

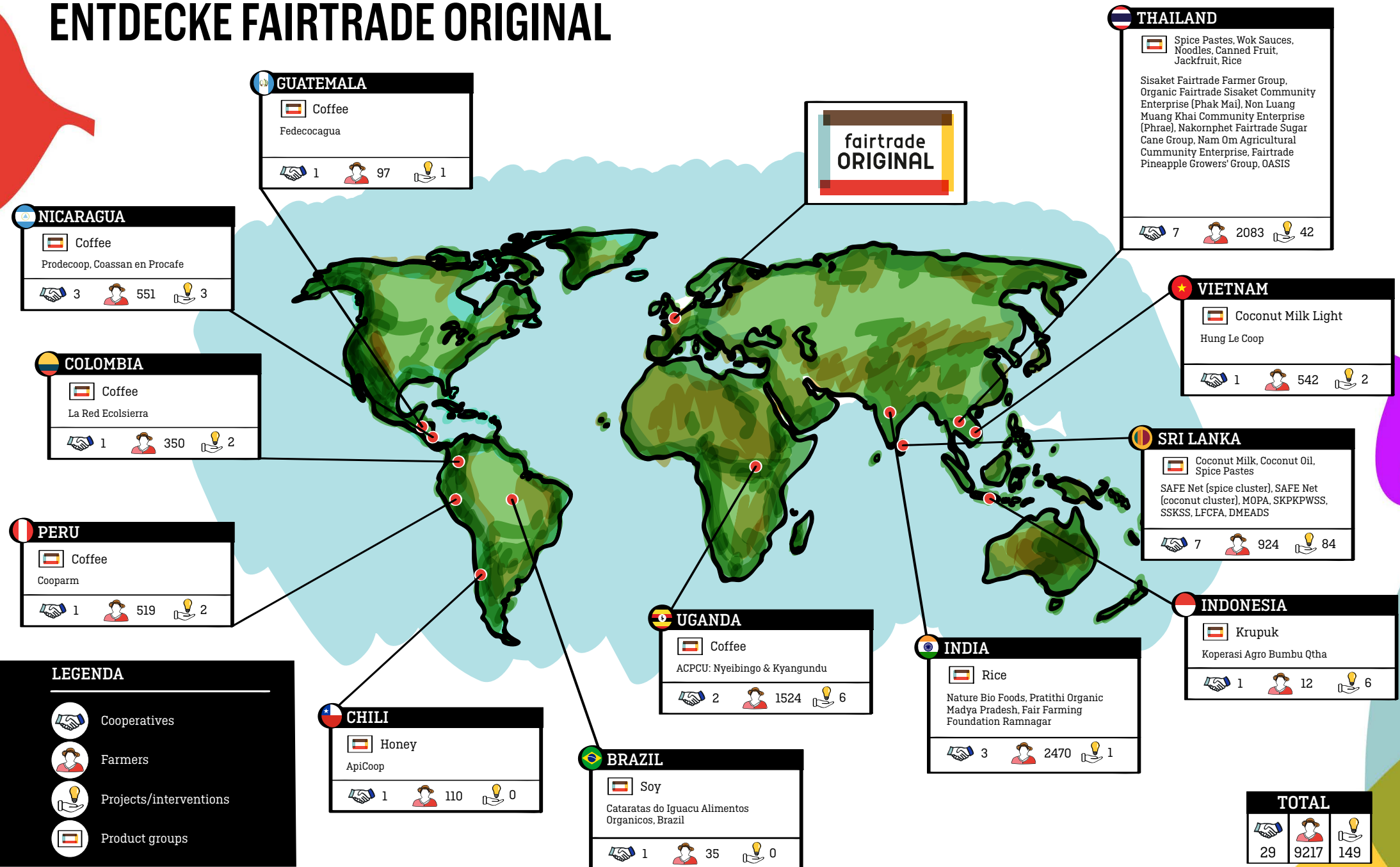
A photograph of a man in a straw hat and a red and white plaid shirt, holding a large bunch of green leafy plants in a field. The background is a soft-focus view of trees and foliage. The image is framed by a pink diagonal shape at the bottom right.

**fairtrade
ORIGINAL**

Khun Sonchai, Thailand

JAHRESBERICHT
2024

ENTDECKE FAIRTRADE ORIGINAL



INHALT

1. VORWORT	6
2. BRAND IMPACT	8
3. CSRD: NACHHALTIG UNTERNEHMERISCH MIT TRANSPARENZ	10
4. EINE FOODMARKE MIT EINER MISSION	16
5. FAIRER HANDEL (IMPACT AREA)	18
6. NACHHALTIGE PRODUKTION (IMPACT AREA)	26
7. EXISTENZSICHERNDES EINKOMMEN (IMPACT AREA)	32
8. FOOD FOR IMPACT	42
9. TEAM FAIRTRADE ORIGINAL	46
10. EIN BLICK AUF DAS JAHR 2025	50
11. FINANZIELLER ÜBERBLICK 2024	52

I. VORWORT

Eine Sache hat sich im vergangenen Jahr klar herauskristallisiert: Es ist dringend notwendig, dass wir uns kontinuierlich dafür engagieren, dass die Bäuerinnen und Bauern, mit denen wir zusammenarbeiten, ein faires Einkommen erhalten. Diese Notwendigkeit wird immer dringlicher, angesichts der Folgen des Klimawandels für die Ernten und im Hinblick auf geopolitische Entwicklungen, die nationale Interessen dominieren.

KLIMAWANDEL: EINE TÄGLICHE REALITÄT IN DER LANDWIRTSCHAFT

Seit Jahren sind der Klimawandel und seine Folgen ein bedeutendes Thema. Dennoch bleibt es für viele Menschen im Westen größtenteils abstrakt. Wir nehmen mit Besorgnis Berichte über schmelzende Eiskappen und steigende Meeresspiegel und die Risiken zur Kenntnis, doch die direkten Folgen spüren wir meist (noch) nicht.

Bei den Bäuerinnen und Bauern, mit denen wir kooperieren, verhält sich das jedoch ganz anders. Jeden Tag erleben sie die Folgen des Klimawandels am eigenen Leib. Denn extreme Hitze, Dürreperioden oder auch starke Regenfälle beeinträchtigen die Ernteerträge. Im Jahr 2024 berichteten die Medien häufig von der Preisentwicklung von Kaffee und Kakao aufgrund von Ernteausfällen. Die klimabedingt geringen Erträge von Kokosnüssen und Ananas fanden hingegen kaum Beachtung. Diese Pflanzen sind jedoch Bestandteil vieler unserer Produkte und werden von den Bauernkooperativen, mit denen wir zusammenarbeiten, angebaut.

PREISSCHWANKUNGEN

Ein höherer Preis aufgrund von Knappheit scheint zunächst vorteilhaft für die Bäuerinnen und Bauern, aber tatsächlich profitieren vor allem Händler oder Spekulanten von diesen Preisschwankungen. Bei einer Verknappung müssen die Bäuerinnen und Bauern als die schwächsten Glieder der Kette den höchsten Preis bezahlen. Das beweist wiederum, wie wichtig es ist, faire Handelsketten zu stärken und die Bäuerinnen und Bauern vor diesen Unsicherheiten zu schützen.

SPANNUNGEN

Mittlerweile spielen geopolitischen Spannungen eine immer größere Rolle. Wirtschaftsmächte richten ihren Fokus zunehmend auf die Sicherung ihrer eigenen Interessen, wodurch Klimaziele und das Engagement für faire und transparente Handelsketten unter Druck geraten. Beispiele dafür sind der Ausstieg der USA aus dem Pariser Klimaabkommen und die aktuelle Verzögerung der Umsetzung der europäischen CSRD-Richtlinie.

POSITIVER WANDEL

Obwohl diese Spannungen ein eher düsteres Bild der Welt zeichnen, können wir als Individuen glücklicherweise selbst bestimmen, welche Entscheidungen wir treffen. Es ist inspirierend zu beobachten, wie viele Menschen sich tatsächlich für ein Umdenken entscheiden und wie widerstandsfähig unsere Partner mit der richtigen Unterstützung sein können.

Immer mehr Unternehmen in Europa schließen sich der „B-Corp“-Bewegung an und streben neben wirtschaftlichem Wachstum auch

einen Mehrwert für die Gesellschaft an. Die Supermärkte gestalten ihr Sortiment relativ schnell nachhaltiger, was nicht nur Fairtrade Original, sondern auch anderen nachhaltigen Marken zugutekommt.

Das Wichtigste ist jedoch: Wir sehen positive Ergebnisse bei unseren Partnern. Die Produktivität steigt sichtbar durch Projekte, mit denen die Widerstandsfähigkeit gegenüber dem Klimawandel erhöht wird. Dazu gehören beispielsweise das Pflanzen von Schattenbäumen, die Installation von solarbetriebenen Bewässerungspumpen und der Bau von Gewächshäusern.

SEIT 65 JAHREN IM EINSATZ FÜR DEN FAIREN HANDEL

Unser Engagement für faire Handelsketten ist heute noch genauso stark wie vor 65 Jahren, als unser Gründer den ersten Container mit fair gehandeltem Kaffee importierte. In diesem Bericht zeigt sich, dass wir weiterhin mit viel positiver Energie und Enthusiasmus an einem existenzsichernden Einkommen für unsere Partner, den Bäuerinnen und Bauern, arbeiten. Es motiviert uns auch, dass so viele Konsument*innen durch den bloßen Genuss unserer köstlichen Produkte einen Beitrag leisten.

Steven van Wijk and Vidjai Jharap
Vorstand Fairtrade Original



2. BRAND IMPACT

AUF DEM WEG
ZU EINEM
EXISTENZSICHERNDEN
EINKOMMEN



Wir arbeiten mit **9.217**
Fairtrade Farmern zusammen

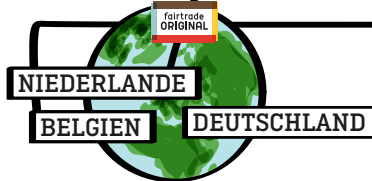
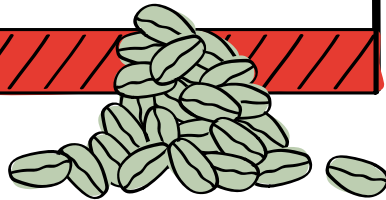
3.041 Kaffee Kleinbäuerinnen
und Kleinbauern erhalten ein
LIRP oder Fairtrade Minimum
Preis + eine FTO Impact Prämie



Wir arbeiten außerdem
mit **29** Kooperativen
zusammen

2024 haben wir unseren Farmern insgesamt **436.191 €**
in Fairtrade Prämien ausbezahlt

Davon gingen **223.201 €**
alleine an die Kaffeefermer



Unser Produkte sind in **3**
Ländern erhältlich



Wir haben **13,768,653** Produkte verkauft

Best sold

davon waren **1.629.590** unsere 400 ml-Dosen Kokosmilch



1.896.778 Kokosnüsse wurden
dafür zu Kokosmilch verarbeitet



Diese Kokosnüsse wurden von **1.300** Farmern
aus 5 Kooperativen geliefert



In diesem Jahr hat Fairtrade Original in **149**
Maßnahmen investiert. Zum Beispiel:

Projekte zum existenzsichernden Einkommen: **68**

Projekte für nachhaltige Produktion: **81**

1.

Stärkung der Kokosnuss- und
Kräuterbauerngruppen in
Sri Lanka in ökologischen
Standards.



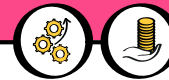
2.

Neue Irrigationssysteme für
Sojabohnenbauern,
einschließlich
Schulungen zur Nutzung.



3.

Neue klimaresistente
Kaffeeepflanzen
für Kaffeefermer in
Uganda.



4.

EUDR-Projekt zur Vorbereitung
aller Farmer auf die neue
europäische Gesetzgebung zu
exportfähigem Kaffee.



Zusätzlich zu unseren eigenen Investitionen haben wir **126.000 €**
an externen Fördermitteln eingeworben, um verschiedene Projekte
umzusetzen und noch mehr Wirkung zu erzielen.

LEGENDE



Zertifizierung; Schulungen und Bewertungen
im Bereich Fairtrade und ökologischer Landbau



Steigerung der Produktivität



Förderung nachhaltiger Produktion und/oder Nutzung von
organischem Dünger, Pflanzenschutzmitteln und Kompost



Programme zur Einkommenssteigerung

3. CSRD: NACHHALTIG UNTERNEHMERISCH MIT TRANSPARENZ

Nachhaltigkeit ist in unserer DNA verankert. Das hat aber weniger mit einem Pflichtgefühl zu tun, sondern mehr mit unserer Überzeugung, dass dies der einzige Weg nach vorne ist. Die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) ist eine europäische Richtlinie, die großen Unternehmen eine umfassende Berichterstattung über Nachhaltigkeit und ESG-Faktoren (Environmental, Social & Governance) auferlegt. Insgesamt gibt es zwölf Faktoren, wie beispielsweise Klimawandel, Biodiversität und Ökosysteme, Arbeitnehmende in der Wertschöpfungskette sowie Auswirkungen auf die Gemeinschaften. Die Rechtsvorschriften gewährleisten, dass Stakeholder, Konsument*innen und die Gesellschaft ein klares Bild von den Auswirkungen und Risiken der Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit erhalten. Als kleines Unternehmen muss Fairtrade Original dieser Verpflichtung nicht nachkommen, aber wir haben uns bewusst dafür entschieden, dies dennoch zu tun. Denn ehrliches und nachhaltiges Wirtschaften bedeutet, Verantwortung zu übernehmen, die eigene Position zu überprüfen und sich kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Dieses Kapitel erläutert, wie wir Nachhaltigkeit konkret umsetzen, wie wir zu den Sustainable Development Goals also den Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs) beitragen und unsere Auswirkungen messen und verbessern. Dazu gehören unter anderem fairer Handel und nachhaltige Produktion, die Reduzierung unseres ökologischen Fußabdrucks und die Einhaltung neuer Vorschriften wie der EUDR

(European Union Deforestation Regulation). Das sind durchweg wichtige Schritte, um Bäuerinnen und Bauern und ihre Communities zu unterstützen, den Planeten zu schützen und den Konsument*innen faire Optionen zu bieten.

In den folgenden Abschnitten erläutern wir, wie wir dies in der Praxis umsetzen.

MISSION ALS BASIS FÜR NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN

Die Mission von Fairtrade Original: Wir arbeiten gemeinsam an einem existenzsichernden Einkommen für Bäuerinnen und Bauern.

Mit allen Gliedern der Kette bündeln wir unsere Kräfte, um Bäuerinnen und Bauern beim Aufbau einer würdigen Existenz zu unterstützen. Dabei fokussieren wir uns auf drei Kernbereiche (key-impact areas):

- **Fairer Handel:** Faire Lebensmittel und Getränke für alle Konsument*innen zugänglich machen. Wir erreichen dies, indem wir faire lokale Handelsketten aufbauen, in denen alle Glieder der Kette gleichberechtigt sind.
- **Nachhaltige Produktion:** Unterstützung von Kleinbetrieben in den Bereichen klimabeständige Landwirtschaft, Wassermanagement, Biodiversität sowie Reduzierung der Entwaldung und der CO2-Emissionen.
- **Der Weg zum existenzsichernden Einkommen:** Festlegung eines Referenzpreises für das existenzsichernde Einkommen, sofern möglich und verfügbar (mehr dazu in Kapitel 7). Dabei handelt es sich um einen länderspezifischen Aufpreis auf den Fairtrade-Mindestpreis und die Fairtrade-Prämie, die wir immer

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG)

Mit unseren Kernbereichen Fairer Handel, Nachhaltige Produktion und dem Weg zum existenzsichernden Einkommen leisten wir einen direkten Beitrag zu den folgenden Sustainable Development Goals (SDGs).



zahlen. Zudem realisieren wir gemeinsam mit Kooperativen Projekte für ein existenzsicherndes Einkommen, deren Fokus auf Produktivitätssteigerung, Senkung der Produktionskosten und Einkommensdiversifizierung liegt.

FAIRTRADE: NACHHALTIGKEIT ALS STANDARD

Alle unsere Produkte tragen das Fairtrade-Siegel. Dieses Siegel garantiert, dass wir strenge wirtschaftliche, soziale und ökologische Kriterien erfüllen. Dies beginnt mit fairen Handelsbedingungen und Preisen: Die Bäuerinnen und Bauern erhalten eine gerechte Vergütung für ihre Erzeugnisse, mit der sie sich eine nachhaltige Existenz aufbauen können. Aber fairer Handel bedeutet mehr als nur einen guten Preis. Eine Schlüsselkomponente ist die soziale Wirkung: Sie fördert die demokratische Entscheidungsfindung innerhalb der Bauernkooperativen, die wirtschaftliche Stärkung der Gruppe und trägt aktiv zur Abschaffung der Kinderarbeit bei.

Auch das Umweltbewusstsein spielt eine entscheidende Rolle. Das Fairtrade-Siegel steht für nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken, verantwortungsvolle Wassernutzung und den Erhalt der Biodiversität. Außerdem wird die Anwendung von chemischen Pflanzenschutzmitteln auf ein Minimum reduziert, sowie der Einsatz genetisch veränderter Organismen (GVO) und Schadstoffe verboten.

AUSWIRKUNGEN AUF DAS KLIMA: VERRINGERUNG DES FUSSABDRUCKS

Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet, Verantwortung für unseren ökologischen Fußabdruck zu übernehmen. Daher erfassen wir unsere CO2-Emissionen exakt nach dem international anerkannten Greenhouse Gas Protocol. Diese Methode hilft bei der Berechnung und gezielten Reduzierung der Emissionen.

Wir arbeiten aktiv an der Reduzierung unserer CO2-Emissionen und konzentrieren uns dabei auf Scope 1- und Scope 2-Emissionen. Dies erfordert eine detaillierte Analyse unseres Energieverbrauchs und unserer direkten Emissionen. Dieser Prozess erfordert Zeit und Sorgfalt. Die Emissionszahlen für das Jahr 2024 wurden mittlerweile ausgewertet und werden im Jahr 2025 weiterhin dokumentiert.

In der Übersicht auf der nächsten Seite zeigen wir die CO2-Emissionen aus dem Jahr 2023, wie sie im Jahr 2024 festgelegt wurden.

EMISSION SOURCE	EMISSIONS [T CO ₂ E]	SHARE [%]
SCOPE 1	1.1	0.01%
Direct emissions from company vehicles	1.1	0.01%
Vehicle fleet	1.1	0.01%
SCOPE 2	13.6	0.15%
Purchased electricity for own use	11.2	0.12%
Electricity (stationary)	1.1	0.01%
Electricity (vehicle fleet)	10.1	0.11%
Purchased heating, steam, and cooling for own use	2.4	0.03%
Heat (purchased)	2.4	0.03%
SCOPE 3	9,446.5	99.8%
OVERALL RESULTS	9,461.2	100.0%

Die Science Based Targets initiative (SBTi) bietet Unternehmen die Option, sich bei der Emissionsreduktion gemäß dem Pariser Klimaabkommen engagieren zu können. Mit ihrem Anschluss bei der SBTi entwickeln sie Strategien mit dem Ziel, die globale Erwärmung auf deutlich unter 2 Grad und idealerweise auf nicht mehr als 1,5 Grad zu begrenzen.

Die SBTi prüft die Emissionsreduktionspläne/-ziele der Unternehmen und überwacht ihre Fortschritte bei der Emissionsreduktion. Fairtrade Original hat sich der SBTi im Jahr 2025 angeschlossen.

Darüber hinaus leistet der ökologische Landbau auch einen Beitrag zur Reduzierung der Emissionen. Bei uns tragen 30 % der Produkte ein Bio-Siegel. In Kapitel 6 wird die Rolle von Fairtrade Original in der nachhaltigen Landwirtschaft näher erläutert.

EUDR: IM EINSATZ GEGEN DIE ENTWALDUNG

Am 1. Januar 2026 tritt die European Union Deforestation Regulation (EUDR) in Kraft. Dieses europäische Gesetz verpflichtet

Unternehmen sicherzustellen, dass ihre Produkte nicht zur Entwaldung oder Waldschäden beitragen. Sie ist ein wichtiger Schritt im Kampf gegen die Entwaldung und sorgt dafür, dass Unternehmen Verantwortung für die Umweltauswirkungen ihrer Lieferkette übernehmen. Gemeinsam mit unseren Partnern in der Erzeugerkette (Bauernkooperativen und Fabrikanten) arbeiten wir daran, diese neue Gesetzgebung für die betroffenen Produktgruppen wie Kaffee und Kakao zu erfüllen.

Was bedeutet das konkret?

- Unsere Produkte dürfen nicht auf Grundstücken erzeugt werden, auf denen nach dem 31.12.2020 Entwaldung stattgefunden hat.
- Die Herkunftsinformationen sollten transparent dokumentiert werden, einschließlich der geografischen Daten unserer Produktionsgebiete.
- Wir müssen Risikobewertungen durchführen und proaktive Maßnahmen ergreifen, um die Risiken der Entwaldung zu minimieren.

EMISSION SOURCE	EMISSIONS [T CO ₂ E]	SHARE [%]
SCOPE 3	9,446.5	99.8%
Purchased goods and services	8,440.2	89.2%
Production materials and consumables	7,156.7	75.6%
Packaging materials	974.9	10.3%
Externally calculated service emissions	308.7	3.3%
Purchased Goods	0.015	>0%
Water	0.018	>0%
Fuel- and energy-related activities	21.14	0.22%
Upstream emissions electricity	16.4	0.17%
Upstream emissions heat	0.4	>0%
Upstream emissions vehicle fleet	4.3	0.05%
Upstream transportation and distribution	864.3	9.14%
Other upstream transports	139.1	1.5%
Inbound logistics	702.6	7.5%
Storage (Upstream)	22.5	0.24%
Waste generated in operations	0.4	0.005%
Business travel	31.3	0.3%
Flights	29.2	0.3%
Rail	0.1	0.001%
Rental and private vehicles	2.0	0.02%
Employee commuting	17.4	0.2%
Employee Commuting	16.6	0.18%
Working from homeV	0.8	0.01
Downstream transportation and distribution	26.7	0.3%
Downstream storage	22.6	0.2%
Outbound logistics	4.2	0.04%
End-of-life treatment of sold products	44.9	0.5%
Product disposal	41.2	0.4%
Product waste transport to disposal facility	3.7	0.04%
OVERALL RESULTS	9,461.2	100.0%

Indirect emissions from incoming and outgoing processes

SOZIALES

Wir tragen aktiv zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs) bei, indem wir uns auf drei wesentliche Wirkungsbereiche konzentrieren. Dazu gehören die Bekämpfung der Armut, die Förderung des Wirtschaftswachstums und die Unterstützung einer verantwortungsvollen Produktion und

eines verantwortungsvollen Konsums. In diesem Jahresbericht führen wir die verschiedenen Projekte auf, die einen Beitrag zur Verwirklichung dieser Ziele leisten. Darüber hinaus messen und bewerten wir unsere Auswirkungen auf diese SDGs anhand der folgenden Indikatoren.



Theevelden, Sri Lanka

EXISTENZSICHERNDES EINKOMMEN (SDG 1)	2023	2024
Anzahl der Farmer*innen, die den Referenzpreis für das existenzsichernde Einkommen erhalten	1850	2490
Anzahl der Farmer*innen, die ihr Einkommen verbessert haben	1850	677
Anzahl der Interventionen (Projekte) zur Erzielung eines existenzsichernden Einkommens	20	68

NACHHALTIGES WIRTSCHAFTSWACHSTUM (SDG 12)	2023	2024
Umsatz von zertifizierten Fairtrade-Produkten	€ 19,1 Millionen	€ 21,2 Millionen
Als Fairtrade-Prämie gezahlter Umsatz	€ 416,000	€ 436,191
Umsatzanteil Produkte mit Bio- und Fairtrade-Siegel	36%	37%

NACHHALTIGE PRODUKTION & NACHHALTIGER KONSUM (SDG 12)	2023	2024
Anzahl der Interventionen (Projekte) in nachhaltiger Produktion	42	81
Anzahl der Farmer*innen an Projekten mit nachhaltiger Produktion	2,170	2,138
Anzahl der verkauften nachhaltigen Produkte	12,587,499	13,767,297
Anzahl der Hektar Land mit Nachhaltigkeitszertifikat	12,692	20,451

SCHAFFUNG VON ARBEITSPLÄTZEN (SDG 1)	2023	2024
Anzahl der Farmer*innen, mit denen wir zusammenarbeiten	5,522	9,217
Anzahl der Bauernkooperativen, mit denen wir zusammenarbeiten	26	29
Anzahl der Bauernkooperativen mit Fairtrade-Siegel	26	29
Anzahl der Beschäftigten Fairtrade Original	33	31
Anzahl der bei den Erzeugern Beschäftigten	9,467	5,632
% Farmer*innen Fairtrade-Siegel	100%	100%
Anzahl der Lieferanten	15	16

Haftungsausschluss

Einige der oben genannten Daten wurden uns von Partnern (Genossenschaften und Herstellern) zur Verfügung gestellt. Wir können die Richtigkeit dieser externen Daten nicht garantieren, vertrauen aber auf ihre Zuverlässigkeit.

4. EINE FOODMARKE MIT EINER MISSION

WIR SEHEN

Wir sehen eine Welt, in der Entfernungen auf dem Weg zu kulinarischen Vorlieben kein Hindernis mehr darstellen. Authentische Zutaten, Rezepte und Geschmacksnuancen aus unterschiedlichsten Kulturen werden zugänglicher. Sie bereichern unsere kulinarische Erlebniswelt. Leider sehen wir aber auch ein großes Ungleichgewicht in der Lebensmittelindustrie. Während Großunternehmen den Markt beherrschen, kämpfen Kleinbetriebe ums Überleben. Die Bauernfamilien leiden oft unter schlechten Arbeitsbedingungen und Nachhaltigkeit spielt kaum eine Rolle. Wir wollen aber nicht in solch einer Welt leben.

WIR GLAUBEN

Wir setzen uns für eine Welt ein, in der alle Menschen ein existenzsicherndes Einkommen und eine Perspektive haben. Wir glauben, dass wir mit fairem Handel sowohl die Armut als auch die Ungleichheit wirksam bekämpfen können. Die Bäuerinnen und Bauern spielen eine Schlüsselrolle bei der Schaffung der wunderbaren Geschmackswelt, die wir so lieben, und verdienen daher ein existenzsicherndes Einkommen. Ein existenzsicherndes Einkommen ist nicht nur die Grundlage für ein menschenwürdiges Leben, sondern auch ein Menschenrecht (Artikel 23 der UN-Menschenrechtserklärung).

Die Bäuerinnen und Bauern in den Herkunftsländern sollen die nötigen Ressourcen und Kenntnisse besitzen, um sich besser entwickeln und eigenständig organisieren zu können. Dies stärkt ihre Position innerhalb der Handelskette und auf dem internationalen Markt. Sie arbeiten dann

unter menschenwürdigen Bedingungen mit nachhaltigen Zukunftsperspektiven, während wir mit gutem Gewissen authentische Aromen und Produkte aus aller Welt genießen können.

UND DARUM WOLLEN WIR (UNSERE MISSION)

Zusammen an einem existenzsichernden Einkommen der Bäuerinnen und Bauern arbeiten.

WIR SIND

Wir sind Fairtrade Original. Wir bringen unglaublich köstliche und überraschende Aromen aus aller Welt in die belgische, deutsche und niederländische Küche. Dabei achten wir auf eine gerechte Verteilung der Gewinne und auf Perspektiven für alle beteiligten Menschen. Seit 1959 arbeiten wir mit Kleinbäuerinnen & Kleinbauern und Kleinbetrieben zusammen an Fairtrade-Methoden und schaffen authentische und faire Lebensmittel. Wir sind in Lateinamerika, Afrika und Asien aktiv.

WIR BIETEN

Unsere Palette authentischer Aromen aus der Weltküche bietet viele erfreuliche Überraschungen, von köstlichen Kaffeebohnen bis hin zu pikanten Currys. Unsere Produkte werden größtenteils im Herkunftsland angebaut und verarbeitet. So bleibt der ursprüngliche Geschmack für alle Verbraucher*innen erhalten. Wir konzentrieren uns auf Produkte auf pflanzlicher Basis und achten bei der Herstellung, der Verpackung und dem Transport unserer Produkte sorgfältig auf unseren ökologischen Fußabdruck.



Zwei Generationen, Kaffeekooperative La Red Ecológica, Kolumbien

ORIGINAL SEIT 1959

Vor 65 Jahren begann Fairtrade Original als allererste Organisation den fairen Handel mit Bäuerinnen und Bauern in Entwicklungsländern. Die Vision des Gründers Paul Meijs lautete: „Man kann viel besser auf ehrliche Art handeln, als einfach nur zu spenden.“ 1973 beschloss Paul Meijs, seine Vision selbst in die Tat umzusetzen. Er kaufte 50.000 kg „ehrlichen“ Kaffee auf eigenes Risiko, denn er hatte noch keinen Abnehmer dafür. Er zeigte echten Unternehmertegeist, als er Kaffee aus dem Kofferraum seines Autos an Schulen, Kirchen und diverse andere Einrichtungen verkaufte. Mit dieser Initiative nahm die Fairtrade-Ideologie ihren Anfang.

5. FAIRER HANDEL

Wir wollen das Leben der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, mit denen wir zusammenarbeiten, verbessern. Im Mittelpunkt stehen dabei die folgenden Impact Areas:

- Fairer Handel ←
- Nachhaltige Produktion
- Existenzsicherndes Einkommen

Seit der Gründung von Fairtrade Original engagieren wir uns täglich für den fairen Handel. Wichtig dabei sind für uns die positiven Auswirkungen, der Aufbau nachhaltiger Beziehungen und die Stärkung von Kooperativen. Wir sind der festen Überzeugung: Der „faire Handel“ ermöglicht den Bäuerinnen und Bauern die Entwicklung ihrer Fähigkeiten und eine unabhängige Marktpositionierung. Die entsprechenden Schritte unternehmen wir gemeinsam mit den Bäuerinnen und Bauern und den Herstellern in verschiedenen Ländern. Wir bündeln unsere Kräfte und jeder leistet seinen Beitrag. Wir möchten mit gutem Beispiel vorangehen und andere anregen, ebenfalls einen Beitrag zum fairen Handel zu leisten. Das Ziel besteht darin, zusammen eine positive Wirkung zu erzielen. Nicht durch Hilfe, sondern durch Handel.

Wir als Unternehmen suchen aktiv nach Möglichkeiten zur Entwicklung neuer Produkte in den Bereichen Kaffee und internationale Küche. Dies ist der Ausgangspunkt für den Aufbau einer fairen Handelskette. Die Basis dafür? Die Bäuerinnen und Bauern. Am Anfang steht ein lokaler Erzeuger, der nicht nur mit den Fairtrade-Grundsätzen vertraut ist, sondern sich auch aus Überzeugung an sie hält.

Lokaler Erzeuger

Eine möglichst enge Zusammenarbeit mit einem lokalen Erzeuger ermöglicht es, die von den Bäuerinnen und Bauern gelieferten Zutaten direkt vor Ort zu verarbeiten und zu verpacken. So bleibt ein möglichst großer Teil der Wertschöpfung im Herkunftsland und auch der authentische Geschmack der lokalen Produkte bleibt optimal erhalten. Der einzigartige „originale Geschmack“ ist ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal für Produkte der Weltküche von Fairtrade Original.

In enger Zusammenarbeit mit den Erzeugern und lokalen Berater*innen kontaktieren wir diejenigen lokalen Bäuerinnen und Bauern, die in der Lage sind hochwertige Zutaten zu liefern. In einigen Fällen haben sich diese bereits in einer Kooperative zusammengeschlossen. Sollte das nicht der Fall sein, werden wir sie bei der entsprechenden Gründung unterstützen. Die Gründung einer Kooperative startet mit einer Gruppe von unternehmerisch aktiven Bäuerinnen und Bauern, die mit gutem Beispiel vorangehen wollen. Über ihr lokales Netzwerk ermutigen sie andere Bäuerinnen und Bauern, sich ihnen anzuschließen.

Gemeinsam stark

Neben der Organisation der Zusammenarbeit innerhalb der Kooperative und der Festlegung der Leitungsstruktur gehören zu der Gründung einer Kooperative auch Formalitäten in Bezug auf



die Registrierung. Nach der Anlaufphase sollte die Kooperative selbständig und professionell arbeiten. Wir bieten Unterstützung in Form von Schulungen, die sich auf landwirtschaftliche Tätigkeiten und natürlich auf die Erlangung von Fairtrade-Zertifikaten konzentrieren.

Die Zusammenarbeit innerhalb einer Kooperative ist entscheidend für die Stärkung der Position der Bäuerinnen und Bauern in der Handelskette. Gemeinsam sind sie stark. In der Kooperative werden Wissen und Erfahrungen ausgetauscht, Schulungen durchgeführt und Investitionen in Produktionsmittel gemeinsam beschlossen.

Das Fairtrade-Siegel steht für faire Preise, menschenwürdige Arbeitsbedingungen, Nachhaltigkeit auf lokaler Ebene und faire Handelsbedingungen für Bäuerinnen und Bauern in Ländern, in denen eine Fairtrade-Zertifizierung möglich ist. Für Fairtrade-zertifizierte Produkte gilt ein Fairtrade-Mindestpreis, zu dem eine Fairtrade-Prämie addiert wird. Die Bäuerinnen und Bauern können diese Prämie in nachhaltige Produktionsmethoden und in die Entwicklung ihrer eigenen Gemeinschaft investieren, beispielsweise in Bildung und

Gesundheitsversorgung. Die Bäuerinnen und Bauern entscheiden selber über ihre Investitionen.

Umsatz mit Wirkung

Für den Fortbestand der fairen Handelskette ist ein funktionierender Markt für die Produkte essentiell. Daher konzentriert Fairtrade Original seine Verkaufs- und Marketingaktivitäten auf diesen Bereich. Unsere Produkte bieten nicht nur das Fairtrade-Siegel, sondern in einigen Fällen auch eine Bio-Zertifizierung. Sowohl die Supermarktketten als auch die Verbraucher*innen erkennen zunehmend die Bedeutung fairer und nachhaltiger Produkte. Das ist natürlich sehr förderlich für den Verkauf unseres Sortiments und für die Verfolgung unserer Ziele. Nur gemeinsam können wir die Welt ein wenig fairer gestalten.

Das Umsatzwachstum wirkt sich direkt positiv auf unsere Bäuerinnen und Bauern aus. Außerdem reinvestieren wir unsere Gewinne in Projekte in den Ländern, in denen sich unsere Lieferketten befinden. Für noch mehr Wirkkraft erweitern wir unser Sortiment, erschließen neue Märkte und verbessern die Kommunikation über Partner und Produkte.

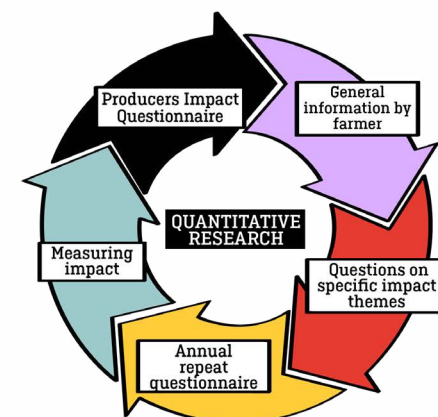


Methodik der Auswirkungen

Wichtig für Fairtrade Original ist die Untersuchung der Auswirkungen aller Aktivitäten, die zur Unterstützung der Bäuerinnen und Bauern unternommen werden. Der Input (Ausbildung, Investitionen, stärkere Pflanzen) ist relativ problemlos zu ermitteln, aber die Einschätzung des Outputs gestaltet sich komplizierter. Haben sich die Lebensbedingungen der Bäuerinnen und Bauern tatsächlich verbessert?

Messen ist Wissen. Daher verwenden wir eine pragmatische Methode zur Messung der Auswirkungen. Diese Methode besteht aus qualitativen und quantitativen Untersuchungsmethoden. So führen wir jährlich Fokusgruppen-Diskussionen durch, in denen wir Maßnahmen zur Verbesserung des Lebensstandards der Bäuerinnen und Bauern diskutieren. Bei diesen Treffen mit den Vertreter*innen der Kooperativen sammeln wir Qualitätsdaten über die Fortschritte.

Außerdem werden aktuelle Probleme erörtert, deren Prioritäten festgelegt, nach möglichen Ursachen gesucht und schließlich mittels Brainstorming Lösungen erarbeitet. Wir setzen auch Fragebögen zu den Auswirkungen auf die Produzent*innen (Producer Impact Questionnaires) als quantitatives Forschungsinstrument ein. Anhand von regelmäßig durchgeführten Umfragen werden die Fortschritte der einzelnen Landwirt*innen über mehrere Jahre hinweg überwacht. So können wir die Auswirkungen der durchgeführten Entwicklungsmaßnahmen verfolgen.



5.1 IMPACT STORY

BRENNEN FÜR DIE ZUSAMMENARBEIT IN NICARAGUA

Es ist März und die Sonne wirft lange Schatten über die Hügel Nicaraguas. Hier, in den ländlichen Gebieten von San Antonio de Sisle, arbeiten die Bäuerinnen und Bauern an der Zukunft ihrer Gemeinden. Seit 2024 arbeiten wir mit Coassan und Procafé zusammen, zwei kleinen Kaffeekooperativen in Nicaragua. Ein wichtiger Schritt. Aber warum? Unsere Zusammenarbeit mit dem etablierten Partner Prodecoop bot aufgrund seiner Größe wenig Raum für eine intensive Kooperation. Deshalb haben wir uns für Procafé und Coassan entschieden, zwei kleinere Kooperativen im Nordwesten Nicaraguas. So stärken wir nicht nur ihre hochwertige Kaffeeproduktion, sondern auch die lokale Gemeinschaft.

Die Suche nach Partnern

Bei der Suche nach den idealen Partnern sind wir sehr sorgfältig und engagiert vorgegangen. Nicaragua ist ein Land voller faszinierender Kontraste, aber es gibt auch große Herausforderungen: schlechte Infrastruktur, die Folgen des Klimawandels und manchmal begrenzte lokale Ressourcen. Bei unserer Suche nach Kooperativen, die eine bestimmte Qualität des Kaffees garantieren und auch ein existenzsicherndes Einkommen anstreben, kooperierten wir mit CLAC, dem lateinamerikanischen Zweig von Fairtrade International. Diese Zusammenarbeit ermöglichte die Auswahl von Kooperativen, die bereits Erfahrung mit nachhaltigen Arbeitsmethoden haben und die Kostenstruktur ihrer Bäuerinnen und Bauern kennen. Nach einer umfangreichen Longlist von 10 Kooperativen und einem Online-Meeting mit

Vorstellungsrunden, kamen vier Kandidaten in die Endrunde. Nach der Verkostung und Bewertung der eingereichten Kaffeeproben fiel die Wahl schließlich auf Procafé und Coassan. Diese Kooperativen profilieren sich mit ihrem Engagement für Qualität und ihrer Fähigkeit zur Umsetzung von Innovationen.

Vom Test zur Zukunft

Im Jahr 2024 wurden die ersten Testcontainer mit Kaffee von Procafé und Coassan nach Europa verschifft. Der Qualitätsmanager von Fairtrade Original bewertete den Kaffee als hervorragend und vollkommen geeignet für das Blending mit unseren bestehenden Mischungen. Aktuell befindet sich der Kaffee aus Nicaragua in fast allen unseren Kaffeemischungen. Dieser Erfolg hat dazu geführt, dass wir bereits vier Container für 2025 bestellt haben, doppelt so viele wie im ersten Jahr.

Eine nachhaltige Partnerschaft

Im Jahr 2025 werden wir prüfen, wie wir die Kooperativen weiter unterstützen können, etwa durch die Bereitstellung finanzieller Mittel zur Förderung nachhaltigen Produktionsmethoden: Bekämpfung der Entwaldung, Bodenverbesserung, effektives Wassermanagement, CO2-Reduktion und zusätzliche Schulungen. Gleichzeitig arbeiten wir weiter an der Vielfalt in unseren Kaffeeketten. Das bedeutet, dass wir unseren Beschaffungsprozess auf andere Länder wie Honduras, Peru und Kolumbien ausweiten werden.





Hung Le Agricultural cooperative, Vietnam

IM GESPRÄCH

Herr Ut, einer der vietnamesischen Bauern, mit denen wir jetzt zusammenarbeiten, berichtet von den Auswirkungen des fairen Handels auf seine Gemeinde. „Abgesehen vom ganzen Papierkram?“ fragt er zuerst lachend. Dann fährt er fort: „Die Sicherheit eines fairen Preises hat mir und meinen Kollegen geholfen, in eine nachhaltige Landwirtschaft zu investieren. Mit der Fairtrade-Prämie haben wir als Gruppe die sozialen Einrichtungen verbessert, organischen Dünger gekauft und Schulungen besucht. Wir haben sogar einmal eine Brücke finanziert, die den Zugang zu unserer Gemeinschaft verbessert hat. Solche Projekte haben eine große Bedeutung für die gesamte Community.“

5.2 IMPACT STORY

LIGHT THINGS UP!

Neue Farmer*innen, neue Kette, neuer Ursprung. Unser Neuzugang hat einiges ins Rollen gebracht. Gemeint ist natürlich: Kokosmilch Light.

Unser Trade-Marketing-Managerin Lois hat schon früh erkannt, dass der Markt dafür bereit ist. Wir sondierten Ende 2022 in Sri Lanka Optionen für eine fettärmere Kokosmilch. Nicht ganz einfach, da unsere wunderbar cremige Kokosmilch schon seit vielen Jahren von vielen Menschen geschätzt wird. Dann hat eine normale, fettarme Variante doch einen schweren Stand, oder? Wir mussten uns eingestehen: Sie kann nur Erfolg haben, wenn sie wirklich lecker genug ist. Dann fand unsere Produkt-Managerin Lisette Ende 2023 einen Lieferanten, der das schaffen konnte, aber überraschenderweise nicht in Sri Lanka, sondern in Vietnam. Die neue Kokosmilch ist trotz des weniger cremigen Mundgefühls sehr lecker. Wir können sie daher guten Gewissens neben unsere cremige Variante ins Regal stellen und damit Menschen glücklich machen, die fettreduzierte Produkte suchen.

Eine kräftige Kokoskette

Normalerweise bauen wir Ketten auf, die von den Bauern und Bäuerinnen bis hin zum Teller reichen, aber in diesem Fall haben wir uns einer bestehenden Fairtrade-Kette angeschlossen. Der Vorteil besteht darin, dass die Farmer*innen und die Fabrik bereits eng zusammenarbeiten und die Vorzüge eines Fairtrade-Preises und einer Fairtrade-Prämie bereits seit einiger Zeit kennen. Mit uns haben sie einen neuen Kunden gewonnen, der zusätzlich zu einem fairen Preis eine Fairtrade-Prämie (für die Umsetzung von Projekten) zahlt. Außerdem konnten wir so das Produkt viel schneller auf den Markt bringen. Nach einer Zeit des intensiven Austauschs wuchs unser Vertrauen zu unserem neuen

vietnamesischen Verarbeiter und wir wagten eine Bestellung. In einer modernen Fabrik in Vietnam werden die Kokosnüsse geknackt, geschält, gedämpft und geraspelt. Das ist die Grundlage für die köstliche Kokosmilch. Außerdem besitzt die Fabrik eine Baumschule, in der junge Kokospalmen kultiviert werden, bis sie groß genug sind, um von den Bäuerinnen und Bauern angepflanzt zu werden. Tiefer im Landesinneren, inmitten dichter Kokosnussplantagen – genauer gesagt im Mekong-Delta – befindet sich die Hung Le Agricultural Cooperative. Die Gruppe besteht aus 78 Kokos-Farmer*innen, die jeweils ein Stück Land besitzen, auf dem sich ältere Palmen und Neupflanzungen abwechseln. Sie beliefern die Fabrik mit den Kokosnüssen für unsere Kokosmilch Light. Ein spezialisiertes Agrarteam unterstützt die Bäuerinnen und Bauern bei ihrer täglichen Arbeit. Wissenswert: In der Hung Le Agricultural Cooperative werden alle Teile der Kokosnuss (wieder)verwertet und/oder verkauft. In der Trockenzeit schützen nämlich die abgeschnittenen Palmwedel als Mulchmaterial den Boden vor Feuchtigkeitsverlust und die Kokoschalen werden zu Tierfutter verarbeitet.

Reißender Absatz

Sommer 2024. Die erste Charge der Kokosmilch Light war innerhalb kürzester Zeit ausverkauft. Die Nachfrage übertraf alle Erwartungen. Doch leider war der Erfolg von kurzer Dauer, weil es Lieferengpässe gab und die Lagerbestände schnell schrumpften. Vorübergehend verschwand die Kokosmilch Light leider aus den Geschäften. Das war zwar ein Rückschlag, aber auch eine Folge der enormen Nachfrage. Zum Glück gab es im Februar 2025 eine gute Nachricht: Kokosmilch Light ist wieder da!

6. NACHHALTIGE PRODUKTION

Wir wollen das Leben der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, mit denen wir zusammenarbeiten, verbessern. Im Mittelpunkt stehen dabei die folgenden Impact Areas:

- Fairer Handel
- Nachhaltige Produktion ←
- Existenzsicherndes Einkommen

Neben sozialen Kriterien gelten für das Fairtrade-Siegel auch strenge Umweltvorschriften. Das ist auch unbedingt erforderlich in Zeiten des Klimawandels und der damit verbundenen Probleme für die empfindlichen Anbauflächen der Landwirt*innen. Das Siegel enthält Standardbedingungen für nachhaltige Produktionsmethoden, z. B. in Bezug auf Wasserverbrauch, Biodiversität, Energieverbrauch und Einsatz von Pestiziden. Außerdem nehmen die Landwirt*innen an speziellen Projekten teil, in denen Anpassungen an den Klimawandel thematisiert werden. Fairer Handel und nachhaltige Produktion gehen Hand in Hand.

Von der Schulung bis zur Fairtrade- und EU-Bio-Zertifizierung

Alle Produkte von Fairtrade Original haben das Fairtrade-Siegel (von Fairtrade International). Jeder Akteur in der Lieferkette, der uns ein (Halb-)Erzeugnis anbietet, muss Fairtrade-zertifiziert sein. Das heißt, von der Bauernkooperative über die Verarbeitungsbetriebe bis hin zu uns als Food-Markte. Außerdem muss die Zertifizierung über Jahre dauerhaft bestehen bleiben. Unsere regelmäßigen Überprüfungen und Inspektionen gewährleisten, dass die Kooperativen die Fairtrade-Vorschriften (dauerhaft) einhalten. Diese Methode erweist sich als effektiv, weil sie aufzeigt, wo noch wesentliche Informationen fehlen, etwa in der Pflichtdokumentation. Bei der offiziellen Inspektion müssen objektive

Belege vorgezeigt werden. Beispielsweise soll eine Schulung über Verfahren zur Bodenverbesserung immer mit korrekter Dokumentation nachgewiesen werden.

Fairtrade Original unterstützt die Kooperativen nicht nur mit Verbesserungsvorschlägen während der Inspektionen, sondern bietet ihnen auch Begleitung, Ausbildung und Schulung durch lokale Berater*innen, die von Fairtrade Original beauftragt werden. Viele Kooperativen wissen das zu schätzen, denn der Fairtrade-Standard für Small-scale Producers Organizations (SPO) wird regelmäßig angepasst, was auch zu neuen Anforderungen führt. In Schulungen lernen die Bäuerinnen und Bauern, wie sie ihren Anbau optimieren und nachhaltiger gestalten können. So verbessert sich die Qualität der Fairtrade-Produkte kontinuierlich.

Der beschriebene Ansatz gilt auch für den Aufbau neuer Handelsketten. Unsere lokalen Berater*innen begleiten die Bauernkooperativen dann intensiv bei der Vorbereitung auf die Fairtrade-Zertifizierung.

Ökologischer Landbau

Die Fairtrade-Bedingungen garantieren, dass die Bäuerinnen und Bauern umweltschonend arbeiten. Zu den Bedingungen zählt eine umfassende Umweltklausel, die eine nachhaltige Produktion absichern soll. Zudem verfügen einige der Bäuerinnen und

Bauern auch über eine Bio-Zertifizierung. Für diese Zertifizierung müssen sie die strengen Anforderungen erfüllen, die mit dem EU-Bio-Siegel verbunden sind. Im Klartext: Bio-Produkte werden ohne Kunstdünger, chemische Pestizide und gentechnisch veränderte Organismen angebaut.

Eine korrekte Dokumentation der Produktionstätigkeiten ist unerlässlich, um sicherzustellen, dass diese Anforderungen erfüllt werden. Diese Dokumentation wird bei der jährlichen Inspektion überprüft, bei der ein Team ein Internal Control System verwendet. Gegebenenfalls kann Fairtrade Original bei der Erlangung und Aktualisierung der Bio-Zertifizierung unterstützend tätig werden. Die Bio-Zertifizierung bietet neben den Vorteilen für die Umwelt, auch einen monetären Vorteil für die Bäuerinnen und Bauern, da sie ihre Produkte zu höheren Preisen verkaufen können.

Investitionen in nachhaltige Projekte

Weltweit steigende Temperaturen, Dürreperioden, Hochwasser, biologischer

Raubbau und eine bedrohte Biodiversität: Auch die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, mit denen wir zusammenarbeiten, leiden darunter. Wir unterstützen ökologisch verantwortungsvolle Entwicklungen. Das bedeutet, dass wir gemeinsam investieren und Maßnahmen ergreifen müssen, um die negativen Auswirkungen des Klimawandels aufzufangen. Wir engagieren uns daher für regenerative Landwirtschaft, energiesparende Produktionsmethoden, achten auf die Schonung natürlicher Ressourcen, fördern Biodiversität und unterstützen ökologischen Landbau. Die Landwirt*innen verbessern ihre nachhaltigen Anbaumethoden und können dadurch die Folgen des Klimawandels besser abfedern. Gerade in den Kooperativen lernen sie voneinander: Sie teilen ihr Wissen und geben sich praktische Tipps. Diese Art der Zusammenarbeit, bei der man voneinander lernt, empfinden viele Fairtrade-Bäuerinnen und Bauern als einen wichtigen Vorteil des Fairtrade-Systems.



STARK DANK HARTER SCHALE

Dem Sturm trotzen

Im Jahr 2022 erlebte Sri Lanka eine der schwersten Krisen seiner Geschichte: Wirtschaftliche und politische Instabilität brachten das Land an den Rand des Zusammenbruchs. Die Landwirt*innen litten unter einem Mangel an Dünger, Treibstoff und wichtigen landwirtschaftlichen Betriebsmitteln – mit dramatischen Folgen für Produktivität und Einkommen. Inmitten dieser herausfordernden Bedingungen starteten Fairtrade Original und die Rabo Foundation ein dreijähriges Programm, das die Produktionskapazitäten und nachhaltigen Anbaumethoden von Kokosnuss- und Gewürzbauern gezielt stärken soll.

Ein gemeinschaftlicher Ansatz

Das Programm, das Mitte 2023 startete, umfasst verschiedene Projekte mit dem Schwerpunkt auf Schulungen, Unterstützung und maßgeschneiderten Lösungen, die direkt an den Bedürfnissen der Landwirt*innen ausgerichtet sind. Fairtrade Original arbeitet dabei eng mit ETC Lanka zusammen – einer lokalen Beratung mit über zwanzig Jahren Erfahrung unter der Leitung von Geschäftsführer Sumedha Karunatilake. Gemeinsam konnten wir zentrale Herausforderungen angehen, von der Bodenverbesserung und biologischer Schädlingsbekämpfung bis hin zu Maßnahmen gegen Affen, die junge Kokosnüsse beschädigen. Einer der ersten Schritte war eine umfassende Analyse der Herausforderungen und möglichen Lösungen durch Fokusgruppendifkussionen. Diese lieferten wertvolle Erkenntnisse, etwa den Bedarf an Schulungen, innovativen Methoden zur Steigerung der Erträge sowie an Geräten, wie Häckseln zur Kompostherstellung.

Lerne
Sumedha
in Kapitel
9 besser
kennen!

2024

Ein besonderes Merkmal des Programms ist das Training, das vom Coconut Research Institute (CRI) organisiert wird. Kokosnussbäuerinnen und -bauern lernen dabei nicht nur, wie sie ihre Produktivität steigern können, sondern auch,

wie sie Krankheiten der Pflanzen frühzeitig erkennen und bekämpfen. Die erste Schulung fand im Juli 2024 statt und vereinte Theorie mit praktischen Übungen. Unter anderem lernten die Teilnehmenden, wie Bodenproben und Blattanalysen Aufschluss über das Nährstoffgleichgewicht ihrer Felder geben können. Die Schulungen werden kontinuierlich anhand des Feedbacks der Teilnehmenden weiterentwickelt. So enthielt die zweite Schulung im Dezember noch mehr interaktive und praxisnahe Elemente. „Wir haben im Labor etwas über Schadinsekten gelernt, eine Anleitung zur Bekämpfung von Weißen Fliegen bekommen und Techniken gezeigt bekommen, wie wir unsere Bäume gesünder halten können. Das hat mir so viel Klarheit verschafft“, berichtet Bäuerin Pushpakanthi.

Inspirierende Geschichten vom Feld

Eine der Kokosnussbäuerinnen ist Preethika – eine Unternehmerin, die inzwischen auch Gemüse und Zierpflanzen in Gewächshäusern anbaut. Mit dem Kauf eines Häckslers, der teilweise vom Fairtrade Shop De Bilt finanziert wurde, stellt sie nun hochwertigen Kompost her. Das steigerte nicht nur ihre eigene Produktivität, sondern verschaffte ihr auch eine zusätzliche Einkommensquelle. Preethikas Begeisterung inspiriert auch andere Bäuerinnen und Bauern in ihrer Gemeinschaft, nachhaltige Schritte zu gehen.

Ein Blick nach vorn

Mit noch anderthalb Jahren Laufzeit wird das Programm seine Schulungsmaßnahmen ausweiten und den Landwirt*innen weiterhin zusätzliche Unterstützung bieten. Gleichzeitig wird daran gearbeitet, dass die Kooperativen das erworbene Wissen langfristig bewahren und praktisch anwenden können. Ziel ist es, einen strukturellen Wandel zu erreichen – damit die Bäuerinnen und Bauern ihr Einkommen steigern und zugleich widerstandsfähiger gegenüber zukünftigen Herausforderungen werden.



Priyankara Kumara, Sri Lanka

6.2 IMPACT STORY

DIE STÄRKE DES ICS

Im Nordosten Thailands, in den Ebenen der Region Isaan, liegt die Heimat der thailändischen Gewürzfarmer*innen der Sisaket Fairtrade Farmer Group. Fairtrade Original arbeitet seit über 12 Jahren mit dieser Gruppe von engagierten Bäuerinnen und Bauern zusammen.

Das Herz der nachhaltigen Produktion: das ICS-Team

In der Sisaket Community Enterprise spielt das Internal Control System (ICS) eine entscheidende Rolle. Das freiwillige Team (4-5 Mitglieder) kontrolliert und betreut die Bäuerinnen und Bauern bei der Einhaltung der Fairtrade-Standards. Eine der treibenden Kräfte ist die Vorsitzende der Kooperative: Khun Subin, eine Bäuerin mit einer starken Persönlichkeit und einem großen Herz für ihre Kolleg*innen.

Sie fährt immer wieder mit ihrem Pick-up hinaus zu den Feldern. Dort kontrolliert sie zwar streng, aber immer mit echtem Engagement. „Sie erinnert mich an die strengen Lehrer von früher“, sagt Khun Suthisa, „aber dann mit einem Herz aus Gold.“ Sie schafft ein vertrauliches Umfeld, macht das Fairtrade-Konzept verständlich und unterstützt die Bäuerinnen und Bauern bei der nachhaltigen Bewirtschaftung ihrer Flächen.

Ausbildung und Zusammenarbeit

Die Stärke des ICS-Teams zeigt sich in seinen Schulungen. Mit Unterstützung von lokalen Berater*innen und Fairtrade-Expert*innen sind sie in Bezug auf Standards und Techniken immer auf dem neuesten Stand. Sie kontrollieren die Bäuerinnen und Bauern nicht nur effektiv, sondern beraten diese auch sinnvoll. Bei der letzten Schulung lag der Schwerpunkt beispielsweise auf einer guten Bodenbearbeitung, also einem gut gepflügten Boden. Dadurch wird das Unkrautwachstum reduziert, und die Bäuerinnen und Bauern müssen weniger Zeit und Geld für die arbeitsintensive manuelle Beseitigung des Unkrauts aufwenden.

Die ICS-Mitglieder teilen ihre Erkenntnisse mit dem Vorstand der Kooperative, wo größere Herausforderungen wie Dürreperioden und Materialknappheit diskutiert werden. So wächst die Gruppe, indem sie sich den verändernden Umständen anpasst.

Probe-Inspektionen

Ein wichtiger Aspekt von Fairtrade: Die Bäuerinnen und Bauern werden nicht nur kontrolliert, sondern auch sinnvoll geschult, damit sie die Standards verstehen und richtig anwenden. Dabei geht es nicht um „Trust me“, sondern um „Show me“. Die Bäuerinnen und Bauern müssen nachweisen, dass sie nach den Standards arbeiten, zum Beispiel bei der Lagerung von landwirtschaftlichen Betriebsmitteln oder der Verwendung der Fairtrade-Prämie. Sie werden jedoch vom ICS-Team optimal und verantwortungsvoll auf die Inspektionen vorbereitet. Khun Subin und ihr Team zeichnen sich dabei durch ihren persönlichen Ansatz aus. Sie hören den Bäuerinnen und Bauern nämlich wirklich zu und motivieren sie immer wieder. Subins Besuche, bei denen sie häufig auch Probe-Inspektionen durchführt, genauso wie die 'richtigen' Prüfer es auch machen würden, vermitteln ein ehrliches und klares Bild davon, was gut läuft und was verbessert werden kann.

Und jetzt?

Die Landwirtschaft steht auch hier immer noch vor erheblichen Herausforderungen. Aber angesichts der sich ändernden EU-Bio-Verordnungen und der strengeren Anforderungen an Kooperativen weltweit bleibt das ICS-Team das Rückgrat der Sisaket-Gruppe. Obwohl unsere Gewürzpasten aktuell nicht bio-zertifiziert sind, zeigt der Erfolg der ICS-Struktur dennoch, dass das Modell auf andere Standards und Märkte übertragbar ist. Die Zusammenarbeit mit Bäuerinnen wie Khun Subin zeigt beispielhaft, wie wichtig das Engagement vor Ort ist.

ES LIEGT IN DER FAMILIE

Khun Subin ist die Schwester von Khun Orapin, eine unserer treuen und engagierten Gewürzbäuerinnen in Thailand.

7. EXISTENZSICHERNDES EINKOMMEN

Wir wollen das Leben der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, mit denen wir zusammenarbeiten, verbessern. Im Mittelpunkt stehen dabei die folgenden Impact Areas:

- Fairer Handel
- Nachhaltige Produktion
- Existenzsicherndes Einkommen ←

Für Fairtrade-zertifizierte Produkte gilt ein Fairtrade-Mindestpreis, zuzüglich einer Fairtrade-Prämie. Die Vorgaben für den Fairtrade-Mindestpreis sind ein erster Schritt in Richtung existenzsicherndes Einkommen für die Bäuerinnen und Bauern. Ein erster Schritt, denn dieser Preis reicht nicht aus, um ein existenzsicherndes Einkommen zu gewährleisten. Gemeinsam mit Fairtrade International arbeiten wir seit 2021 an einem neuen Standard: dem Referenzpreis für das existenzsichernde Einkommen (LIRP = Living Income Reference Price). Wir wenden ihn dort an, wo die Berechnungsmethode bereits etabliert wurde und der Markt die Kosten abfedern kann. In diesem Fall starteten wir im Bereich Kaffee. Mit dieser Initiative verringern wir das Gefälle zwischen dem Weltkaffeepreis und dem Referenzpreis für das existenzsichernde Einkommen (LIRP).

Was ist ein existenzsicherndes Einkommen?

Ein existenzsicherndes Einkommen ermöglicht den Bäuerinnen und Bauern und deren Familien, einen angemessenen Lebensstandard, einschließlich der Befriedigung ihrer Grundbedürfnisse wie Nahrung, Wohnung, Bildung, Gesundheitsversorgung und Kleidung. Dieses Einkommen sollte auch die Bildung von Rücklagen und Investitionen in eine nachhaltige Produktion ermöglichen.

Die Erzielung eines existenzsichernden Einkommens erfordert strukturelle Änderungen.

So addiert sich das existenzsichernde Einkommen

Was benötigt man, um den Kaffeefarmer*innen ein existenzsicherndes Einkommen zu bieten? Eine gute Frage, auf die es keine einfache Antwort gibt. Fairtrade International hat für jedes Kaffeeland einen LIRP (Referenzpreis für das existenzsichernde Einkommen) festgelegt. Bei der Berechnung des Referenzpreises für das existenzsichernde Einkommen berücksichtigt man unter anderem die Produktivität, die Betriebsgröße, die verschiedenen Einkommensquellen sowie Ausgaben. Diese Faktoren unterscheiden sich je nach Region und hängen mit der wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Situation eines Landes zusammen. Das ist der Grund, warum Fairtrade International einen LIRP pro Produkt in dem jeweiligen Land bestimmt. Für Kaffee und Kakao ist dieser Preis inzwischen in den meisten Ländern festgelegt. Der LIRP wird schrittweise berechnet und auf andere Länder und Produktgruppen ausgeweitet.

Leider belegen die Studien auch, dass der Referenzpreis für das existenzsichernde Einkommen allein nicht genügt, um ein existenzsicherndes Einkommen zu generieren.

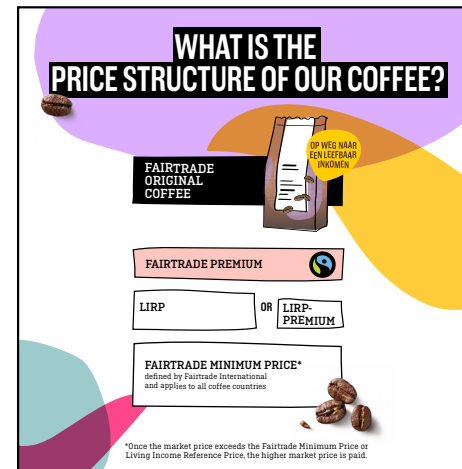
Denn wenn man als Landwirt*in lange Zeit unter oder an der Armutsgrenze gelebt hat, ist man einfach nicht in der Lage, seinen Betrieb moderner oder nachhaltiger zu gestalten. In der Folge fehlt die notwendige Anpassungsfähigkeit, um auf die Auswirkungen des Klimawandels angemessen zu reagieren. Deshalb ist es so wichtig, dass die Kaffeefarmer*innen durch Projekte zusätzliche Unterstützung erhalten. Fairtrade Original investiert in konkrete Projekte, die eine Steigerung der Produktivität bewirken und zusätzliche Einkommensquellen generieren. Projektziele sind beispielsweise: Der Anbau einer zweiten Kulturpflanze neben Reis oder neue klimaresistente Kaffeepflanzen.

Unsere nachhaltige Mischung

Die folgenden drei Elemente sind von wesentlicher Bedeutung für unsere Arbeitsweise:

1. Enge und langfristige Zusammenarbeit mit festen Kaffeekooperativen, damit wir gemeinsam die Probleme systematisch angehen können.
2. Zahlung eines fairen Preises (Referenzpreis für das existenzsichernde Einkommen oder LIRP-Zulage*). Das dient als Auffangnetz für die Bäuerinnen und Bauern bei niedrigen Marktpreisen.
3. Bei Projekten für ein existenzsicherndes Einkommen arbeiten wir an wichtigen Themen wie Einkommensdiversifizierung, Senkung der Produktionskosten, Beschaffung nachhaltiger Betriebsmittel und Gleichstellung der Geschlechter.

Dieses Vorgehen ist dringend erforderlich. Leider ist die Armut für viele Bäuerinnen und Bauern in Afrika, Asien und Lateinamerika auch heute noch bittere Realität, da sie für ihre Produkte keine ausreichende Vergütung erhalten. Wenn sich mehr Marken am LIRP orientieren, können wir gemeinsam diesen Teufelskreis der Armut durchbrechen. Es muss sich etwas ändern und es kann sich auch etwas ändern! Deshalb engagieren wir uns jeden Tag für unsere Mission: die gemeinsame Arbeit an einem existenzsichernden Einkommen für Bäuerinnen und Bauern.



*LIRP-Zulage

Wir zahlen nach Möglichkeit den Referenzpreis für existenzsichernde Löhne. Voraussetzung dafür ist, dass Fairtrade International für die betreffende Kulturpflanze einen LIRP festgelegt hat und dass die Verbraucher*innen das Produkt kontinuierlich nachfragen. Denn mit einem höheren Einkaufspreis steigt auch der Preis für die Verbraucher*innen. Wir müssen also sicherstellen, dass die höheren Einkaufspreise (höher als der Fairtrade-Mindestpreis) nicht zu einem Rückgang der Verkaufszahlen führen. Wenn das passiert, haben wir nämlich das Ziel verfehlt. Dann erzielen die Bäuerinnen und Bauern zwar höhere Preise, aber es werden insgesamt weniger Produkte verkauft und die Preiserhöhung entpuppt sich letztendlich als Eigentor. Im letzteren Fall zahlen wir eine LIRP-Zulage, um ein ausgewogenes Verhältnis zwischen dem Preis, den die Landwirt*innen erhalten, und dem Verbraucherpreis herzustellen.

7.1 IMPACT STORY

EIN SOJA-BOOST

Überall erstrecken sich ausgedehnte, trockene Ebenen voll Ackerland, die ein bisschen an holländische Landschaften erinnern. Dies ist die Region Isaan, im Nordosten Thailands, die an den Mekong, Laos und Kambodscha grenzt. Die Umgebung für den echten, offiziellen Jasminreis und jetzt auch für Sojabohnen, die den Bäuerinnen und Bauern eine zusätzliche Einkommensquelle bieten. Das ist ein wichtiger Schritt in Richtung existenzsicherndes Einkommen.

Existenzsicherndes Einkommen: mehr als Produktivität

Produktivität ist ein wesentlicher Punkt bei der Erzielung eines existenzsichernden Einkommens, aber eben nicht der einzige Faktor. Für viele Bäuerinnen und Bauern spielt ein zusätzliches Einkommen eine wichtige Rolle, so auch für Khun Yuan, einer modernen Jasminreis-Bäuerin, die wichtige Schritte unternommen hat, um ihre Sojaproduktion zu steigern. Nach der Reisernte im November lassen einige Bäuerinnen und Bauern ihr Land brach liegen, während andere Mungobohnen als Gründüngung anbauen. Wie Mungobohnen ist Soja eine Hülsenfrucht, die Stickstoff aus der Luft aufnimmt und im Boden bindet, wodurch der Boden angereichert wird. Die Bäuerinnen und Bauern können ihr Einkommen steigern, wenn sie Soja besser nutzen und die Bodenproduktivität erhalten können. Fairtrade Original kooperiert mit lokalen Gruppen, um die Bäuerinnen und Bauern bei diesem Übergang zu unterstützen. Ein wichtiger Schritt in diese Richtung war die Einführung von Bio- und Fairtrade-zertifiziertem Soja. Außerdem hilft es den Bäuerinnen und Bauern, ihre Erzeugnisse besser zu vermarkten, was unsere Abhängigkeit von Importen aus anderen Ländern, wie Indien, reduziert.

Die Innovation von Khun Yuan

Eine inspirierende Geschichte zur Produktivitätssteigerung stammt von der Bäuerin Khun Yuan. Sie war eine Vorreiterin für andere Landwirt*innen im Jahr 2023. Sie investierte als erste in ein solarbetriebenes Bewässerungssystem. Mit Hilfe des Pumpspeichers konnte sie ihre Sojapflanzen auch in Trockenperioden effektiver bewässern. Dies war ein wichtiger Schritt in Richtung nachhaltige Produktion, der andere Landwirt*innen motivierte, dieselbe Investition zu tätigen.

Doch der Weg zum Erfolg war hart und steinig. Trotz Bewässerung blieb nämlich das erwartete Produktivitätswachstum aus. Es stellte sich heraus, dass die Bewässerung nur ein Teil der Lösung war. Die Landwirt*innen brauchten mehr Know-how in Bezug auf den Sojaanbau, von der Auswahl des richtigen Saatguts bis zur Bekämpfung von Krankheiten und Schädlingen. Denn nur so konnten sie sich neben dem Jasminreis eine zusätzliche Einnahmequelle sichern.

Die Rolle des Khon Kaen Soybean Seed Centre

Man bat das Khon Kaen Soybean Seed Centre um Hilfe, um die Wissenslücken der Landwirt*innen zu schließen. Dieses auf ökologischen Landbau spezialisierte Institut bot entsprechende Schulungen an. Im Jahr 2024 schloss Fairtrade Original einen Vertrag mit dem Khon Kaen Soybean Seed Centre. Gemeinsam starteten wir ein Programm, das aus einem theoretischen Teil und drei praktischen Trainingseinheiten vor Ort bestand. Dabei lernten die Landwirt*innen vieles über Saatgutauswahl, Düngemethoden und das Erkennen von Krankheiten bei Sojapflanzen.

Sie entdeckten in der ersten Schulung, wie Insekten und andere Faktoren die Produktivität ihrer Ernten beeinträchtigten. Das sorgte für einige Aha-Erlebnisse. Khun Yuan war begeistert von dieser Schulung und erkannte sofort den Wert dieses neu erworbenen Wissens. „Wasser allein reicht nicht aus“, stellte sie fest und dank der Schulungen wurde deutlich, wie wichtig ein integrierter Ansatz ist.

Gemeinsame Arbeit für eine nachhaltige Zukunft

Aktuell sind 20 Landwirt*innen in ein Pilotprojekt für den Anbau von Sojabohnen im Anschluss an die Reisernte eingebunden. Fairtrade Original investiert nicht nur in die Schulung von Landwirt*innen in nachhaltigen Anbaumethoden, sondern auch in Pilotprojekte, um die Effekte neuer Techniken und Pflanzen zu testen. Solche Initiativen bieten die Aussicht auf eine stabilere Zukunft.

Die Schulungen vor Ort werden 2025 fortgesetzt, wobei der Schwerpunkt zusätzlich auf praktischer Unterstützung und Follow-up liegt.



Khun Yuan, Sri Lanka

7.2 IMPACT STORY

KAFFEE UND PILZE: EINE REGION IM WANDEL

In Ankole, einer Region im Südwesten Ugandas, erstrecken sich grüne, hügelige Landschaften voller Kaffeeplantagen. Inmitten dieser Hügel arbeiten hunderte Bäuerinnen und Bauern in Genossenschaften zusammen – als Teil von ACPCU, einem ambitionierten Zusammenschluss von Kaffeeproduzent*innen.

Ein langer Weg zum existenzsichernden Einkommen

Eine starke Produktivität ist ein entscheidender Faktor auf dem Weg zu einem existenzsichernden Einkommen – denn höhere Erträge bedeuten mehr Einkommen. Doch in Ankole steht die Produktivität von Kaffee vor vielen Herausforderungen. Bei Robusta, der hier am häufigsten angebauten Sorte, liegt der durchschnittliche Ertrag bei etwa 400 Kilo pro Acre – deutlich unter dem optimalen Potenzial von 1.000 Kilo. Ursachen dafür sind unter anderem der Mangel an Dünger und Mineralstoffen sowie das Alter der Kaffeepflanzen.

Glücklicherweise werden diese Herausforderungen durch Programme angegangen, die den Bäuerinnen und Bauern das nötige Wissen vermitteln, um ihre Erträge zu steigern und nachhaltiger zu wirtschaften. Eine dieser Maßnahmen ist das Pflanzen von Schattenbäumen. Sie schaffen ein besseres Mikroklima für die Kaffeepflanzen und binden gleichzeitig junge Menschen stärker in die Zukunft der Genossenschaften ein. Mehr als 120 Landwirt*innen haben bereits auf Agroförstwirtschaft umgestellt – mit dem Ergebnis, dass in der Projektregion 8.076 Bäume gepflanzt wurden. Darüber hinaus wurden 40.000 klimaresiliente Kaffeepflanzen an die Bauern und Bäuerinnen verteilt.

Die Welt gehört euch – mit Austernpilzen

In einem Teil der Region läuft ein bemerkenswertes Pilotprojekt: Ein neuer Weg mit Pilzen. Sechsendreißig Frauen, organisiert in vier Gruppen, verdienen inzwischen wöchentlich rund 40 € pro Gruppe durch die Zucht von Pilzen. Das mag bescheiden erscheinen, bietet aber eine stabile und zusätzliche Einkommensquelle für Haushalte, die sonst stark von der Kaffeeproduktion abhängig sind.

Die Frauen erhalten zusätzlich Schulungen im Rahmen von Gender-Programmen, die ihnen helfen, finanzielle Unabhängigkeit aufzubauen und ihre Rolle innerhalb der Gemeinschaft zu stärken. Und das ist besonders wichtig – denn ein Drittel aller Kaffeebauer*innen sind Frauen. Die Pilze werden von dem lokalen Unternehmen Agro Mush aufgekauft, das für Weiterverarbeitung und Vertrieb sorgt. Ob lokal verzehrt oder getrocknet für den Export: Der Pilzanbau zeigt großes Potenzial als nachhaltige Einkommensquelle.

Gemeinsam Projekte aufbauen

Der Erfolg solcher Initiativen beruht auf der engen Zusammenarbeit zwischen Genossenschaften, Fairtrade-Partnern und Programmen wie denen, die von der Netherlands Enterprise Agency (RVO) unterstützt werden. Diese gemeinsamen Anstrengungen verbinden wirtschaftliche und soziale Unterstützung und geben den Landwirt*innen mehr Werkzeuge an die Hand, um ein existenzsicherndes Einkommen zu erreichen.

7.3 KAFFEEKOOPERATIVEN AUF DEM WEG ZU EINEM EXISTENZSICHERNDEN EINKOMMEN

Gemeinsam mit sieben Kaffeekooperativen haben wir in den letzten drei Jahren Schritte in Richtung existenzsicherndes Einkommen unternommen. Wir möchten hier einen Überblick über die wichtigsten Entwicklungen pro Kooperative in Südamerika und Afrika geben. Unsere Kaffee-Lieferketten sind zu 100 % rückverfolgbar und transparent.

- La Red Ecolsierra, Kolumbien
- Cooparm, Peru
- Fedecocagua, Guatemala
- Prodecoop, Nicaragua
- Procafé, Nicaragua
- COASSAN, Nicaragua
- ACPCU, Uganda

EINE TOUR DURCH DIE KAFFEEFELDER

COOPARM, PERU

Standort: Bezirk San Nicolas im Hochland von Peru.

Lieferanten: 519 Kleinbäuerinnen und Kleinbauern.

Mission: Nachhaltiger Anbau von hochwertigem Kaffee im Einklang mit der Natur.

Auswirkungen 2024: Nach mehreren Großprojekten in den vergangenen Jahren, darunter der Bau einer Kompostieranlage, gab es keinen Spielraum mehr für den Start eines neuen Projekts im Jahr 2024. Aber 2025 werden wir mit den peruanischen Bäuerinnen und Bauern klären, wo es bei ihnen noch Bedarf an Unterstützung gibt.

FEDECOCAGUA, GUATEMALA

Standort: Hoch in den Bergen bei Huehuetenango, El Quiché und San Marcos.

Lieferanten: 97 Bäuerinnen und Bauern, aufgeteilt auf zwei Kooperativen, die dem Verband Fedecocagua (148 Kaffeekooperativen / 20.000 Mitglieder) angehören.

Mission: Bäuerinnen und Bauern bei der Bildung starker Gemeinschaften unterstützen, wobei der Schwerpunkt auf dem Erhalt der biologischen Vielfalt und der Anbaudiversifizierung liegt.

Auswirkungen 2024: In Guatemala investierten wir in neue Kaffeepflanzen für eine Verjüngung der Kulturen, die zugleich klimaresistenter werden sollen. Einige ältere Kaffeepflanzen und -sorten sind aufgrund des Klimawandels anfälliger für Krankheiten wie Kaffeerost. Die neuen Kaffeepflanzen sind jedoch robuster.

Jahrzehntelange Treue: Fedecocagua ist die allererste Kaffeekooperative, von der wir 1973 unseren ersten Container voll Kaffee gekauft haben!

ACPCU, UGANDA

Standort: Kabwohe, Südwesten Ugandas.

Lieferant*innen: zwei Unterkooperativen mit 1.523 Bäuerinnen und Bauern. Der ACPCU vertritt rund 16.000 Bäuerinnen und Bauern.

Ziel: Diversifizierung der Einkommen und Qualitätskaffee.

Auswirkungen 2024: Nach einer Finanzierung durch Netherlands Enterprise Agency (RvO) 2022, startete man 2023 mit Projekten zu den Themen Gleichstellung der Geschlechter, Beseitigung von Unterbezahlung und ökologische Rückschritte bei den Bäuerinnen und Bauern von ACPCU. Seit 2024 wurden weitere Schritte unternommen: So wurden 40.000 klimaresistente Setzlinge verteilt und 120 Bäuerinnen und Bauern in regenerativer Landwirtschaft und Agroforstwirtschaft geschult, was zur Pflanzung von 8.076 Bäumen im Projektgebiet führte. Das Champignonzucht-Projekt für Frauen wurde ebenfalls umgesetzt, wobei eine ausgewählte Gruppe von 36 Frauen mit einem Abnehmer zusammengebracht wurde. Die Champignons bringen ihnen ein zusätzliches wöchentliches Einkommen von durchschnittlich 150.000 UGX.

EINE TOUR DURCH DIE KAFFEEFELDER

LA RED ECOLSIERRA, COLOMBIA

Standort: Sierra Nevada de Santa Marta

Lieferanten: 350 Kleinbäuer*innen und Kleinbauern

Mission: Nachhaltige Wiederherstellung der lokalen Gemeinschaften und des Ökosystems des Nationalparks Sierra Nevada de Santa Marta.

Auswirkungen 2024: La Red Ecolsierra hat alles daran gesetzt, um bis 2024 alle Bäuerinnen und Bauern in die Exportfähigkeit des Kaffees gemäß der europäischen Gesetzgebung einzubeziehen. Es wurden nämlich mehrere rechtliche Anpassungen vorgenommen, um Kaffeexport in die Europäische Union zu ermöglichen. Einerseits gibt es Änderungen in den Vorschriften für Bio-Kaffee. Andererseits tritt die Regulation on Deforestation-free Products (EUDR) am 31.12.2025 in Kraft. Dies bedeutet konkret, dass La Red Ecolsierra mittels Satellitenbildern belegen muss, dass auf allen Parzellen, auf denen ihr Kaffee wächst, nach dem 30. Dezember 2020 keine Abholzung mehr erfolgt ist. Fairtrade Original leistete einen (finanziellen) Beitrag zu dem EUDR-Projekt bei La Red Ecolsierra. Damit konnte die Genossenschaft Computer und GPS-Geräte zur Kartierung der Parzellen kaufen und ihr technisches Personal sowie die Bäuerinnen und Bauern schulen.

COASSAN, NICARAGUA

Standort: San Antonio de Sisle, Jinotega

Lieferanten: 75 Bäuerinnen und Bauern

Mission: Coassan ist eine kleine Kooperative, die gemeinsam mit ihren Mitgliedern verschiedene landwirtschaftliche Produkte anbaut, vertreibt und promotet. Sie engagieren sich für den ökologischen Landbau und den Schutz der Umwelt sowie für Chancengleichheit.

Auswirkungen 2024: Im Jahr 2024 starteten wir mit dem Kauf eines Testcontainers von Coassan in Nicaragua. Damit haben wir 14 % des gesamten von Coassan vertriebenen Kaffees erworben. Für 2025 prüfen wir die Option, gemeinsam mit Coassan in Projekte zu investieren.

PROCAFÉ, NICARAGUA

Standort: San Juan de Río Coco, im Departement Madriz, Nicaragua

Lieferanten: 165 Farmer*innen, darunter 56 Frauen

Mission: Bildung einer Organisation aus kleinen und mittleren Kaffeeproduzenten, denen man die Selbstversorgung ermöglicht und sie dabei unterstützt ein effizientes und wirtschaftlich nachhaltiges, autonomes Unternehmen zu entwickeln.

Auswirkungen 2024: 2024 starteten wir mit dem Kauf eines Testcontainers von Procafé in Nicaragua. Der Kaffee für diesen Container stammt von etwa 22 Bäuerinnen und Bauern. Darüber hinaus haben wir eine LIRP-Zulage an Procafé gezahlt, um ein existenzsicherndes Einkommen zu ermöglichen. Das Geld aus dieser Nachzahlung hat Procafé für Schulungsmaterial und technische Ausrüstung ausgegeben, um sich auf die Regulation on Deforestation-free Products (EUDR) vorzubereiten.

PRODECOOP, NICARAGUA

Standort: Die meisten Bäuerinnen und Bauern der 38 Kooperativen (alle Mitglied in der Genossenschaft Prodecoop) leben in der Region Estelí. Der Hauptsitz von Prodecoop befindet sich in der gleichnamigen Provinzhauptstadt.

Lieferanten: 326 Bäuerinnen und Bauern. Prodecoop ist ein Zusammenschluss von 38 Kooperativen mit 10.000 Mitgliedern.

Mission: langfristige Zusammenarbeit mit (Geschäfts-)Beziehungen und Chancengleichheit für Männer und Frauen.

Auswirkungen 2024: Keine laufenden Projekte im Jahr 2024. Nach jahrelanger Zusammenarbeit haben wir beschlossen, allmählich auf kleinere Genossenschaften umzuschalten, weil wir dann mehr für die Bäuerinnen und Bauern bewirken können. Prodecoop ist inzwischen eine erwachsene Organisation mit vielen Mitgliedern. Aufgrund ihrer Größe haben unsere Maßnahmen nur relativ geringe Auswirkungen. Wir sind sehr stolz auf das Wachstum von Prodecoop in den letzten Jahren.

8. FOOD FOR IMPACT

PRODUKTEINFÜHRUNGEN UND KAMPAGNEN

Kokosmilch Light

Wir sind sehr stolz auf unsere Kokosmilch Light: leicht wie eine tropische Brise, mit nur 6 % Fett. Die Bio-Kokosmilch dieser Kokosvariante kommt direkt aus unserer neuen Handelskette in Vietnam. Durch diese neue Partnerschaft mit der Kooperative können wir unseren Impact ausweiten und kontinuierlich an einer besseren Zukunft für alle Bäuerinnen und Bauern arbeiten.

NEU IM REGAL

Sriracha

Direkt aus dem Herzen von Pathum Thani, Thailand: unser scharfes und wunderbar würziges Sriracha mit vielen frischen roten Chilis. Genial für alle, die ihrem Gericht gerne einen zusätzlichen Kick geben wollen! Von fluffigen Bao Buns bis zu knusprigen Tortillas sorgt diese Sauce für einen pikanten Boost. Die tiefroten Chilis sorgen für zusätzliche Schärfe, auch bei Ofen- oder Wokgemüse.

Intense Roast Espressobohnen

Unsere Kaffeefamilie hat Zuwachs bekommen: Die Intense Roast Espressobohnen sorgen für einen kräftigen Espresso mit nussiger, intensiver Geschmacksnote. Die Arabica- und Robusta-Bohnen stammen aus Nicaragua und Uganda und werden in den Niederlanden dunkel geröstet. Für einen perfekten Kickstart am Morgen.

Köstliche Innovation in unserem Kaffee-Sortiment

Unsere Suche nach den neuen Fairtrade Original Intense Espressobohnen war der Auslöser für eine weitere Geschmacksentwicklung für unser gesamtes

Sortiment. Zwecks Geschmacksoptimierung haben unsere Produktentwickler über einen Zeitraum von 18 Monaten mit verschiedenen Mischungen, Röstungen und Tests experimentiert. Auch die Verpackung erhielt ein Upgrade: Anstelle von weißen Päckchen gibt es nun ein warmes Design in Braun, das zum vollmundigen Geschmack des Kaffees passt.

PREISE UND KAMPAGNEN

Positive Wirkungen erzielen. Dafür engagieren wir uns am liebsten. Wenn unsere Arbeit mit Awards anerkannt wird, bestärkt das unsere Mission: Gemeinsam für ein existenzsicherndes Einkommen der Bäuerinnen und Bauern zu arbeiten.

Fun. Fusion. Fairtrade Original

Im Mai startete unsere Kampagne „Fun. Fusion. Fairtrade Original“. Diese Kampagne soll Konsument*innen zu unkomplizierten Abenteuern in der Küche inspirieren. Weg von



den täglichen Nudelgerichten und hin zu mehr Variation auf dem Teller. Das Ziel? Steigerung unserer Markenbekanntheit. Die zeitnahe Auswertung ergab, dass dieses Ziel erreicht wurde. Sowohl die Markenbekanntheit als auch eine Penetration bei der Zielgruppe konnten durch die Kampagne gesteigert werden. Das Rollout der Kampagne erfolgt bereits in den Niederlanden und in Deutschland.

EHRlich LECKER!

Unser neuer Payoff! In einem Prozess mit der Kreativagentur Gardeners hat sich unsere Positionierung als starke, zukunftsichere Basis für das künftige Wachstum deutlicher herauskristallisiert. Wir haben die Geschmackserlebnisse herausgearbeitet, unsere Farben aufgefrischt und die Essenz unserer Marke stärker betont. Das Ergebnis ist unser neuer Markentext:

Bei uns sieht, schmeckt und riecht man, dass es reizvolle Optionen gibt. Denn mit unseren Originalprodukten zaubert man die leckersten Gerichte auf den Tisch. Spielend einfach. Mit einer Prise hier und einer Messerspitze dort. Und zwar mit mehr Geschmack und weniger Ungerechtigkeit. Denn ein Name wie Fairtrade Original spricht für sich: Wir müssen nicht erklären, dass uns fairer Handel am Herzen liegt. Alle verdienen ein existenzsicherndes Einkommen. Punkt. Absolut ehrlich. Ehrlich lecker. Fairtrade Original.

Ein feierlicher Start

Anfang 2024 erhielt unser Community Coffee Sortiment den Innova Classic 2019-2023 Award. Es handelt sich um eine besondere Anerkennung, denn lediglich 20 % der neu eingeführten Produkte bleiben über einen Zeitraum von fünf Jahren erfolgreich im Verkauf. Diese Auszeichnung bestätigt die Stärke unseres Kaffees.

Inspirierende 40 von Synergie

Im November feierten wir einen tollen Meilenstein: Platz 11 in den inspirierenden 40 von Synergie. Eine große Anerkennung

für unser Team und alle Partner, mit denen wir kooperieren. Gemeinsam mit 39 anderen inspirierenden Organisationen sorgen wir für Impact.

Gute Nachrichten:

erneute B Corp-Zertifizierung

Mit einem Ergebnis von 127,1 Punkten (+22,8 Punkte Wachstum) bestätigen wir unseren Einsatz für positiven Impact. Alle drei Jahre erfolgt diese Rezertifizierung, um zu beweisen, dass wir die B Corp-Standards kontinuierlich einhalten. Für die B Corp-Zertifizierung muss man mindestens 80 von 200 Punkten erreichen.

Community Coffee wird 5 Jahre alt

Grund zum Feiern! Unser Community Coffee feiert sein 5-jähriges Bestehen. Seit fünf Jahren arbeiten wir mit den Bäuerinnen und Bauern von Red Ecolsierra zusammen, um den köstlichsten Kaffee in die Regale des niederländischen Supermarkts Albert Heijn zu bringen. Wir beziehen diesen Bio- und Fairtrade-Kaffee direkt von 350 Kleinbäuerinnen und Kleinbauern in Kolumbien, mit denen wir gemeinsam an einer besseren Zukunft arbeiten. Der Höhepunkt unseres Einsatzes ist ein Anlass zum Feiern. Darauf stoßen wir mit einem Tässchen Community Coffee an.

Fairbruary

Jedes Jahr im Februar bringt Fairtrade Deutschland mit der Fairbruary-Kampagne den fairen Handel und bewusstes Konsumverhalten ins öffentliche Bewusstsein. Konsument*innen, Unternehmen und Einzelhändler werden motiviert, Fairtrade-Produkte auszuprobieren. Dabei liegt der Fokus auf fairen Löhnen, nachhaltiger Landwirtschaft und sozialer Gerechtigkeit. Im Jahr 2024 beteiligten sich unsere deutschen Fairtrade-Original-Kolleg*innen zum ersten Mal und rückten unsere Reisnudeln in den Fokus. Das Motto auf den Plakatwänden in ganz Deutschland lautete: „Lecker wie andere Reisnudeln, aber FAIR.“



HIPP, HIPP, HURRA: 65 JAHRE IMPACT

Im Sommer 2024 feierten wir unser 65-jähriges Bestehen - ein bedeutender Meilenstein und Beweis für unser jahrzehntelanges Engagement im Bereich Fairer Handel. Es gibt jedoch immer noch viel zu tun. Denn solange nicht alle mitfeiern können, setzen wir uns kontinuierlich für eine Welt ein, in der ein existenzsicherndes Einkommen die Norm ist.

Aber was wäre ein Jubiläum ohne die Menschen, die mit ihrer Arbeit dazu beigetragen haben? Das wäre nicht fair und daher haben wir diesen Meilenstein zusammen mit den Bäuerinnen und Bauern gefeiert. mit Girlanden und Sahnetorten im Gepäck reisten Martin und Steven nach Thailand, wo sie einen Zwischenstopp bei unseren Reis-, Chili-, Gewürz- und Ananasfarmer*innen einlegten. Denn ohne sie gäbe es kein Fairtrade Original und daher auch keine Feier. Wir haben 65 Jahre Impact hinter uns gebracht und schauen jetzt nach vorn. Auf viele weitere Jahre mit fairem Handel und positivem Wandel.

9. TEAM FAIRTRADE ORIGINAL

UNSER TEAM, DAS DIE WELT VERÄNDERT

Das Team von Fairtrade Original besteht aus mehr als dreißig engagierten Fachleuten aus den Bereichen Beschaffung & Entwicklung, Logistik, Einkauf, Qualitätssicherung, Verkauf, Produktentwicklung, Kommunikation, Management, Verwaltung und IT. Fairtrade Original arbeitet nicht profitorientiert. Wir investieren die erwirtschafteten Gewinne wieder in unsere Arbeit, hier und bei den Landwirt*innen. Stichting Fair Trade Original ist der einzige Teilhaber der Fairtrade Original B.V.



**KLICKE HIER FÜR:
TEAM FAIRTRADE ORIGINAL
LERNE DIE BÄUERINNEN UND BAUERN KENNEN
AUFSICHTSRAT**

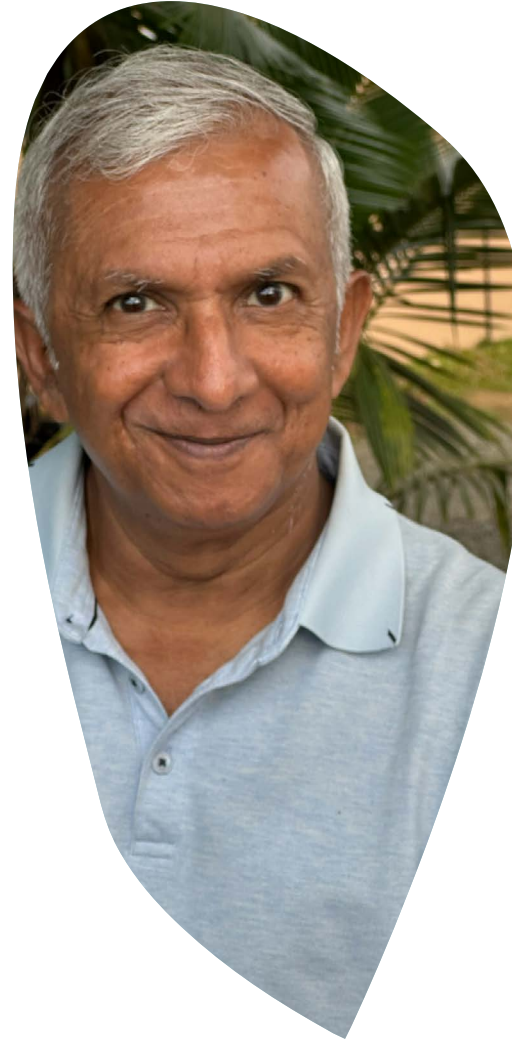
WIR KENNEN UNS SCHON LANGE: UNSERE KOOPERATIONSPARTNER AUF DER ANDEREN SEITE DER WELT

Manasnan Pongjayavanij

Manasnan Pongjayavanij geht durch die Felder und inspiziert die jungen Pflanzen. Seit 24 Jahren arbeitet sie als lokale Beraterin für Fairtrade Original und unterstützt thailändische Bäuerinnen und Bauern beim Aufbau einer fairen und nachhaltigen Zukunft. Aber das ist nicht alles, denn neben ihrer Arbeit für Fairtrade Original ist sie auch noch Dozentin für internationales Marketing, Innovation und Unternehmertum. Außerdem berät sie auch die International Labour Organization und schult Unternehmen in nachhaltigem Unternehmertum und effektiver Planung. Doch ihr Herz gehört den Bäuerinnen und Bauern.

Die Arbeit von Manasnan begann mit einer Frage: Wie können Bäuerinnen und Bauern ein stabiles Einkommen erzielen? Viele Kleinbetriebe waren von Zwischenhändlern abhängig und erhielten zu niedrige Preise. Gemeinsam mit Fairtrade Original hilft Manasnan ihnen, direkten Zugang zum Markt zu erhalten. Sie betreut sie bei der Fairtrade-Zertifizierung und führte nachhaltige Anbaumethoden ein. Manasnans Slogans lauten: "Their success is our success" und "Together we can".

In ihrer Freizeit entspannt sich Manasnan mit Meditation und fotografiert gerne. Letzteres ist wiederum praktisch: Denn sie fängt mit ihrer Kamera gekonnt das bäuerliche Leben von der Aussaat bis zur Ernte ein.



Sumedha Karunatillake

Fast 2.500 km Luftlinie südwestlich von Thailand liegt Sri Lanka. Das Land ist bekannt für seinen Zimt, Kautschuk und Kokosnüsse. Sumedha Karunatillake, der im malerischen Kandy geboren und aufgewachsen ist, hat sein Leben der Entwicklung von Bäuerinnen und Bauern und ländlichen Gemeinden gewidmet. Sein Hintergrund in der Landwirtschaft und seine Erfahrung als Ausbilder für die Regierung kam sehr gelegen, als er sich für nachhaltige Entwicklung und fairen Handel engagierte.

Als Executive Director von ETC Lanka und Senior Advisor der Fairtrade Erzeugervereinigung von Sri Lanka spielt Sumedha eine entscheidende Rolle bei der Unterstützung von Tee- und Kokosnussplantagen, die eine Fairtrade-Zertifizierung haben. Seine Erfahrung im Aufbau starker Bauernorganisationen macht ihn zu einem wertvollen Partner für Fairtrade Original. Seit mehr als 20 Jahren unterstützt er unsere Projekte mit strategischer Beratung und hilft beim Aufbau von wichtigen Kapazitäten.

Neben seiner Arbeit interessiert sich Sumedha für Fotografie und Astronomie. Er ist glücklich verheiratet und stolzer Vater von zwei Söhnen, die erfolgreiche Karrieren im Finanzsektor verfolgen. Er betrachtet seine Kooperation mit Fairtrade Original als Möglichkeit, den Bäuerinnen und Bauern faire Chancen zu bieten und nachhaltige Lieferketten zu etablieren. Sein Fazit: „Fairtrade Original investiert wirklich in Menschen und sorgt dafür, dass Bäuerinnen & Bauern sowie Erzeuger eine Zukunft haben.“

10. EIN BLICK AUF DAS JAHR 2025

Im Jahr 2025 wollen wir weiterhin erfassen, welche Wirkungskraft unsere Arbeit hat. Es beginnt mit der Festlegung der Prioritäten. Dies erfolgt immer in enger Zusammenarbeit mit den Bauernkooperativen, die im Mittelpunkt unseres Engagements stehen. Die festgelegten Prioritäten konzentrieren sich auf die Verbesserung ihrer Lebensbedingungen. Dazu haben wir einen detaillierten Aktionsplan mit eindeutigen Zielvorgaben ausgearbeitet. Wir überwachen die Fortschritte genau und passen sie bei Bedarf an. Aber was ist sonst noch geplant? Hier folgt ein Überblick über die Pläne für 2025 in Kurzfassung.

IMPACT: HANDEL

Ein wachsender Markt bedeutet mehr Chancen für unsere Landwirt*innen und somit auch mehr positive Wirkung. Deshalb werden wir 2025 in mehreren Ländern mit neuen Kooperativen im Kaffee-, Kokosnuss-, Soja- und Reisanbau expandieren. Zudem unterstützen wir drei neue und 20 bestehende Kooperativen sowie einige Fabriken bei den Vorbereitungen auf die Fairtrade-Kontrolle.

IMPACT: NACHHALTIGE PRODUKTION

Der Klimawandel stellt die Bäuerinnen und Bauern vor große Herausforderungen. Sie sehen täglich, wie sehr ihre Ernten unter den extremen Wetterbedingungen leiden. Eine nachhaltige Produktion ist daher kein Luxus, sondern eine absolute Notwendigkeit. Bis Ende 2025 werden wir 81 gezielte Maßnahmen implementieren, um Bäuerinnen und Bauern auf ihrem Weg zu mehr Nachhaltigkeit zu unterstützen. Davon wird ein wesentlicher Teil im Rahmen des Rabo Foundation Programms umgesetzt. So helfen wir ihnen dabei, sich besser auf die Zukunft

vorzubereiten. Ein Schlüsselprojekt für 2025 ist die landwirtschaftliche Ausbildung von Kokosnuss- und Gewürzbauern.

IMPACT: EXISTENZSICHERNDES EINKOMMEN

Wir arbeiten weiter daran, die Lücke zwischen dem für Kaffee gezahlten Preis und dem für ein existenzsicherndes Einkommen erforderlichen Preis zu schließen. Dafür engagieren wir uns in allen Kooperativen, mit denen wir zusammenarbeiten.

Ein existenzsicherndes Einkommen für Bäuerinnen und Bauern ist mehr als nur ein fairer Preis für ihre Ernte. Es beinhaltet ebenfalls Investitionen in die Produktivitätssteigerung und die Schaffung zusätzlicher Einkommensquellen. Deshalb planen wir für 2025 insgesamt 68 Maßnahmen, die den Landwirt*innen helfen sollen, ihr Einkommen zu steigern und ihre Widerstandsfähigkeit zu verbessern. Geplant sind der Bau von Gewächshäusern, Kräutertrocknern und Hühnerställen für ein zusätzliches Einkommen.

DIE NEWCOMERS

Sowohl in den Niederlanden als auch in Deutschland findet man unsere Produkte immer öfter in den Geschäften. Trotz der herausfordernden Marktbedingungen sind wir weiterhin fest davon überzeugt, dass es viele Wachstumsmöglichkeiten gibt. Das ist wirklich wichtig, denn bei weiterem Wachstum können wir noch mehr Landwirt*innen zu einem nachhaltigen Einkommen verhelfen. Im Jahr 2025 werden wir die folgenden Produkte in unser Sortiment aufnehmen:

Mango-Sweet-Chili-Sauce – süß mit einem Hauch von Schärfe

Ein perfekter Mix aus reifer Mango und pikantem Chili. Köstlich als Dip oder

geschmackliche Geheimwaffe. Tropisch lecker mit charmant scharfer Note! Optimal zu Frühlingsrollen, (veganem) Hähnchen oder Süßkartoffelpommes, aber auch an knackigem Salat mit Hülsenfrüchten für eine überraschende Note. In Deutschland wird die normale Sweet Chili Sauce heiß gehandelt. Sie ist sogar einer unserer Topseller im Jahr 2024. Mit der fruchtigen Variante wollen wir an diesen Erfolg anknüpfen.

Chili Oil – eine Flamme in deinem Gericht

Knusprige Chiliflocken in aromatischem Öl für das gewisse Etwas an Schärfe in deinem Essen. Über Nudeln, Pizza oder Suppe träufeln und die Geschmacksexplosion erleben. Unverzichtbar für den würzigen Kick in der asiatischen Küche und eine perfekte Ergänzung zu unserem Thai-Sortiment. Mit diesem Chili-Öl bekommt dein Essen mehr Power und die fleißigen Chili-Farmer*innen freuen sich über zusätzliche Einkünfte.

Kokoswasser – ein tropischer Durstlöscher

Die Kokosnuss bietet so viel mehr als nur Kokosmilch. Deshalb bringen wir Fairtrade-Kokoswasser auf den Markt. 100 % rein,

erfrischend und durstlöschend. Optimal nach dem Sport, als Erfrischung bei Hitze oder einfach für tropische Tagträume am Palmstrand. Praktisch: Wir verwenden sowohl die Milch als auch das Wasser, vermeiden daher Abfall und holen wirklich alles aus der Kokosnuss heraus.

Indisches Mildes Curry – köstlich komfortabel

Cremitig, würzig und geschmacksintensiv, ohne zu scharf zu sein. Ideal für eine schnelle, einfache Mahlzeit mit einem Hauch von Indien. Naan oder Reis dazugeben und fertig. Auch für die jüngsten Leckerschmecker unter uns geeignet. Eine ideale Bereicherung unseres indischen Sortiments, wo die Butter Chicken Paste schon viele Fans gefunden hat.

Kapseln – in einer biobasierten Hülle!

Wir launchen biobasierte Kapseln, die zu 100 % aus pflanzlichen Rohstoffen bestehen. Untersuchungen des Forschungszentrums der Universität Wageningen (NL) haben ergeben, dass dies die nachhaltigste Wahl bei Kaffee kapseln ist. Mit ihrem vollen Geschmack und der samtigen Crema sorgen die Kapseln für einen kraftvollen Start in den Morgen.



II. FINANZIELLER ÜBERBLICK 2024

Trotz schwieriger Marktbedingungen konnten wir nach einem herausfordernden Jahr 2022 im Jahr 2023 wieder Wachstum verzeichnen.

Für eine engagierte Organisation mit einer Mission sorgt Wachstum wieder für größere Wirkungskraft. Für uns ist Wachstum ein wichtiges Mittel für Verbesserungen und kein Selbstzweck. Das Wachstum hilft uns dabei mehr Bäuerinnen und Bauern zu einem menschenwürdigen Leben zu verhelfen, mehr Unterstützung zu bieten und die Zahl der Kooperationen zu erhöhen. Das sind unsere erklärten Ziele. Wir sind stolz, hier unsere Finanzergebnisse präsentieren zu können.

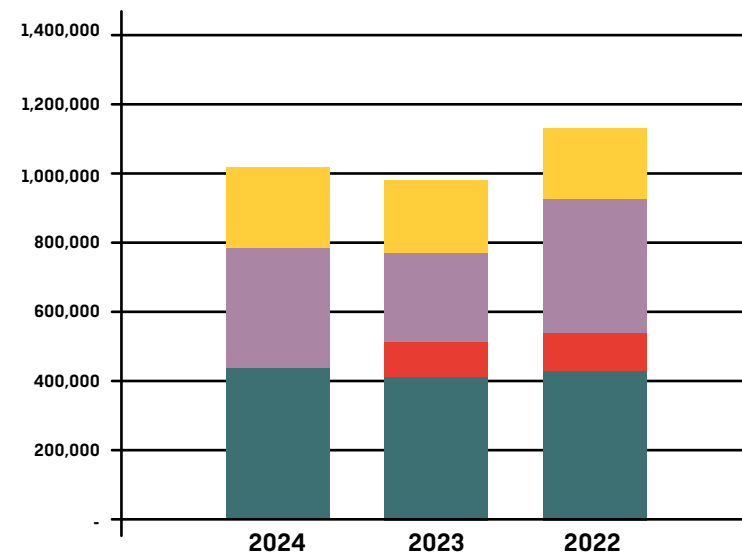
BILANZ FAIRTRADE ORIGINAL B.V. AM 31. DEZEMBER 2024 (nach Ergebnisverwendung)

EUR	2024	2023
ANLAGEVERMÖGEN		
Immaterielles Anlagevermögen	33.298	11.520
Materielles Anlagevermögen	38.308	40.403
Finanzielles Anlagevermögen	238.822	154.241
	310.428	206.164
UMLAUFVERMÖGEN		
Bestände	3.792.354	3.081.003
Forderungen gegenüber Schuldern	2.256.499	2.214.250
Vorfinanzierung Handelspartner	53.370	24.747
Übrige Forderungen und aktive Rechnungsabgrenzungsposten	281.543	207.482
Liquide Mittel	3.656	7.907
	6.387.422	5.535.389
GESAMT	6.697.850	5.741.553
EIGENES VERMÖGEN		
Reserven	2.490.294	2.662.484
AUSSTATTUNGEN	18.250	14.547
LANGFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN		
Zinsloses Darlehen	795.187	870.897
KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN		
Gläubiger	869.365	888.443
Darlehen	29.867	29.867
Zinsfreies Darlehen	65.500	65.500
Steuern und Sozialabgaben	253.403	182.167
Sonstige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	1.353.503	1.027.648
	3.394.119	2.193.625
GESAMT	6.697.850	5.741.553

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG FAIRTRADE ORIGINAL B.V. 2024

EUR	2024	2023
BETRIEBSKOSTEN		
Netto-Umsatz	21.164.522	19.386.249
Übrige Betriebskosten	126.054	76.746
	21.290.576	19.462.995
BETRIEBSAUSGABEN		
Kosten für Rohstoffe und Hilfsmaterialien	14.314.178	12.755.391
Kosten für Fremdleistungen und sonstige externe Ausgaben	99.478	2.865.002
Löhne und Gehälter	2.167.296	2.136.546
Soziale Aufwendungen	549.721	523.307
Abschreibungen auf immaterielle und materielle Vermögenswerte	24.390	28.477
Sonstige Betriebskosten	4.438.773	3.687.011
	21.593.836	19.236.383
ERGEBNIS AUS GEWÖHNLICHER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT	(303.260)	226.612
Sonstige Zinserträge und ähnliche Erträge	85.334	4.806
Finanzaufwendungen	(43.673)	(75.313)
BETRIEBSERGEBNIS VOR STEUERN	(261.599)	156.105
Steuern	89.409	(25.548)
ERGEBNIS NACH STEUERN*	(172.190)	130.557

AUSGABEN FÜR ENTWICKLUNG



Lizenzgebühren Fairtrade Niederlande

Fairtrade Original zahlt eine Lizenzgebühr an Fairtrade Netherlands für den Verkauf aller Fairtrade Original-Produkte mit Fairtrade-Siegel im Jahr 2022. Fairtrade Netherlands hat einen Teil dieser Gebühr in ein Innovationsprogramm investiert. Im Jahr 2022 wurde die Studie über den LIRP für Kokosnüsse in Sri Lanka durch dieses Programm finanziert.

Investitionen Fairtrade Original BV

Fairtrade Original verwendet einen Teil seines Budgets für intelligente Entwicklungsmaßnahmen im Zusammenhang mit den wichtigsten Wirkungsbereichen „Nachhaltige Produktion“ und „[Auf dem Weg zu einem] existenzsichernden Einkommen“.

Impact Prämie

Die Fairtrade Original-Erfolgsprämie schließt die Lücke zwischen dem Fairtrade-Mindestpreis (FMP) und dem Proxy Living Income Reference Price (LIRP) für Kaffee. Fairtrade Original hat beschlossen, dies für die Kaffeeregionen (Peru, Nicaragua und Guatemala) anzuwenden, für die noch kein formeller LIRP berechnet wurde (dies wurde für Kolumbien und Uganda im Jahr 2022 getan).

Fairtrade Prämie

Die Fairtrade-Prämie (FP) wird an Kleinerzeugerorganisationen gezahlt, um deren Entwicklungspläne zu unterstützen. Die FP wird vom Verarbeiter gezahlt, der die Rohstoffe von den Bauerngruppen kauft und diese Fairtrade-Prämie in den Exportpreis für Fairtrade Original einrechnet. Bei Fairtrade Original wird diese Fairtrade-Prämie in den Verbraucherpreis mit eingerechnet. Folglich sind es am Ende die Verbraucher*innen, die für die FP bezahlen.

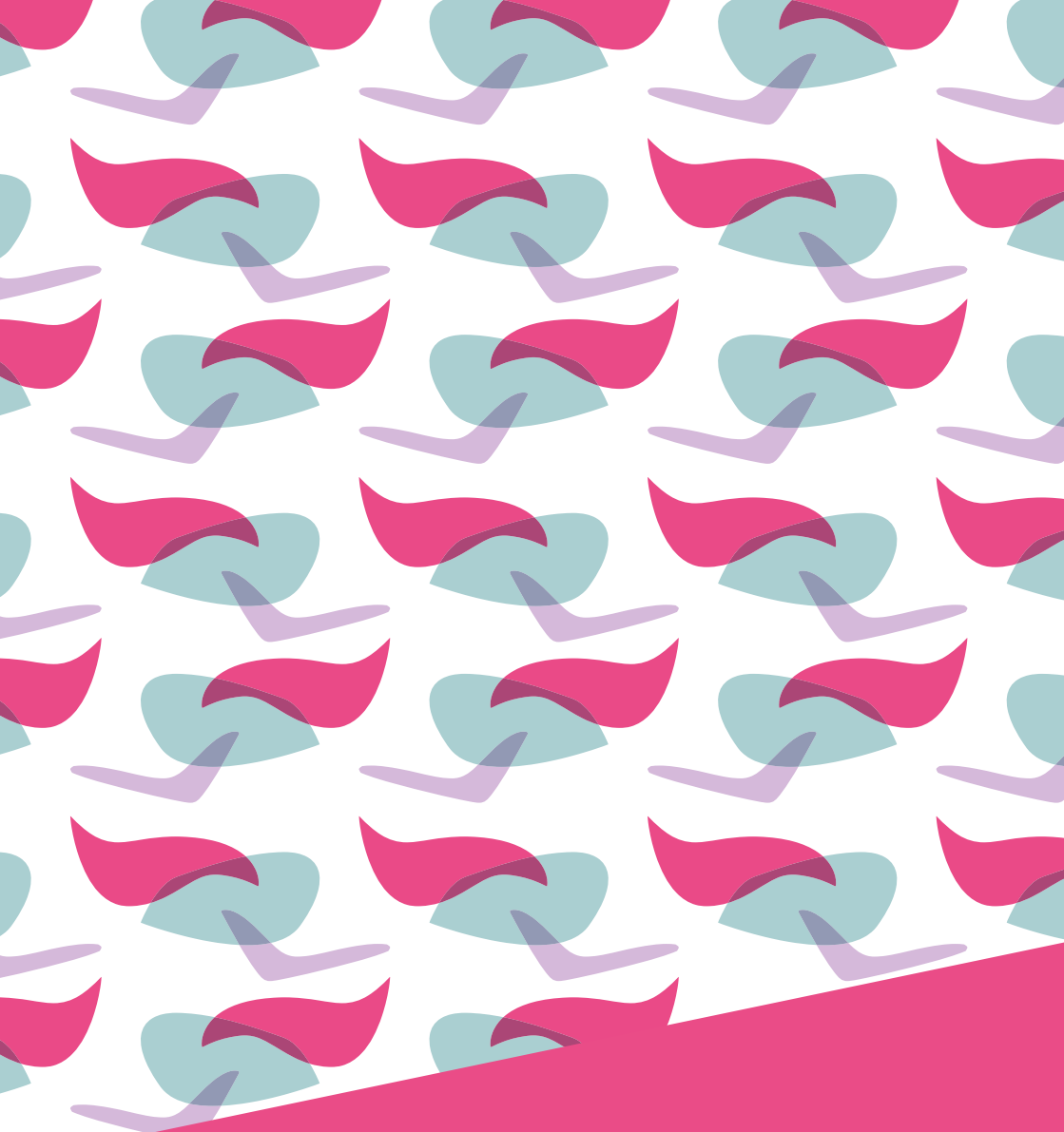
COLOPHON

Dies ist eine Veröffentlichung von Fairtrade Original.

Konzept und Umsetzung:
Team Marketing Fairtrade Original



Fairtrade Original
Multatulilaan 12
4103 NM Culemborg
info@fairtradeoriginal.nl



WWW.FAIRTRADEORIGINAL.DE