



FAIRE REGION OSNABRÜCKER LAND?

WAS IST FAIRTRADE?



Die Fairtrade Mission

verbindet Produzenten und Konsumenten und unterstützt die Produzenten, damit sie die Armut aus eigener Kraft überwinden, ihre Stellung stärken und ihr Leben selbst bestimmen können.



Die Fairtrade Vision

Eine Welt, in der alle Produzentinnen und Produzenten im Süden ein sicheres und gutes Leben führen, ihr Potenzial ausschöpfen und über ihre Zukunft selbst entscheiden können.

FAIRE VIELFALT

Es gibt über 7.000 Fairtrade-Produkte in Deutschland. Die wichtigsten sind Kaffee, Kakao, Bananen, Blumen und Baumwolle

FAIRER HANDEL IN DEUTSCHLAND HEUTE

Fair gehandelte Produkte aus dem globalen Süden sind heute sowohl im Einzelhandel als auch in der Gastronomie weit verbreitet. Sie sind für Verbraucher an diesen Zeichen zu erkennen:



Fairtrade- Umsatz in 2016 in
Deutschland: 1,2 Mrd. €

Umsatz der Fair-Handelspartner
mit Südprodukten ohne Siegel in
2015 in Deutschland: 183 Mio. €

DIE MITGLIEDER DES TRANSFAIR E.V.



aktion arme welt



Die Verbraucher Initiative e.V.



CDA CHRISTLICH DEMOKRATISCHE ARBEITNEHMERSCHAFT DEUTSCHLANDS



DGB BILDUNGSWERK BUND

DGRV

Deutscher Genossenschafts- und Raiffeisenverband e.V.



deutsche gläubigenhilfe sucht geizig
dpsg

Difäm
Gesundheit in der Einen Welt

FRIEDRICH EBERT STIFTUNG

Gemeinschaft Katholischer Männer und Frauen
KMF

Brot für die Welt



KATHOLISCHE ARBEITNEHMER-BEWEGUNG

Kristlicher Entwicklungsdienst der evangelisch-lutherischen Landeskirchen in Niedersachsen und Hannover
KED



KOLPING



MISEREOR
IHR HILFSWERK



Konrad Adenauer Stiftung

Quäker-Hilfe e.V.



terre des hommes
Hilfe für Kinder in Not



Katholische Landvolk Bewegung

OIKO CREDIT



NETZWERK NACHHALTIGEN ENGAGEMENTS



Ministerium für Kultus, Jugend und Sport
Baden-Württemberg



AUSWAHL VON LIZENZNEHMERN

FERRERO

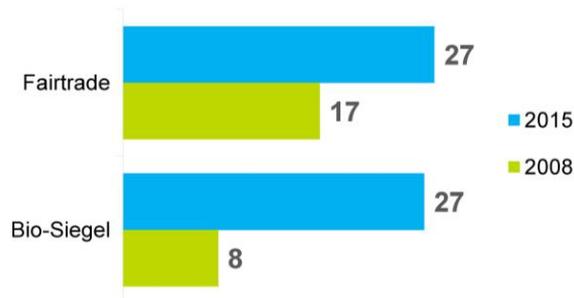
MARS



FAIRTRADE AUF DEM DEUTSCHEN MARKT

FAIRTRADE HAT ALS EINES DER WICHTIGSTEN NACHHALTIGKEITSSIEGEL IN DEUTSCHLAND NEBEN DEM BIO-SIEGEL AN BEDEUTUNG GEWONNEN.

Spontane Nennung von gesehenen Marken
(ungestützte Bekanntheit)



Frauen in Deutschland nehmen Fairtrade eher wahr als Männer (30% im Vergleich zu 26%). Jüngere Konsumenten nennen spontan öfter Fairtrade als ältere (33%).

Basis: Befragte, die Siegel gesehen haben, welche darauf hinweisen, dass Produkte umweltfreundlich oder ethisch hergestellt werden (2015: n=840)

Quelle: Globe Scan 2015

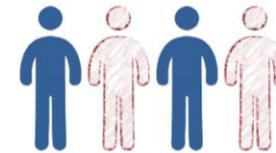
FAIRTRADE AUF DEM DEUTSCHEN MARKT

84%

der Konsumenten sagen, dass sie das FAIRTRADE-Siegel häufig oder gelegentlich gesehen haben.

Kaffee bleibt das meist gesehene Fairtrade-Produkt.

Die Sichtbarkeit von Fairtrade-zertifizierten Bananen ist zwischen 2011 und 2016 deutlich gestiegen.



Der Pro-Kopf-Verbrauch liegt in Deutschland bei über 13 € pro Einwohner.

95%

der Fairtrade-Kunden vertrauen dem Siegel.

Quelle: Globescan 2016

FAIRTRADE IST BESONDERS VERTRAUENSWÜRDIG

Stiftung Warentest-Test von Nachhaltigkeitssiegeln, April 2016



Testergebnis zu Fairtrade:

- Label mit hoher Aussagekraft.
- Sehr starke übergreifende Kriterien.
- Mindestpreise für Rohware und Prämien sind besonders positiv.
- Transfair kann gelabelte Produkte sehr gut zurückverfolgen. Gute Kontrollmechanismen,
- vielfältige Wirkungsanalysen.?

FAIR TRADE

Kampagnen machen Engagement sichtbar!

Fairtrade ist Motor verschiedener großer Kampagnen, die viele Menschen zum Mitmachen einlädt:



TEILNEHMER DER FAIRTRADE-TOWNS-KAMPAGNE STEHEN FÜR:

- Faires, nachhaltiges Engagement in Ihrer Kommune/Region
- Übernahme sozialer Verantwortung, auch global
- Positionierung als innovative und weltoffene Stadt
- Anstoß für tolle Projekte neuer Kooperationspartner
- Vorbildfunktion für Bürgerinnen und Bürger und Gäste
- Impuls für das Thema nachhaltige öffentliche Beschaffung
- Netzwerk bestehender Fairtrade-Towns
- Internationale Vernetzung mit über 1400 Fairtrade-Kommunen in über 24 Ländern – vielleicht auch mit Ihrer Partnerstadt?

WIE WERDE ICH FAIRTRADE-STADT/-REGION?

5 Schritte bis zur Fairtrade-Town:

- **Ratsbeschluss** zur Unterstützung des Fairen Handels. Bei allen öffentlichen Sitzungen werden 2 fair gehandelte Produkte angeboten (Kaffee / Tee / Kekse)
- Gründung einer **Steuerungsgruppe**, die Aktivitäten vor Ort koordiniert (mind. 3 Pers. aus Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Politik)
- **Fairtrade-Produkte im Sortiment in den lokalen Geschäften**, Cafes, Floristen, Restaurants, Kantinen. Richtwert ist die Einwohnerzahl der Kommune.
z.B. Bad Essen, Bohmte, Ostercappeln, Belm - je 4 Geschäfte, 2 Gastronomien,
Wallenhorst (23.865EW) - 5 Geschäfte, 3 Gastronomien,
Bramsche (31.152EW) - 7 Geschäfte, 4 Gastronomien,
- **Fairtrade in öffentlichen Einrichtungen** - jew. 1 Schule, 1 Kirche, 1 Verein müssen gewonnen werden. Mindestens einmal pro Jahr wird eine Aktivität zum Thema ‚Fairer Handel‘ durchgeführt.
- In den **Medien** soll die Kampagne mind. 4x im Jahr erscheinen

A photograph of a person riding a motorcycle away from the camera on a winding dirt road. The road is flanked by dense green vegetation, including tall grasses and bushes with yellow flowers. In the distance, another person can be seen riding a motorcycle on the same road. The scene is set in a rural, agricultural area with rolling hills.

**Handel auf Augenhöhe für
alle Marktteilnehmer ist
kein Zustand, sondern ein
stetiger Entwicklungs- und
Dialogprozess**