Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)

19.05.2014 – 10:22 Uhr

Umsatzwachstum von 16% für Fairtrade Max Havelaar-Produkte

Basel (ots) -

Die Max Havelaar-Stiftung (Schweiz) blickt auf ein erfreuliches Jahr 2013 zurück. Das Umsatzplus beträgt rund 16% gegenüber dem Vorjahr. Die Schweizerinnen und Schweizer haben 2013 demnach für rund 53 Franken Produkte aus fairem Handel konsumiert und damit einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung der Lebensbedingungen von Fairtrade-Kleinbauernfamilien und Arbeitern in Afrika, Lateinamerika und Asien geleistet.

Der Jahresumsatz aus dem Verkauf von Fairtrade-zertifizierten Produkten in der Schweiz konnte gegenüber 2012 um 15.7% auf 434 Millionen Franken gesteigert werden. Ebenfalls positiv konnte sich der Gastrono¬mie¬bereich entwickeln: Der Anteil des fairen Ausserhauskonsums betrug 2013 15% am Gesamtgeschäft.

Die grössten Produkte-Kategorien waren auch 2013 Bananen und Blumen. Mit einem im Vergleich zum gesamten Schweizer Bananenmarkt überdurchschnittlichen Wachstum von 12.5% und einem Umsatz von gut 96 Millionen trugen Bananen einen wesentlichen Teil zum guten Ergebnis bei. Fairtrade-Bananen erreichen damit in der Schweiz einen hervorragenden und international einmaligen Marktanteil von über 54%. Bei den Blumen mit knapp 80 Millionen und der traditionell ebenfalls starken Kategorie Kaffee mit 47 Millionen Franken blieben die Umsätze stabil. Auch dies ein guter Indikator für ein nachhaltiges Ergebnis. Mit einem Umsatz von knapp 50 Millionen Franken konnten die Fairtrade-Fruchtsäfte beim Marktanteil erstmals die 10%-Grenze überschreiten und avancierten neu zur drittstärksten Kategorie. Per Ende des Berichtsjahres waren auf dem Schweizer Markt über 2000 Produkte mit dem Fairtrade Max Havelaar-Label erhältlich.

Positive Wirkung für die Kleinbauern und Arbeiterinnen im Süden

Der kommerzielle Erfolg nachhaltig produzierter und fair gehandelter Rohstoffe und Produkte in den Märkten hat einen direkten Einfluss auf die Fairtrade-zertifizierten Landwirtschaftsbetriebe in den Entwicklungs- und Schwellenländern. Die organisatorische Stärkung der Kleinbauern durch Fairtrade führt nachweislich zu höheren und stabileren Einkommen. Nebst der monetären Wirkungsdimension sind vor allem auch die positiven Effekte in Bezug auf Selbstbestimmung und Verantwortungsübernahme dank demokratisch organisierten Kleinbauernkooperativen und Arbeitergremien essentiell. So entscheiden die Produzenten unter anderem gemeinsam darüber, wie sie die über 100 Millionen Franken investieren, welche sie im Berichtsjahr weltweit zusätzlich zu den Verkaufserlösen als Fairtrade-Prämie erhalten haben. Die Prämien werden von den Produzenten unter anderem für gemeinschaftliche Projekte und zur Verbesserung der Produktivität verwendet und tragen dadurch auch zur Verbesserung ihrer Wettbewerbsfähigkeit bei.

 Geschäftsleiterin Nadja Lang freut sich über den erfolgreichen Jahresabschluss: "Der Dank für das wiederum gute Jahr gehört unseren Partnern im Markt und den Konsumentinnen und Konsumenten. Mit ihrem Engagement für Fairtrade helfen sie mit, dass nachhaltig produzierte und fair gehandelte Produkte und Rohstoffe immer selbstverständlicher werden."

Handlungsbedarf trotz gutem Ergebnis

Trotz des guten Resultates besteht nach wie vor grosser Handlungsbedarf. Insbesondere bei Schlüsselkategorien wie Kakao oder Baumwolle liegen die Marktanteile immer noch im tiefen einstelligen Bereich. Grund dafür ist nicht zuletzt, dass bisher nur ganze Produkte, nicht aber einzelne Zutaten, zertifiziert werden konnten. Ein Jogurt, eine Schokolade oder eine Glace mit dem klassischen Fairtrade-Logo müssen demnach neben dem verwendeten Fairtrade-Kakao auch alle andern Zutaten - sofern verfügbar - in Fairtrade-Qualität enthalten. Dies bedeutet beispielsweise für einen Kakaobauern, dass er seine Ernte nicht zu vorteilhaften Fairtrade-Bedingungen verkaufen kann, wenn der Abnehmer seine Schokolade anstatt mit Rohrzucker aus Entwicklungsländern mit Schweizer Rübenzucker herstellen möchte. Denn genauso wie die Fairtrade-Produzenten nicht von den fertigen Produkten leben, sondern vom Verkaufserlös ihrer Ernte, sind auch die Nachhaltigkeitsstrategien der Industrien oftmals nicht auf die Endprodukte, sondern auf die Beschaffung einzelner Zutaten ausgerichtet.

Mehr Absatzkanäle für die Fairtrade-Bauern dank zusätzlichen Fairtrade-Programmen

Für dieses Dilemma hat Fairtrade eine Lösung gefunden: Seit Anfang dieses Jahres können im Rahmen neuer Fairtrade-Programme neben den Endprodukten zusätzlich auch die Zutaten Kakao, Zucker und Baumwolle einzeln zertifiziert werden. Max Havelaar-Geschäftsleiterin Nadja Lang ist überzeugt, dass damit ein entscheidender Durchbruch für die Fairtrade-Bauern geschafft werden kann: "Die drei Fairtrade-Programme haben wir zusammen mit den Produzenten entwickelt. Gerade in den westafrikanischen Kakaohochburgen sind die Bauern zuversichtlich, dank dieser zusätzlichen Möglichkeit künftig mehr ihrer Ernte zu den vorteilhaften Fairtrade-Bedingungen verkaufen zu können."

Pressebilder:
http://www.maxhavelaar.ch/de/aktuell/newsroom/pressebilder/

Jahresbericht mit Jahresrechnung 2013: http://ots.de/F5xoU

Informationen zu den neuen Fairtrade-Programmen:
www.maxhavelaar.ch/program

Kontakt:

Für Interviews zum Jahresergebnis 2013, zu den neuen Fairtrade-Programmen und anderen Aspekten des fairen Handels stehen Ihnen unsere Geschäftsleiterin Nadja Lang und weitere verantwortliche Mitarbeitende sehr gerne zur Verfügung. Bitte wenden Sie sich dazu an unsere Medienstelle:

Katrin Dorfschmid, Tel. 044 278 99 17, E-Mail:
k.dorfschmid@maxhavelaar.ch

Florie Marion, Tel. 044 278 99 21, E-Mail: f.marion@maxhavelaar.ch

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100010102/100756236 abgerufen werden.