

Quelle: Forum Fairer Handel (2015): Handel mit Verantwortung, Entwicklungen im Geschäftsjahr 2014

„Ich will die Menschen dafür gewinnen,  
ihren eigenen Lebensstil zu hinterfragen.  
Sie sollen darüber nachdenken,  
wie gut sie leben und wie wir dazu beitragen können,  
dass die Menschheit in Gänze überlebt  
und auch kommenden Generationen  
auf dem Planeten eine Zukunft haben.“

„Die Mentalität „Geiz ist geil“ bei Lebensmitteln halte ich für fatal.  
Die Verbraucher müssen sich darüber klar werden,  
dass gerade bei Lebensmitteln am Anfang eines Produkts  
immer ein Mensch, ein Landwirt steht.  
Das erleben wir etwa bei Kaffee und Kakao.“

Gerd Müller im Interview mit der Mitteldeutschen Zeitung am 25.08.2014

<http://www.mz-web.de/politik/mz-interview-mit-gerd-mueller-geiz-ist-geil-ist-fatal,20642162,28213482.html>

„Wer bei Lidl oder Aldi Bio oder Fair kauft,  
unterstützt gleichzeitig das Preisdumping der Discounter,  
das Lebensmittelproduzenten weltweit in die Armut treibt.  
Leider sind aber genau die Discounter die Gewinner des Bio-Booms.  
Die Idee des richtigen Einkaufens führt nämlich leider nicht dazu,  
dass Unternehmen ihr verantwortungsloses Handeln ändern -  
sondern dazu, dass sie sich den neuen Moralanforderungen so anpassen,  
dass sie ihr Handeln, das ihnen Profite beschert, nicht ändern müssen.“

„Nur verbindliche Standards und Gesetze können das ändern. Und das ist Sache der Politik.  
Mit ihren freiwilligen Projekten und ethischen Versprechen bringen sich Konzerne  
nur aus der Schusslinie, sie wollen damit genau solche Gesetze verhindern.  
Wer diesen Versprechen glaubt, der stärkt die Macht der Unternehmen,  
anstatt sie zu schwächen. Er macht sich zu ihren Komplizen.  
Mächtig sind die Konzerne aber nur deshalb,  
weil sie so großen Einfluss auf die Politik haben.“

Kathrin Hartmann im Interview mit Umagazin „Die Konsumlüge“  
<http://www.umagazine.de/artikel.php?ID=998831>

## **Konsumentenboykott, der**

„Ein Konsumentenboykott ist ein Mittel der Verbraucher, um das Verhalten von Unternehmen langfristig zu beeinflussen.

Bei einem Konsumentenboykott orientiert sich die Kaufentscheidung einer Person nicht mehr nur an der Befriedigung individueller Bedürfnisse.

Vielmehr trifft der Konsument seine Entscheidung moralisch oder politisch motiviert und wählt Produkte und Unternehmen gezielt aus.

Setzen Konsumenten ihr Kaufverhalten gezielt ein, so liegt ein großer Teil der Marktmacht letztendlich bei ihnen.

Beispiel für erfolgreichen Boykott:

Der Boykottaufruf gegen den Ölkonzern Shell wegen dessen geplanter Versenkung der Ölplattform Brent Spar 1995 war der bisher erfolgreichste Konsumentenboykott.

Dem Aufruf von Umweltschutzverbänden, künftig die Tankstellen von Shell zu meiden, folgten etwa 50 % der Bevölkerung. Auch Unternehmen wie die Mülheimer Tengelmann-Gruppe beteiligten sich an der Aktion und forderten

die fast 200.000 Mitarbeiter im In- und Ausland auf, beim Betanken ihrer Privatwagen Shell-Tankstellen zu meiden. Guido Westerwelle, damals FDP-Generalsekretär, veranlasste, dass alle Dienstfahrzeuge der Parteizentrale nicht mehr mit Shell-Benzin betankt wurden.

Rundfunksender riefen dazu auf, Shell-Tankstellen zu meiden.

Nach einer etwa 100-tägigen von Greenpeace initiierten Medienkampagne lenkte Shell ein und begann mit der Entsorgung der Brent Spar an Land.“

„Das ist das Ergebnis von vierzig Jahren Kauf-Kritik:  
Die Konsumgesellschaft hat ihre Kritiker gefressen,  
den Protest absorbiert und in Produkte verwandelt.  
Der Markt hat sich auf konsumkritische Konsumenten eingestellt,  
neben dem Billig- und dem Teuersegment  
gibt es deshalb eben auch einen Markt für kritische Käufer.“

Quelle: Der kritische Agrarbericht 2009, Tanja Busse: Die Macht der Konsumenten

„Fairtrade wächst um 26 Prozent  
Jahrespressekonferenz von TransFair:  
Stärkstes Wachstum seit Bestehen des Siegels.  
Bessere Verfügbarkeit durch starke Eigenmarken im Handel.“

Pressemeldung veröffentlicht am 11.05.2015 auf der Website von Trans-Fair e.V.  
<https://www.fairtrade-deutschland.de/nc/top/presse/pressemitteilungen/detailseite-pressemeldungen-ueberblick/article/fairtrade-waechst-um-26-prozent/>

„Umsatzrekord bei fairem Handel  
Verbraucherschützer und Wissenschaftler  
haben das Fairtrade-Modell im letzten Jahr massiv kritisiert.  
Dennoch ist der Absatz von Fairtrade-Produkten  
in Deutschland stärker gewachsen denn je.“

Aus dem Artikel im Tagesspiegel Online vom 11.05.2015  
<http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/fairtrade-umsatzrekord-bei-fairem-handel/11764350.html>

Fair Trade - Der Faire Ha... x Fairtrade-Award – Fairtra... x Welthaus Österreich x Welthaus Österreich x fairtrade siegel deutschla... x Impressum - GEPA fair+ x Google-Ergebnis für http... x

www.fairtrade-deutschland.de/mitmachen/kampagnen-von-transfair/fairtrade-award/

**Mitmachen**

- Kampagnen von TransFair
  - Fairtrade-Schools
  - Fairtrade Towns
  - FABI - Die fairsten Azubis
  - IFC und Fairtrade Award
  - Gelungene Kampagnen
- Fair engagieren
- Schüler-Ecke
- Materialien

Folgen Sie uns:

- Facebook
- Twitter
- YouTube
- Flickr

**Fairtrade Award 2016**

Die Auszeichnung für herausragendes Engagement zum Fairen Handel


Der Fairtrade Award prämiert Unternehmen und Zivilgesellschaft, die sich vorbildlich für die Fairtrade-Idee eingesetzt haben. Die Auszeichnung soll einen neuen Fokus auf die Entwicklung des Fairen Handels werfen: durch Inspiration der Akteure und als Podium für die Kommunikation beispielhafter Arbeit für Fairtrade in Deutschland.

**Unternehmen und Organisationen mit Fairtrade im Fokus**

Wirtschaftsunternehmen aus Industrie und Handel, die ihren wirtschaftlichen Erfolg mit sozialer Verantwortung verknüpfen und eine konsequente Einbindung der Fairtrade-Produkte in die eigene Geschäftspolitik stehen im Fokus. Darüber hinaus werden Organisationen und Projekte aus der Zivilgesellschaft und dem alternativen Handel ausgezeichnet, die sich in herausragender Weise für das Fairtrade-System und die Fairtrade zertifizierten Produkte engagiert haben. Außerdem wird online ein Publikumsgewinner gekürt.

**Jetzt bewerben!**

Interessierte Unternehmen, Organisatoren und Personen können sich ab sofort für den Award bewerben oder auch Dritte vorschlagen. Der erste Preisträger in der Kategorie "Zivilgesellschaft" erhält zusätzlich ein Preisgeld von 1.000 EURO, die Plätze zwei und drei jeweils 500 EURO. Die Bewerbungsphase endet am 10.12.2015. Die Jury – bestehend aus externen Experten und TransFair-Vertretern – wählt die Sieger anhand eines Kriterienkataloges aus. Die drei Nominierten jeder Kategorie werden im Januar 2016 informiert und erhalten eine Einladung zur festlichen Preisverleihung am 3. März 2016 in Berlin, moderiert von Anke Engelke.



Sie haben sich vorbildlich für die Fairtrade-Idee eingesetzt? Dann bewerben Sie sich jetzt für den Fairtrade-Award 2016!

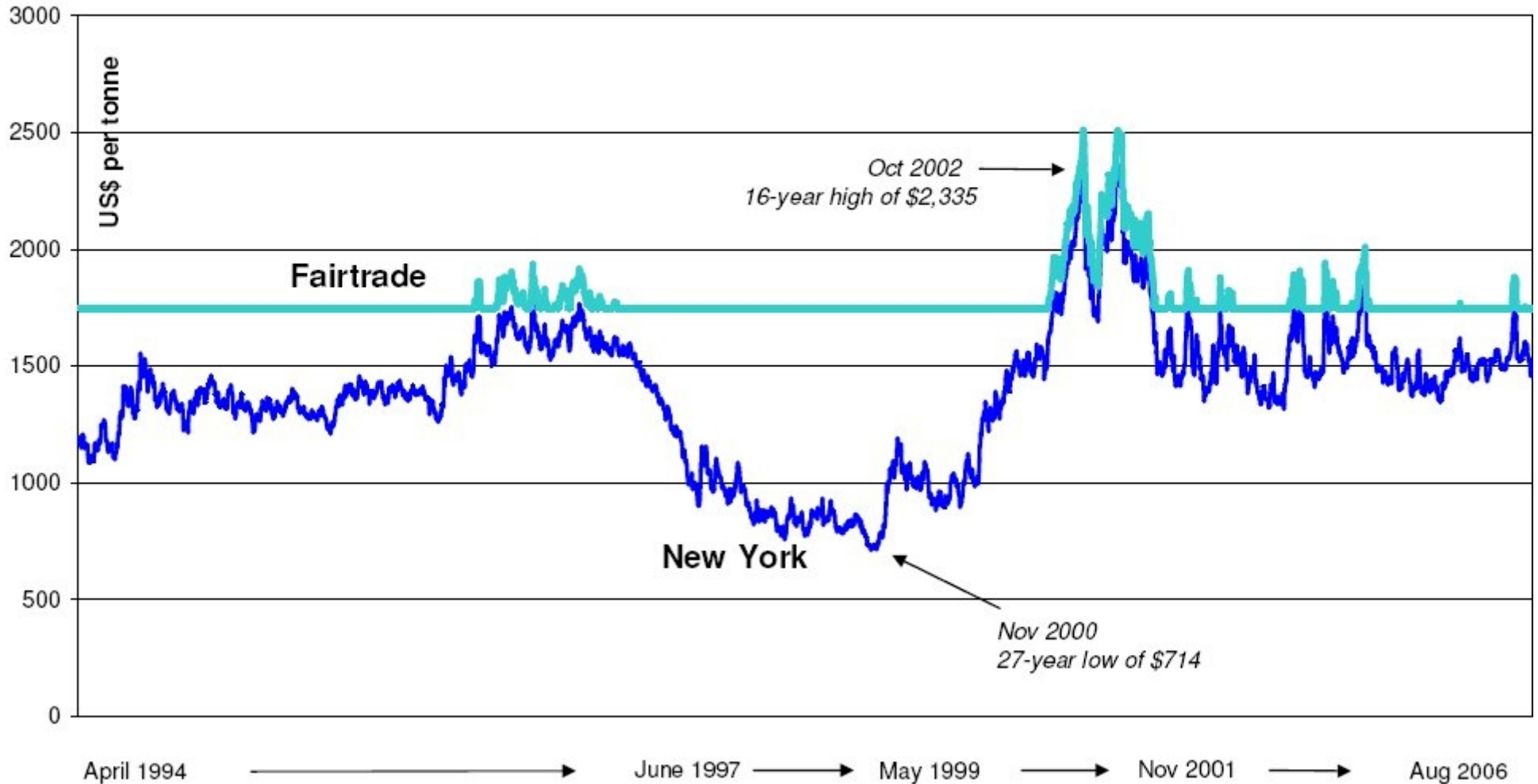
Seit 2009 führt der Verein Trans-Fair Deutschland die Kampagne „Fair-Trade Award“. Zitat von der Website der Kampagne: „Der Fairtrade Award prämiert Unternehmen und Zivilgesellschaft, die sich vorbildlich für die Fairtrade-Idee eingesetzt haben.

Die Auszeichnung soll einen neuen Fokus auf die Entwicklung des Fairen Handels werfen: durch Inspiration der Akteure und als Podium für die Kommunikation beispielhafter Arbeit für Fairtrade in Deutschland“.

<http://www.fairtrade-deutschland.de/mitmachen/kampagnen-von-transfair/fairtrade-award/>



## The Cocoa Market 1994 - 2006: Comparison of Fairtrade & New York Exchange Prices



NB Fairtrade minimum price = \$1600/tonne + \$150 premium. When the New York price is \$1600 or above, then the Fairtrade price = New York price + \$150 premium.

© Fairtrade Foundation

[https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/6/6c/Fairtrade\\_Minimum\\_Price.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/6/6c/Fairtrade_Minimum_Price.jpg)