



Ludwigsburger FAIR Newsletter 8/2021

30.12.2021

In eigener Sache

Mit dem neuen Jahr tritt eine Veränderung ein:

Das Agendabüro der Fairtrade-Stadt Ludwigsburg wird künftig den Ludwigsburger FairNewsletter herausgeben; der Inhalt wird gemeinsam gemacht.

Den E-Mail-Verteiler werde ich dem Agendabüro (Frau Schreiner) übergeben.

Sollten Sie kein Interesse mehr am Ludwigsburger FairNewsletter haben, dann teilen Sie mir dies bitte mit, ich werde Ihre E-Mail-Adresse dann nicht weitergeben.

Ich bedanke mich für Ihr Interesse an und für Fairtrade und verbleibe mit vielen guten Wünschen für das neue Jahr

mit freundlichen Grüßen

Herbert Babel

ÜBERSICHT

- Gesamtumsatz des Fairen Handels in Deutschland, 2011-2020
- Verzicht auf Kinderarbeit als wichtigstes Motiv für den Kauf
- Grundwissen zum Fairen Handel in der Bevölkerung vorhanden
- Positives erstes Halbjahr 2021: Fairtrade-Umsätze stiegen wieder Fairtrade-Umsätze stiegen trotz anhaltender Pandemie
- Südzeit – das Eine Welt-Journal für Baden-Württemberg
- Entwaldungsfreie Lieferketten
- Truemorrow: Fortschritte der Tchibo Transparenzinitiative
- Bangladesch Accord: Tchibo unterzeichnet erweitertes Abkommen
- HAKRO wird Mitglied der Fair Wear Foundation
- Leitlinien zur Nachhaltigkeit für die Diakonie – Klimaneutralität bis 2035
- Siegel-Apps
- NKOTA: Analyse des Koalitionsvertrags: Koalitionsvertrag der Ampel bietet Chancen für nachhaltige Entwicklung und globale Gerechtigkeit

Gesamtumsatz des Fairen Handels in Deutschland, 2011-2020

Die aktuelle Pandemie fordert auch den Fairen Handel heraus. Nach über einem Jahrzehnt im Aufwind war der Umsatz mit fairen Produkten im Geschäftsjahr 2020 infolge der Krise erstmalig rückläufig.

So wurden 2020 in Deutschland 1,8 Milliarden Euro zu Endverbraucherpreisen mit Produkten aus Fairem Handel umgesetzt. Das entspricht einem Umsatzrückgang von 2,9 % gegenüber 2019.

Im Durchschnitt gaben 2020 die Verbraucher*innen in Deutschland pro Kopf 21,63 Euro für faire Lebensmittel und Handwerksprodukte aus.

Verzicht auf Kinderarbeit als wichtigstes Motiv für den Kauf

Wie schon in den Vorjahren ist auch 2021 der Verzicht auf Kinderarbeit mit Abstand der wichtigste Grund für den Kauf fair gehandelter Produkte. 68,4 % der Käufer*innen und Unterstützer*innen empfinden diesen Grund als sehr wichtig. Es folgen die Qualität der Produkte und der Geschmack, die jeweils von über der Hälfte der Befragten ebenfalls als sehr wichtiger Kaufgrund genannt werden.

Grundwissen zum Fairen Handel in der Bevölkerung vorhanden

Die Auswertung der Umfrage hat 2021 erneut ergeben, dass die Bevölkerung in Deutschland ein relativ gutes Grundverständnis des Fairen Handels hat und dass einige seiner Kernelemente besonders stark mit ihm assoziiert werden – dazu gehören das Verbot von Kinderarbeit (56,9 %), faire Löhne und Arbeitsbedingungen in den Entwicklungsländern (50,2 %) sowie die Zahlung fairer Preise an die Produzent*innen (46,8 %).

Im Jahr 2021 wurde erstmals auch danach gefragt, wo die Befragten mit dem Thema "Fairer Handel" in Berührung kommen. Der Einkauf (68,1 %) und die Medien (45,3 %) wurden am häufigsten genannt.

Quelle: <https://www.forum-fairer-handel.de/fairer-handel/zahlen-und-fakten-zum-fairen-handel-in-deutschland/umsatz-und-absatzzahlen>

Positives erstes Halbjahr 2021: Fairtrade-Umsätze stiegen wieder Fairtrade-Umsätze stiegen trotz anhaltender Pandemie

Der Gewinner unter den Fairtrade-Produkten ist im ersten Halbjahr 2021 eindeutig die Tafelchokolade, die um 35 Prozent zulegt.

Für den großen Absatzzuwachs sind vor allem die neuen Eigenmarken des Handels wie „Way-to-Go“, „Very Fair“ und „ChocoChanger“ verantwortlich, mit denen sich Einzelhändler wie Rewe, Lidl und Aldi gezielt für eine bessere Einkommenssituation im Kakaoanbau einsetzen.

Ein ähnlich starkes Absatzwachstum mit satten 34% verzeichnet Fairtrade-Tee. Bei Kaffee und Säften konnten die Absätze gehalten werden – trotz der historisch guten Entwicklung des Vorjahres durch Corona-bedingte Hamsterkäufe.

Fairtrade-Zucker legt um 13% zu. Zum einen dank des anhaltenden Home-Baking-Trends, aber auch dank Neueinführungen im Lebensmitteleinzelhandel.

Der Großteil der in Deutschland verkauften Fairtrade-Lebensmittel, etwa 60 Prozent, sind zusätzlich Bio-zertifiziert.

Rheingold stellt Verbraucherstudie zu nachhaltigem Konsum vor

....Für viele Verbraucher rückt das direkte Umfeld in den Fokus, der Erhalt regionaler Landwirtschaft und Umwelt. Dabei ist Nachhaltigkeit ohne globale Dimension nicht nachhaltig.

Fairtrade hat inmitten dieser Diskussion die besten Voraussetzungen, zu einem Pionier einer globalen Nachhaltigkeit 2.0 zu werden“, so Stephan Grünewald, Geschäftsführer des Rheingold-Instituts.“

Quelle: <https://www.fairtrade-deutschland.de/service/presse/details/positives-erstes-halb-jahr-fairtrade-umsaetze-steigen-wieder-7039>

Südzeit – das Eine Welt-Journal für Baden-Württemberg

Der DEAB (Dachverband für Entwicklungspolitik Baden-Württemberg) gibt vierteljährlich das Eine Welt-Journal „Südzeit“ heraus. Südzeit berichtet über aktuelle entwicklungspolitische Themen und Aktivitäten in Baden-Württemberg, gibt Tipps zum nachhaltigen Lebensstil und zeigt Ideen auf für die entwicklungspolitische Arbeit vor Ort. Mitglieder erhalten die Südzeit kostenlos

Quelle: <https://www.deab.de/suedzeit/>

Entwaldungsfreie Lieferketten

Das BMZ engagiert sich für entwaldungsfreie Lieferketten. Dazu werden –in Zusammenarbeit mit Unternehmen Nachhaltigkeitsstandards, Transparenz- und Rückverfolgbarkeitssysteme sowie die Entwicklung eines OECD-FAO Leitfadens zu Sorgfaltspflichten für entwaldungsfreie Lieferketten mit aufgebaut

Quelle: Nachrichten aus dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung 17.09.21 WWW.BMZ.DE/WALD

Truemorrow: Fortschritte der Tchibo Transparenzinitiative

Nur wer mehr weiß, kann besser verstehen und dann gezielt etwas verändern: Das ist das Prinzip hinter der vor einem Jahr gestarteten Innovationsinitiative Truemorrow, mit der Tchibo seinem Ziel eines verantwortungsvollen Kaffeeanbaus näherkommen möchte.

Quelle: https://www.tchibo-nachhaltig-keit.de/truemorrow/?utm_source=package&utm_medium=link&utm_campaign=qrcode

Bangladesch Accord: Tchibo unterzeichnet erweitertes Abkommen

Die Verhandlungen zwischen Gewerkschaften und internationalen Modeunternehmen haben zu einem neuen und umfassenderen Abkommen zu Sicherung des Arbeitsschutzes in Textilfabriken geführt. Der bisherige Übergangs-Vertrag ist am 31. August ausgelaufen. Das neue Abkommen trägt den Namen International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry und ist Anfang September in Kraft getreten. Tchibo hat das neue Abkommen unterzeichnet.

Quelle: Newsletter Umweltdialog 22.09.2021

HAKRO wird Mitglied der Fair Wear Foundation

Das Jahr 2021 hat für den Corporate-Fashion-Anbieter HAKRO mit einer zukunftsweisenden Partnerschaft begonnen: Seit dem 1. Januar ist das baden-württembergische Familienunternehmen Mitglied der Fair Wear Foundation und setzt mit diesem Schritt ein klares Statement für faire Arbeitsbedingungen in der Produktion.

Quelle: Newsletter Umweltdialog 22.09.2021

Leitlinien zur Nachhaltigkeit für die Diakonie – Klimaneutralität bis 2035

Konferenz Diakonie und Entwicklung, das höchste beschlussfassende Gremium des Evangelischen Werks für Diakonie und Entwicklung, bekennt sich zu UN-Nachhaltigkeitszielen. Der Klimawandel und die Covid-19-Pandemie stellen Politik, Gesellschaft und Wirtschaft weltweit vor enorme Herausforderungen.

Auch die kirchlichen Werke Brot für die Welt, Diakonie Deutschland und Diakonie Katastrophenhilfe sehen sich hier in der Verantwortung und haben Nachhaltigkeit zum zentralen Thema der Konferenz Diakonie und Entwicklung gemacht. Vor diesem Hintergrund hat sich das Gremium klar zu den UN-Nachhaltigkeitszielen bekannt und sich für einen umfassenden sozial-ökologischen Kurswechsel stark gemacht. Die Weichen für ein zukunftsfähiges soziales Gesellschafts- und Wirtschaftsmodell, das die natürliche Umwelt schützt und globaler Armut und Ungleichheit entgegenwirkt, müssen jetzt gestellt werden können, so die Botschaft der zweitägigen Zusammenkunft in Wolfsburg. Die Konferenz Diakonie und Entwicklung hat zudem Nachhaltigkeitsleitlinien für die Diakonie verabschiedet. Wichtige Handlungsfelder sind Immobilien, Liegenschaften und Wohnen, Mobilität, Land und Forstwirtschaft, nachhaltige Kapitalanlagen sowie eine Beschaffung, die Menschen- und Arbeitsrechte achtet und Ressourcen schont. Mit den verabschiedeten Nachhaltigkeitsleitlinien geben das Evangelische Werk für Diakonie und Entwicklung (EWDE) und die Diakonie Deutschland die Empfehlung an ihre Mitglieder, ihr Handeln an den Nachhaltigkeitszielen zu orientieren und einen Beitrag zu deren Umsetzung zu leisten. Die Diakonie verpflichtet sich, bis spätestens 2035 selbst klimaneutral zu sein. Quelle: Newsletter Zukunft einkaufen AUSGABE DEZEMBER 2021 www.zukunft-einkaufen.de

Siegel-Apps

Mit der kostenlosen **Nabu-App** lassen sich Lebensmittellogos schnell entschlüsseln
<https://siegelcheck.nabu.de/>

Quelle: LEB NACHHALTIG! LEBEN Das Umweltmagazin für die Region Ludwigsburg (Verlag Ungeheuer+Ulmer)

Siegel-Klarheit

<https://www.siegelklarheit.de/>

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

INKOTA: Analyse des Koalitionsvertrags: Koalitionsvertrag der Ampel bietet Chancen für nachhaltige Entwicklung und globale Gerechtigkeit

Der Koalitionsvertrag der neuen Ampelkoalition stimmt uns jedenfalls recht optimistisch. Wir haben uns angeschaut, welche Potentiale er in den Bereichen, zu denen INKOTA gemeinsam mit seinen Partnerorganisationen weltweit schwerpunktmäßig arbeitet, bietet und welche nicht. Unsere Analyse finden Sie hier:

Bei aller Zufriedenheit darüber, dass der Koalitionsvertrag wichtige Forderungen von INKOTA aufgreift, wissen wir aber auch: Papier ist geduldig und Vorhaben sind noch keine Gesetze. Wir als INKOTA werden auch in den nächsten vier Jahren nicht nachlassen und unsere Forderungen weiter an die Politik herantragen. Wir werden weiterhin auf Missstände in der globalen Lieferkette aufmerksam machen, uns gegen Kinderarbeit einsetzen, globale Rohstoffgerechtigkeit einfordern, für faire Löhne im globalen Süden kämpfen und für ein gerechtes Ernährungssystem streiten. Wir freuen uns, wenn wir Sie dafür weiter an unserer Seite wissen. Quelle: <https://www.inkota.de/news/analyse-des-koalitionsvertrags>

Internet

www.ludwigsburg.de/fairtrade

www.ludwigsburg.de/fairtradestadt

Social Media

<https://www.facebook.com/FairtradeStadtLudwigsburg/>

<https://www.instagram.com/ludwigsburg.de/?hl=de>

#ludwigsburg #fairgeniessenlb #fairgeniessen #fairewoche

Impressum:
Fairtrade-Agendagruppe Ludwigsburg
ViSP Herbert Babel