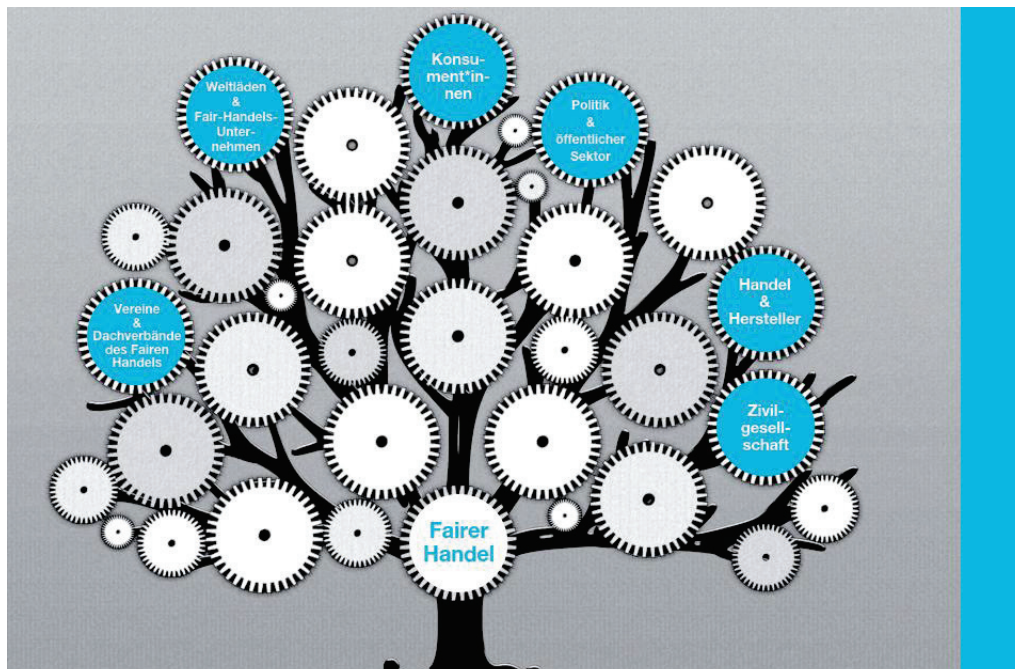


NEUE STUDIE „VERÄNDERT DER FAIRE HANDEL DIE GESELLSCHAFT?“

FACTSHEET, JANUAR 2017



HINTERGRUND UND ANLASS

Der Faire Handel in Produzentenländern ist bereits vielfach untersucht und seine positiven Wirkungen für Produzenten wissenschaftlich belegt worden. Die Wirkungen des Fairen Handels in einem Konsumentenland wurden bis heute jedoch nur punktuell im Rahmen der Forschung zu nachhaltigem Konsum von Verbraucher*innen betrachtet. Die Wirkungen auf andere für den Fairen Handel wesentliche gesellschaftliche Zielgruppen „Handel & Hersteller“, „Zivilgesellschaft“, „Politik & öffentliche Verwaltung“ sowie auf die eigenen Strukturen und Organisationen wie Weltläden, Dachverbände und Fairhandels-Vereine wurden bisher noch nicht wissenschaftlich untersucht. Die vorliegende Studie „Verändert der Faire Handel die Gesellschaft“ tut dies nun zum ersten Mal am Beispiel des Konsumentenlands Deutschland. Als erste Studie dieser Art kommt ihr zudem der Charakter einer Pilotstudie zu, die Anhaltspunkte für die Durchführung weiterer Fallstudien in anderen Konsumentenländern liefern kann.

AUFTRAGGEBER UND DURCHFÜHRENDE ORGANISATION

Durchgeführt wurde die Studie vom CEval-Institut (Universität-Saarbrücken) im Auftrag von TransFair e.V., der Servicestelle Kommunen in der Einen Welt/Engagement Global, Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst, dem Bischöfliches Hilfswerk MISEREOR und dem Forum Fairer Handel und wurde von der Friedrich Ebert-Stiftung finanziell unterstützt. Die CEval GmbH ist eine der maßgeblichen deutschen Forschungsinstitute im Bereich Evaluierungen und verfügt über langjährige Erfahrungen mit dem Thema Fairer Handel.

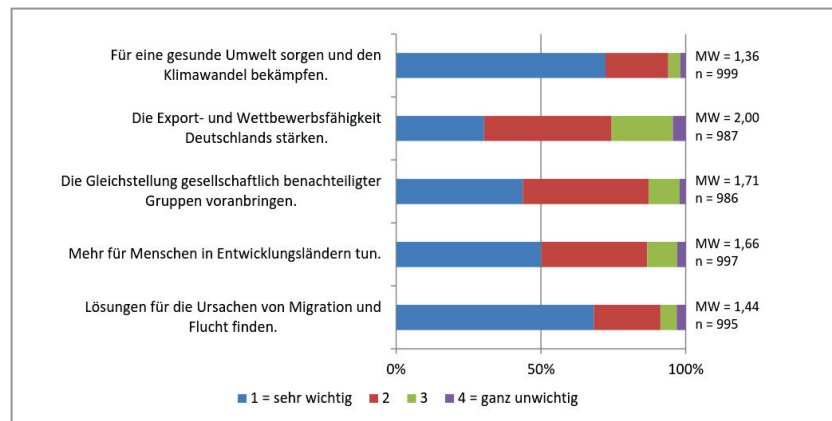


Abbildung 1: Wichtigkeit gesellschaftlicher Herausforderungen

WAS WURDE UNTERSUCHT KONKRET UNTERSUCHT?

Im Fokus der Untersuchung standen die folgenden übergeordneten Fragestellungen:

- ✓ Wie hat sich das zivilgesellschaftliche Engagement im Fairen Handel verändert?
- ✓ Inwiefern hat die deutsche Politik den ordnungspolitischen Rahmen im Sinne eines gerechten Welthandels und einer nachhaltigen Entwicklung gestaltet? Inwieweit hat sich in der öffentlichen Verwaltung ein faires Beschaffungswesen etabliert?
- ✓ Wie hat sich der Faire Handel im Bereich des deutschen Lebensmitteleinzelhandels entwickelt? Inwiefern haben sich die Geschäftspraktiken von Handels- und Herstellerunternehmen mit Blick auf Kriterien eines Fairen Handels entwickelt?
- ✓ Wie haben sich das Bewusstsein und das Einkaufsverhalten der Konsument*innen hinsichtlich eines Fairen Handels entwickelt? Welches Unterstützungspotenzial besteht bei den Konsument*innen gegenüber den Anliegen des Fairen Handels?
- ✓ Wie hat sich die Arbeit der Dachverbände und Vereine des Fairen Handels sowie der Weltläden und Fair-Handels-Unternehmen seit dem Jahr 2000 verändert?
- ✓ Inwiefern hat die Arbeit der Fair-Handels-Bewegung zu Veränderungen bei den gesellschaftlichen Zielgruppen des Fairen Handels beigetragen?

ERGEBNISSE DER STUDIE

Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass im Untersuchungszeitraum der Jahre 2000 bis 2015 eine Reihe von Veränderungen im Sinne der vom Fairen Handel angestrebten Wirkungen zu beobachten waren. Sowohl in Zivilgesellschaft, Politik und öffentlicher Verwaltung als auch bei Handel und Herstellern sowie bei den Konsument*innen konnte, wenngleich in unterschiedlichem Ausmaß, ein Trend hin zu einem veränderten Bewusstsein und Verhalten festgestellt werden.

Eine der sichtbarsten Veränderungen ist die Präsenz einer immer breiteren Palette fair gehandelter Produkte nicht nur in zunehmend professioneller werdenden Fair-Handels-Fachgeschäften, sondern auch im Einzelhandel. Der Absatz fair gehandelter Produkte hat sich insbesondere seit Mitte der 2000er Jahre rasant entwickelt, unter anderem weil sich die Verfügbarkeit und Bekanntheit der Produkte gesteigert haben und neue Schichten von Käufer*innen gewonnen wurden.

Faires Einkaufen spielt aber nicht nur für Privatpersonen eine Rolle. Unter dem Stichwort der „fairen Beschaffung“ wird der sozialverträgliche Einkauf allmählich für die öffentliche Hand relevanter und wird zudem auch durch zivilgesellschaftliche Organisationen unterstützt, die beispielsweise bei eigenen Veranstaltungen bewusst auf fair gehandelte Produkte setzen.

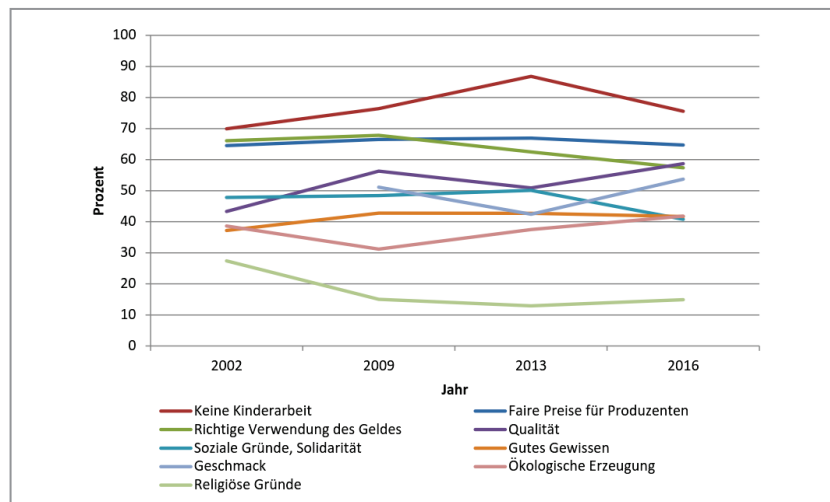


Abbildung 2: Gründe für den Kauf fair gehandelter Produkte

Mit Fragen des fairen bzw. sozial nachhaltigen Wirtschaftens muss sich heute zudem die Unternehmenswelt in größerem Maße auseinandersetzen als noch vor 15 Jahren und sieht sich zum Beispiel veranlasst, die Produktions- und Arbeitsverhältnisse entlang der eigenen Lieferketten stärker in den Blick zu nehmen. Die Ergebnisse der Studie lassen den Rückschluss zu, dass die Fair-Handels-Bewegung mit ihrem Engagement in der Informations-, Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit, durch die Vernetzung mit zahlreichen gesellschaftlichen Akteuren, ihre politische Lobby- und Kampagnenarbeit sowie im Zusammenspiel mit weiteren gesellschaftlichen Kräften zu dieser Entwicklung relevante Beiträge geleistet hat.

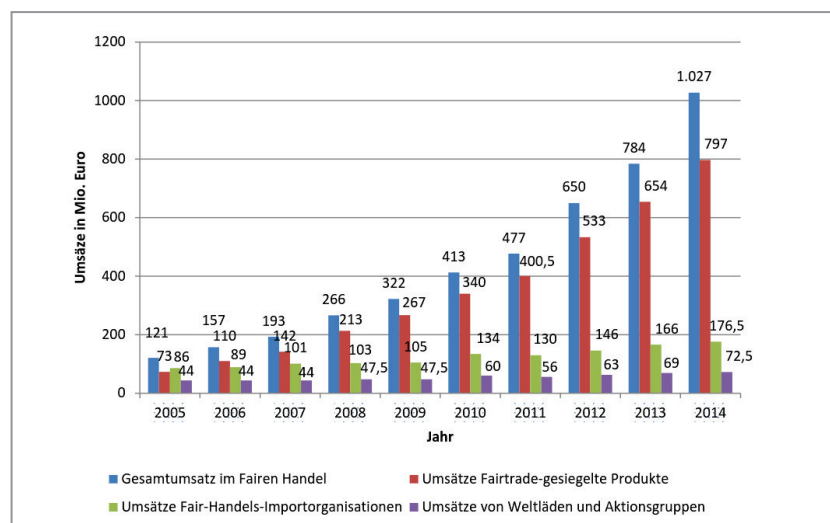


Abbildung 3: Umsatzentwicklung im Fairen Handel 2005 - 2014 in Mio. Euro

EMPFEHLUNGEN: WAS MUSS SICH ÄNDERN, DAMIT DER FAIRE HANDEL ZUM MAßSTAB UND NORMALFALL FÜR WIRTSCHAFTLICHES HANDELN WIRD?

Trotz einer gestiegenen Bedeutung sozialer Nachhaltigkeit in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft bestehen noch deutliche Veränderungspotenziale. So haben sich die Prinzipien des Fairen Handels beispielsweise im deutschen Lebensmitteleinzelhandel noch lange nicht flächendeckend durchgesetzt, sodass noch immer sogenannte unfaire Handelspraktiken auftreten.

Auch die Verbraucher*innen und die öffentlichen Beschaffungsstellen richten ihr Einkaufsverhalten trotz positiver Trends noch nicht konsequent an sozialen Aspekten von Herstellung und Handel aus.

Zudem gibt es auf internationaler, europäischer und nationaler Ebene ordnungspolitisch noch große Spielräume, um einen Rahmen zur Förderung von mehr Gerechtigkeit im Welthandel, Beachtung von Menschenrechten entlang der kompletten Lieferkette und einer nachhaltigen Entwicklung zu schaffen.

Innerhalb der Fair-Handels-Bewegung selbst kann ebenfalls noch mehr getan werden, um die Wirksamkeit der Arbeit im Fairen Handel zu steigern und damit zu weiteren gesellschaftlichen Veränderungen beizutragen. Potenziale sieht die Studie unter anderem in einer noch stärkeren strategischen Abstimmung ihrer Protagonisten sowie in einer Intensivierung der strategischen Zusammenarbeit mit weiteren (zivil-) gesellschaftlichen Akteuren.

Die Kurzfassung der Studie steht zum Download auf den Websites aller Herausgeber zur Verfügung. Die vollständige Langfassung der Studie ist unter <http://www.ceval.de/modx/webindex.php?id=6> und <https://zenodo.org/search?page=1&size=20&q=CEval> abrufbar.

RÜCKFRAGEN BITTE AN:

TransFair e. V.

Fairtrade Deutschland
Remigiusstraße 21 | 50937 Köln
Tel.: 0221-94 20 40 - 0
info@fairtrade-deutschland.de
www.fairtrade-deutschland.de

twitter Icon twitter.com/fairtrade

Facebook Icon www.facebook.de/fairtrade.deutschland

V.i.S.d.P.: Claudia Brück
Stand: Januar 2016