gemeinde.
- Angestellte auf Bananenplantagen investierten 38 Prozent ihrer Fairtrade-Prämie in die Verbesserung von Arbeiterunterkünften, dies hatte insbesondere eine klare Priorität für Arbeitskräfte in Kolumbien. Von hoher Bedeutung waren außerdem Zuschüsse für Bildungsmaßnahmen für Arbeitskräfte und ihre Kinder, wie Zahlung von Schulgebühren, Stipendien und Bücher.

Foto: Seloni Doctor, 27, sortiert Bananen in BANELINO's Tierra Fria Verpackungsanlage in der Dominikanischen Republik. © James Rodriguez

PRODUZENTEN BERICHT

Bananenbauern reagieren auf neue Schädlingsplagen

Im Jahr 2013 vernichtete ein massiver Thripse-Ausbruch, ausgelöst durch unbeständige Witterung, einer Folge des Klimawandels, die Ernten der Bananenbauern von Suliana in Peru.

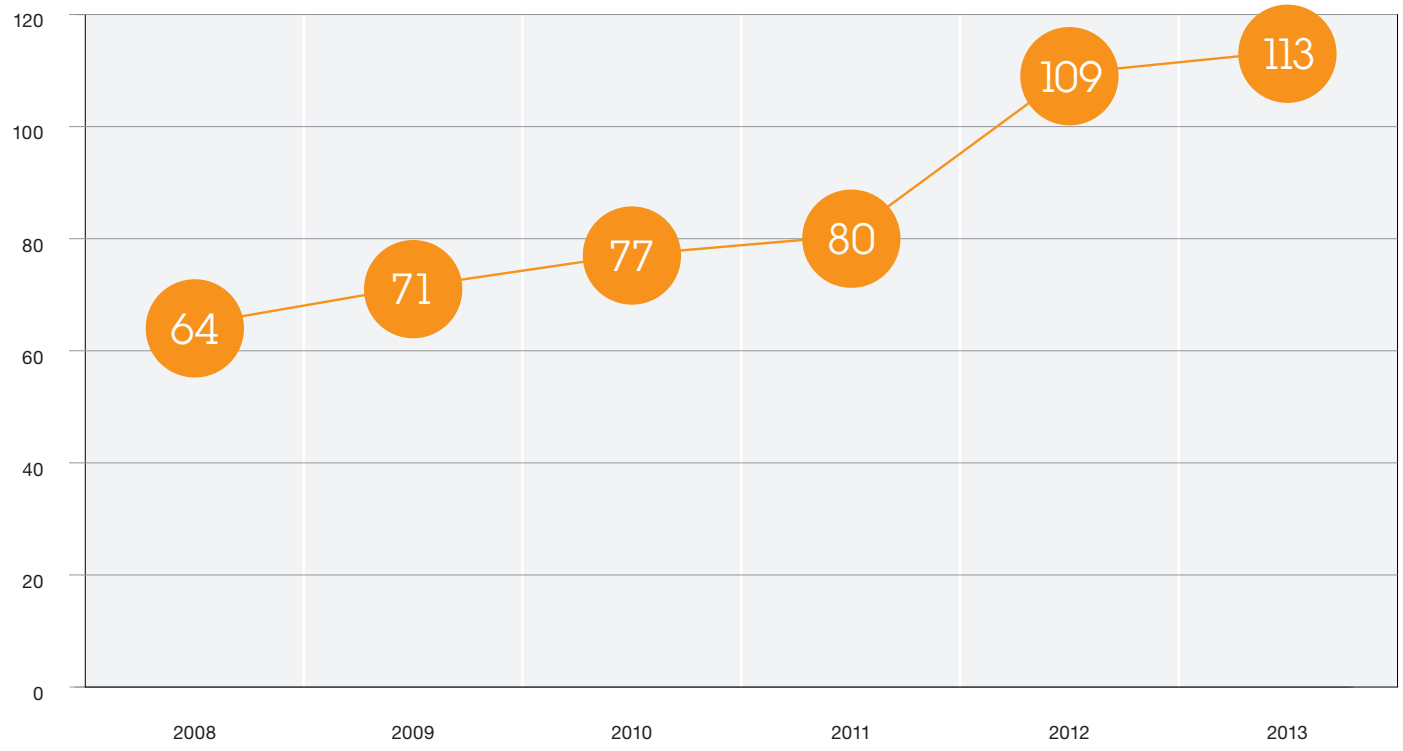
Dank der Unterstützung der deutschen Einzelhandelskette Kaufland hilft Fairtrade mehr als 200 Bäuerinnen und Bauern der Association of Small Organic Producers aus Querecotillo (APOQ) Maßnahmen vor Ort zur Anpassung ihrer Felder zu ergreifen, z.B. Bodenschutzmaßnahmen, integrierte Schädlingsbekämpfung und mehr.

Lesen Sie mehr unter: *http://bit.ly/1FEb0oy*
(Englische Version: http://bit.ly/1Aj6UCT)

GRAFIK 7.6

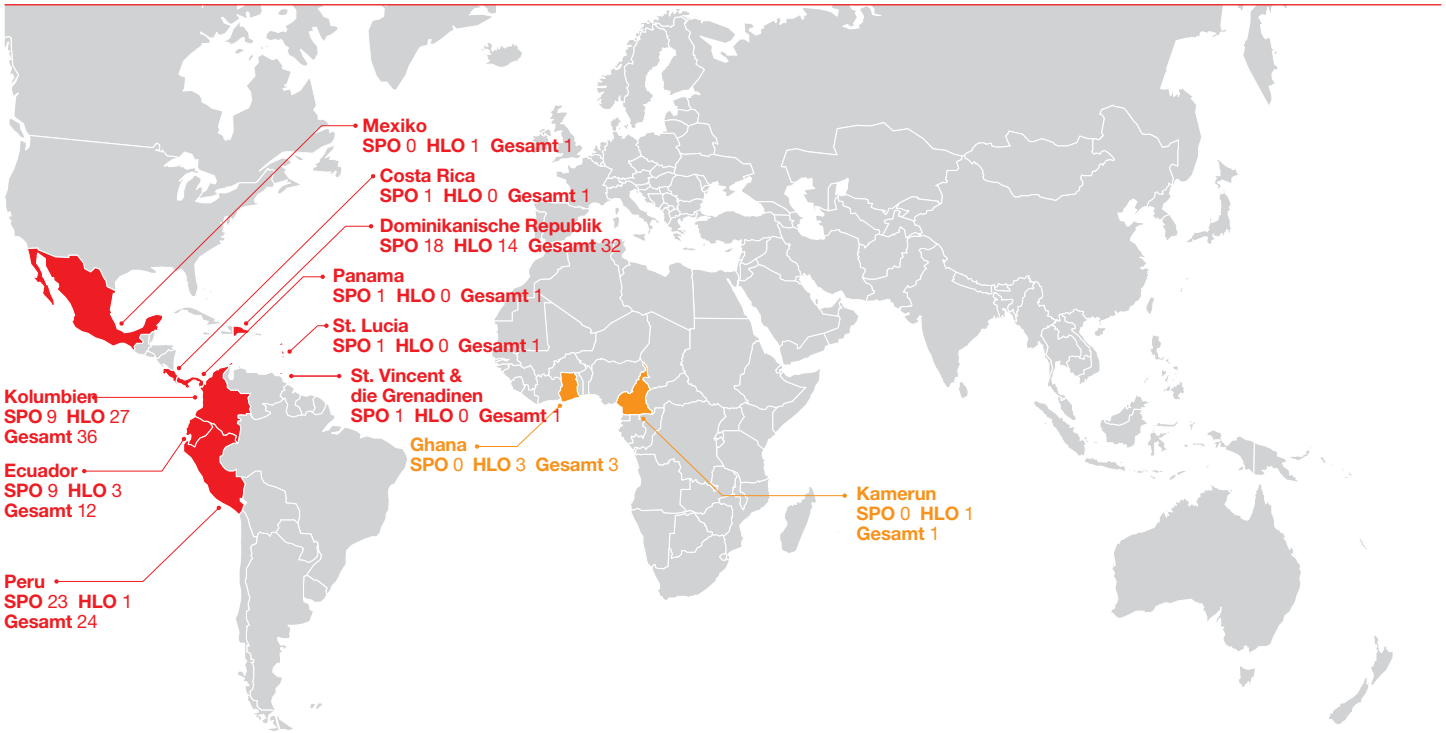
Fairtrade-Bananen: Fairtrade-zertifizierte Produzentenorganisationen 2008–2013

Anzahl der Produzentenorganisationen
mit Fairtrade-Zertifizierung für Bananen



GRAFIK 7.7

Fairtrade-Bananen: Produzentenorganisationen mit Fairtrade-zertifizierten Bananen 2013 nach Region



SPO Kleinbauernorganisationen (Small Producer Organization)
HLO Plantagen/Farmen mit Lohnarbeitskräften (Hired Labour Organization)

Lateinamerika und Karibik
SPO 63 **HLO** 46 **Gesamt** 109

Afrika und Mittlerer Osten
SPO 0 **HLO** 4 **Gesamt** 4

Gesamt aller Regionen
SPO 63 **HLO** 50 **Gesamt** 113

GRAFIK 7.8

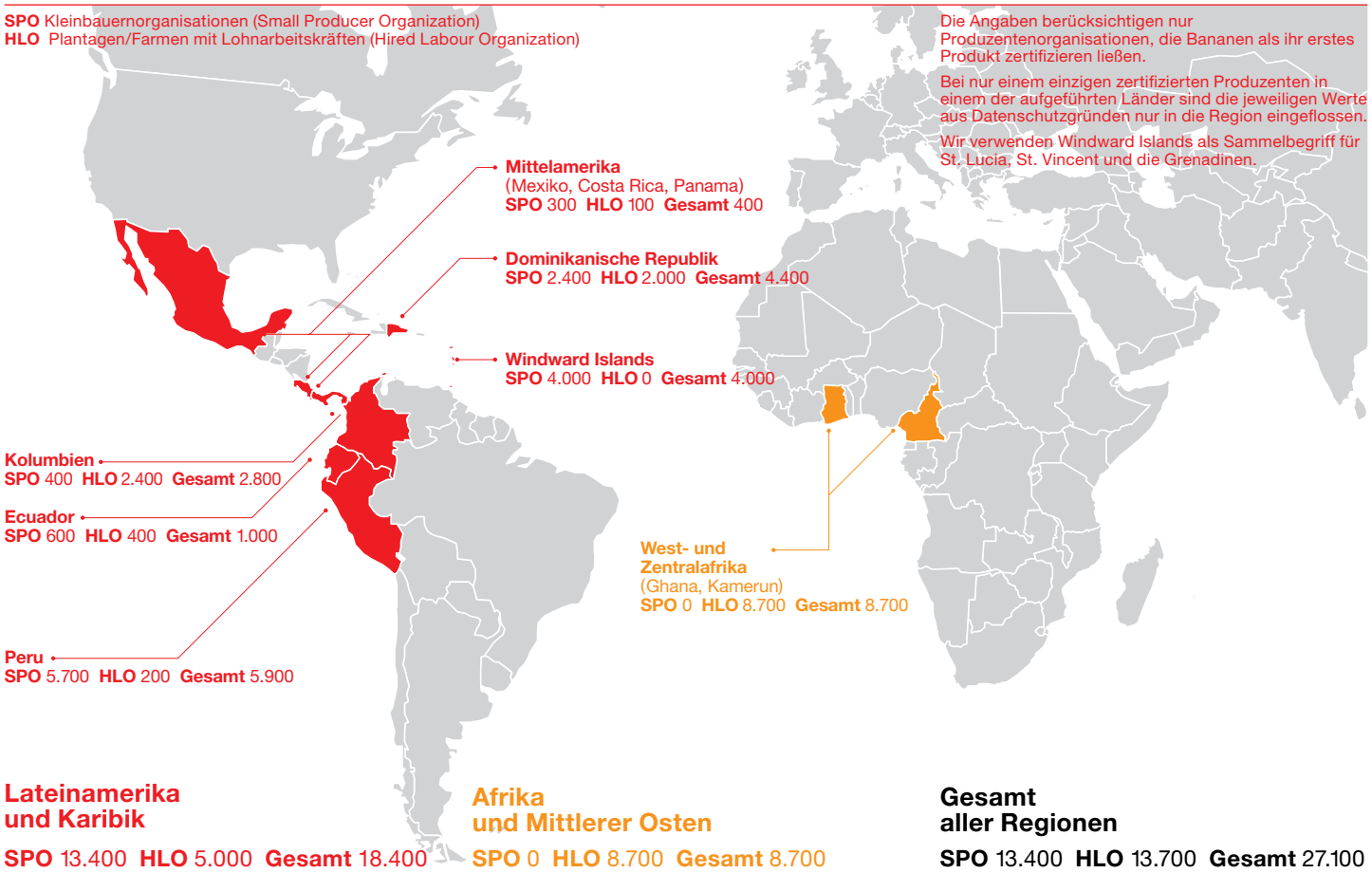
Fairtrade-Bananen: Verteilung Kleinbauern und Lohnarbeitskräfte 2013 nach Regionen

SPO Kleinbauernorganisationen (Small Producer Organization)
HLO Plantagen/Farmen mit Lohnarbeitskräften (Hired Labour Organization)

Die Angaben berücksichtigen nur Produzentenorganisationen, die Bananen als ihr erstes Produkt zertifizieren ließen.

Bei nur einem einzigen zertifizierten Produzenten in einem der aufgeführten Länder sind die jeweiligen Werte aus Datenschutzgründen nur in die Region eingeflossen.

Wir verwenden Windward Islands als Sammelbegriff für St. Lucia, St. Vincent und die Grenadinen.



Lateinamerika und Karibik
SPO 13.400 **HLO** 5.000 **Gesamt** 18.400

Afrika und Mittlerer Osten
SPO 0 **HLO** 8.700 **Gesamt** 8.700

Gesamt aller Regionen
SPO 13.400 **HLO** 13.700 **Gesamt** 27.100

TABELLE 7.2

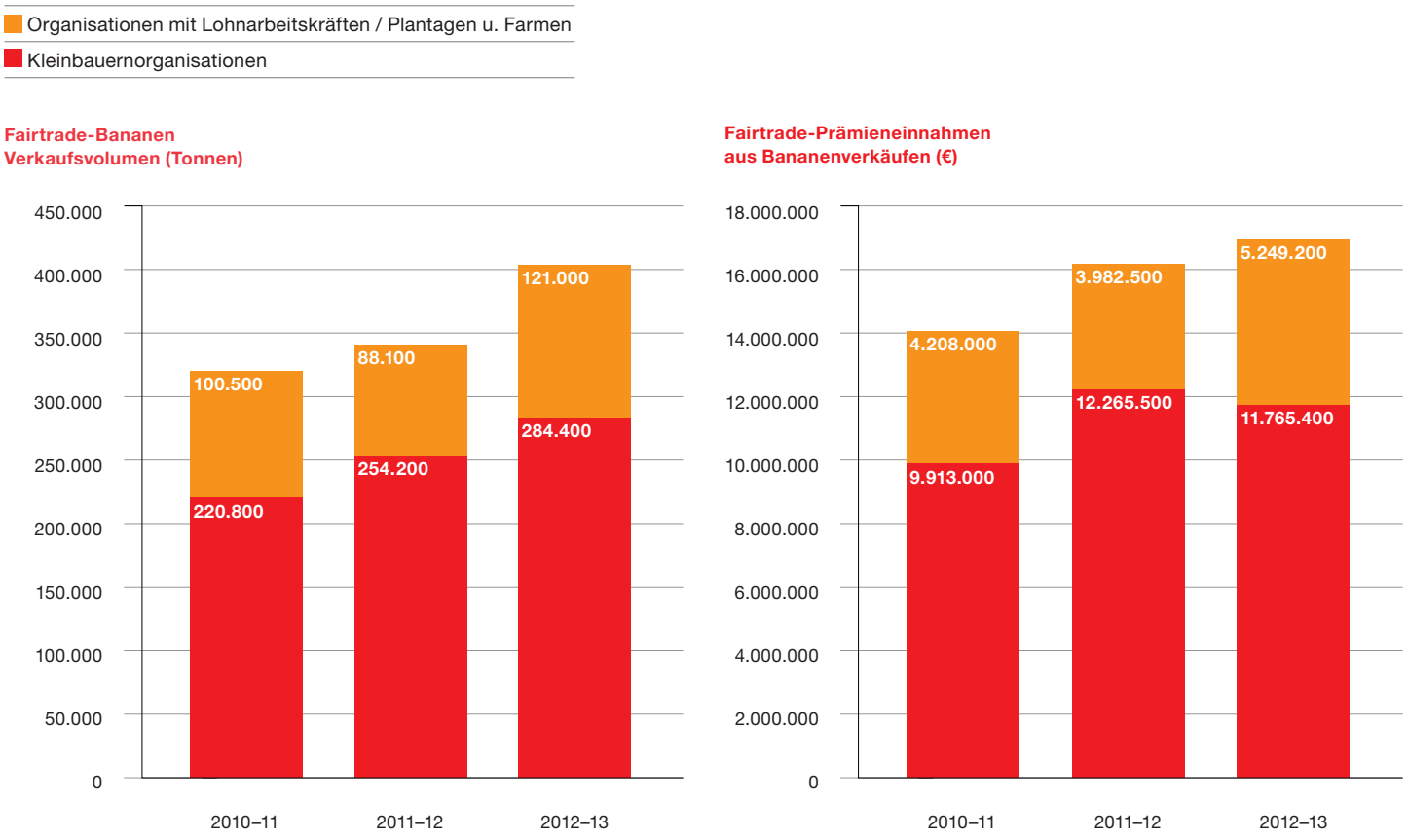
Fairtrade-Bananen: Wichtigste Daten 2013 im Überblick

	2012–13	2011–12	Veränderung
Gesamtzahl Kleinbauern und Arbeitskräfte	27.100	24.500	11%
Anbaufläche für Fairtrade-Bananen gesamt (in Hektar)	38.700	33.000	17%
Zertifizierbares Gesamtvolumen (in Tonnen)	793.800	623.200	27%
Bio und Fairtrade-zertifizierbares Volumen (in Tonnen)	291.800	290.800	0%
Bio-Anteil am gesamten zertifizierbaren Volumen	37%	47%	
Fairtrade-Verkaufsvolumen gesamt (in Tonnen)	406.000	342.300	19%
Gesamtanteil der Bananen, den im gesamten Berichtszeitraum Fairtrade-zertifizierte Organisationen zu Fairtrade-Konditionen verkaufen konnten (s. Hinweis)	62% (SPO)/69% (HL)	61% (SPO)/65% (HL)	
Fairtrade-Prämieneinnahmen gesamt (in €)	17.014.600	16.248.000	5%

Hinweis: Die Auswertung der Fairtrade-Absätze dargestellt anteilig an den Produktionsvolumen beinhaltet keine neu zertifizierten Organisationen, die noch nicht berechtigt waren, ihre Bananen im Berichtszeitraum zu Fairtrade-Bedingungen zu verkaufen. Außerdem nicht enthalten sind Produzentenorganisationen, die keine Angaben zu ihren Gesamtproduktionsmengen oder ihren Fairtrade-Absätzen oder zu keinem der beiden gemacht haben.

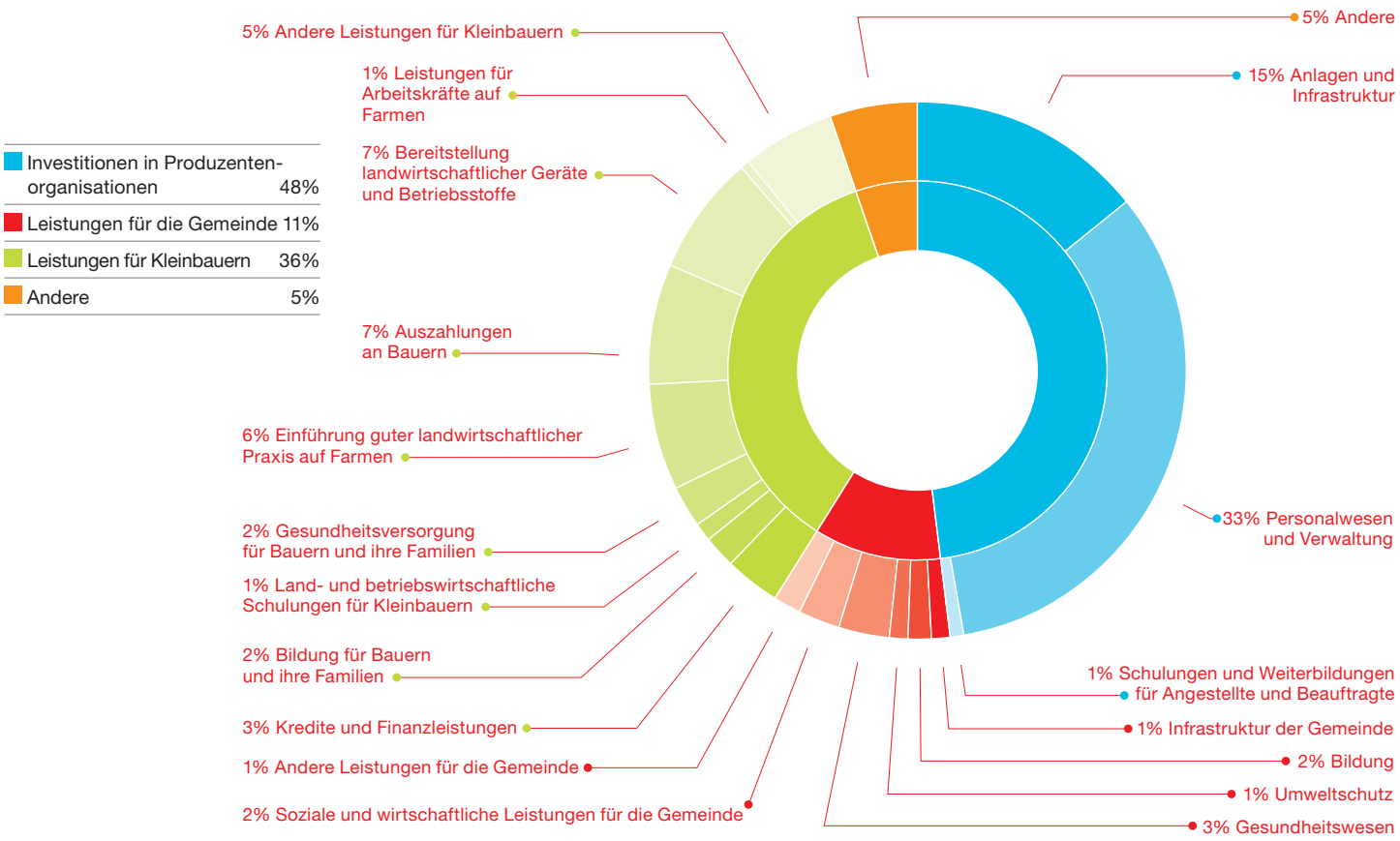
GRAFIK 7.9

Fairtrade-Bananen: Fairtrade-Verkaufsvolumen und -Prämieneinnahmen 2010–2013



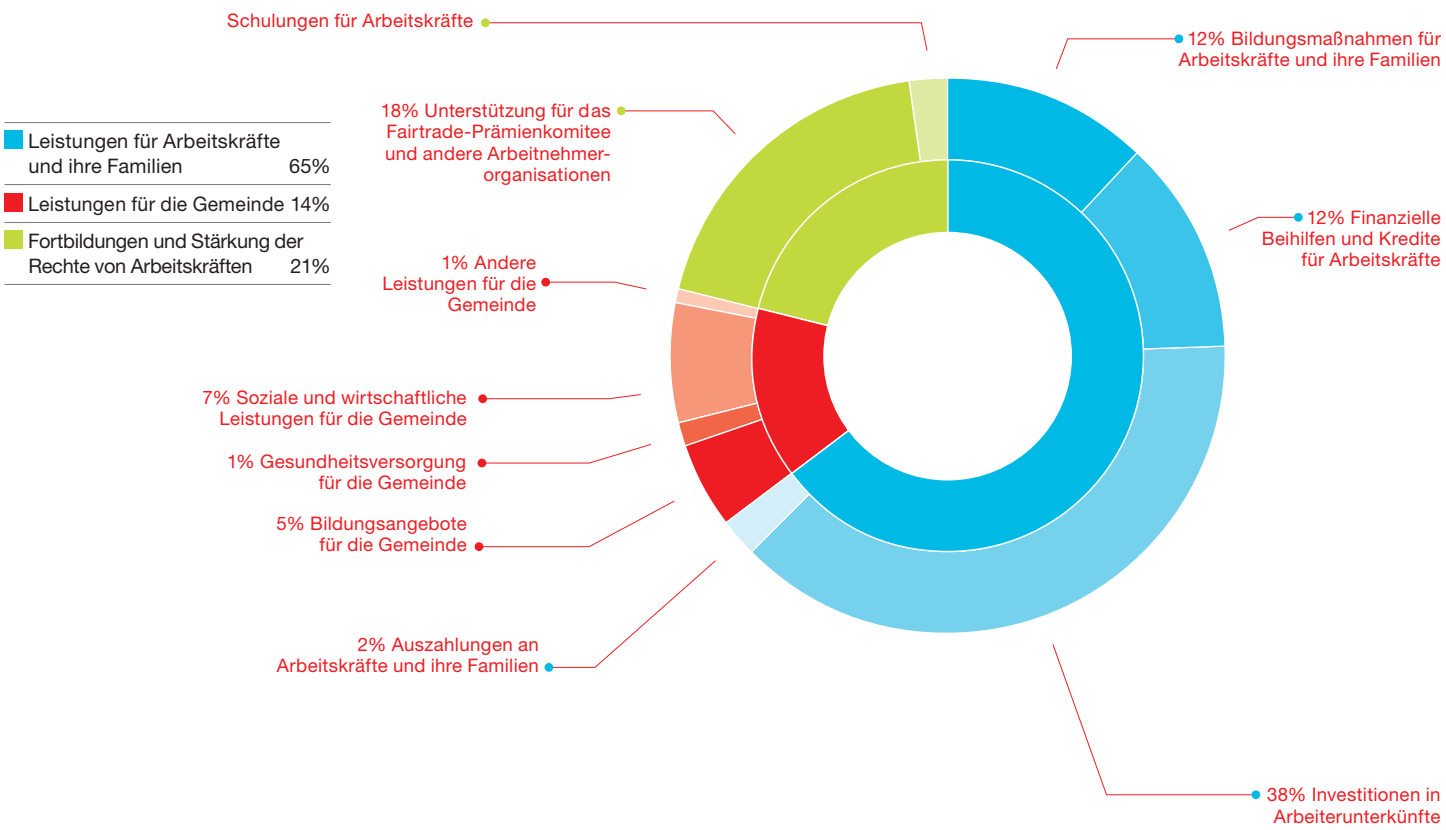
GRAFIK 7.10A

Fairtrade-Bananen: Verwendung der Fairtrade-Prämie für Kleinbauernorganisationen 2012–13



GRAFIK 7.10B

Fairtrade-Bananen: Verwendung der Fairtrade-Prämie in Organisationen mit lohnabhängig Beschäftigten 2012–13



Durchschnittliche Anbauflächen für Bananen pro Kleinbauer/-bäuerin 2013 (in Hektar)

Fairtrade-Bananen: Top 4 Länder nach Verkaufsvolumen 2012–13 (in Tonnen)

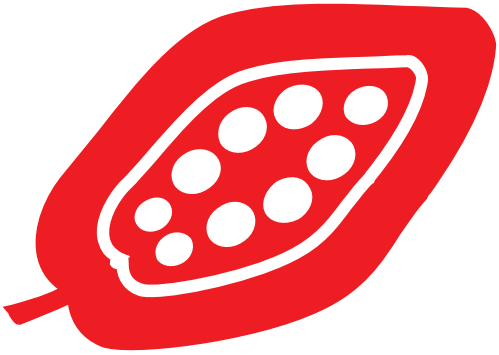
Fairtrade-zertifizierte Bio-Bananen: Top 3 Länder nach Produktionskapazitäten 2012–13 (in Tonnen)

Fairtrade-Bananen: Top 4 Länder nach Prämieneinnahmen 2012-13 (€)

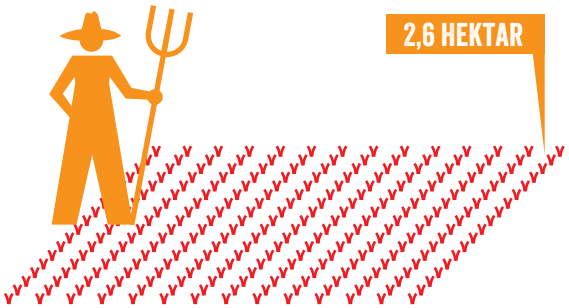
FAIRTRADE-PRODUKTE IM FOKUS

KAKAO

INSGESAMT
176.600
KLEINBAUERN WELTWEIT PRODUZIEREN
FAIRTRADE-KAKAO



DIE DURCHSCHNITTLICHE
KAKAO-ANBAUFLÄCHE
VON FAIRTRADE-BAUERN
BETRÄGT
2,6 HEKTAR



130
PRODUZENTENORGANISATIONEN FÜR
KAKAO
IN 20 LÄNDERN SIND
FAIRTRADE-ZERTIFIZIERT

KAKAOPRODUZENTEN INVESTIEREN

46%

IHRER FAIRTRADE-PRÄMIE

IN DIE STEIGERUNG

IHRER PRODUKTIVITÄT UND PRODUKTQUALITÄT

2012–13 ERHIELTEN KAKAOPRODUZENTEN

€9,8 MILLIONEN

FAIRTRADE-PRÄMIE

Zahlen und Fakten: Fairtrade-Kakao

- Zum Jahresende 2013 verfügten 130 Kleinbauernorganisationen in 20 Ländern über eine Fairtrade-Zertifizierung für Kakao, in denen sich 176.600 Kleinbauern organisiert hatten. Ein leichter Anstieg im Vergleich zu 2012 mit 122 Organisationen.
- Die Beitritte von Organisationen an der Elfenbeinküste schwächten ab, während sich die Zahlen von Fairtrade-zertifizierten Organisationen in Ghana und Sierra Leone erhöhten.
- Insgesamt blieb die Menge des Fairtrade-zertifizierbaren Kakaos konstant bei knapp über 176.000 Tonnen, nachdem sie in den Jahren 2011 und 2012 steil gestiegen war, als viele neue Organisationen ihre Zertifizierung erhielten. Fast 40.000 Tonnen des von Fairtrade-Produzenten erzeugten Kakaos trugen außerdem das Bio-Siegel.
- Die gemeldeten Absatzvolumen für Fairtrade-Kakao im Berichtsjahr sanken auf 60.400 Tonnen. Die Differenz der Verkaufsmengen in den beiden letzten Jahren liegt an dem Abverkauf von gut 6.000 Tonnen Kakao aus der Elfenbeinküste, der genau am Ende des Jahres 2012 getätigt wurde und entsprechend in die Daten des Jahres einging, während jedoch der Kakao erst 2013 auf den Markt gelangte. Wenn wir die Verkaufszahlen zwischen den beiden Jahren glätten, zeigt sich, dass die Abverkäufe von Fairtrade-Kakao 2013 relativ stabil geblieben sind nach der vorangegangenen Phase rapider Steigerungen.
- Kakaoproduzenten, die während des gesamten Berichtszeitraums für Fairtrade-Verkäufe zugelassen waren, verkauften durchschnittlich 41 Prozent ihrer Ernteerträge als Fairtrade-Produkte.
- Ende 2013 betrugen die Produktionskapazitäten zertifizierbaren Fairtrade-Kakaos aus der Elfenbeinküste mehr als doppelt so viel wie die in Ghana produzierten Mengen, was die Elfenbeinküste mit Abstand zum bedeutendsten Herkunftsland für Fairtrade-Kakao macht. Dennoch war es besonders schwierig für Produzenten

Foto: Norbert Boni Koikoi, Mitglied der Fairtrade-zertifizierten Kooperative CANN an der Elfenbeinküste, wirft frisch geerntete Kakaoschoten in seinen Korb. © Éric St-Pierre

aus Elfenbeinküste, Marktzugänge für ihren zertifizierten Kakao aufzutun: Sie konnten nur 20 Prozent ihrer Ernten zu Fairtrade-Bedingungen verkaufen.

- Fairtrade ist bewusst, dass Kakaobauern zusätzliche Optionen benötigen, um ihren Kakao zu Fairtrade-Bedingungen zu verkaufen und hat deshalb einen neuen Beschaffungsweg für Kakao entwickelt, der es Unternehmen ermöglicht, Fairtrade-Kakao flexibler zu beschaffen und einzusetzen. Weitere Informationen über das Fairtrade-Programm für Kakao erhalten Sie unter www.fairtrade-deutschland.de/programm
- Im weltweiten Durchschnitt bearbeiten Kakaobauern Flächen von 2,6 Hektar. Die Anbauflächen in Westafrika und in Südamerika sind in etwa gleich groß.
- Im Zeitraum 2012–13 erhielten Produzentenorganisationen Fairtrade-Prämieneinnahmen von mehr als 9,8 Millionen Euro für ihren Kakao.
- Wie auch bei anderen Produkten wird die Fairtrade-Prämie für Kakao hauptsächlich verwendet, um Produzentenorganisationen und Bauern in der Stärkung ihrer Betriebe und Lebenssituation zu unterstützen. Im Berichtsjahr 2012–13 flossen 50 Prozent der Fairtrade-Prämie in die Stärkung von Produzentenorganisationen. Davon wurden 31 Prozent für Gemeinschaftseinrichtungen und Infrastruktur, vor allem für den Bau von Lagergebäuden für den geernteten Kakao und Lagerstätten für Betriebsmittel, für die Anschaffung gemeinsam genutzter Fahrzeuge zum Einbringen und Transport der Ernten, für die Entwicklung verbesserter Trocknungsanlagen und für den Aufbau von Baumschulen zur Zucht neuer Kakaobäume verwendet.
- Diese Investitionen sorgen für eine gute Bewirtschaftung, Lagerung und Verarbeitung des Kakaos, der Schlüssel zu einer hohen Qualität und geringeren Verlusten, wodurch letztlich Absätze und Einkommen steigen. Die Gemeinschaftseinrichtungen und Angebote bilden eine wichtige und hoch geschätzte Unterstützung für die Bauern in den Kooperativen, die sich solche Investitionen alleine nicht leisten könnten.
- Zu 42 Prozent finanzierte die Fairtrade-Prämie Leistungen an Bauern in Kleinbauernorganisationen, u.a. landwirtschaftliche Geräte und Betriebsstoffe, Fortbildungen, Kredite und Direktzahlungen. Zumeist bestehen die für Bauern bereitgestellten Geräte und Betriebsstoffe aus Macheten zur Ernte des Kakaos, Pestiziden und Spritzgeräten, Gummistiefeln und Gartenscheren zur besseren Baumpflege. Zu den Fortbildungen gehörten Beratungsdienste für Bauern und die Einführung guter landwirtschaftlicher Praxis (GAP) auf Farmen. Bauern erhielten Schulungen zur Produktivitäts- und Qualitätssteigerung, nachhaltiger Forstwirtschaft, Schädlingskontrolle, Schutz von Minderjährigen und Umweltschutz.
- Die Fairtrade-Prämie wurde in 23 Prozent aller Fälle direkt an Kakao-Bauern ausgezahlt. In einigen Fällen nutzten die Organisationen diese Zusatzzahlungen, um die jeweilige Qualität des Kakaos zu honorieren, die die einzelnen Bauern produzieren. Sie wird außerdem verwendet, um einen Anreiz für höhere Produktivität und mehr Loyalität der Mitglieder gegenüber der Kooperative zu geben, so dass Bauern, die mehr Kakao für die Organisation produzieren und über diese verkaufen, einen höheren Bonus aus der Fairtrade-Prämie erhalten. Die wichtige Bedeutung von Direktzahlungen an Bauern verdeutlicht außerdem die große Armut unter Kakaobauern aus Westafrika.
- Seit Oktober 2012 werden Produzentenorganisationen für Kakao dazu angehalten, mindestens 25 Prozent ihrer Fairtrade-Prämieneinnahmen in Aktivitäten zu investieren, die die Produktivität der Farmen ihrer Mitglieder und die Qualität ihres Kakaos verbessern. Im Berichtsjahr 2012–13 gaben Fairtrade-Kakaoorganisationen gemäß unserer Berechnungen rund 46 Prozent ihrer Fairtrade-Prämie für Projekte zur Verbesserung von Produktivität und Qualität ihres Kakaos aus. Davon flossen 15 Prozent in Verbesserungen von Farmen, wie Fortbildungen für Bauern oder Geräte und Betriebsstoffe, 31 Prozent für Gemeinschaftseinrichtungen und Infrastruktur ausgegeben wurden.

PRODUZENTEN BERICHT

Fairtrade-Kakao vom Pazifik

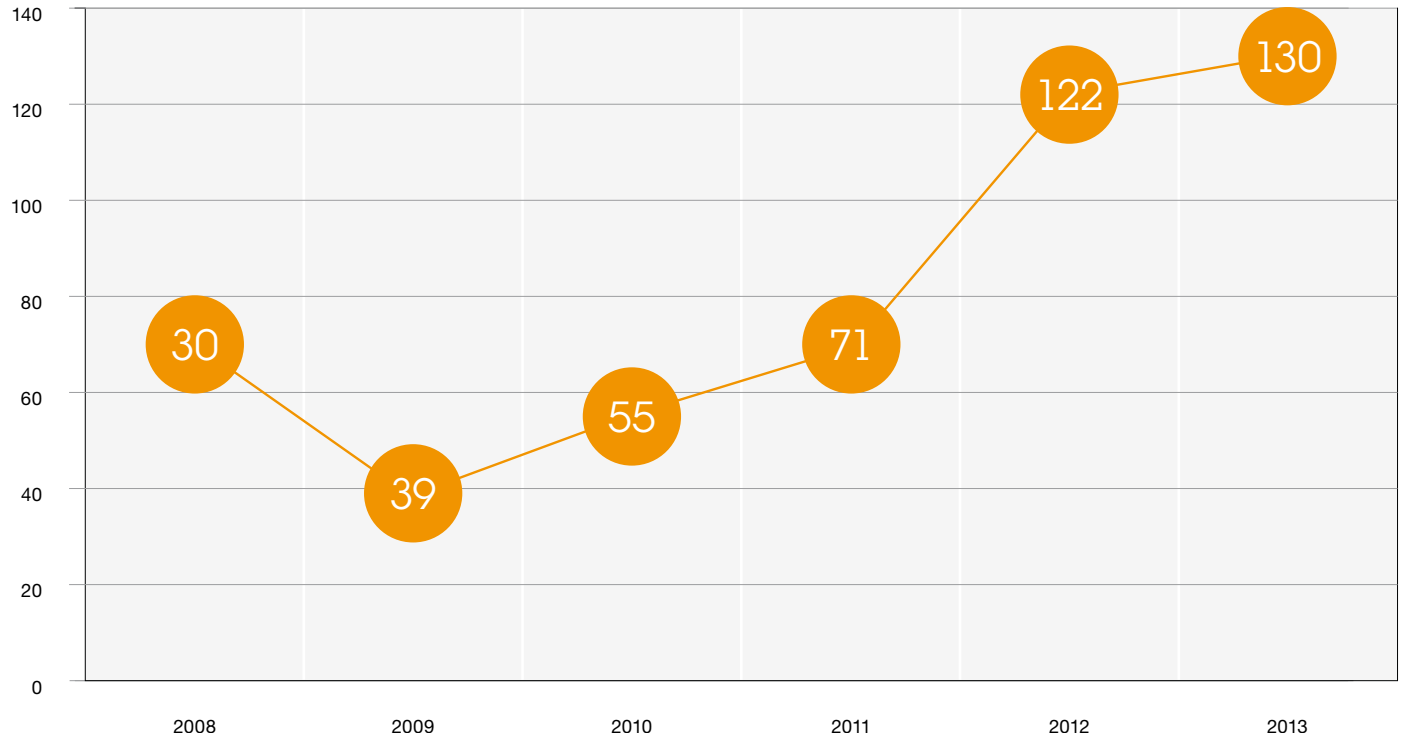
Fairtrade-Kakao muss auf der Südhalbkugel nicht mehr ganz so weit reisen, Dank der Zertifizierung des Club 3.000, einer Gruppe aus 629 Kakaobauern in Papua-Neuguinea. Die Bauern planen in ihrem ersten Jahr mit Fairtrade 120 Tonnen zertifizierten Kakao zu produzieren, der zur weiteren Verarbeitung nach Australien gehen wird. Die Erlöse daraus werden zusätzlich zum Verkaufspreis 24.000 US-Dollar Fairtrade-Prämie generieren, die die Produzenten in Grundschulen vor Ort und die Wiederaufstockung von brach liegenden medizinischen Stationen in der abgelegenen Region mit Arzneimitteln investieren wollen. Die Bauern kümmern sich um langfristige Verbesserungen, indem sie Geschäftsbeziehungen mit Käufern aus der Region aufbauen.

Lesen Sie mehr in englischer Sprache unter: *http://bit.ly/13fQIFl*

GRAFIK 7.11

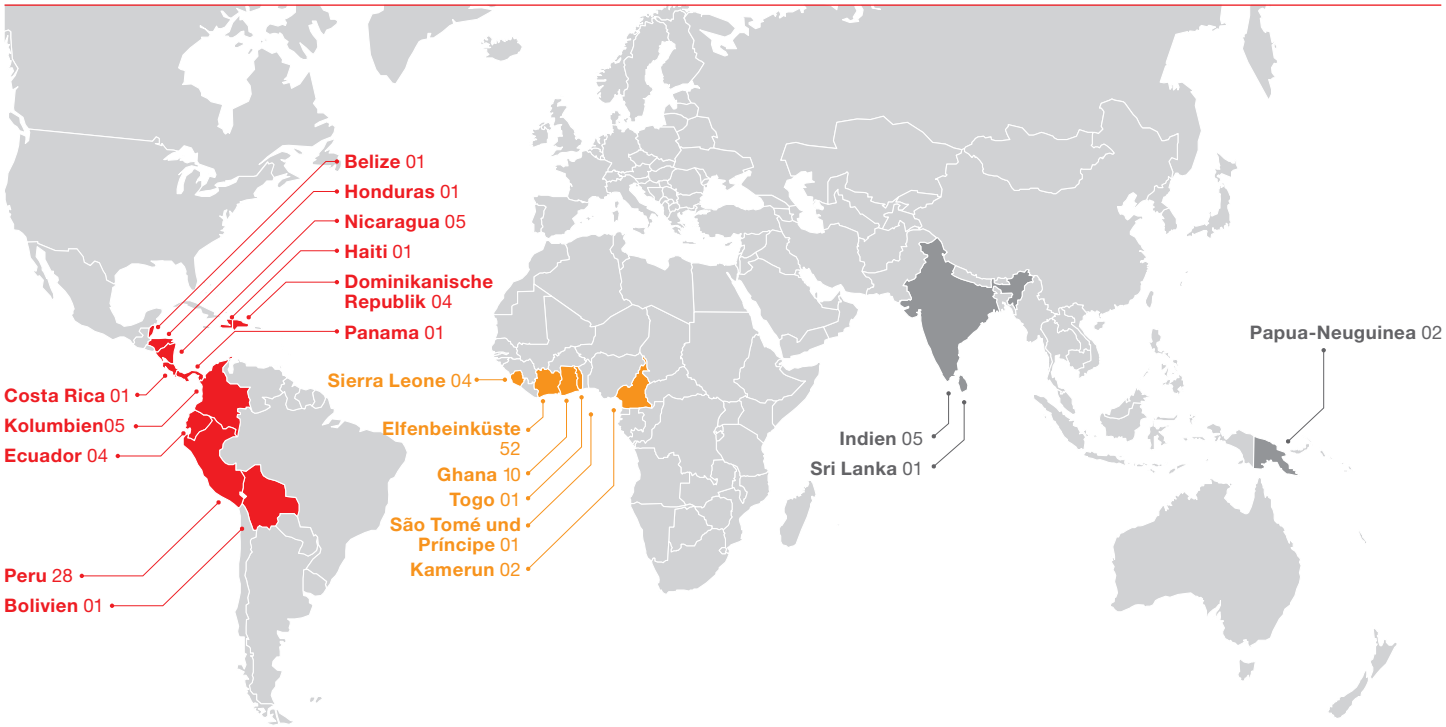
Fairtrade-Kakao: Fairtrade-zertifizierte Produzentenorganisationen 2008–2013

Anzahl Produzentenorganisationen mit Fairtrade-zertifiziertem Kakao



GRAFIK 7.12

Fairtrade-Kakao: Produzentenorganisationen mit Fairtrade-zertifiziertem Kakao 2013 nach Region

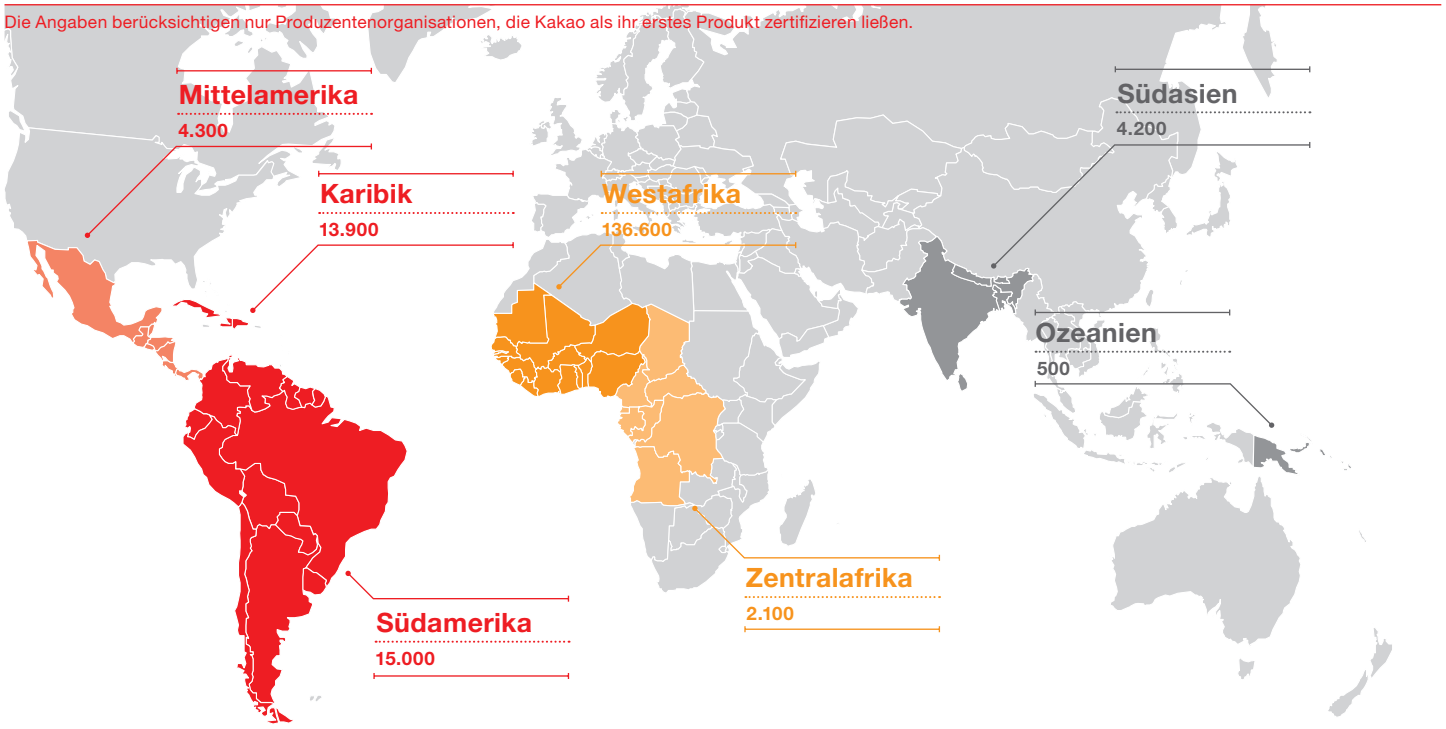


Lateinamerika und Karibik	Afrika und Mittlerer Osten	Asien und Ozeanien	Gesamt aller Regionen
52	70	08	130

GRAFIK 7.13

Fairtrade-Kakao: Anzahl Kleinbauern 2013 nach Regionen

Die Angaben berücksichtigen nur Produzentenorganisationen, die Kakao als ihr erstes Produkt zertifizieren ließen.



Lateinamerika und Karibik	Afrika und Mittlerer Osten	Asien und Ozeanien	Gesamt aller Regionen
33.300	138.700	4.600	176.600

TABELLE 7.3

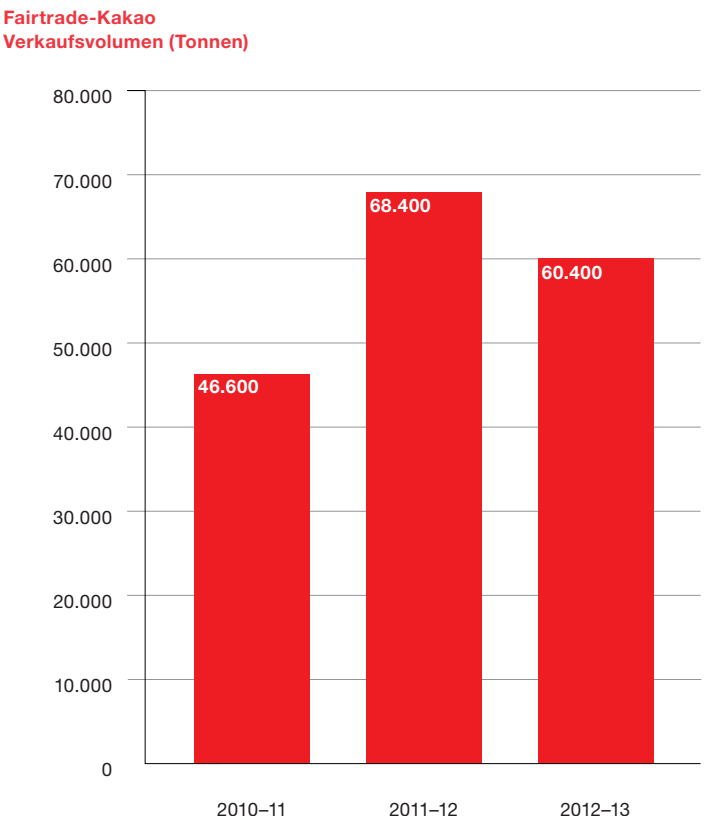
Fairtrade-Kakao: Wichtigste Daten 2013 im Überblick

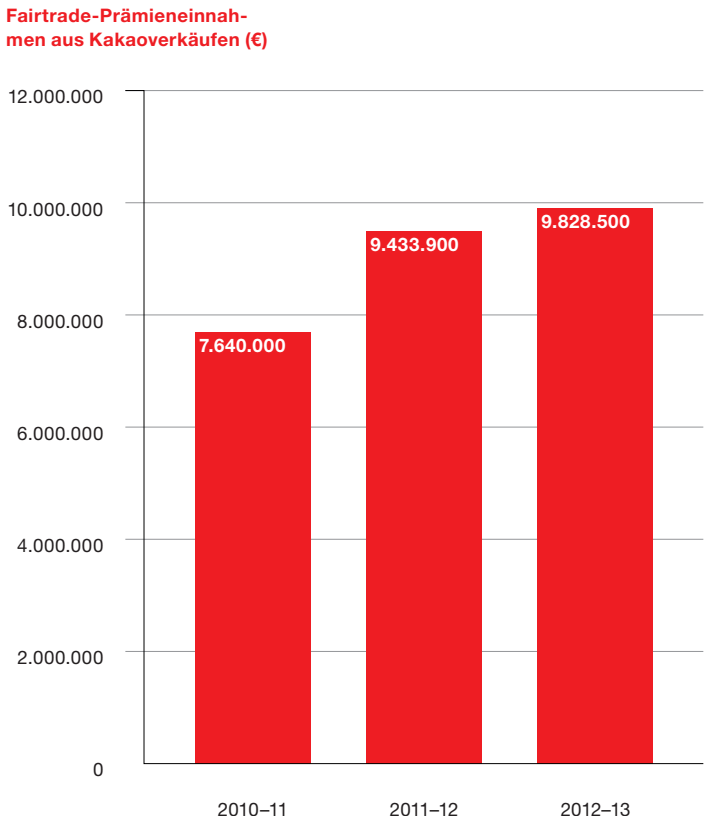
	2012–13	2011–12	Veränderung
Gesamtzahl Kleinbauern	176.600	166.900	6%
Anbaufläche für Fairtrade-Kakao gesamt (in Hektar)	424.900	448.700	-5%
Zertifizierbares Gesamtvolumen (in Tonnen)	176.400	175.900	0%
Bio und Fairtrade-zertifizierbares Volumen (in Tonnen)	39.400	38.640	2%
Bio-Anteil am gesamten zertifizierbaren Volumen	22%	22%	
Fairtrade-Verkaufsvolumen gesamt (in Tonnen)	60.400	68.300	-12%
Gesamtanteil des Kakaos. den im gesamten Berichtszeitraum Fairtrade-zertifizierte Organisationen zu Fairtrade-Konditionen verkaufen konnten (s. Hinweis)	40%	46%	
Fairtrade-Prämieneinnahmen gesamt (in €)	9.828.500	9.433.900	4%

Hinweis: Die Auswertung der Fairtrade-Absätze dargestellt anteilig an den Produktionsvolumen beinhaltet keine neu zertifizierten Organisationen, die noch nicht berechtigt waren, ihren Kakao im Berichtszeitraum zu Fairtrade-Bedingungen zu verkaufen. Außerdem nicht enthalten sind Produzentenorganisationen, die keine Angaben zu ihren Gesamtproduktionsmengen oder ihren Fairtrade-Absätzen oder zu keinem der beiden gemacht haben.

GRAFIK 7.14

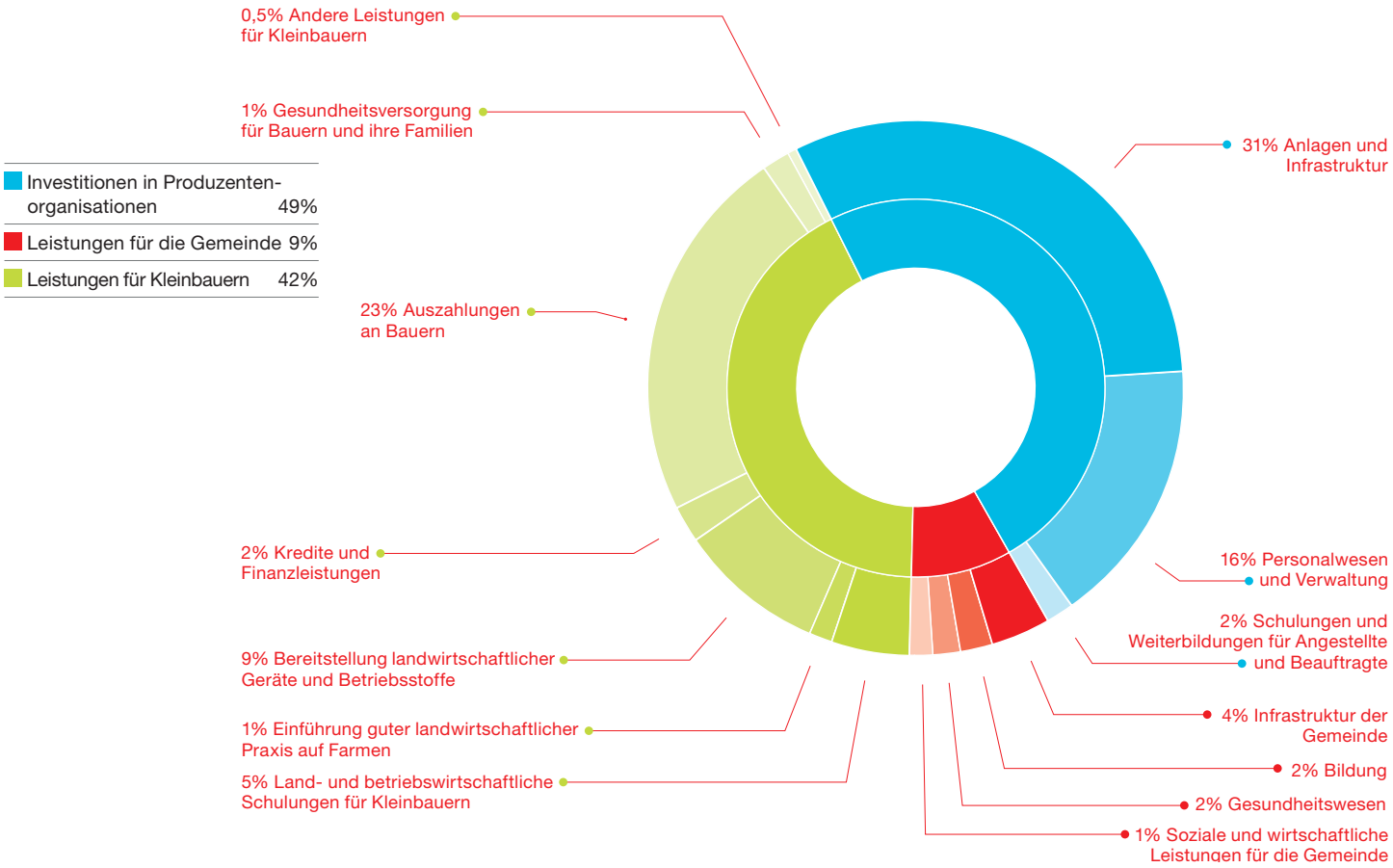
Fairtrade-Kakao: Fairtrade-Verkaufsvolumen und -Prämieneinnahmen 2010–2013



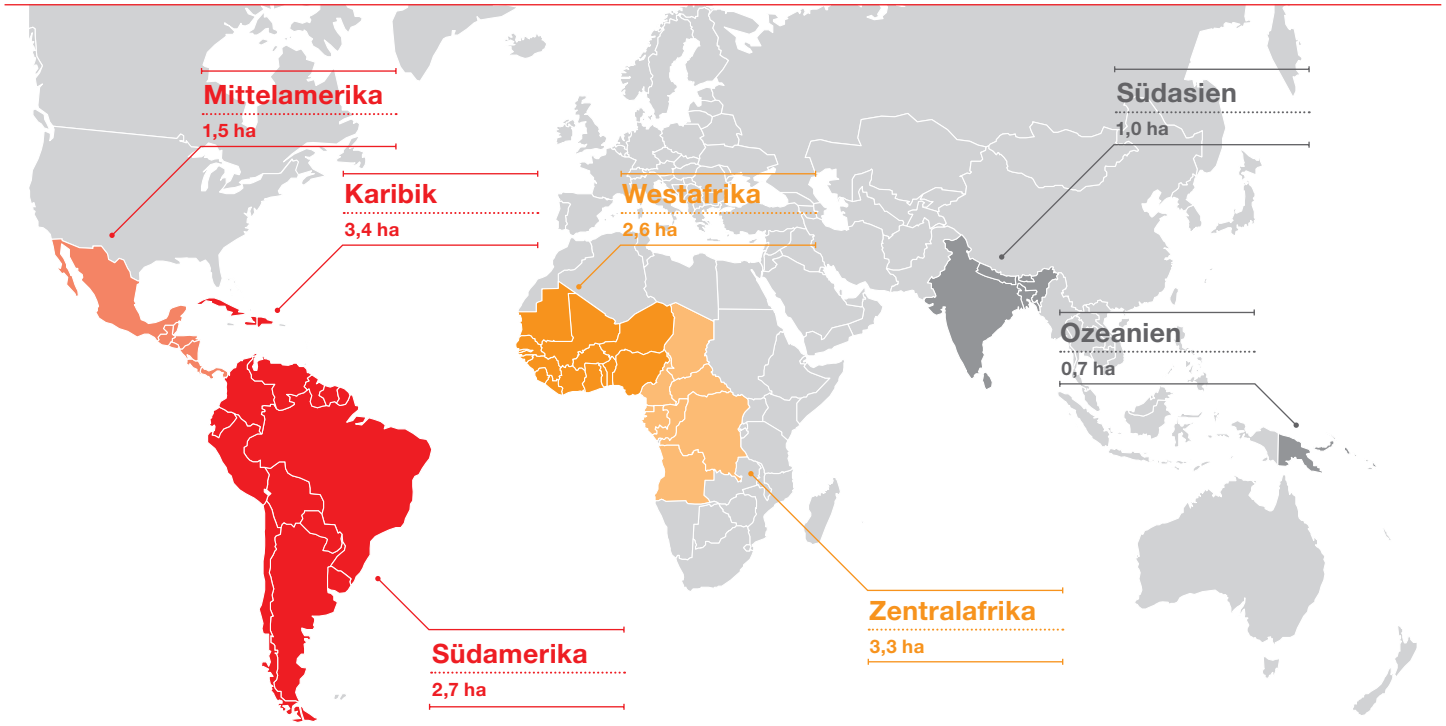


GRAFIK 7.15

Fairtrade-Kakao: Verwendung der Fairtrade-Prämie 2012–13



Durchschnittliche Kakao-Anbauflächen pro Kleinbauer/-bäuerin 2013 (in Hektar)



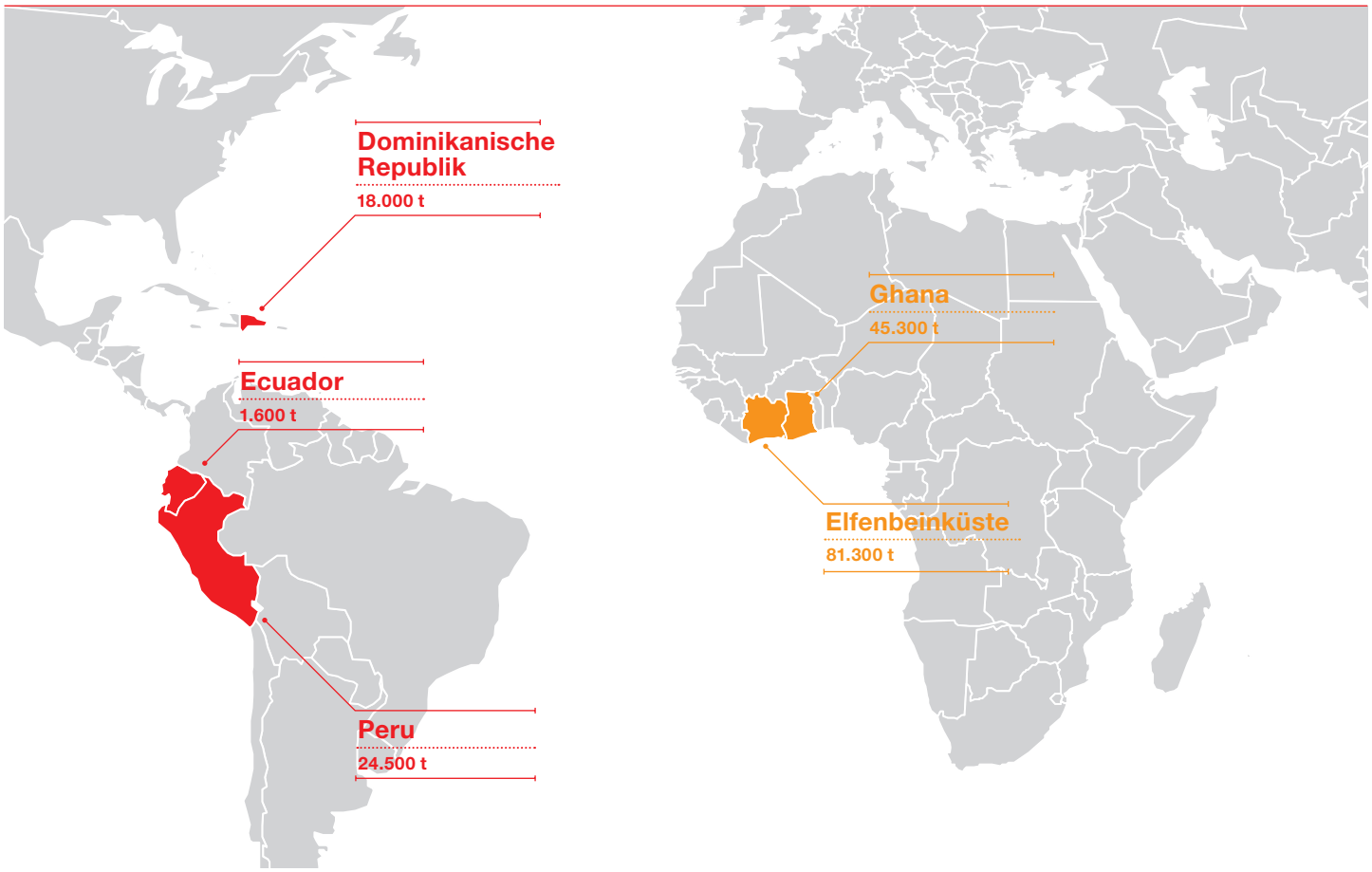
Lateinamerika und Karibik
2.8 ha

Afrika und Mittlerer Osten
2.6 ha

Asien und Ozeanien
1.0 ha

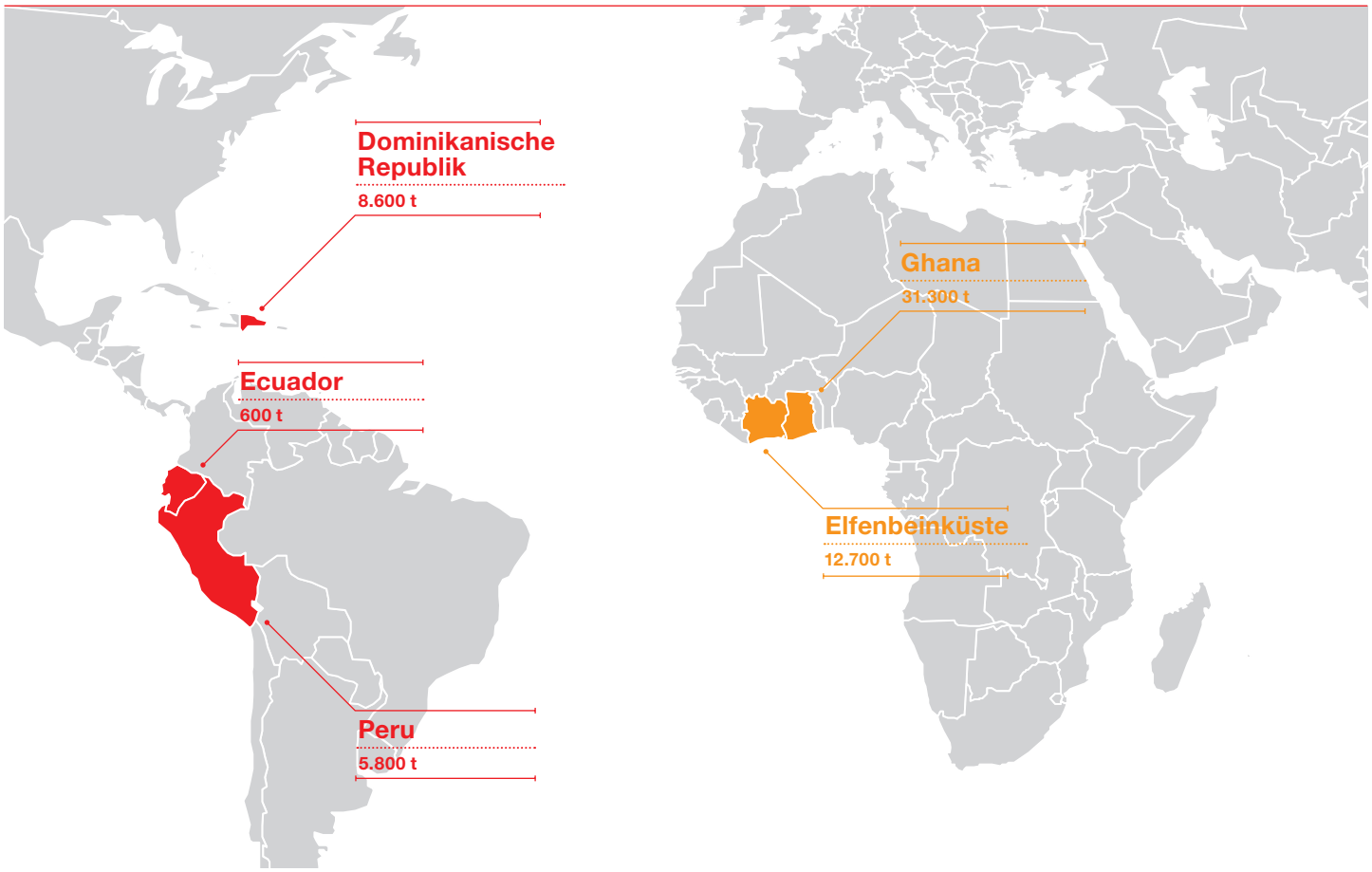
Weltweit
2.6 ha

Fairtrade-Produktionskapazitäten Kakao (in Tonnen): Top 5 Länder 2013



Fairtrade-zertifizierter Bio-Kakao: Top 3 Länder nach Produktionskapazitäten 2012–13 (in Tonnen)

Fairtrade-Kakao: Top 5 Länder nach Verkaufsvolumen 2012–13 (in Tonnen)



FAIRTRADE-PRODUKTE IM FOKUS

BLUMEN

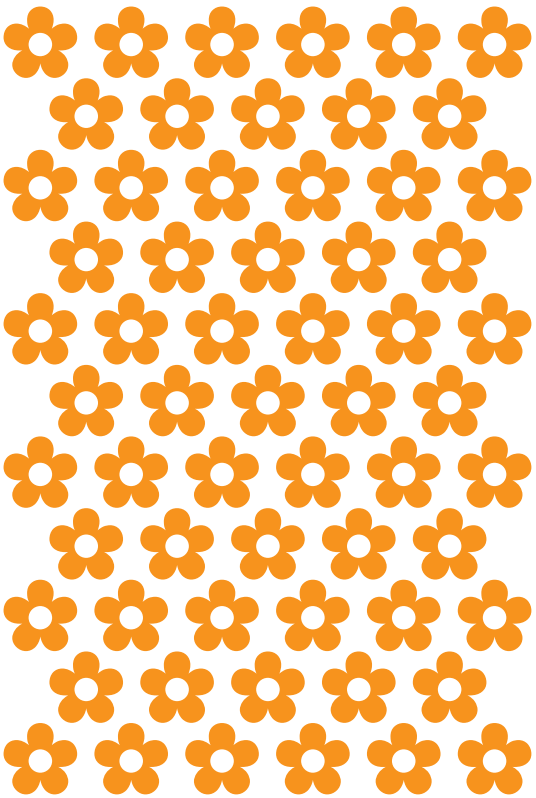
50.000 ARBEITSKRÄFTE

SIND AUF FAIRTRADE-ZERTIFIZIERTEN BLUMENFARMEN BESCHÄFTIGT

BLUMENARBEITERINNEN UND -ARBEITER ERHIELTEN

€5 MILLIONEN FAIRTRADE-PRÄMIE

610 MILLIONEN STIELE WURDEN ZU FAIRTRADE-BEDINGUNGEN VERKAUFT



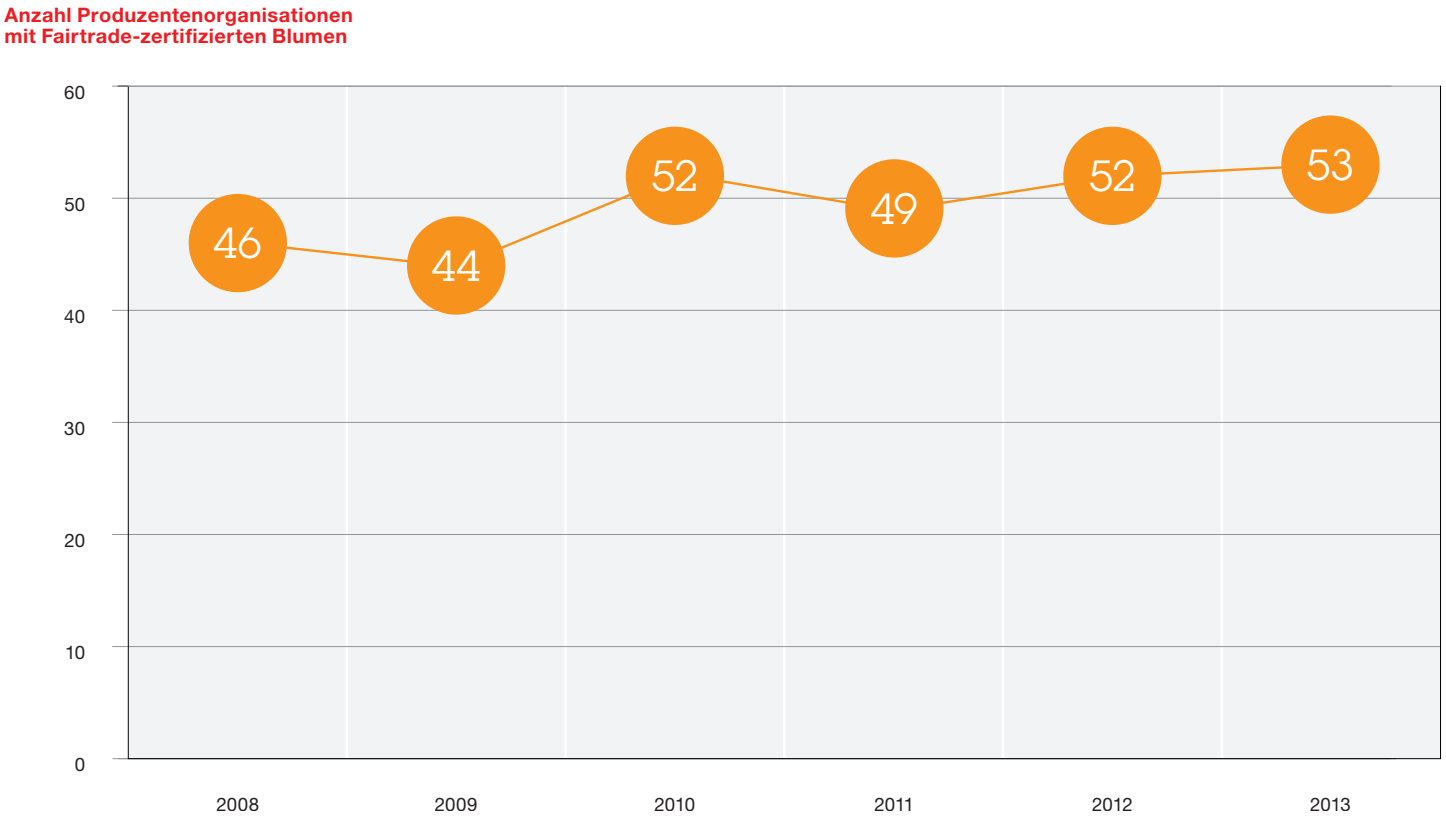
Zahlen und Fakten: Fairtrade-Blumen

- Zum Jahresende 2013 verfügten 53 Produzentenorganisationen in sechs Ländern über eine Fairtrade-Zertifizierung für Blumen und Pflanzen. Von diesen Organisationen befanden sich 29 in Kenia. Insgesamt liegen Blumenfarmen 40 in Afrika.
- Beinahe 50.000 Arbeitskräfte waren 2013 auf Fairtrade-Blumenfarmen angestellt, fast 47.000 von ihnen in Afrika, vor allem in Kenia und Äthiopien.
- Die Produktionskapazität für Fairtrade-Blumen hatte zum Jahresende 2013 über 2,8 Milliarden Stiele erreicht.
- Das Verkaufsvolumen war 2013 um 10 Prozent auf mehr als 610 Millionen Stiele geklettert. Dieser Erfolg geht hauptsächlich auf die bedeutenden Absatzsteigerungen in Deutschland und Großbritannien zurück.
- Blumenproduzenten, die während des gesamten Berichtszeitraums für Fairtrade-Verkäufe zugelassen waren, verkauften durchschnittlich 23 Prozent ihrer Ernteerträge als Fairtrade-Produkte.
- Die Fairtrade-Blumenfarmen meldeten für 2013 Fairtrade-Prämieneinnahmen in Höhe von über 5 Millionen Euro.
- Sie investierten 65 Prozent ihrer Prämie in Leistungen für Arbeitskräfte und ihre Familien. Davon flossen 23 Prozent in Bildungsmaßnahmen für Arbeitskräfte und ihre Familien, zehn Prozent in die Verbesserung von Arbeiterunterkünften und zwölf Prozent in finanzielle Beihilfen und Kredite für Arbeitskräfte.
- Für die Finanzierung von Gemeinschaftsprojekten wurden 19 Prozent der Fairtrade-Prämie verwendet, vor allem für Bildungseinrichtungen in der Umgebung, so wurden z.B. Schulgebäude renoviert und Stipendien vergeben.
- Die verbleibenden 14 Prozent der Fairtrade-Prämie flossen in Fortbildungen und Fördermaßnahmen für Arbeitskräfte sowie die Unterstützung von Arbeitnehmerorganisationen.

Foto: Joshua Kilei ist einer von 450 Beschäftigten der Blumenfarm Waridi Limited in Kenia, die seit 2003 Fairtrade-zertifiziert ist. © Nathalie Bertrams

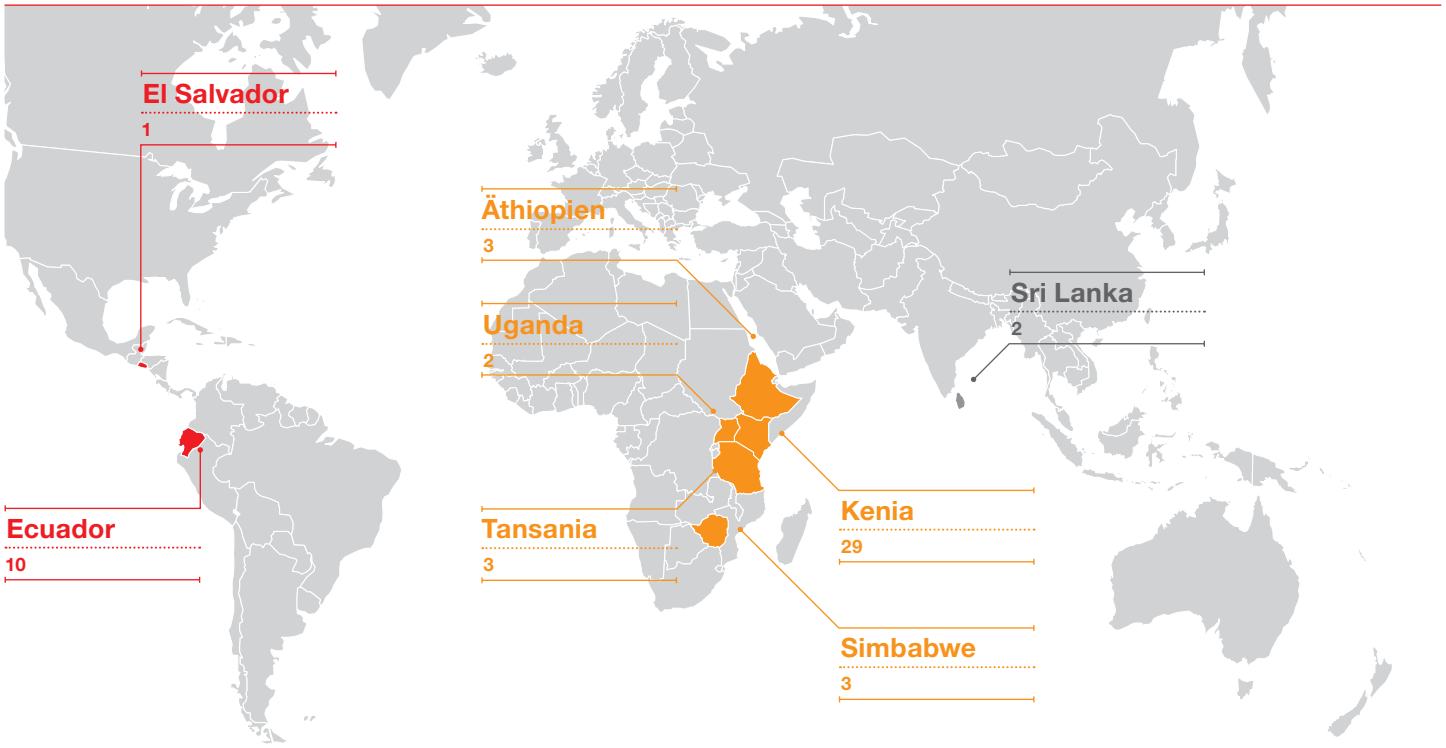
GRAFIK 7.31

Fairtrade-Blumen: Produzentenorganisationen mit Fairtrade-zertifizierten Blumen 2008–2013



GRAFIK 7.32

Fairtrade-Blumen: Produzentenorganisationen mit Fairtrade-zertifizierten Blumen 2013

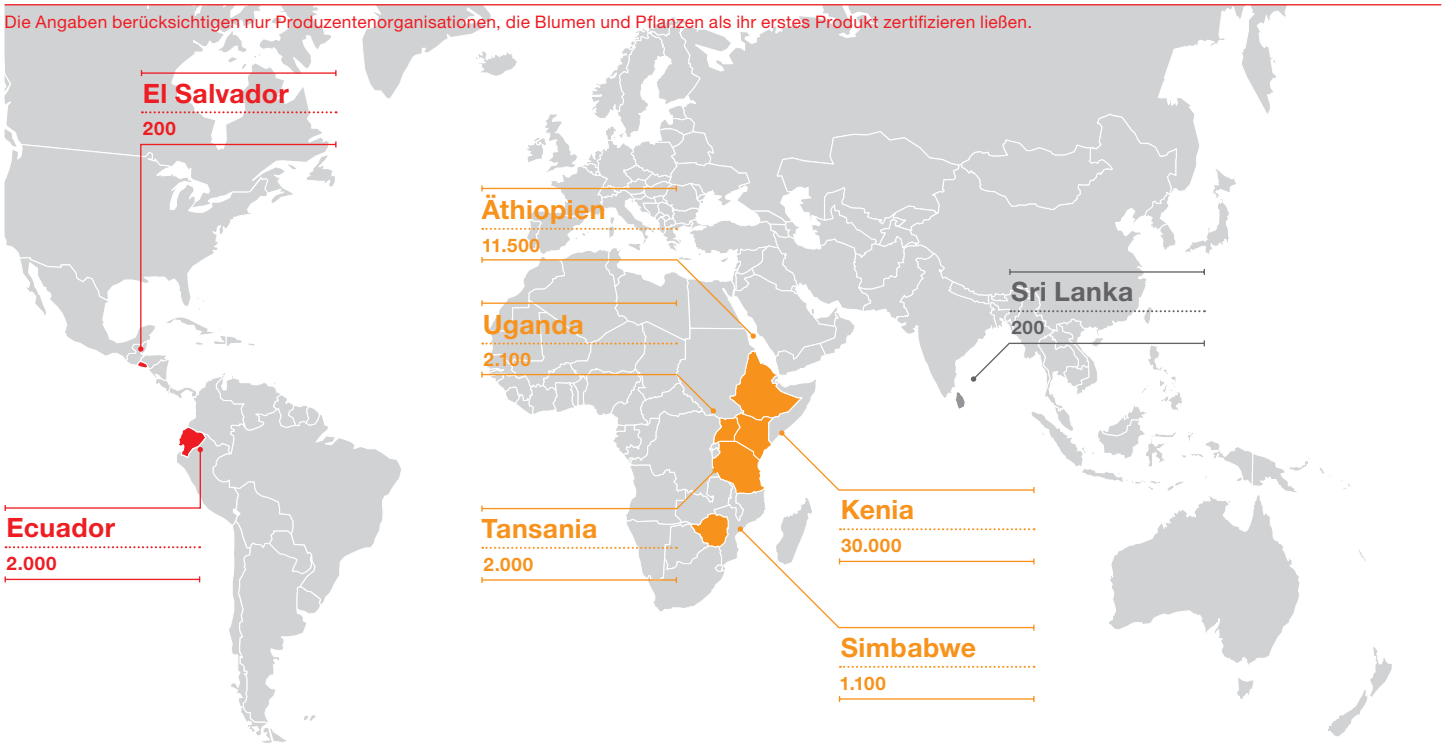


Lateinamerika und Karibik	Afrika und Mittlerer Osten	Asien und Ozeanien	Gesamt aller Regionen
11	40	2	53

GRAFIK 7.33

Fairtrade-Blumen: Anzahl Arbeitskräfte 2013 nach Ländern

Die Angaben berücksichtigen nur Produzentenorganisationen, die Blumen und Pflanzen als ihr erstes Produkt zertifizieren ließen.



Lateinamerika und Karibik	Afrika und Mittlerer Osten	Asien und Ozeanien	Gesamt aller Regionen
2.200	46.700	200	49.100

TABELLE 7.7

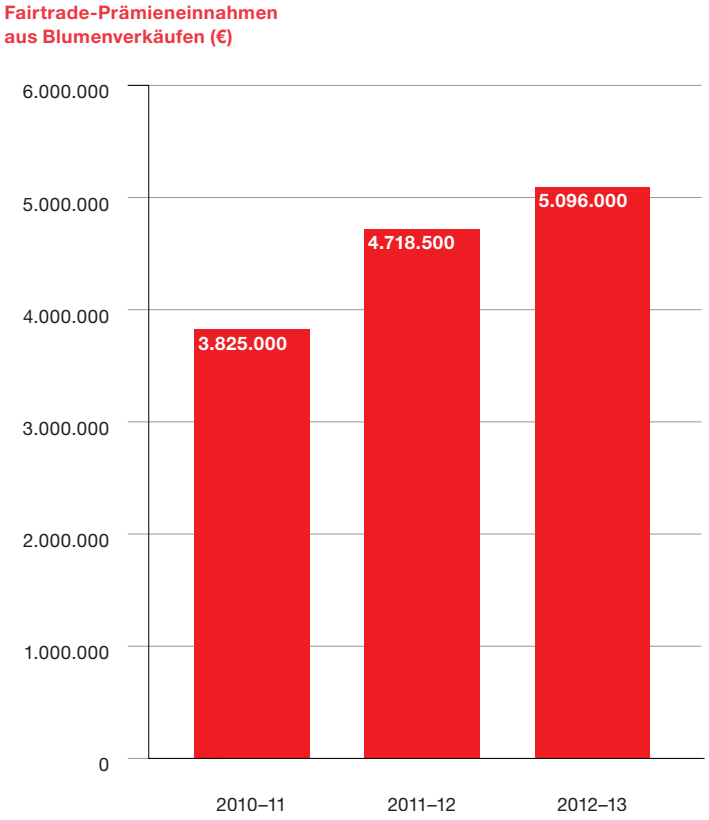
Fairtrade-Blumen: Wichtigste Daten 2013 im Überblick

	2012–13	2011–12	Veränderung
Gesamtzahl Arbeitskräfte	49.100	50.000	-2%
Zertifizierbares Gesamtvolumen (Stiele)	2.914.994.700	2.813.288.100	4%
Fairtrade-Verkaufsvolumen gesamt (Stiele)	610.099.700	554.440.000	10%
Gesamtanteil der Blumen, den im gesamten Berichtszeitraum Fairtrade-zertifizierte Organisationen zu Fairtrade-Konditionen verkaufen konnten (s. Hinweis)	23%	21%	
Fairtrade-Prämieneinnahmen gesamt (in €)	5.096.000	4.718.500	8%

Hinweis: Die Auswertung der Fairtrade-Absätze dargestellt anteilig an den Produktionsvolumen beinhaltet keine neu zertifizierten Organisationen, die noch nicht berechtigt waren, ihre Blumen im Berichtszeitraum zu Fairtrade-Bedingungen zu verkaufen. Außerdem nicht enthalten sind Produzentenorganisationen, die keine Angaben zu ihren Gesamtproduktionsmengen oder ihren Fairtrade-Absätzen oder zu keinem der beiden gemacht haben.

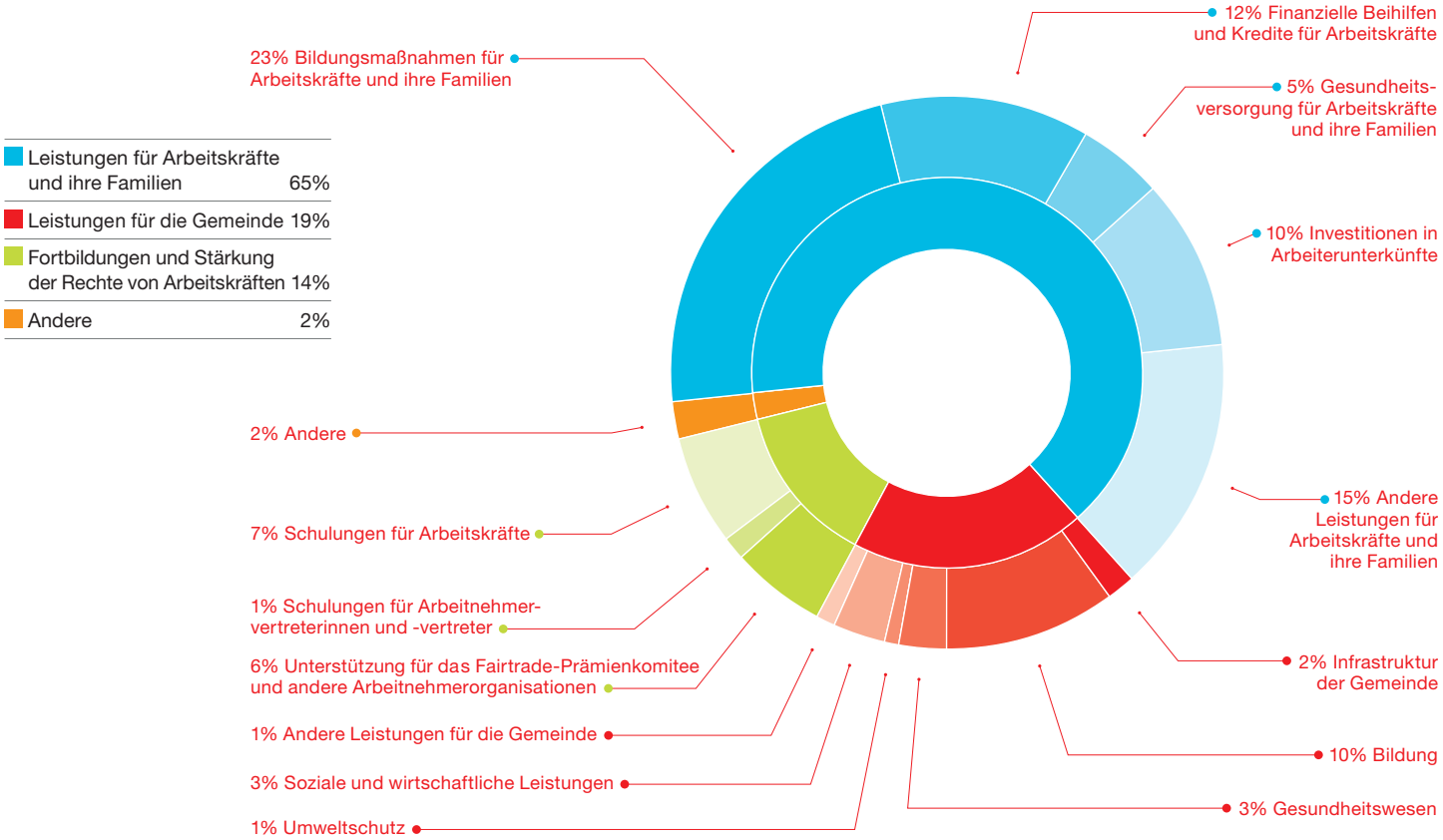
GRAFIK 7.34

Fairtrade-Blumen: Fairtrade-Prämieneinnahmen 2010–2013

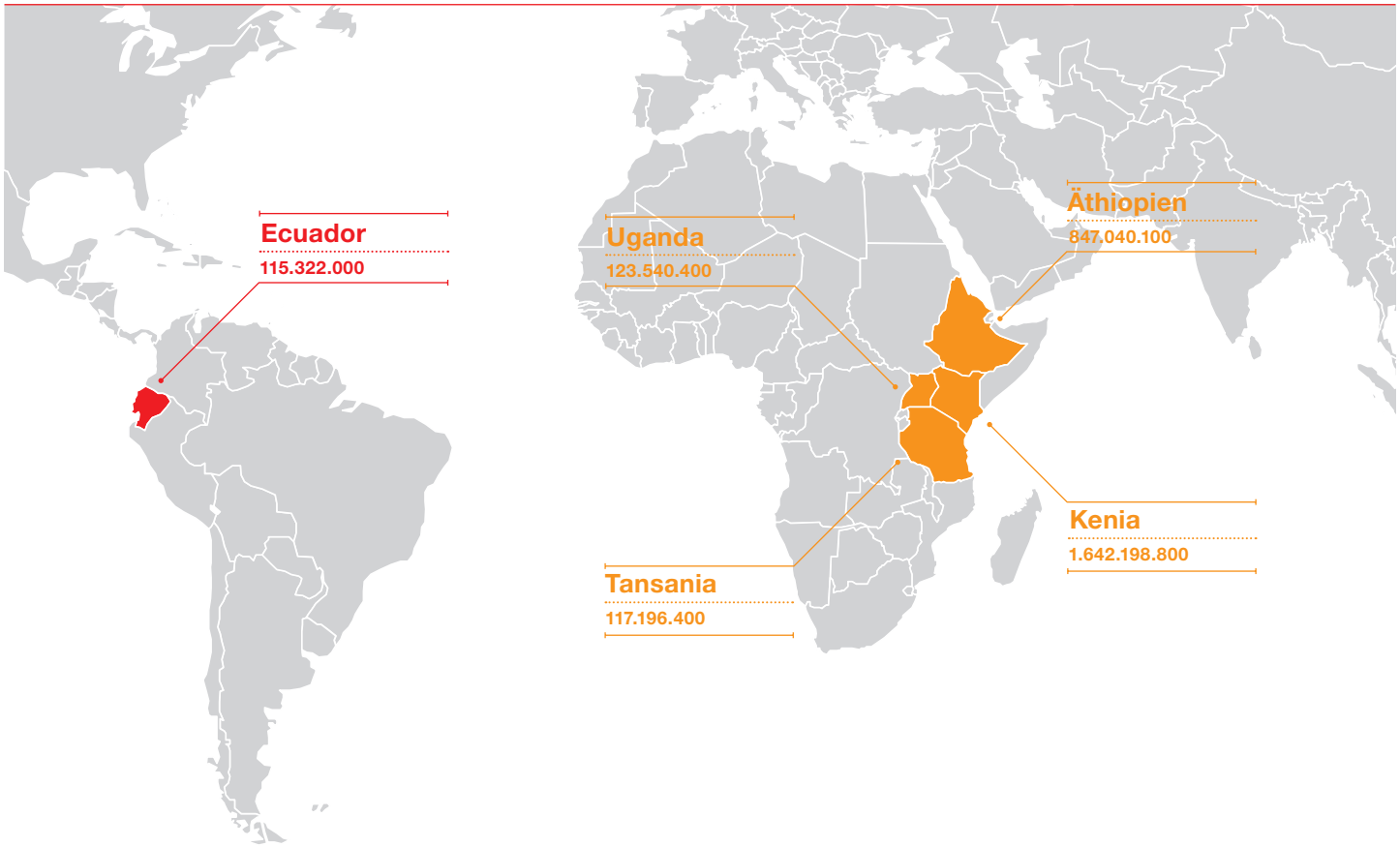


GRAFIK 7.35

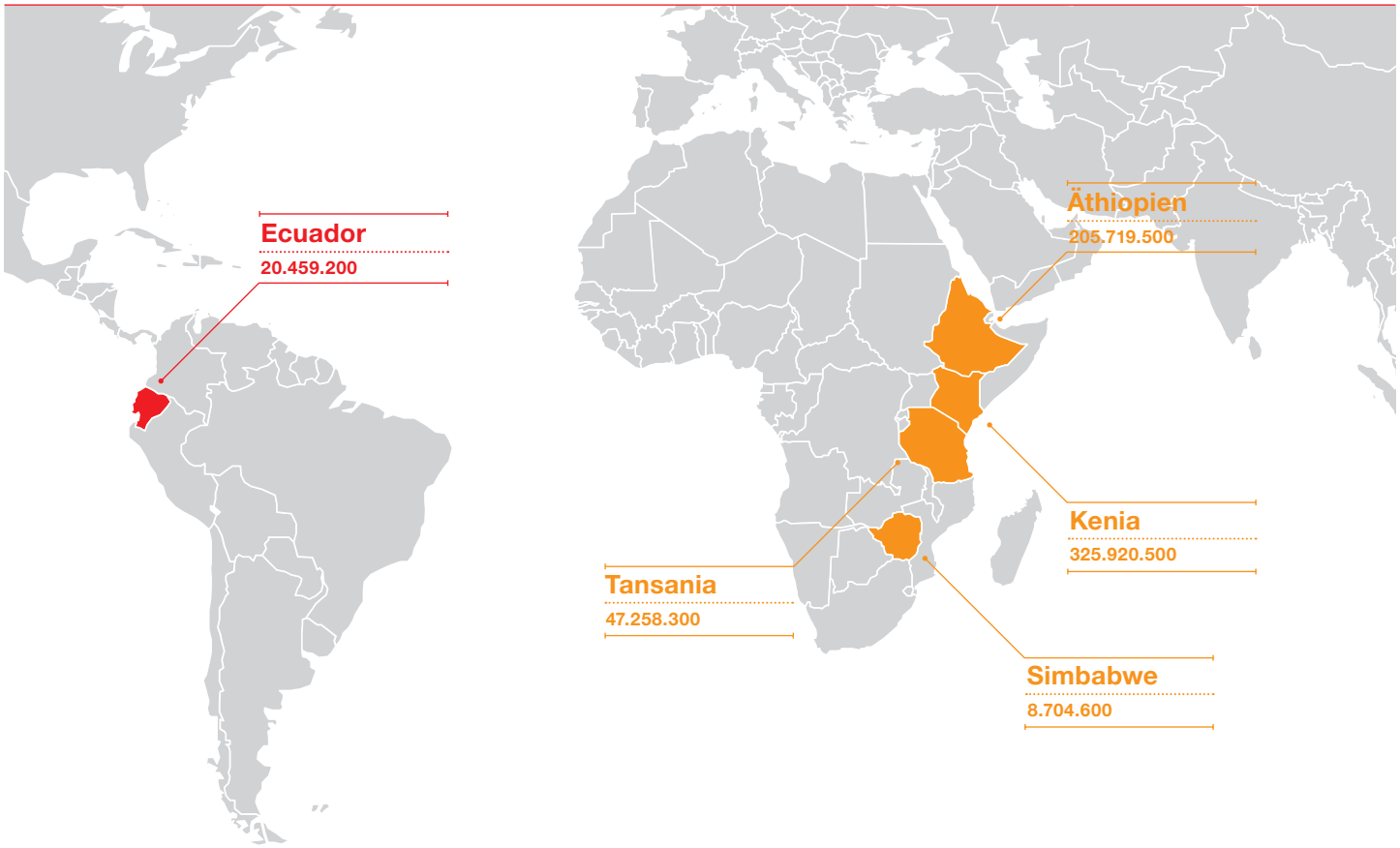
Fairtrade-Blumen: Verwendung der Fairtrade-Prämie 2012–13



Produktionskapazitäten für Fairtrade-Blumen (in Stielen): Top 5 Länder 2012–13



Fairtrade-Blumen: Top 5 Länder nach Verkaufsvolumen 2012–13 (in Stielen)



FAIRTRADE-PRODUKTE IM FOKUS

BAUMWOLLE

26 PRODUZENTEN ORGANISATIONEN FÜR BAUMWOLLE

IN 9 LÄNDERN

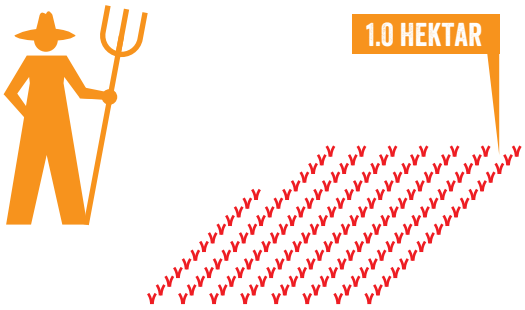
60% ALLER PRODUZENTENORGANISATIONEN FÜR BAUMWOLLE

SIND BIO-ZERTIFIZIERT

DIE DURCHSCHNITTLICHE ANBAUFLÄCHE FÜR BAUMWOLLE PRO BAUER/BÄUERIN IN

AFRIKA

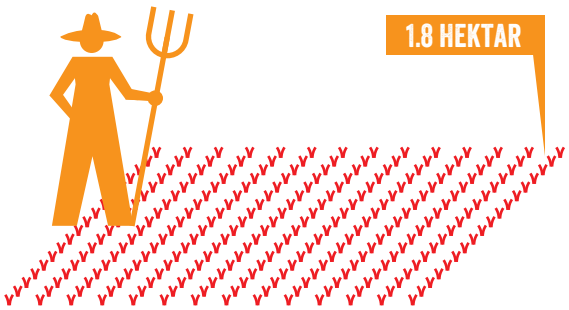
BETRÄGT 1 HEKTAR



DIE DURCHSCHNITTLICHE ANBAUFLÄCHE FÜR BAUMWOLLE PRO BAUER/BÄUERIN IN

INDIEN

BETRÄGT 1,8 HEKTAR



Zahlen und Fakten: Fairtrade-Baumwolle

- Zum Jahresende 2013 existierten 26 Fairtrade-zertifizierte Produzentenorganisationen für Baumwolle in 9 Ländern. Im Vergleich zum Vorjahr sank die Zahl der Produzentengruppen um 20 Prozent. Während mehrere Produzentengruppen aus Indien und Afrika Fairtrade verließen, kamen Produzentengruppen in Benin und Ägypten neu hinzu. Von den 26 Produzentenorganisationen für Baumwolle waren 15 Kleinbauernorganisationen (hauptsächlich aus Westafrika) und 11 Organisationen mit Vertragsanbau in Indien.
- Fairtrade-Baumwollbauern verteilten sich 2013 gleichmäßig je zur Hälfte auf Afrika und Asien.
- Trotz des Rückgangs auf dem Fairtrade-Baumwollmarkt wurden 2013 neue Produzentenorganisationen zertifiziert. Insgesamt sank die Gesamtzahl der Bauern, die Fairtrade-Baumwolle anbauen, in diesem Zeitraum jedoch um 19 Prozent.
- Dennoch blieb die Gesamtanbaufläche für Baumwolle in etwa gleich, weshalb das Fairtrade-zertifizierbare Gesamtvolumen der Ernteerträge im Jahr 2013 bei 49.900 Tonnen blieb, nur ein Prozent niedriger als im Vorjahr.
- Das Bio-Siegel bildete für Fairtrade-Baumwollproduzentenorganisationen weiterhin das beliebteste Zusatzzertifikat: 60 Prozent der Produzentenorganisationen für Baumwolle waren 2013 auch bio-zertifiziert.
- Die Farmen von Fairtrade-Baumwollbauern in Afrika sind durchschnittlich 45 Prozent kleiner als die von Fairtrade-Baumwollbauern in Asien. Die durchschnittliche Anbaufläche lag in Afrika bei einem Hektar; in Asien bei 1,8 Hektar.
- Baumwollproduzenten, die während des gesamten Berichtszeitraums für Fairtrade-Verkäufe zugelassen waren, verkauften durchschnittlich 33 Prozent ihrer Ernteerträge unter Fairtrade-Bedingungen.
- Die Fairtrade-Produzenten von Baumwolle meldeten für 2013 Prämien-Einnahmen in Höhe von 644.000 Euro, geringfügig weniger als im vorangegangenen Jahr.
- Rund 46 Prozent der Fairtrade-Prämie floss in Gemeinschaftsprojekte in den Bereichen Bildung und Gesundheit sowie in den Aufbau von Infrastruktur für die Gemeinde. Besonders hohe Priorität hatten dabei Investitionen in Bildungseinrichtungen und Stipendien innerhalb der Gemeinden der Produzenten. Weitere 38 Prozent der Fairtrade-Prämie wurden für Direktleistungen an Baumwollbäuerinnen und -bauern verwendet, vor allem für die Bereitstellung von Geräten und Betriebsmittel.
- Um der schwierigen Situation auf dem Baumwollmarkt zu begegnen, entwickelte Fairtrade 2013 ein neues Programm für Baumwolle. Dieses Programm ermöglicht es Unternehmen, Fairtrade-Baumwolle flexibler für ihre Produkte zu beschaffen und zu verwenden, so dass neue Marktchancen für Fairtrade-Baumwollbauern entstehen. Weitere Informationen über das Fairtrade-Rohstoff-Programm für Baumwolle und wie es Produzenten dazu verhilft, größere Mengen ihrer Baumwolle zu Fairtrade-Bedingungen zu verkaufen, erhalten Sie unter www.fairtrade-deutschland.de/programm oder *www.fairtrade.net/fsp-overview.html* (engl.)

Titelbild: Prem Shila Saha ist Mitglied der Fairtrade-zertifizierten Kooperative Chetna in Indien. © Vipul Kulkarni

Nachgeforscht: Fairtrade-Baumwollbauern in Indien

Um ein klareres Bild der Situation von Fairtrade-Baumwollbauern zu erhalten, beauftragte Fairtrade International Wissenschaftler des Gujarat Instituts für Entwicklungsforschung (GIDR), Daten über Fairtrade-Bauern und ihre Organisationen in Bezug auf vielfältige Monitoring-Indikatoren zu sammeln. Die Forscher erhoben Betriebsdaten von neun der zwölf Fairtrade-zertifizierten Organisationen in Indien und führten Untersuchungen anhand von Stichproben unter Bauern von vier Organisationen durch. In den neun untersuchten Gruppen sind fast 21.000 Bäuerinnen und Bauern zusammengeschlossen. Eine der Gruppen war eine Kleinbauernorganisation, während die übrigen Gruppen in der Vertragsproduktion tätig sind, also losere Organisationen von Bäuerinnen und Bauern darstellen, die sich um den Auftraggeber (meist eine Spinnerei oder Weberei) gruppieren. Der Auftraggeber ist verpflichtet, die Bäuerinnen und Bauern bei der Einhaltung der Fairtrade-Standards zu unterstützen, ihre Baumwolle zu kaufen und im Laufe der Zeit die neu entstehenden Produzentenorganisationen in ihrer Entwicklung zu stärken. Hier finden Sie die Standards für Fairtrade-Vertragsanbau in englischer Sprache: *http://www.fairtrade.net/contract-production-standards.html*

Das Einkommen der Bäuerinnen und Bauern in den Fairtrade-Organisationen hängt zu 50–75 Prozent vom Baumwollanbau ab. Sie sind oft arm, viele sind Analphabeten. Rund die Hälfte der untersuchten Bäuerinnen und Bauern befanden sich unterhalb der nationalen Armutsgrenze.

Vorläufige Untersuchungsdaten[1] zeigen, dass obwohl die Verkäufe ihrer Baumwolle zu Fairtrade-Bedingungen nur gering ausfallen, Baumwollbäuerinnen und -bauern meinten, dass die Fairtrade-Zertifizierung verschiedene Verbesserungen für sie mit sich brachte. Insgesamt 75 Prozent von ihnen gaben an, ihre finanzielle Situation sei nach dem Fairtrade-Beitritt besser oder sogar viel besser, während 68 Prozent angaben, dass sich ihr Lebensstandard seitdem verbessert habe. Die meisten Fairtrade-Baumwollbauern in Indien wenden biologische Anbaumethoden an und profitierten von Fortbildungen und der Unterstützung ihrer Auftraggeber auf den Schwerpunktgebieten Schädlingsbekämpfung, Kompostierung und Zwischenfruchtbau. Auch Investitionen aus der Fairtrade-Prämie wirkten sich positiv auf ihre Produktion aus. Nach Einschätzung der Bäuerinnen und Bauern trug vor allem der Zwischenfruchtbau zu mehr Nahrungsmittelsicherheit und einem verbesserten Einkommen bei. Auch sind die Produktionskosten niedriger als im konventionellen Baumwollanbau und Boden- und Wasserqualität sind besser. Allerdings sind die Erträge von Bio-Baumwolle niedriger als die konventioneller Baumwolle und die Qualität der Bio-Baumwollsaat führte dauerhaft zu Besorgnis. Auch erhalten Bäuerinnen und Bauern für ihre Bio-Baumwolle nicht immer bessere Preise als Produzenten von konventioneller Ware, weshalb einige Bäuerinnen und Bauern die Gruppen mit Bio-Anbau verlassen.

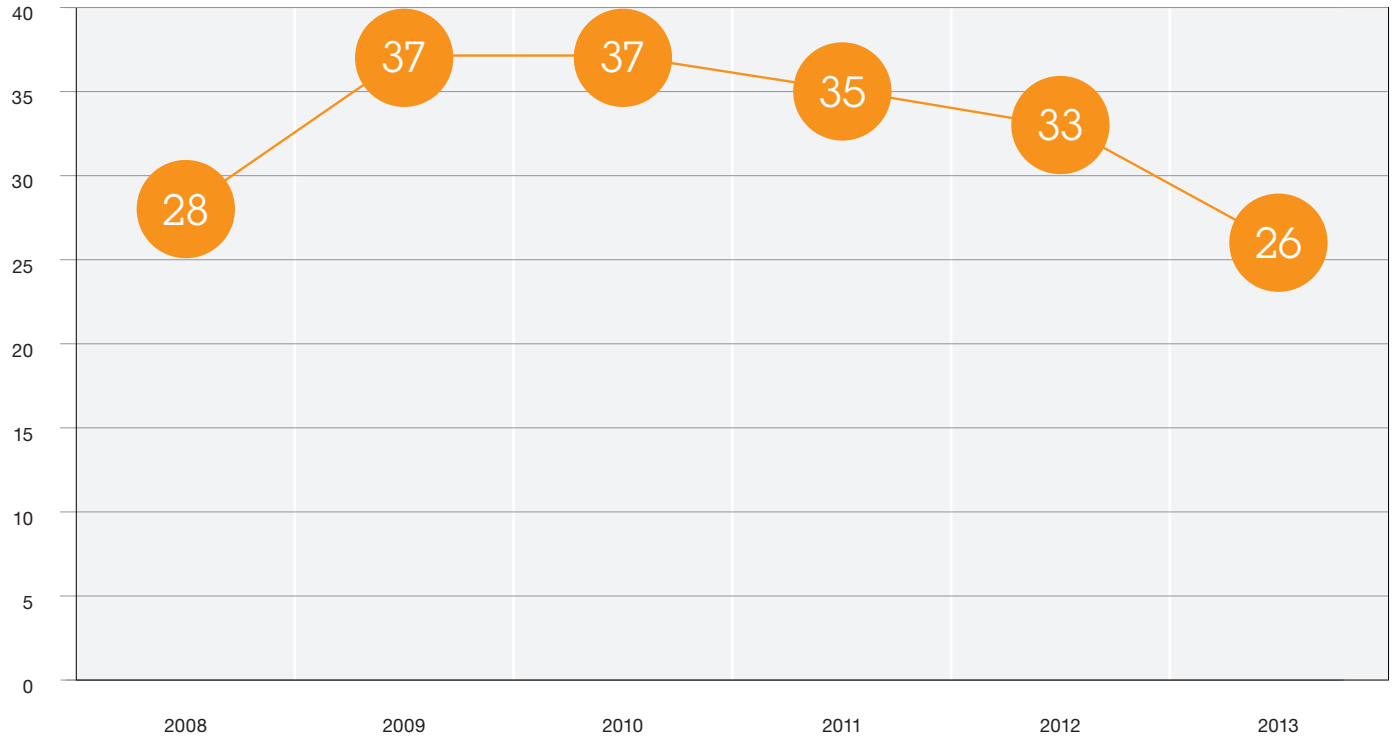
Insgesamt kommt die Studie zu dem Schluss, dass der Anbau von Fairtrade-Baumwolle in Indien wirtschaftliche, soziale und ökologische Vorteile mit sich bringt, doch dass die Produzentengruppen höhere Absätze zu Fairtrade-Bedingungen benötigen, damit diese Vorteile einen merklichen Unterschied für sie machen. Die Studie wird 2015 veröffentlicht.

1 Lalitha, N.: *Cotton Farming Under Fairtrade Conditions in India*, Ahmedabad: Gujarat Institute of Development Research. (Veröffentlichung angekündigt für 2015)

GRAFIK 7.26

Fairtrade-Baumwolle: Produzentenorganisationen mit Fairtrade-Zertifizierung für Baumwolle 2008–2013

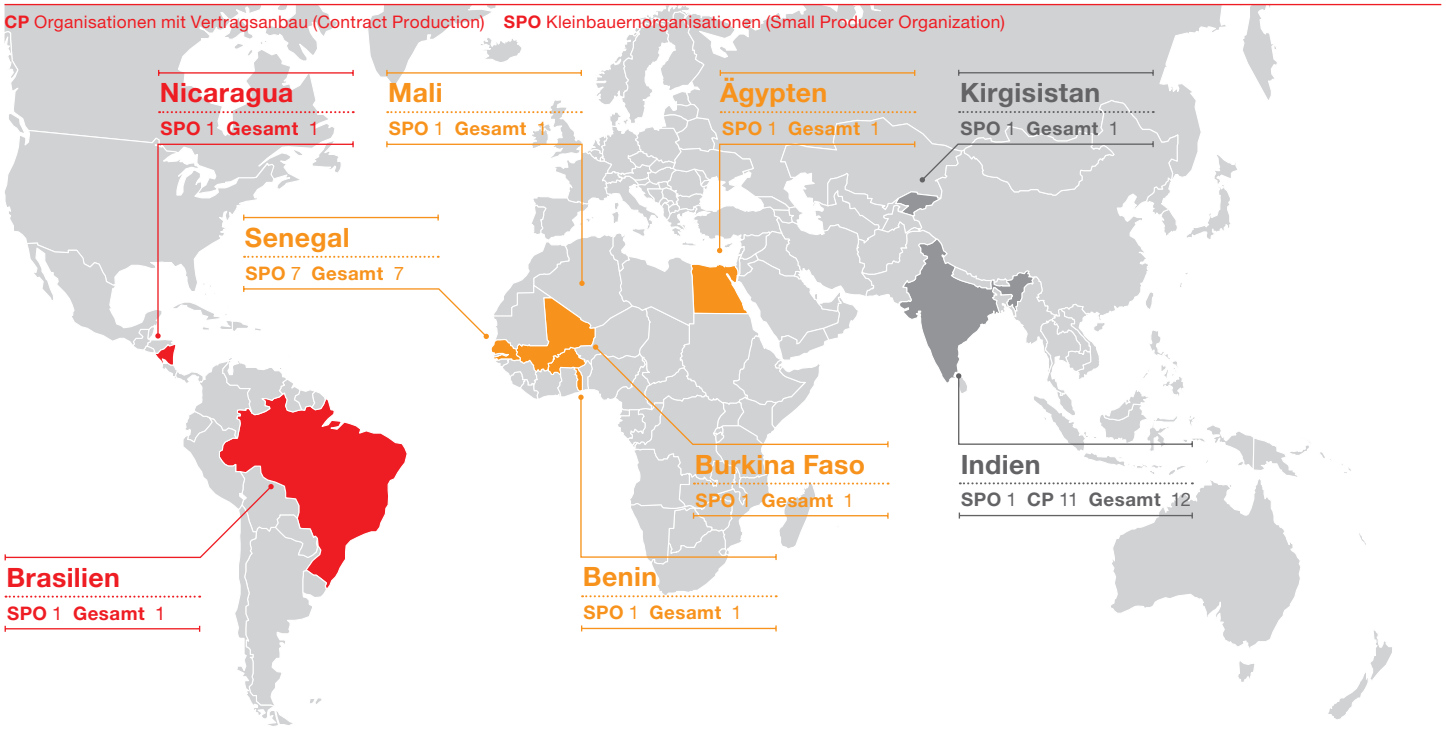
Anzahl Produzentenorganisationen mit Fairtrade-Zertifizierung für Baumwolle



GRAFIK 7.27

Fairtrade-Baumwolle: Produzentenorganisationen mit Fairtrade-Zertifizierung für Baumwolle 2013

CP Organisationen mit Vertragsanbau (Contract Production) **SPO** Kleinbauernorganisationen (Small Producer Organization)

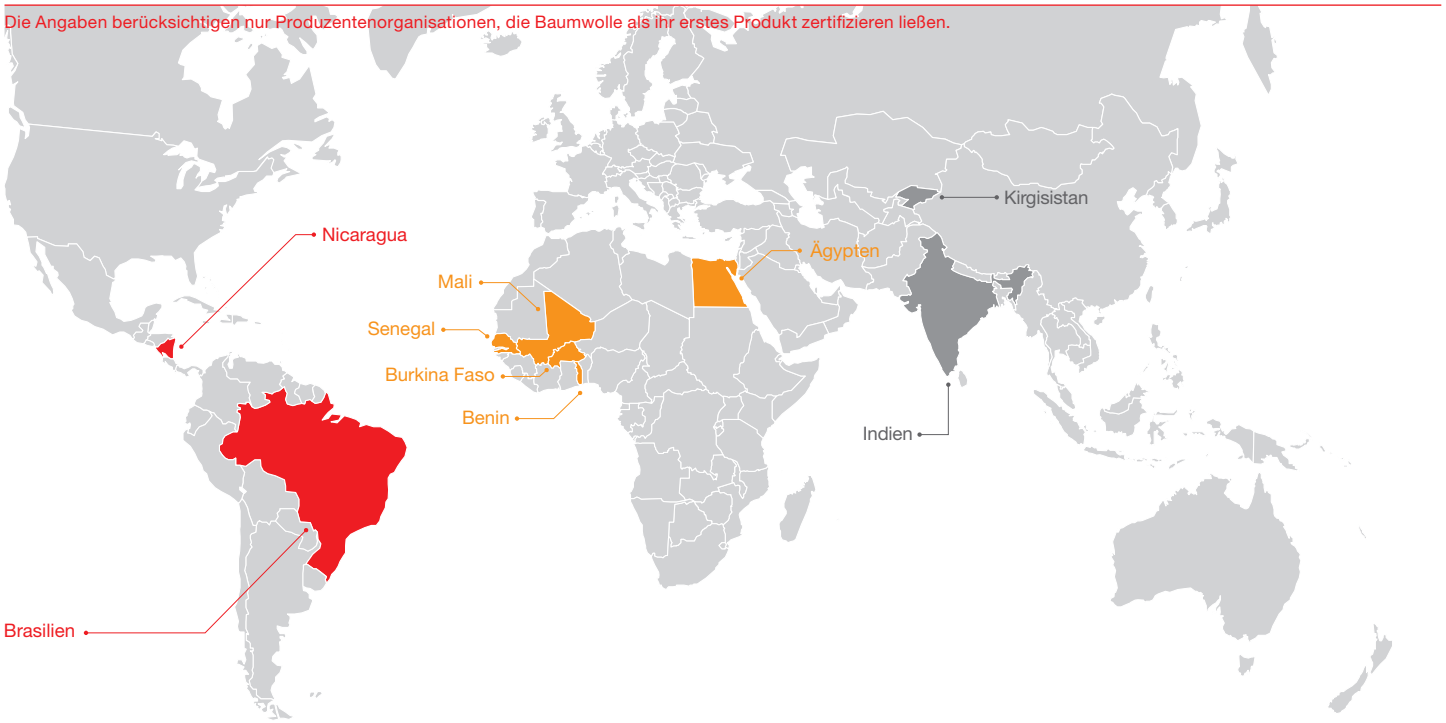


Lateinamerika und Karibik	Afrika und Mittlerer Osten	Asien und Ozeanien	Gesamt aller Regionen
SPO 2 Gesamt 2	**SPO** 11 Gesamt 11	**SPO** 2 **CP** 11 Gesamt 13	**SPO** 15 **CP** 11 Gesamt 26

GRAFIK 7.28

Fairtrade-Baumwolle: Anzahl Bäuerinnen und Bauern nach Regionen 2013

Die Angaben berücksichtigen nur Produzentenorganisationen, die Baumwolle als ihr erstes Produkt zertifizieren ließen.



Lateinamerika und Karibik
SPO 100
Gesamt 100

Afrika und Mittlerer Osten
SPO 29.700
Gesamt 29.700

Asien und Ozeanien
SPO 7.800 **CP** 22.000
Gesamt 29.800

Gesamt aller Regionen
SPO 37.700 **CP** 22.000
Gesamt 59.700

TABELLE 7.6

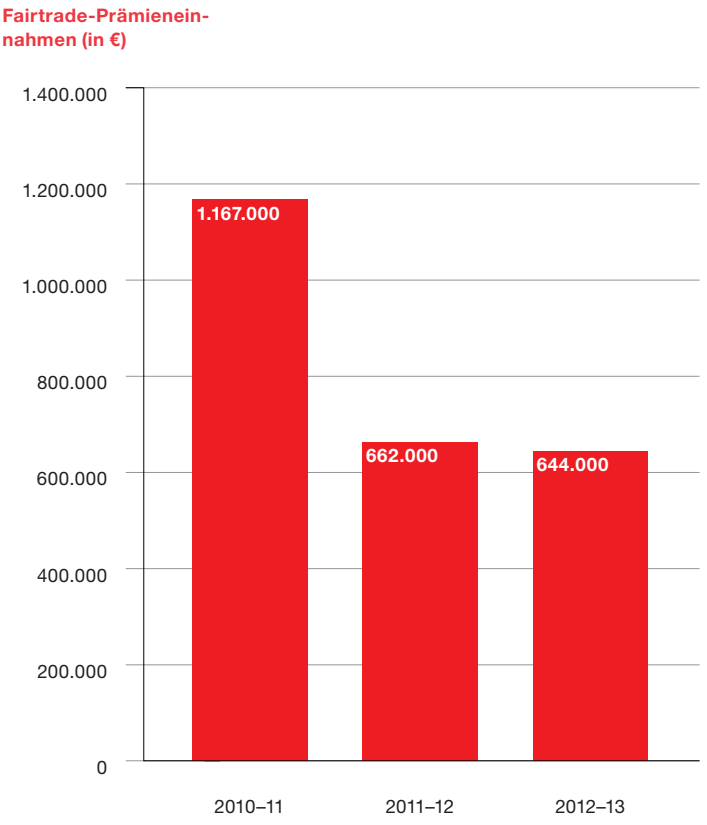
Fairtrade-Baumwolle: Wichtigste Daten 2013 im Überblick

	2012–13	2011–12	Veränderung in Prozent
Gesamtzahl Bäuerinnen und Bauern	59.700	73.400	-19%
Anbaufläche für Fairtrade-Baumwolle gesamt (in Hektar)	86.800	92.800	-6%
Zertifizierbares Gesamtvolumen (in Tonnen)	49.900	50.600	-1%
Anteil Fairtrade-Baumwollproduzenten mit Bio-Zertifizierung	60%	57%	
Fairtrade-Verkaufsvolumen gesamt (Tonnen)	16.000	19.200	-17%
Gesamtanteil zu Fairtrade-Konditionen verkaufter Baumwolle von Organisationen, die im gesamten Berichtszeitraum Fairtrade-zertifiziert waren (s. Hinweis)	33%	N/A	
Fairtrade-Prämieneinnahmen gesamt (in €)	644.000	662.000	-3%

Hinweis: Die Auswertung der Fairtrade-Absätze dargestellt anteilig an den Produktionsvolumen beinhaltet keine neu zertifizierten Organisationen, die noch nicht berechtigt waren, ihre Baumwolle im Berichtszeitraum zu Fairtrade-Bedingungen zu verkaufen. Außerdem nicht enthalten sind Produzentenorganisationen, die keine Angaben zu ihren Gesamtproduktionsmengen oder ihren Fairtrade-Absätzen oder zu keinem der beiden gemacht haben.

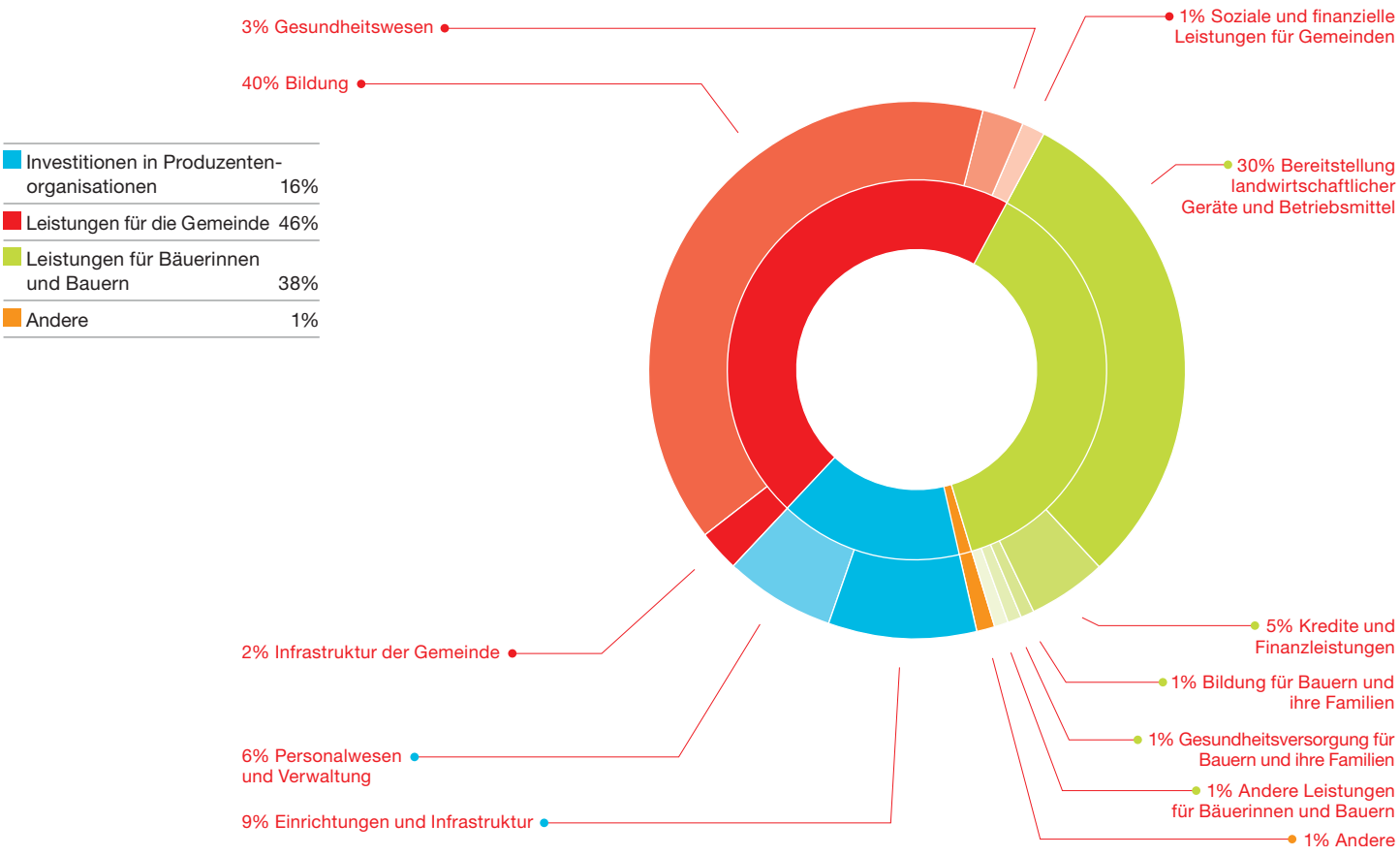
GRAFIK 7.29

Fairtrade-Baumwolle: Fairtrade-Prämieneinnahmen 2010–2013



GRFAIK 7.30

Fairtrade-Baumwolle: Verwendung der Fairtrade-Prämie 2012–13



Impressum

Diese Übersetzung enthält lediglich Auszüge des Berichts „Monitoring the scope and benefits of Fairtrade Sixth Edition, 2014“. Vollständiger Report in englischer Sprache unter http://www.fairtrade.net/impact-and-research.html#c8222

Texte englische Originalversion Kate Kilpatrick, Kyle Freund
Datenanalyse Jesus Aguirre, Christina Hellwig, Jannik Kaiser, Kate Kilpatrick
Redaktion und Designmanagement Kyle Freund, Vicky Pauschert
Design www.designland.com.au
Korrekturen Laura O’Mahony
Datenaufbereitung Meike Ahrens, Ivonne Altamirano, Nadav Chudler, Elena Gómez, Christina Hellwig, Jannik Kaiser, Josefina Rey, Roberto Tuñón, Tatiana Vanegas, Juliana Wachtmeister, Andrew Willis, with project management from Jesus Aguirre, Andrea Pérez und Arisbe Mendoza.
Fotos Nathalie Bertrams, Santiago Engelhardt, Didier Gentilhomme, Linus Hallgren, Sean Hawkey, Vipul Kulkarni, Kyonne Leyser, James Rodriguez, James Robinson, Éric St-Pierre.
Besonderer Dank an to Rita Azar, Monika Berresheim, Frank Brinkschneider, Lee Byers, Silvia Campos, Rene Capote, Samantha Dormer, Wilbert Flinterman, Matthias Kuhlmann, Harriet Lamb, Vicky Pauschert, Caitlin Peeling, Vidya Rangan, Catharine Russell, Katharina Schwab, Anita Sheth, Anup Kumar Singh, Renate Siemon, Miyako Takahashi.

Übersetzung aus dem englischen Original Regina Volkmer
Redaktion für die deutsche Version Edith Gmeiner, Tobias Thiele
Übertragung des Layouts in die deutsche Version Dreimalig Werbeagentur Köln

FAIRTRADE INTERNATIONAL

Bonner Talweg 177
53129 Bonn
Germany

Telephone +49 (0) 228 94 92 30
Telefax +49 (0) 228 24 21 713
info@fairtrade.net
www.fairtrade.net

twitter.com/fairtrade
facebook.com/fairtrade

FAIRTRADE DEUTSCHLAND

TransFair e.V.
Remigiusstraße 21
50937 Köln

Telefon +49 (0)221 94 20 40 0
Telefax +49 (0)221 94 20 40 40
info@fairtrade-deutschland.de
www.fairtrade-deutschland.de

twitter.com/fairtrade-deutschland
facebook.com/fairtrade-deutschland