



Mehr Transparenz durch fairen Handel

TransFair stellt Halbjahreszahlen auf der Lebensmittelmesse Anuga vor

- **Besonderes Engagement: Rewe, Koakult und Tchibo machen es vor**
- **Neue Rohstoffsiegel bieten mehr Möglichkeiten der Zusammenarbeit**
- **Erfolgreiches erstes Halbjahr: Weiterhin zweistelliges Umsatzplus**

Köln, 7. Oktober: Seit 100 Jahren ist die Anuga als größte Lebensmittelmesse der Welt, Wegweiser für Food-Trends, Spezialitäten und Branchenneuheiten. Seit 26 Jahren ist TransFair e.V. dabei. Anfangs noch eine exotische Idee neben all den Genusstrends, ist fairer Handel heute nicht mehr wegzudenken: „Verbraucher möchten wissen, woher Lebensmittel kommen und wer sie herstellt“, sagte Dieter Overath, Vorstandsvorsitzender von TransFair e.V. „Natürlich können sie nicht selbst nach Asien, Afrika und Lateinamerika reisen, um sicherzugehen, unter welchen Bedingungen ihre Lebensmittel angebaut werden. Diese Transparenz müssen Unternehmen bieten. Siegelinitiativen wie Fairtrade können dabei helfen“, so Overath. Vor allem bei Produkten wie Bananen, Kaffee und Kakao greifen Verbraucher zunehmend zu fair gehandelten Produkten, wie neue Absatzzahlen zeigen.

Erfolgreiches erstes Halbjahr für TransFair

Für das erste Halbjahr 2019 verzeichnet TransFair ein Umsatzplus von 15 Prozent. Die absatzstärksten Produkte sind Röstkaffee mit 10.900 Tonnen (+10,6%), Bananen mit rund 72.000 Tonnen (+ 51,6%) und Fruchtsaft mit 8 Millionen Litern (+3 %). Für den starken Zuwachs bei Kakaobohnen mit 24.000 Tonnen (+ 91,8%) ist unter anderem die Umstellung der Discount-Eigenmarken auf Fairtrade-Kakao verantwortlich.

Produktinfos per Mausklick – Tchibo sorgt für mehr Transparenz

Um dem wachsenden Informationswunsch der Verbraucher gerecht zu werden, setzen viele Unternehmen auf neue Konzepte für mehr Transparenz. „Bei unserem Qbo-Röstkaffee können Kunden die Herkunft des Kaffees via GPS-Koordinaten nachvollziehen. So geben wir ihnen einen Einblick in den Ursprung ihres Kaffees“, erklärte Nanda Bergstein, Leiterin der Unternehmensverantwortung der Tchibo GmbH. „Die Kunden sehen, woher ihr Kaffee kommt, wer ihn anbaut und werden eingeladen, die Menschen hinter dem Produkt kennenzulernen“, so Bergstein.

Koawach: Vom kritischen Konsumenten zum fairen Unternehmer

Daniel Duarte und Heiko Butz wurden mit ihrem Bio-Wachmacher-Kakao von kritischen Konsumenten selbst zu Unternehmern. Für eine faire nachhaltige Kaffeealternative gründeten die beiden 2014 die Koakult GmbH. „Wir wollten ein innovatives Produkt auf den Markt bringen, das nicht nur geschmacklich

TransFair
Verein zur Förderung des Fairen
Handels in der Einen Welt e.V.
Remigiusstr. 21 | 50937 Köln

Vorstand Kommunikation & Politik
Claudia Brück
+49 221 942040-31

Pressereferentin
Edith Gmeiner
+49 221 942040-46

presse@fairtrade-deutschland.de



beeindruckt“, sagte Daniel Duarte. Das Unternehmen bezieht für seine Kakaotränke ausschließlich faire Zutaten: von Kakao über Zimt bis hin zu Guarana – das erste Fairtrade-Guarana überhaupt. „Wir haben viel Aufwand in die physische Rückverfolgbarkeit unserer Produkte investiert und damit gezeigt, dass es geht. Jetzt müssen andere Unternehmen nachziehen“, sagte Duarte im Rahmen der Pressekonferenz.

Rewe Group bringt physisch rückverfolgbaren Saft in die Märkte

Den Schritt zur physischen Rückverfolgbarkeit ist die Rewe Group Anfang 2019 gegangen: Mit ihrem Eigenmarken-Orangensaft brachten Rewe und Penny die ersten Orangensäfte ohne Mengenausgleich in die Märkte. „Es ist sehr aufwendig, faire Orangen getrennt von konventionellen Früchten zu verarbeiten“, erklärte Maria Schäfer, Funktionsbereichsleiterin Nachhaltigkeit Ware. „Aufwendig, aber nicht unmöglich. Es war uns wichtig, einen nachhaltigen, fairen Anbau zu unterstützen und die Situation der Menschen vor Ort gezielt zu verbessern“, so Schäfer über das Projekt.

TransFair stellt neue Rohstoffsiegel vor

Transparentere Lieferketten alleine schaffen noch keine informierten Verbraucher. „Das große Problem sind die begrenzten Möglichkeiten von Kommunikation an der Verpackung – Es lässt sich nicht alles am Produkt kommunizieren. Hier können Siegel wie Fairtrade eine schnelle Orientierungshilfe geben“, sagte Georg Abel, Bundesgeschäftsführer der Verbraucher Initiative. Neben dem klassischen Siegel können Verbraucher zusätzlich auf die Fairtrade-Rohstoffsiegel achten. Diese bieten Unternehmen mehr Möglichkeiten der Zusammenarbeit, da sie ausschließlich einen Rohstoff in Fairtrade-Qualität beziehen. Um welchen fairen Rohstoff es sich handelt, können Verbraucher mit einem Blick auf das Siegel erkennen. Neben Kakao, Zucker und Baumwolle führt Fairtrade neue Rohstoffsiegel für Reis und Blumen ein. Die ersten Produkte mit dem neuen Siegel sind ab Ende Oktober im Handel erhältlich.

Fairtrade-Awards – Bewerben Sie sich jetzt!

Heute geht der Wettbewerb um die begehrten Fairtrade Awards online. In insgesamt fünf Kategorien können sich Hersteller, Handel, Newcomer, Zivilgesellschaft und Nachwuchs mit ihrem fairen Engagement in Deutschland bewerben. Parallel startet der Wettbewerb um die internationalen Awards. Bewerbungsschluss ist der 15. Dezember. Über die Gewinner entscheidet eine Expertenjury. Die Gewinner werden am 25. März feierlich in Berlin gekürt. Mehr Infos unter www.fairtrade-deutschland.de/ifc-awards

Unser Stand auf der Anuga: **Boulevard Mitte, Stand 048** im Übergang zwischen Halle 10 und Übergang zu Halle 4.

TransFair
Verein zur Förderung des Fairen
Handels in der Einen Welt e.V.
Remigiusstr. 21 | 50937 Köln

Vorstand Kommunikation & Politik
Claudia Brück
+49 221 942040-31

Pressereferentin
Edith Gmeiner
+49 221 942040-46

presse@fairtrade-deutschland.de

Hintergrund:

Der Verein **TransFair e.V.** wurde 1992 mit dem Ziel gegründet, benachteiligte Produzentengruppen in Entwicklungsländern zu unterstützen. Als unabhängige Organisation handelt TransFair e.V. nicht selbst mit Waren, sondern setzt sich dafür ein, den Handel mit fair gehandelten Produkten und Rohstoffen zu fördern und mehr Bewusstsein für nachhaltigen Konsum zu erreichen. www.fairtrade-deutschland.de

TransFair gehört zum internationalen Verbund **Fairtrade International e.V.**, in dem Fairtrade-Organisationen aus 25 Ländern und die drei kontinentalen Produzentennetzwerke zusammengeschlossen sind. Fairtrade International entwickelt die international gültigen Fairtrade-Standards. www.fairtrade.net

Alle beteiligten Akteure entlang der Lieferkette werden regelmäßig von **FLOCERT GmbH** kontrolliert. Die Gesellschaft arbeitet mit einem unabhängigen und weltweit konsistenten Zertifizierungssystem nach den Anforderungen der Akkreditierungsnorm ISO 17065 (DIN EN 45011). www.flocert.net

TransFair
Verein zur Förderung des Fairen
Handels in der Einen Welt e.V.
Remigiusstr. 21 | 50937 Köln

Vorstand Kommunikation & Politik
Claudia Brück
+49 221 942040-31

Pressereferentin
Edith Gmeiner
+49 221 942040-46

presse@fairtrade-deutschland.de