

fairer handel

www.taz.de | anzeigen@taz.de | fon 030 - 25 90 23 14



13. – 19. september 2025

Rekord in kleinen Schritten

Klimawandel und verwässerte Lieferkettengesetze setzen den Fairen Handel unter Druck

Von Kristina Simons

Die Stadt Pichanaki ist das Zentrum von Perus bekanntester Kaffeeregion Chanchamayo. In den Bergen oberhalb von Pichanaki baut Gladys Fernández auf einer rund vier Hektar großen Farm Kaffee an. Sie hat sich vor allem auf die Sorten Geisha und Catuai spezialisiert, sie stehen für besondere Qualität. Die 45-Jährige will Gourmet-Kaffee produzieren, der besser bezahlt wird. Für sie ist das auch eine Investition in die Zukunft ihrer beiden Kinder. Zugleich ist Fernández Präsidentin des Frauenkomitees der Kaffeegenossenschaft Asociación Central de Productores de Café Pichanaki (ACPC). Die Genossenschaft, die seit 2009 Fairtrade-zertifiziert ist und die GEPA mit fair gehandelter Bio-Kaffee beliefert, ist Vorreiterin bei der Förderung von Frauen. Bereits 108 der etwa 370 Genossenschaftsmitglieder sind weiblich. Und es werden stetig mehr. Das Frauenkomitee, in dem 36 der 108 Genossinnen aktiv sind, unterstützt sie unter anderem mit Seminaren zu Frauenrechten und agrartechnischen Beratungen.

Durch die Fairtrade-Zertifizierung erhalten die Mitglieder garantierte Mindestpreise für ihren Kaffee sowie zusätzliche Fairtrade- und Bio-Prämien. Das sichert ihnen stabile Einkommen, verringert die Abhängigkeit von schwankenden Weltmarktpreisen und garantiert ihnen langfristige Handelsbeziehungen. Zudem konnte die ACPC-Genossenschaft dank der Prämien in eine neue Verarbeitungsanlage und Infrastrukturprojekte investieren. Doch wie so viele Kaffeebauern leiden auch ihre Mitglieder unter steigenden Temperaturen und Wassermangel, neuen Krankheiten und Schädlingen als Folgen des Klimawandels. Deshalb bauen sie ihren Kaffee heute – dank der Unterstützung durch den Fairen Handel – in höheren und kühleren Lagen von 1.100 bis 1.650 Metern an.

„Fairer Handel steht für Verlässlichkeit in Krisenzeiten und für soziale

sowie ökologische Verantwortung entlang globaler Lieferketten. Angesichts von Klimakrise, wachsender Ungleichheit und gesellschaftlicher Spaltung ist das heute wichtiger denn je“, betont Andrea Füller, Vorstandsvorsitzende des Forums Fairer Handel (FFH). Zahlen des FFH zeigen, dass 2024 ein Rekordjahr für den Fairen Handel in Deutschland war: Entsprechende Produkte kamen auf einen Gesamtumsatz von rund 2,6 Milliarden Euro – das entspricht einem Plus von 11 Prozent gegenüber dem Jahr davor.

Der Grund dafür liegt vor allem in höheren Absatzmengen bei zentralen Produkten wie Kaffee und Schokolade. Mit einem Anteil von 37,7 Prozent (plus 5,5 Prozent) war Kaffee das bei Weitem beliebteste faire Produkt in Deutschland – Schokolade kommt auf 6,9 Prozent. Zugleich waren 2024 die Preisschwankungen auf dem Weltmarkt für Kaffee außergewöhnlich stark. Für die Produzentinnen und Produzenten ist es zwar erst einmal gut, dass der Kaffee-Preis derzeit auf einem Allzeithoch ist.

„Doch bleibt er volatil und die Produktionskosten haben sich infolge von Inflation und Klimakrise fast verdoppelt“, so FFH-Geschäftsführer Matthias Fiedler. „Auch die starke Machtzentrale sowohl bei den Kaffeehändlern und -röstern als auch am Ende der Lieferketten im deutschen Lebensmittelhandel geht zu Lasten der Kaffekooperativen und ihrer Mitglieder.“ Ähnlich ist die Situation bei Schokolade: Der Absatz fair gehandelter Schokolade stieg 2024 gegenüber 2023 um 5,7 Prozent. Und auch die Kakaopreise lagen 2024 auf Rekordniveau. In Folge der Klimakrise brachen allerdings bei vielen Produzentinnen und Produzenten vor allem in Westafrika die Ernten dramatisch ein.

Mit Blick auf die vielfältigen sozialen und ökologischen Krisen dürften Nachhaltigkeitsstandards kein zu vernachlässigendes „Nice to have“ mehr sein und müssten Machtzentralen in Lieferketten verhindert werden,

Baumwolle aus Kirgisistan Faire Handel in Bioqualität



In der Region von Basar-Korgon, einer Stadt im Westen Kirgisistans, wird Baumwolle angebaut – mit Bio-Siegel und fair gehandelt. Hier sieht man die 23-jährige Elisa bei der Ernte Foto: Jörg Böthling

den, betont Fiedler. Die Lieferkettengesetze in Deutschland und der EU seien wichtige Meilensteine für die Durchsetzung unternehmerischer Sorgfaltspflichten. Doch aufgrund Forderungen nach mehr Deregulierung würden sie derzeit massiv unter Druck stehen. Vorreiterunternehmen wie jene im Fairen Handel hätten sich von den Lieferkettengesetzen deutlich mehr erhofft. „Denn gerade, weil sie ihre Kosten nicht auf die Gesellschaft abwälzen, sondern im Einklang mit sozialen und ökologischen Aspekten wirtschaften, haben sie enorme Wettbewerbsnachteile.“ Verantwortungsvolles Unternehmertum dürfe deshalb nicht als bürokratisches Hindernis abgetan werden, sondern müsse als das begripen werden, was es sei: die Verpflichtung

von Unternehmen, Menschenrechte und ökologische Standards einzuhalten. „Das geht nur, wenn alle mitmachen, und deshalb braucht es starke Regeln für Unternehmen.“ Dazu gehören für ihn vor allem politische Weichenstellungen, um die Machtzentrale in Lieferketten und im Lebensmittelhandel zu begrenzen und eine faire Verteilung der Wertschöpfung zu ermöglichen.

Auch bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern in Deutschland ist beim Fairen Handel noch viel Luft nach oben: Sie gaben 2024 im Schnitt gerade mal 31 Euro für fair gehandelte Produkte aus – im ganzen Jahr. In der Schweiz waren es pro Kopf umgerechnet rund 120 Euro, in Österreich etwa 77 und in Frankreich rund 38 Euro.

Die Faire Woche 2025

Vom 12. bis 26. September findet die diesjährige Aktionswoche des Fairen Handels in Deutschland statt. Sie steht unter dem Motto „**Fair handeln – Vielfalt erleben!**“ Bundesweit finden rund 2.000 Veranstaltungen statt. Sie machen die Zusammenhänge zwischen fairem Handel, nachhaltiger Entwicklung und sozialer Gerechtigkeit praktisch erlebbar. Handelspartnern aus vielen verschiedenen Ländern berichten in Schulen, Rathäusern und im Radio von den Wirkungen des Fairen Handels und ermöglichen einen direkten Dialog zwischen Produzenten und Verbrauchern.

Impressum Redaktion: Lars Klaassen | Foto-Red.: Karoline Bofinger | Anzeigen: Maria Bernal

**GEMEINSAM MIT IHNEN ÄNDERN WIR
DIE SPIELREGELN: WIR HANDELN ANDERS,
SIE KAUFEN ANDERS EIN.**

Wir arbeiten direkt mit Bauernfamilien, verarbeiten Lebensmittel dort, wo sie wachsen, und schaffen langfristig Einkommen vor Ort. Frische Früchte bestellen Sie im Voraus und warten die Erntezeit ab. Nüsse und Trockenfrüchte kaufen Sie in Grosspackungen auf Vorrat oder teilen mit Familie, Freunde:innen und Nachbar:innen. Gemeinsam verändern wir die Spielregeln des Handels.



Weltweit ab Hof

**Jetzt online bestellen
und 10 Euro sparen.**

EUR 10

IHR RABATTCODE:

NADE25N9TZ

Stur seit 1973

gebana.com

Baumwolle aus Kirgisistan Vor schneebedeckten Gipfeln

Die Ebene der Stadt Basar-Korgon, wo die Baumwollfelder sich erstrecken, liegt über 700 Meter hoch Foto: Jörg Böthling

Aufbruch der Kaffee- bäuerinnen

Frauen sind in der Kaffeeproduktion und im Kaffeehandel durchaus präsent – allerdings meist in der zweiten Reihe. Bei Café Feminino, einer 2003 in Peru gegründeten Kaffeemarkte, ist das anders.

Das Beispiel macht Schule

Von Knut Henkel

Sabina Hernández mustert den Kaffeestrauch, der in ihrem Hof steht und dessen dicke Kaffee-kirschen sich hier und da rot färben. „Dieser Kaffeestrauch der Sorte Típica ist für mich mein Frühwarn-Indikator. Er zeigt mir an, wann es Zeit für den ersten Erntedurchlauf wird“, sagt die kleine drahtige Frau lachend. Hernández, Anfang sechzig, lange geflochtene Zöpfe, optimistisch funkeln die Augen, ist Kaffeebäuerin von klein auf.

Schon ihre Eltern haben die dunkelroten Kaffeekirschen geerntet, ihr gezeigt, wie sie verarbeitet und schließlich auf einem Blech über dem offenen Feuer geröstet werden – zum *Café casero*. Hauskaffee bedeutet das und den gibt es bei Sabina Hernández auch heute – nur wird er nicht mehr wie früher mit etwas Zucker geröstet, sondern pur. „Das hat uns die Genossenschaft beigebracht, und heute schmecken wir unverfälscht, wie gut unser Kaffee ist“, sagt Hernández mit stolzer Stimme. Sie ist eines der Gesichter von Cecanor. So heißt die Genossenschaft, deren Produkte über die Vermarktungsgesell-

schaft Proassa kommerzialisiert werden und der Hernández seit rund dreißig Jahren angehört.

„Wir sind hier in der Region La Florida derzeit 61 Frauen und 31 Männer, die Cecanor angehören und auf rund 180 Hektar Kaffee anbauen“, erklärt Hernández. La Florida ist eine Kleinstadt, rund zwanzig Minuten von der Farm von Sabina Hernández im Dorf Agua Azul entfernt. In La Florida unterhält Proassa ein Lagerhaus, wo der Kaffee zwischengelagert, sortiert und klassifiziert wird, wo aber auch die Genossenschaftsstreffen stattfinden. Dort ist Sabina Hernández als Vorsitzende gewählt, aber ihr Kaffee auch schon ausgezeichnet worden.

Das sind Momente, die hängenbleiben. Die dazu beitragen, dass Hernández Cecanor und Proassa treu bleibt und Projekte wie die Seminare zu den Frauenrechten genauso wie jene zur qualitativen Steigerung ihres Kaffees unterstützt. „Enrique und ich haben seit 2015 in jedem Jahr ein paar hundert Pflanzen ausgetauscht, neue Setzlinge gepflanzt, um die Erträge zu steigern und unsere Kaffeebüsche widerstandsfähiger zu machen“, erklärt sie.

Enrique Queva Vego ist ihr Mann, und mit ihm hat sie rund 6.000 Kaffeeflanzen ausgetauscht und die kleine Kaffeeplantage von zwei Hektar in den letzten sieben Jahren komplett erneuert. Daraufhin sind die Erträge spürbar gestiegen – trotz schwieriger klimatischer Bedingungen. Alles andere als Zufall, denn junge Pflanzen sind widerstandsfähiger gegen die beiden wichtigsten Schädlinge: La Roja und Ojo de Gallo.

Die beiden Pilze, Kaffeerost und die Cercospora-Blattflecken, senken die Erträge im Kaffeebau weltweit und treten nicht nur in Lateinamerika auf. „Derzeit hier deutlich seltener“, berichtet Sabina Hernández und untersucht die Blätter einer Pflanze, die auf dem recht steilen Hügel oberhalb des geräumigen Wohnhauses steht. Einige wenige Flecken sind darauf zu erkennen und rund um die Wurzel hat Ehemann Enrique bereits etwas Biomasse und Biodünger ausgebracht, um die Pflanze durch Nährstoffzufuhr zu stärken. Das und regelmäßige Kontrollgänge sind essenziell, um Schädlinge zurückzudrängen, raten die Agrartechniker der Genossenschaft.

Die ist auf Initiative von Isabel Uriate und Víctor Rojas entstanden. Sie sind die Köpfe hinter Proassa, und die beiden Soziologen aus der peruanischen Küstenstadt Chiclayo haben auch Café Feminino initiiert. „Wir wollen Kaffeebäuer:innen in mehreren Regionen Perus unterstützen, sind derzeit in den Provinzen Lambayeque, Amazonas und Cajamarca aktiv“, erläutert Uriate. So heißen drei von etwa acht Kaffee-An-

Neue Setzlinge machen die Kaffeebüsche widerstandsfähiger

bauregionen in Peru, in denen derzeit 552 Frauen unter dem Logo von Café Feminino produzieren.

Agua Azul, das Dorf von Sabina Hernández, ist dabei ein Standort und an dem besuchen Uriate und Rojas heute mehrere der 18 Bäuerinnen und Bauern. Regelmäßig kommen sie, um zu informieren und zu helfen. Die Zentrale von Proassa und Café

Feminino steht jedoch in Chiclayo, wo für den nationalen, partiell auch für den internationalen Markt geröstet wird und von wo die aromatischen Bohnen exportiert werden.

Nach Kanada und in die USA geht das Gros der Säcke, die in Peru produziert werden. „Allerdings ist das Projekt auch in anderen Ländern aktiv, um Frauen und ihre Rechte im Kaffeeanbau zu stärken und sie sichtbar zu machen“, so Víctor Rojas. Bolivien, Brasilien und Kolumbien gehören zu den direkten Nachbarn, Guatemala und Mexiko sind weiter entfernt, und Ruanda und Sumatra sind nach entsprechenden Anfragen von Frauen-Genossenschaften hinzugekommen, sagt Rojas. Wichtig dabei sind die Kontakte in den USA, wo die gemeinnützige Stiftung Café Feminino ansässig ist und wo dank der Kooperation mit zwei Universitäten viele Kontakte zu Rösterien entstanden.

Bescheiden ist die Präsenz von Café Feminino jedoch in Deutschland. „Dort haben wir nur wenige Kontakte, das wollen wir in diesem Jahr ändern“, hofft Isabel Uriate und wirft Sabina Hernández einen aufmun-

ternden Blick zu. Sie hat in den letzten Tagen die Ernte begonnen, den ersten von vier bis fünf Erntedurchläufen hinter sich und ist zufrieden. „Es sieht nach einer guten Ernte aus, aber mehr wissen wir erst Ende September, wenn alles getrocknet und sortiert ist“, sagt die 62-Jährige und reibt sich eine graumelierte Locke aus der Stirn.

Dann greift sie zum Kescher, um aus dem Forellenbecken das Abendessen zu fischen. Forellen sind ein zweites Standbein für das Ehepaar, das auch ein paar Bienenvölker unterhält, deren Honig unter dem Logo von Café Feminino verkauft wird. Bisher nur auf dem nationalen Markt, aber auch das kann sich ändern. Ziel ist es schließlich, kontinuierlich zu wachsen und Frauen wie Sabina Hernández auch landesweit als Vorbilder sichtbar zu machen. Auch ein Grund, weshalb ihr Konterfei auf der Homepage zu sehen ist.

Auch auf einem der Kaffeebeutel könnte es bald auftauchen – wie jenes ihrer Kollegin Paulina Chávez Gómez aus dem benachbarten Lambayeque. Sichtbar machen: Das ist schließlich eines der Kernziele von Café Feminino.

Mach jede Tasse zu einer guten Tat.

Die GEPA handelt seit 1975 fair und ökologisch nachhaltig. Aus Überzeugung etwas verändern zu können. Mit jeder Tasse GEPA-Kaffee förderst auch du aktiv bessere Arbeitsbedingungen und nachhaltige Anbauverfahren. Für eine gerechtere Welt. Für alle.

Faire Vielfalt erleben!

FAIRE WOCHE
12. – 26. September 2025

Mach mit beim Gewinnspiel:
fairewoche.de

Veranstalter: Forum Fairer Handel, Kooperationspartner: Weltladen Dachverband, Gefördert durch Engagement Global mit Mitteln des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, Brot für die Welt mit Mitteln des Kirchlichen Entwicklungsdienstes, misereor Gemeinsam Global Gerecht

Was im Globalen Süden funktioniert, geht auch hier

In der Landwirtschaft, der Textil- und der Lebensmittelverarbeitung leiden auch in Europa viele unter niedrigen Preisen und unsicheren Bedingungen. Einige Akteure zeigen, wie es anders gehen kann

Dem Getränkehersteller Lammsbräu aus Neumarkt ist die Politik zu langsam. Seit 2025 honoriert der Bio-Pionier aus der Oberpfalz als erstes Unternehmen in Deutschland die Gemeinwohleistungen seiner Zulieferer. „Wir bezahlen die Bauern ab sofort nicht nur für die gelieferten Rohstoffe, sondern auch für die von ihnen für die Gesellschaft erbrachten Leistungen“, sagt Geschäftsführer Johannes Ehrnsperger. Hierzu zu zählen viele schützenswerte Gemeingüter, beispielsweise der Erhalt der Bodenfruchtbarkeit oder der biologischen Vielfalt.

Über die Erzeugergemeinschaft für ökologische Brau- rohstoffe (EZÖB) erhalten 180 Landwirte ein Prozent des jährlichen Umsatzes der Brauerei, etwa 300.000 Euro – zusätzlich zu fairen Erzeugerpri- sen, nachhaltigen Handelsbe- ziehungen, regionalem Roh- stoffbezug, Transparenz und gesellschaftlichem Engage- ment.

Das Traditionunternehmen zeigt: Fairer Handel ist auch im Globalen Norden möglich – und über gesetzliche Bestimmungen hinaus wirtschaftlich erfolgreich. Das ist wichtig, denn auch in Europa entstehen Produkte oft unter prekären Arbeitsbedingungen. Erzeuger landwirtschaftlicher Produkte leiden unter niedrigen Preisen, Saisonarbeitskräfte in der Landwirtschaft werden vielerorts schlecht entlohnt und arbeiten unter unsicheren Bedingungen. Auch in der Textil- und Lebensmittelverarbeitung sind niedrige Löhne, lange Arbeitszeiten und fehlende soziale Absicherung verbreitet.

Fairer Handel von Nord nach Nord sorgt hier für Mindeststandards, transparente Arbeitsbedingungen und gerechte Entlohnung. Gleichzeitig fördert er nachhaltige Produktionsmethoden und stärkt das Bewusstsein für soziale Verantwortung. Das ist auch dringend erforderlich. In Südeuropa, aber auch in Deutschland kämpfen viele bäuerliche Betriebe ums Überleben. Zwischen 2005 und 2020 sank die Zahl der Höfe in der EU von 14 auf 9 Millionen, ein Rückgang

um rund 37 Prozent. Betroffen waren besonders kleine Betriebe. Dabei sind es gerade diese Familienbetriebe, die eine lebendige Kulturlandschaft sichern, Artenvielfalt fördern und eine zukunfts- fähige Region gestalten.

Um sie zu stärken, braucht es verlässliche Strukturen und faire Zukunftsperspektiven. Genau hier setzt Naturland Fair an. Das Siegel des Verbands für ökologischen Landbau ergänzt die eigene Bio-Zertifizierung um soziale Kriterien. Partner verpflichten sich unter anderem zu fairen Preisen und Prämien, exis- tenzsichernden Löhnen, lang- fristigen Handelsbeziehungen und regionalem Rohstoffbe- zug. In Deutschland beteiligen sich neben der Neumarkter Lammsbräu Partner wie die Molkerei Berchtesgadener Land, die Münchner Hofpfistefrei oder das Weingut Seck mit fairen Preisen und regionalen Projekten.

Das honorieren deutsche Verbraucherinnen und Verbraucher: 2024 gaben sie laut Forum Fairer Handel rund 165 Millionen Euro für fair gehandelte Produkte aus Europa aus – das entspricht einem Plus von 3,8 Prozent zum Vorjahr. Besonders gefragt sind Milch- produkte, Mehl und Backwaren, aber auch Kräutertees, Säfte, Wein, Olivenöl, Pasta, Wurstwaren, Eier und Trockenfrüchte, ja sogar Weihnachtsbäume. Neben dem Naturland Fair-Zeichen tragen manche Produkte auch das Fair-for- Life-Siegel, einem Standard des Zertifizierers Ecocert Deutschland GmbH.

Diese Beispiele zeigen, dass Fairer Handel keine Frage der Geografie ist, sondern der Haltung – und dass er auch hier vor Ort eine gerechtere Zukunft für die Landwirtschaft und die Gesellschaft schaffen kann. Der ehemalige Abgeordnete des EU-Parlaments, Claude Gruffat, formulierte es sinngemäß so: „Wenn wir wissen, wie wir südliche Produzenten fair entlohen, dann sollten wir auch europäischen Landwirtinnen und Landwirten faire Löhne und Lebensbedingungen garantieren können.“ Frank Herrmann

Baumwolle aus Kirgisistan Vom Feld in die Fabrik



Entkernungs- maschinen trennen die Fasern der Baumwolle von Samen und Verunreinigungen
Foto: Jörg Böthling

Wer bekommt wie viel vom Cappuccino?

Ob Kakao oder Tropenfrüchte: Der Anbau erfolgt im Globalen Süden, das Gros der Gewinne streichen Konzerne im Norden ein. Die Fairchain-Bewegung will das ändern

Von Frank Herrmann

Täglich werden weltweit über 2,2 Milliarden Tassen Kaffee getrunken. Kaffee ist nicht nur eines der wichtigsten Handelsgüter, sondern mit 163 Litern pro Kopf und Jahr auch das beliebteste Heißgetränk der Deutschen. Doch kaum jemand fragt: Wer verdient daran? Wie auch bei Kakao, Zucker und Tropenfrüchten ist die Wertschöpfung extrem ungleich verteilt. Der Anbau erfolgt im Globalen Süden, das Gros der Gewinne entsteht bei multinationalen Konzernen und großen Supermarktketten im reichen Norden – beim Kaffee durch Rösten, Mahlen, Verpacken und dem Vertrieb.

Während der Cappuccino hierzulande immer öfter 5 Euro oder mehr kostet, landen davon bei den Pflückerinnen und Pflückern nur wenige Cent. Der Fair Handel konnte daran bisher nur begrenzt etwas ändern. Höhere Preise und Prämien helfen, doch oft betrifft das nur einen kleinen Teil der Ernte. Der Rest wird meist zu niedrigeren Weltmarktpreisen verkauft. Selbst die zuletzt stark gestiegenen Rohkaf-

fee preise bringen keine Entlastung, da sie mit Ernteverlusten und Klimarisiken wie Dürren, Starkregen oder Frost einhergehen. Würden zudem Familienmitglieder und Wanderarbeiter fair entlohnt, wäre Kaffee noch deutlich teurer – und die Schieflage noch sichtbarer.

Die Fairchain-Bewegung will diesen Status quo ändern. Ihr Ansatz: Produzentinnen und Produzenten übernehmen Verarbeitungsschritte wie Rösten, Mahlen und Verpacken selbst. So bleibt mehr Wertschöpfung im Ursprungsland, Arbeitsplätze entstehen, Einkommen steigen, der Zugang zu Gesundheitsfürsorge wird ermöglicht, die Infrastruktur verbessert sich und Abhängigkeiten sinken.

Doch der Anspruch „Wandel durch Handel“ stößt auf strukturelle Barrieren. Zwar erhebt die EU auf Rohkaffee keine Zölle, wohl aber bis zu 7,5 Prozent auf Röstkaffee und 9 Prozent auf entkoffeinierten Röstkaffee – ein klarer Wettbewerbsnachteil für Kaffeeland, die keine Zollpräferenz abbekommen haben.

Hinzu kommen infrastrukturelle Defizite in den Ursprungs ländern: unzuverlässige Energieversorgung, schlechte Transportwege, fehlende Kühlketten. Auch politische Instabilität, mangelndes Know-how, teure Zertifizierungen und die Marktmacht westlicher Abnehmer erschweren den Aufbau eigener Wertschöpfungsketten.

Konsumgewohnheiten im Norden tun ihr Übriges: Kundinnen und Kunden sind meist stärker an Markenimage und Geschmack gebunden als an faire Produktionsbedingungen.

Fairer Handel 2.0

Das alles hält Pionierunternehmen der Fairchain-Bewegung nicht davon ab, diese Form des Fairen Handels 2.0 umzusetzen. So wirbt der Fairchain-Pionier Moyee auf seinen Kaffeeverpackungen mit World's First Fairchain Coffee. Sein Ziel: 50 Prozent für die Bauern in den Ursprungs ländern und 50 Prozent für die Länder, in denen Kaffee konsumiert wird. Bei der Marke „Angelique's Finest“ der Kaffee-Kooperative handelt es sich um einen komplett

von Frauen verarbeiteten Kaffee aus Ruanda. Dadurch konnte der Verdienst der Frauen pro verkauftem Kilogramm Kaffee um über ein Drittel gesteigert werden.

Die Schokoladen von fairafric sind 100 Prozent „Made in Afrika“. Durch die Produktion vor Ort in ihrer modernen, solarbetriebenen Fabrik bleiben 1,49 Euro statt 0,15 bis 0,20 Euro pro Tafel in Ghana. Und die französische Fairhandelsorganisation Ethiquable, die ausschließlich mit kleinbäuerlichen Genossenschaften zusammenarbeitet, lässt ihre Ananas in Madagaskar ernten und vor Ort in Do sen abfüllen.

Noch weiter geht Gebana: Das Schweizer Fairhandelsunternehmen lässt nicht nur, wo möglich, im Ursprungsland verarbeiten, etwa Mangos in Burkina Faso oder Kakao in Togo. Sondern zahlt den Bauernfamilien zusätzlich zu Einkaufspreis, Bio- und Fairtrade-Prämien noch 10 Prozent des Verkaufspreises einer wachsenden Anzahl Produkte im Onlineshop – insgesamt 1,84 Millionen Euro im Jahr 2024.

fair childhood
GEW-Stiftung Bildung statt Kinderarbeit

Foto: Jamil Jalla

Kinderarbeit bekämpfen, Bildung ermöglichen!

Mach mit! Unterstütze die Projekte der GEW-Stiftung fair childhood

Spendenkonto: Kinderfonds wg. fair childhood
SozialBank • IBAN: DE65 3702 0500 0009 8400 00

Eine Treuhandstiftung unter Treuhänderschaft der Stiftung Kinderfonds
Informationen und Kontakt unter www.fair-childhood.de

Unser Kurs bleibt unabhängig.
mare wird zur Genossenschaft.



Alle Infos unter www.mare.de/genossenschaft