



Ausarbeitung

Umsätze und Wachstumsprognosen im Handel mit ökologischen Agrar- und Forstprodukten und im Tourismus



Umsätze und Wachstumsprognosen im Handel mit ökologischen Agrar- und Forstprodukten und im Tourismus

Verfasser/in: [REDACTED]
Aktenzeichen: WD 5 – 3000/178/2012
Abschluss der Arbeit: 30.11.2012
Fachbereich: WD 5: Wirtschaft und Technologie, Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Tourismus
.
Telefon: [REDACTED]

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	4
2.	Produktion und Handel mit Bio-Agrarprodukten	5
2.1.	Tee	5
2.1.1.	Camellia sinensis – Schwarzer und Grüner Tee	5
2.1.2.	Kräuter- und Früchtetee	6
2.2.	Kaffee	6
2.3.	Kakao	9
2.4.	Baumwolle	12
2.5.	Tropische Früchte	15
2.6.	Vanille	18
3.	Produktion und Handel mit zertifizierten Forstprodukten	19
4.	Non-Timber Forestry Products (NTFP)	21
5.	Tourismus	23
5.1.	Gesamtumsatz und Wachstumsprognose des Sektors Tourismus weltweit	23
5.2.	Gesamtumsatz und Wachstumsprognose des Sektors Öko-/Naturtourismus weltweit,	26
5.3.	Zertifizierungssysteme für nachhaltigen Tourismus und Markttrends	27
5.4.	Markttrends und –Entwicklungen in den nächsten Jahren	34
6.	Schlussbemerkung	34

1. Einleitung

Beim 9. Treffen der Conference of the Parties des internationalen Abkommens zur Bio-Diversität in Bonn wurde im Mai 2008 unter anderem der Beschluss IX/26¹ gefasst, in dem in den Sätzen 1-3 die teilhabenden Parteien aufgefordert werden, ihre Aktionen und Kooperationen zum Ausbau des Engagements der Wirtschaft für die drei Ziele² des Abkommens zu verbessern, ihr Bewusstsein für den “business case” der Biodiversität zu schärfen und öffentliche wie private Finanzinstitutionen zu ermutigen, Betrachtungen zur Biodiversität im Investitionsgeschäft einzubinden.

In den seither vergangenen 6 Jahren haben sich vor allem im Zuge der fair-trade-Bewegung die Anteile der ökologisch und sozial orientierten Produkte aus Entwicklungs- und Schwellenländern am Weltmarkt kontinuierlich erhöht. Eine wachsende Zahl von Unternehmen stellt ihr Angebot allmählich auf Bioprodukte um. Z.B. hat sich C & A zum Ziel gesetzt, ab den Geschäftsjahren 2015/16 nur noch mit Baumwolltextilien zu handeln, die mit Bio-Siegeln zertifiziert sind.

Die bereits seit 1996 bestehende Biotrade Initiative der UNCTAD schneidet ihre Aktivitäten auf Güter und Dienstleistungen zu, die aus heimischen Arten und Ökosystemen stammen und nach den Anforderungen von Umwelt, Sozialsystem und Wirtschaft nachhaltig produziert werden³.

Für Anstrengungen zur Sicherung der Biodiversität in der Landwirtschaft und im landwirtschaftlichen Umfeld (z.B. Naturschutzgebiete) über geschäftliche Investitionen eignen sich neben dem Ökotourismus vor allem landwirtschaftliche Rohstoffe und Verarbeitungsprodukte, die in der kleinbäuerlichen Wirtschaft erzeugt werden⁴. Baumwolle, Kakao, Kaffee, Tee, Vanille und tropische Früchte sind Kulturen, die seit jeher weit überwiegend von Kleinbauern betrieben werden. Die regelmäßig aktualisierten Veröffentlichungen über die Perspektiven der landwirtschaftlichen Rohstoffe beschränken sich i.d.R. auf die börsennotierten Commodities.

Zu den o.g. Rohstoffen aus überwiegend kleinbäuerlichem Anbau und zum Tourismus sind nachfolgend Sektorperspektiven aus verschiedenen Quellen dargelegt. Soweit zuverlässige Angaben vorhanden sind, wird auch der jeweils bereits erreichte Anteil an Bioprodukten im jeweiligen Segment genannt.

1 s. <http://www.cbd.int/decision/cop/?id=11669>

2 Die drei Ziele des Bündnisses lauten: Conservation of biological diversity, the sustainable use of its components and the fair and equitable sharing of the benefits arising out of the utilization of genetic resources, including by appropriate access to genetic resources and by appropriate transfer of relevant technologies, taking into account all rights over those resources and to technologies, and by appropriate funding.

3 s. <http://www.biotrade.org/index.asp>

4 s. hierzu auch die kommenden Leitlinien des BMZ zur ländlichen Entwicklung.

2. Produktion und Handel mit Bio-Agrarprodukten

2.1. Tee

2.1.1. Camellia sinensis – Schwarzer und Grüner Tee

Die Teeproduktion hat sich weltweit in 2011 gegenüber dem Vorjahr um 3,7 % gesteigert. Insgesamt wurden im letzten Jahr 4.217.143 t Tee produziert. Dabei ist der Eigenverbrauch der Anbauländer (vor allem in China) um 6,8 % gestiegen (2,3 Mio. t in 2010), der Exportanteil von 1,72 Mio. t sank gleichzeitig auf 40,7% (42,5% in 2010) und lag damit um gut 10.000 t unter dem Exportanteil des Vorjahres.

Größter Teeproduzent ist die VR China mit 1.550.000 t. Dort wuchs die Produktion um 13 % auf 322.581 t Tee wurden aus China exportiert. Auf Platz zwei folgt Indien mit 998.000 t (Zuwachs 2,5 %).

Kenia ist weiterhin das drittgrößte Erzeugerland. Der Ertrag von 2012 lag wegen ungünstiger Witterung mit 377.912 t knapp unter dem des Jahres 2010. Sri Lanka mit 328.370 t und Indonesien mit 129.000 t konnten das Produktionsniveau von 2010 knapp halten. Sri Lanka erhöhte aber seine Exporte um 2.684 t, während die Ausfuhren Indonesiens um 10 % auf 75.000 t sanken.

Die afrikanischen Erzeugerländer konnten in 2012 ihren Anteil an den deutschen Teeimporten von 7,26 auf 8,41 % steigern. Diese stiegen nach Angaben des Statistischen Bundesamtes innerhalb der letzten fünf Jahre in etwa kontinuierlich um 11,5 %. Im selben Ausmaß steigerte sich der Export veredelten Tees.

Über die weltweiten Anteile von unter Biosiegeln gehandeltem Tee sind keine schlüssigen Angaben verfügbar. Für Deutschland nennt der Deutsche Teeverband (DTV) aber einen Marktanteil von 4,6 % in 2011. In 2010 und 2009 betragen die Anteile 4,2 bzw. 4,1 %.

	Import	Export	Inlandsverfügbarkeit
2006	46.785,70 Tonnen	25.302,40 Tonnen	21.483,30 Tonnen
2007	48.406,10 Tonnen	24.033,00 Tonnen	24.373,10 Tonnen
2008	50.768,80 Tonnen	26.989,30 Tonnen	23.779,50 Tonnen
2009	44.266,70 Tonnen	25.371,80 Tonnen	18.894,90 Tonnen
2010	50.838,80 Tonnen	25.940,90 Tonnen	24.897,90 Tonnen
2011	53.768,10 Tonnen	27.195,70 Tonnen	26.572,40 Tonnen

Quelle: Statistisches Bundesamt

Deutschland, Importe und Exporte von Tee 2006-2011
aus: Tee als Wirtschaftsfaktor 2012, <http://www.teeverband.de/frames.html>

2.1.2. Kräuter- und Früchtetee

Etwas höher liegt der Anteil von Bio-Sorten im deutschen Markt bei den Kräuter- und Früchtetees, bei denen er sich lt. Berichten der Wirtschaftsvereinigung Kräuter- und Früchtetees (WKF) zwischen 2009 und 2011 in allen Sorten von 4,9 auf 5,5 % steigern konnte⁵.

Derzeit liegt der Gesamtabsatz im Segment seit mehreren Jahren bei 36 Tsd. t /jährlich.

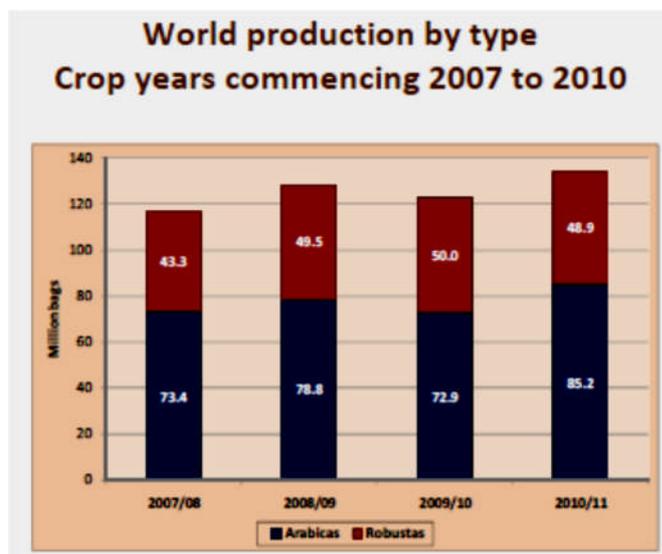
Für den Rückgang im vergangenen Jahr wird der relativ milde Winter verantwortlich gemacht. Auf mittlere Sicht wird mit einer leichten Steigerung gerechnet, nachdem sich in der Jugend verstärktes Interesse an diesen Tees bemerkbar macht. Allerdings sieht der Verband ein Hemmnis in der Liefer-Knappheit auf den Rohstoffmärkten.

Die Erzeuger- bzw. Herkunftsländer der Rohstoffe können bei Kräuter- und Früchtetees nicht benannt werden, da Ingredienzien wie z.B. Pfefferminze – anders als *Camellia sinensis* - in einer Vielzahl von Wirtschaftsbereichen verwendet werden und unter einer einheitlichen Zollnummer geführt werden.

2.2. Kaffee

Das Wachstum der internationalen Nachfrage ist bei Kaffee wesentlich schwächer ausgeprägt als bei Tee. Seit den achtziger Jahren ist die Nachfrage jährlich um 1,2 % gestiegen, während das Angebot sich im Jahresschnitt um 1,8% erhöht hat. Die Elastizität der Nachfrage bei sinkenden Preisen ist sehr gering, die Angebotselastizität bei steigenden Preisen ebenfalls, da nach Pflanzungen infolge von Preiserhöhungen zwei Jahre lang auf den ersten Ertrag gewartet werden muss. Hinzu kommt, dass oft falsche Preisinformationen auf Basis von Börsenkursen zum Anlass für Neupflanzungen werden, obwohl diese stark von hedging-Interessen beeinflussten Kurse mit der realen Marktsituation recht wenig zu tun haben⁶.

Lt. Internationaler Kaffee Organisation (ICO) belief sich die Weltproduktion im Jahr 2009/ 2010 auf 129,7 Millionen Säcke (entspricht 7,78 Mio. t). Darauf entfiel ein Eigenverbrauch der Erzeugerländer in Höhe von ca. 27 %. Seit 1980 ist der Verbrauch durchschnittlich um 1,2% pro Jahr gestiegen. Die stärkste Verbrauchszunahme



5 s. <http://www.wkf.de/article/articleview/467/1/110/>

6 s.a. OXFAM (2002)

wurde mit bis zu 3,5 % jährlich in Japan verzeichnet, das damit zum drittgrößten Importeur heranwuchs. Dagegen ist der Verbrauch in Europa und in den USA seit 5 Jahren stagnierend.

Der Anteil der afrikanischen Produzenten am nur mehr langsam wachsenden Weltmarkt ist in den vergangenen 5 Jahren um 2 % auf 12 % gesunken. Das Produktionsniveau wurde immerhin gehalten.

**Table 3: Total production by region, group and by type
Crop years 2007/08 to 2010/11**

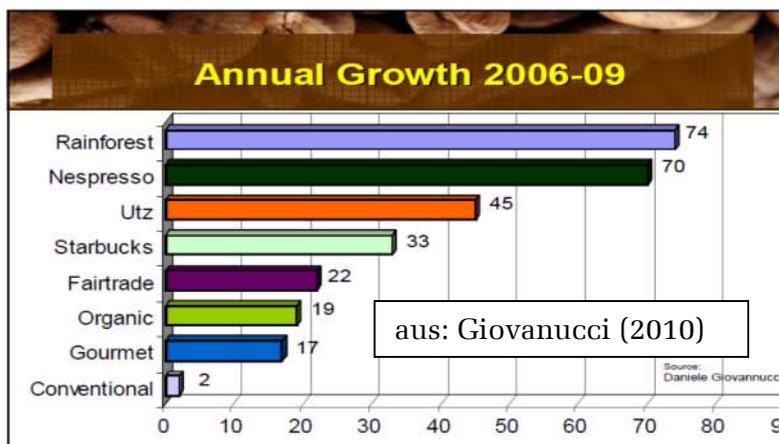
aus: ICO Annual Review 2010/2011	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
World Total	116 650	128 293	122 936	134 161.
Africa	15 939	15 950	15 830	16 131.
Asia & Oceania	27 951	34 727	37 207	35 956.
Mexico & Central America	18 331	17 307	16 854	19 270.
South America	54 429	60 309	53 044	62 803.
Colombian Milds	13 674	9 964	9 181	9 693.
Other Milds	27 910	27 052	26 582	29 922.
Brazilian Naturals	31 811	41 822	37 164	45 624.
Robustas	43 256	49 455	50 010	48 921.
Arabicas	73 395	78 838	72 926	85 239.
Robustas	43 256	49 455	50 010	48 921.

Allerdings verzerrt der 44 %-ige bürgerkriegsbedingte Produktionsrückgang von 2011 in der Elfenbeinküste das Gesamtergebnis. In Äthiopien mit 40 % der afrikanischen Produktion, Uganda und Tansania gab es gleichzeitig Produktionszuwächse. Die Preise haben sich nach der Kaffeekrise zu Beginn des 21. Jahrhunderts wieder auf dem in den 90er Jahren gehaltenen Niveau stabilisiert, bleiben aber im Jahresverlauf recht volatil.

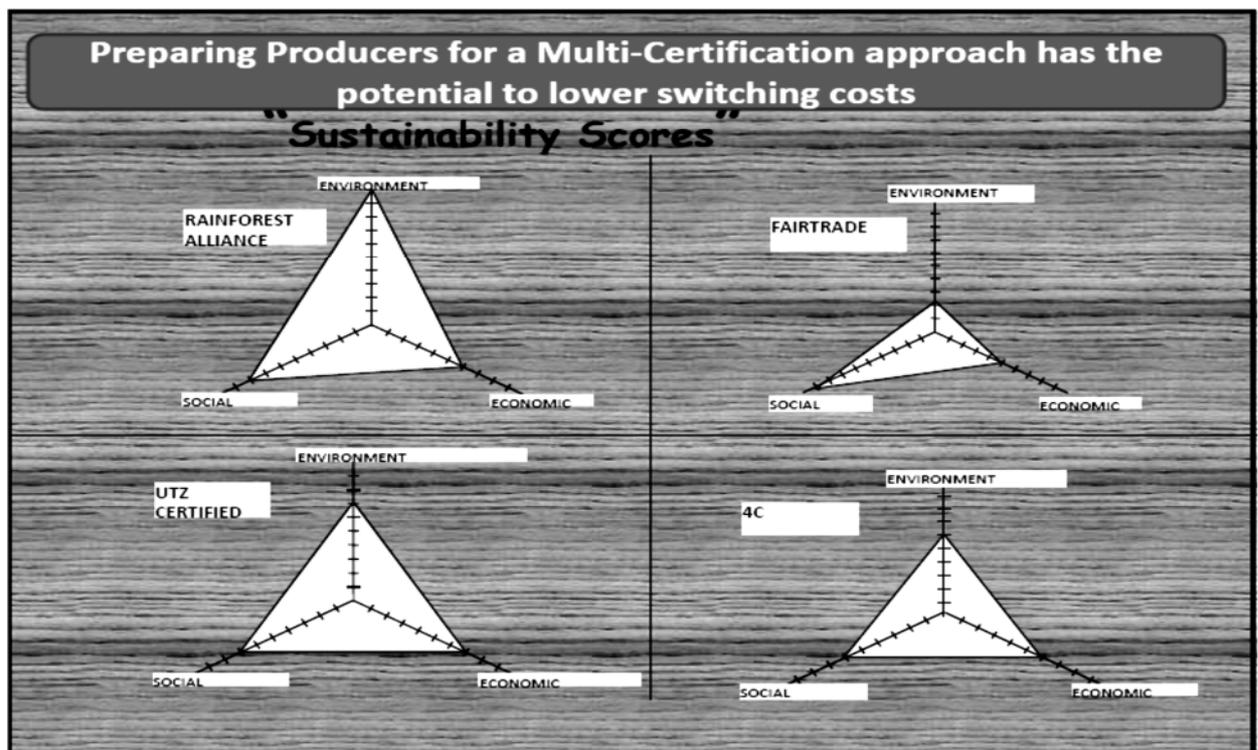
Die von der Weltbank erstellte Liste von Preisverläufen und Prognosen geht in der Zeit bis 2020 von sinkenden Preisen aus. Hauptursache ist der vom stagnierenden Markt ausgehende Preisdruck, der u.a. bereits zu einer Verlagerung der Einkäufe auf die billigeren Robusta-Sorten führt.

Der Anteil ökologischer Produktion wird von der ICO inzwischen mit 9 % der Exporte von grünem Kaffee beziffert (Giovanucci, 2010). Für das Jahr 2020 wird vom selben Autor der Anteil auf 20 % geschätzt. Im Jahr 2002 gab die ICO für den Absatz auf europäischen Märkten noch einen Anteil von 0,5-3 % an. Andere Märkte waren zu diesem Zeitpunkt noch nicht entwickelt. In den USA wird lt. ICO aber heute bereits ein Anteil von 16 % zertifizierten Kaffees gehandelt.

Auf dem Kaffeemarkt haben sich bereits eine Vielzahl von Öko-Zertifikaten und –Initiativen etabliert. Fairtrade Labelling, [International Federation of Organic Agriculture Movements \(IFOAM\)](#), [Rainforest Alliance Certified](#), SMBC “Bird friendly”, [UTZ Certified](#), [Nespresso ecolaboration](#), [Starbucks, C.A.F.E Practices](#) sind die größten, auf diesem Feld tätigen Unternehmen.



Immer häufiger finden sich Mehrfachzertifikate, da die Produzenten sich auch Märkte außerhalb einzelner Initiativen sichern wollen. Die Ansprüche der Zertifikate sind durchaus unterschiedlich (s. untenstehende Graphik mit Beispielen aus Sandando 2012). In der Übersicht wird deutlich, dass die Umweltwirkungen der einzelnen Zertifikate recht unterschiedlich sind. Der Beitrag richtet sich dabei in erster Linie auf den Abbau von Schädigungen im Bereich der Wasserverschmutzung bei Waschvorgängen und der Bodenerosion, die für die Produktion konventionellen Kaffees charakteristisch sind.



In der Einkommenswirkung verzeichnen die Produzenten bei allen Zertifikaten in etwa gleich hohe Zusatzprofite. Diese erklären sich jedoch zu einem größeren Teil aus den von den Endverbrauchern bezahlten höheren Preisen. Die ICO geht davon aus, dass ab einem bestimmten (jedoch derzeit nicht definierbaren) Anteil zertifizierten Kaffees diese Zuschläge stagnieren, ein Zertifizierungszwang und danach – trotz höherer Produktionskosten - das Risiko einer Preisangleichung an den konventionellen Anbau steigt (s.a. Baumwolle).

Rohstoffpreise in USD, aus. Weltbank, Commodity Markets , Price Forecasts, September 2012																
Non Energy Commodities	Unit	Actual					Forecast									
		1980	1990	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2025
Agriculture																
Beverages																
Cocoa	¢/kg	260	127	91	313	298	240	235	230	230	229	228	227	226	225	220
Coffee, Arabica	¢/kg	347	197	192	432	598	425	420	415	400	398	396	394	392	390	380
Coffee, robusta	¢/kg	324	118	91	174	241	230	200	190	185	183	182	180	179	177	170
Tea, auctions (3) ave	¢/kg	166	206	188	288	292	275	270	270	269	269	269	269	268	268	275

Auszug aus: http://siteresources.worldbank.org/INTPROSPECTS/Resources/334934-1304428586133/Price_Forecast.pdf

Die Erzeugung von Kakao ist seit jeher auf Entwicklungsländer in Westafrika konzentriert. In dieser Region teilen sich Elfenbeinküste und Ghana bereits 60 % der Weltproduktion. In einigen anderen Ländern wie Ecuador und Vietnam und in der Dominikanischen Republik sind - bei noch geringen absoluten Marktanteilen – hohe Wachstumsraten festzustellen.

Kernprobleme der Kakaoproduktion sind die hohe Anfälligkeit für Krankheiten – verbunden mit starkem Einsatz von Pestiziden und entsprechenden Umweltschädigungen – sowie hochgradig volatile Preise. Letztere bremsen die Bereitschaft der Bauern zu Investitionen (ein Drittel der Pflanzen in Westafrika ist älter als 35 Jahre) und damit die Produktivität. Im Jahr 2011 schwankte der Preis lt. [ICCO Monthly Averages of Daily Prices](#) zwischen 2196 (Februar) und 3472 USD /t. In 2012 setzten sich diese Größenordnungen fort. Ein großer Teil der Schwankungen ist spekulationsbedingt. So haben sich die Kurse im Termingeschäft zwischen Mitte und Ende September d.J. fast halbiert. Die Nachfrage nach Kakao ist andererseits in kontinuierlichem Wachstum begriffen.

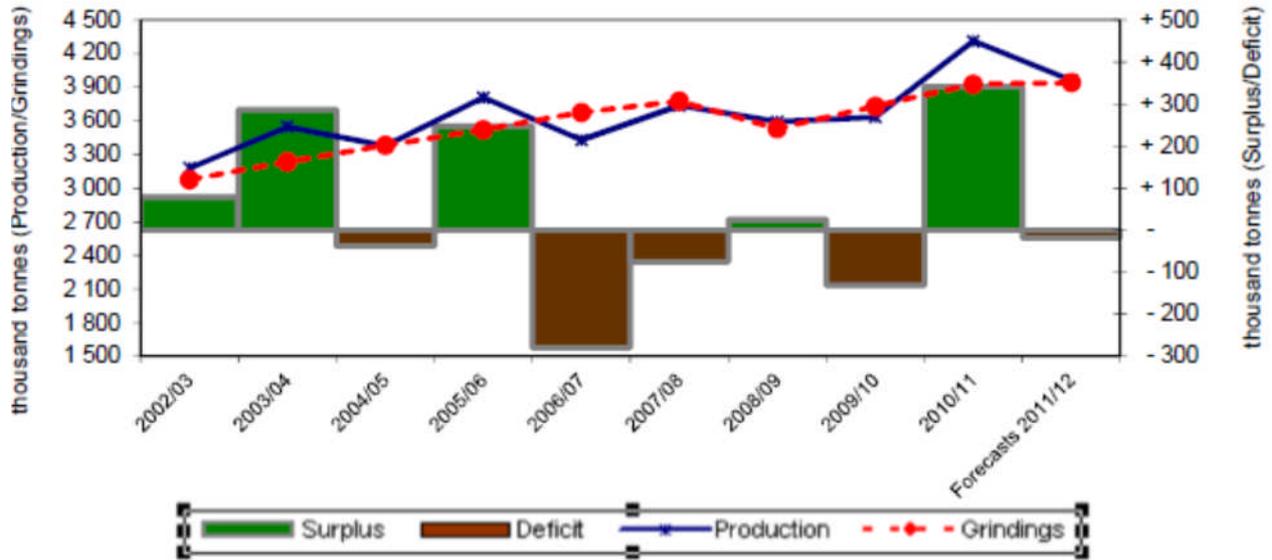
Production of cocoa beans
(thousand tonnes)

	2009/10		Estimates 2010/11		Forecasts 2011/12	
Africa	2486	68.4%	3226	74.8%	2786	70.3%
Cameroon	209		229		205	
Côte d'Ivoire	1242		1511		1410	
Ghana	632		1025		860	
Nigeria	235		240		210	
Others	168		222		101	
America	516	14.2%	561	13.0%	611	15.4%
Brazil	161		200		205	
Ecuador	150		161		190	
Others	205		201		216	
Asia & Oceania	633	17.4%	524	12.1%	565	14.3%
Indonesia	550		440		480	
Papua New Guinea	39		47		48	
Others	44		37		37	
World total	3635	100.0%	4311	100.0%	3962	100.0%

Source: ICCO Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics, Vol. XXXVIII, No. 3, Cocoa year 2011/12

Published: 28-08-2012

Note: Totals may differ from sum of constituents due to rounding.



Source: ICCO Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics, Vol. XXXVIII, No. 3, Cocoa year 2011/12

Published: 28-08-2012

Die verschiedenen Fair Trade - und Öko-Zertifikate arbeiten im Kakao-Sektor in derselben Weise wie in der Kaffeebranche. Der Marktanteil zertifizierten Kakao ist stark gewachsen. Nach den Daten der Internationalen Kaffeorganisation (ICCO) waren von der Gesamternte von 4,3 Mio. t ca. 275.00 t zertifiziert. Demnach hätte sich der Marktanteil innerhalb eines Jahres auf 6 % verdoppelt. Diese Zahl relativiert sich durch nicht bezifferbare Doppelzertifikationen einerseits und durch auf dem konventionellen Markt als unzertifiziert gehandelten Öko-Kakao.

In einer von ICCO bei der KPMG in Auftrag gegebenen Studie aus 2012 wurden ökonomische Vor- und Nachteile der Zertifizierung verglichen. In Erwartung einer weiteren Zunahme der Nachfrage wird der ICCO empfohlen, die insgesamt überwiegenden Vorteile verstärkt zu nutzen und zu versuchen, die wichtigsten Nachteile abzubauen. Der Studie zufolge vermögen Bauern mit Flächen unter 1 ha wegen der hohen Zertifizierungskosten nicht teilzunehmen. Ferner sind eine Reihe von Vorteilen - wie die Beratungsleistungen der zertifizierenden Organisationen - nur Bauern in Zusammenschlüssen (Genossenschaften o.ä.) zugänglich. Auch profitieren Bauern mit verbliebenem Produktivitäts-Potenzial stärker. Der größte Vorteil der Zertifizierung auf Ebene der Bauern wird in den Beratungsleistungen der zertifizierenden Organisationen gesehen, die teilweise zu einer Verdoppelung der Ernten geführt haben.

2.4. Baumwolle

Im letzten Monatsbericht des Internationalen Baumwollsekretariats (ICAC) wird über einen Bestandsüberhang von 25,9 Millionen t berichtet. Beträgt der Verbrauch in diesem Jahr 23,4 Mio. t, so wird er durch die Produktion mit 25,9 Mio. t deutlich übertroffen. Der damit einhergehende Preisverfall kann lt. ICAC Baumwolle gegenüber Polyester wieder konkurrenzfähiger machen, so dass die Spinnereien die bestehenden Vorräte (z.Zt. 16,4 Mio. t. entsprechend einer Zunahme um 17 % seit 2011) wieder zügiger verarbeiten.

Certification Scheme Focus	Volume Certified Cocoa (tonnes)		
	2010	2010 share of certified cocoa	2011
 Promote better trading conditions and empower producers. Focus on a wide range of commodities and gold.	106.400	39%	150.000
 Biodiversity conservation and sustainable livelihoods of farmers. Focus on increasing productivity and covers tropical commodities and tourism.	56.000	20%	98.400
 Professionalize agricultural practices and operational management. Focus on increasing productivity. Covers coffee, tea and cocoa.	70.000	25%	214.000
 Focus on production in a sustainable way, without the use of chemical inputs. Focus on a wide range of commodities.	42.500	15%	Not available

Source: 2010 and 2011 numbers are based on information provided by Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ Certified through their annual reports and interviews. 2010 Organic figure is derived from the ICC (2010) Cocoa Barometer 2010.

Allerdings wird aus den reduzierten Wachstumsprognosen des weltweiten BIP bis 2013 durch den Internationalen Währungsfonds auf 3,6 % ein generelles Nachlassen der Textilien-Nachfrage abgeleitet. Besonders stark beeinflusst wird der Markt von China, das seine Importe wegen reduzierter Binnennachfrage in 2013 vermutlich um die Hälfte auf 2,5 Mio. t drosseln wird.

Aus nebenstehender Tabelle wird die seit fünf Jahren anhaltend weltweite Stagnation des Baumwollmarktes deutlich sichtbar. Ebenso rückläufig war - zum ersten Mal seit 2005/06 - die seit 20 Jahren florierende Produktion an biologischer Baumwolle.

SUPPLY AND DISTRIBUTION OF COTTON						
NOVEMBER 1, 2012						
Season begin on August 1	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12 Est.	2012/2013 Proj.
	Million Metric Tons					
BEGINNING STOCKS						
WORLD TOTAL	12.806	12.257	11.939	8.632	9.451	13.96
CHINA	3.653	3.321	3.585	2.688	2.087	6.19
USA	2.064	2.188	1.380	0.642	0.566	0.73
PRODUCTION*						
WORLD TOTAL	26.073	23.455	22.163	25.221	27.274	25.88
CHINA	8.071	8.025	6.925	6.400	7.400	6.86
INDIA	5.219	4.930	5.185	5.865	6.001	5.64
USA	4.182	2.790	2.654	3.942	3.391	3.76
PAKISTAN	1.900	1.926	2.070	1.907	2.294	2.15
BRAZIL	1.602	1.214	1.194	1.960	1.884	1.49
UZBEKISTAN	1.206	1.000	0.850	0.910	0.880	1.00
OTHERS	3.894	3.569	3.285	4.237	5.424	4.98
CONSUMPTION*						
WORLD TOTAL	26.687	23.817	25.470	24.452	22.746	23.44
CHINA	10.900	9.265	10.192	9.580	8.635	8.55
INDIA	4.053	3.872	4.300	4.509	4.345	4.69
PAKISTAN	2.649	2.519	2.393	2.100	2.163	2.34
EAST ASIA & AUSTRALIA	1.889	1.714	1.892	1.796	1.646	1.78
EUROPE & TURKEY	1.747	1.413	1.550	1.499	1.445	1.51
BRAZIL	0.993	1.000	1.024	0.958	0.888	0.90
USA	0.998	0.771	0.773	0.849	0.718	0.74
CIS	0.664	0.596	0.604	0.577	0.576	0.61
OTHERS	2.794	2.666	2.743	2.583	2.330	2.34
EXPORTS						
WORLD TOTAL	8.465	6.609	7.805	7.625	9.748	7.70
USA	2.968	2.887	2.621	3.130	2.526	2.46
INDIA	1.630	0.515	1.420	1.085	2.295	0.77
AUSTRALIA	0.265	0.261	0.460	0.545	1.010	0.82
BRAZIL	0.486	0.596	0.433	0.435	1.043	0.64
UZBEKISTAN	0.915	0.650	0.820	0.600	0.550	0.57
CFA ZONE	0.603	0.469	0.560	0.476	0.578	0.75
IMPORTS						
WORLD TOTAL	8.536	6.647	7.928	7.725	9.714	7.70
CHINA	2.511	1.523	2.374	2.609	5.342	2.54
EAST ASIA & AUSTRALIA	1.928	1.714	1.989	1.825	1.894	2.09
EUROPE & TURKEY	1.081	0.862	1.170	0.972	0.711	0.96
PAKISTAN	0.851	0.417	0.342	0.314	0.195	0.40
CIS	0.267	0.231	0.209	0.132	0.129	0.12
TRADE IMBALANCE 1/ STOCKS ADJUSTMENT 2/	0.071	0.038	0.123	0.101	0.035	0.00
	-0.005	0.007	0.122	-0.051	0.013	0.00
ENDING STOCKS						
WORLD TOTAL	12.257	11.939	8.632	9.451	13.957	16.39
CHINA	3.321	3.585	2.688	2.087	6.188	7.03
USA	2.188	1.380	0.642	0.566	0.729	1.29
ENDING STOCKS/MILL USE (%)						
WORLD-LESS-CHINA 3/	57	57	39	50	55	63
CHINA 4/	30	39	26	22	72	82
COTLOOK A INDEX 5/	72.90	61.20	77.54	164.26	83**	

1/ The inclusion of linters and waste, changes in weight during transit, differences in reporting periods and measurement error account for differences between world imports and exports.

2/ Difference between calculated stocks and actual; amounts for forward seasons are anticipated.

3/ World-less-China's ending stocks divided by World-less-China's mill use, multiplied by 100.

4/ China's ending stocks divided by China's mill use, multiplied by 100.

5/ U.S. cents per pound.

* Turkey's production and consumption estimates are currently under review within the Secretariat.

** Average for the first three months of 2012/13 (August to October 2012).

Source: ICAC

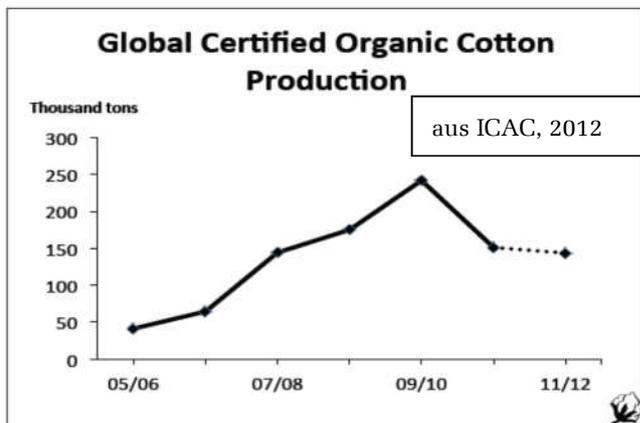
Lt. Internationalem Cotton Advisory Committee (ICAC, Textile Exchange 2012) wurden weltweit in 2010 /2011 mit 324.577 ha 140.000 ha weniger bebaut als im Jahr zuvor. Für 2011/2012 wird noch mit einer Fortsetzung dieses Trends gerechnet, der z.T. in dem strikten Vorgehen der indischen Regierung zur Einhaltung der Öko-Richtlinien begründet liegt.

Auch habe sich die soziale und umweltbezogene Motivation der Erzeuger, zum organischen Anbau überzuwechseln, nicht grundlegend verändert, doch können die ökonomischen Faktoren dies derzeit nicht unterstützen.

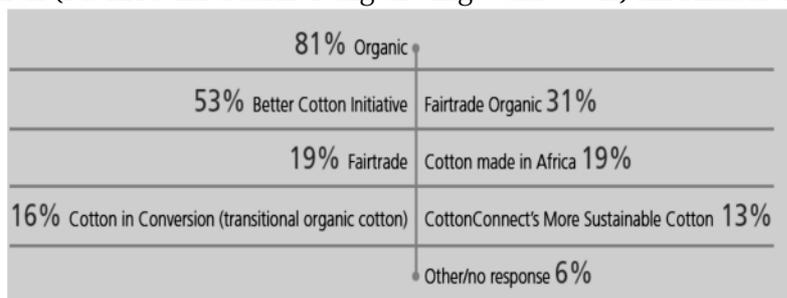
Der Ertrag im konventionellen Anbau lag zuletzt bei 780 kg/ha gegenüber 525 ha im ökologischen Anbau. Allerdings wird das Bild verzerrt durch den hohen Anteil, den Indien per Regierungsent-scheidung im biologischen Anbau eingenommen hat. Außerhalb Indiens liegen die Erträge des Ökoanbaus nämlich 6 % über dem konventionellen Anbau. Immerhin bleibt der ökonomische Vorteil an längerfristig wirksamen Einsparungen bei Pflanzenschutzmitteln und Industriedün-gern erhalten.

Ein weiterer Rückgang der ökologischen Baumwollerzeugung wird ab 2013 nicht erwartet. Haupterzeugerländer sind derzeit Indien, Syrien, China, Türkei, und die Vereinigten Staaten. Auffällig sind die Produktionssteigerungen in Benin, Brasilien, Mali, Nicaragua, Kirgisistan und Tadschikistan.

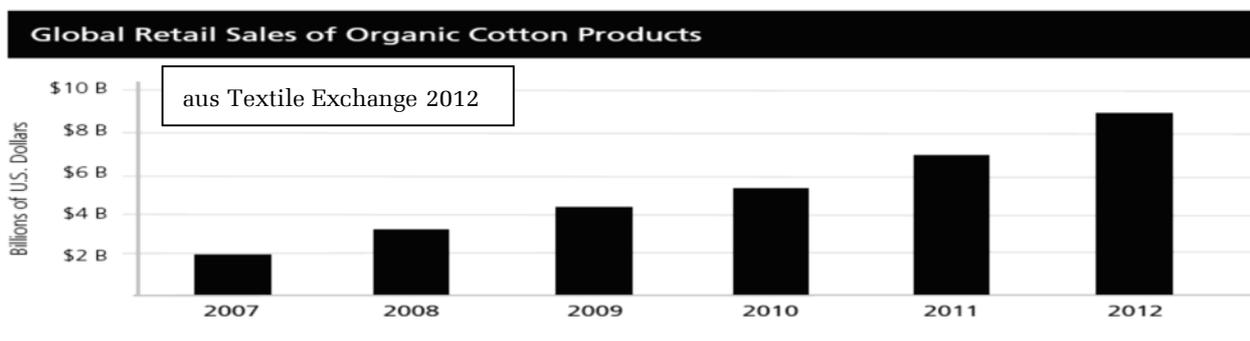
Lt. Umfrage des Textile Exchange (2012) unter Textilherstellern herrscht weiterhin eine starke Motivation (81 %) zur Umstellung der Produktion auf biologisch erzeugten Rohstoff vor. Nach-stehende Abbildung zeigt die Präferenzen (Mehrfachzertifizierungen eingeschlossen) im Hinblick auf die existierenden Zertifikate.



Es ist absehbar, dass – zumindest was die Märkte der Industrieländer angeht – sich der Trend zu einem immer größeren Anteil der Bioproduktion fortsetzt, auch wenn der Baumwollmarkt insgesamt nicht mehr expandiert und der Mehrertrag



für die Erzeuger weniger aus erhöhten Erlösen kommt, als aus Einsparungen bei Produktionsmit-teln und aus langfristig wirksamen positiven Auswirkungen auf die Agrarumwelt. Die Umsatz-entwicklung der vergangenen fünf Jahre wird im Schaubild auf S. 13 gezeigt.



2.5. Tropische Früchte

Die Marktbeobachtungstelle des beim Außenministerium der Niederlande angesiedelten Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI) sieht eine weiter wachsende Nachfrage nach Früchten aus ökologischem Anbau, speziell bei Avocado sowie generell in den osteuropäischen Ländern. In Westeuropa dürfte lt. CBI eher im Bereich der Fruchtzubereitungen noch Wachstum möglich sein. Dort, d.h. vor allem in Deutschland, Frankreich, Großbritannien und den Niederlanden, ist der Markt in festen Händen der Supermärkte und weitgehend konsolidiert. Die Qualitätsansprüche liegen auf höchstem Niveau.

Hohe Chancen haben Früchte mit Biosiegel auch in Spanien und Italien, obwohl dort selbst auch tropische Früchte angebaut werden. Die lokalen Produktionen sind aber zu klein, um mit gut organisierten Lieferanten aus Entwicklungsländern konkurrieren zu können.

In Osteuropa liegt die Kaufkraft niedriger, so dass auch Produkte zweiter Klasse noch Zugang zu den Märkten finden.

Generell wird davon ausgegangen, dass Betriebe Chancen haben, die in der Lage sind neue Technologien einzusetzen, mit denen die Haltbarkeit der Früchte verlängert werden kann (z.B. dehydrierte Avocado), Seetransporte möglich werden und wettbewerbsfähige Preise angeboten werden können.

Auch sind im Fruchtsektor spezifische Marktkenntnisse oft entscheidend. Public Privat Partnerships (PPP) mit europäischen Handelsfirmen, die vor Ort präsent sind haben daher besondere Chancen.

Der Anteil biologischer Erzeugnisse ist in den internationalen Berichterstattungen noch nicht hinreichend erfasst. Die Nachfrage in Deutschland liegt lt. Informationen der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI) um 10 % des Marktes für Obst und Gemüse. Stärker sind diese Erzeugnisse in den Niederlanden und in Großbritannien vertreten, wo sie inzwischen 20 % der Supermarkt- und Catering-Umsätze liefern.

Als Beispiel dafür, dass der Anteil biologischer Produkte auch angebotsbestimmt sein kann, dient der CBI (2012) der Eintritt von Chiquita Brands, Dole Food Company in die Rainforest Alliance. Der Marktanteil dieser Gesellschaften liegt bei 80 % der auf dem Weltmarkt gehandelten Bananen und der Anteil von biologischen Bananen ist durch ihr Engagement zwischen 2007 und 2009 um 63 % gestiegen. In 2011 machten biologische Bananen somit 20 % bereits der Umsätze.

Zum weltweiten Marktvolumen und der Entwicklung hat die FAO einen Ausblick erstellt, der auf der folgenden Seite in der Zusammenfassung von www.freshplaza wiedergegeben ist.

“World production of tropical fruit expected to increase in 2014

World production of tropical fruit will reach 82 million tons in 2014, according to estimates by the United Nations' Food and Agriculture Organization (FAO). This figure represents an **annual increase of 1.7% over the base period (2004)**. 78% corresponds to major fruits (mango, pineapple, avocado and papaya) and 22% to the secondary ones (lychee, rambutan, guava ...). **90% of tropical fruits are produced in countries that are developing**. However, the international trade assessment of these fruit is difficult to quantify. What is clear to the international organization is that tropical fruit production helps create jobs, increase farmers' income, food security and to reduce poverty levels. In general, the demand for **fresh tropical fruit** looks favorable because it is **expected to increase by 24% the volume of major imports (mango, avocado, papaya and pineapple)**. Forecasts indicate that by 2013 the purchases will amount to 3.6 million tons and of these, 2.6 million tons (81%) will go to developed countries. The U.S. and the European Union account for 70% of imports of tropical fruit, ahead of Japan.

Producers and exporters

Major tropical fruits are mango, pineapple, avocado and papaya. The major mango producers are India, Thailand and Mexico, for pineapple Philippines, Thailand and China. The avocado is produced in Mexico, Indonesia and the United States. Papaya is produced in India, Brazil and Mexico, mostly. Regarding the tropical fruit considered secondary, the production is concentrated in the Philippines, Indonesia and India. The largest mango exporters are Mexico, India and Brazil. For pineapple are Costa Rica and the Philippines. Chile, Mexico and Israel lead the expeditions of avocado and papaya. The market is dominated by Mexico, Malaysia and Brazil. The export of secondary fresh tropical fruit focuses on three countries: Hong Kong, Thailand and Malaysia.

Demand

The tropical fruit market has changed considerably and now, its price (always higher than that of traditional fruit) is not based on the novelty but in product quality. What has not changed is the effect of the cost of transport in the final value of the fruit. In that sense, oil price increases result in lower net profit for the producer countries. In 2014, FAO projections indicate that the demand will grow, although without those excellent figures obtained in the last decade.

The quality of the fruit and not the price will mark in the future the choice of importing countries. The quality makes the difference in an global market that is getting every day more stocked. Therefore, exports will be conditioned by investments that producers make in R + D + i, in improving postharvest treatment, storage, cold transportation, and logistics. The factor that may limit the export of tropical fruit are health issues. Importers require compliance of a number of health and safety requirements that determine the entry of tropical fruit in their markets. Still local farmers (especially Europeans) assure that breaches of the protocols by exporters are constant. They also reported deficiencies in the labeling and traceability.

Mango

FAO estimates that the mango harvest will be around 28.8 million tons in 2014, ie 35% of the production of the world's tropical fruit. 69% of the total amount will be obtained in Asia and the Pacific (India, China, Pakistan, Philippines and Thailand), 14% in Latin America and the Caribbean (Brazil and Mexico) and 9% in Africa. Regarding mango production by developed countries (United States, Israel and South Africa) is estimated at 158,000 tons. UN forecasts puts India as the world's largest mango producer with 40% of the total crop (11.6 million tons). Mexico's production will also increase to 1.9 million tons (500,000 more than in 2004). Mango world imports will increase 1.4% in 2014 totaling 844,246 tons. The lead countries demanding this fruit are the United States and the European Union. Net purchases of EU will increase about 2.5% per year, until reaching 223,662 tons in 2014. France, the Netherlands and the UK are ahead of Spain in purchase volume. Meanwhile, U.S. imports will increase by 1% per year until reaching 309,115 tons.

Pineapple

Pineapple production is expected to reach 18.7 million tons in 2014, representing 23% of the global harvest of tropical fruits. Asia-Pacific accounts for 46% of the total. However, most of this amount will go to the development and not the export as fresh fruit. The issuance of fresh pineapple is dominated by Latin America (Costa Rica) which produces 29% of this fruit in the world.

Also the African pineapple harvest will increase. Is expected to reach 16% of production. The FAO expects the harvest of pineapples to decrease in developed countries. The decline that would be registered in the United States would be too high to be offset by the increased production of Austria and South Africa. The annual reduction will exceed 2% until 2014, compared with the base year 2004. World imports of pineapple will also go up, namely 1.7% until 2014, up to 1.5 million tons. The figure accounts for 43% of all tropical fruits. The United States is the largest importer of fresh pineapple with a demand of 38% (586,000 tons).

Avocado

According to FAO projections, the avocado harvest will amount to 3.9 million tons in 2014, and will obtain more than 86% in developing countries. Latin America and the Caribbean will be the main producing region of the world, thanks to Chile because it is one of the largest exporters of avocado.

Regarding imports, 430,128 tons are expected in 2014 (+2% pa). Developed countries will keep their shares of the market absorbing over 86% of avocados. The purchase volume acquired by emerging countries (after growing by 12% in recent years) may decline 2% annually. The U.S. and France will be the world's largest importers of avocado in 2014, with 41% and 27% of the total.

Papaya

The increase of papaya harvest has been spectacular over the past decade. Brazil and India are the countries with the largest percentage increase of 6% and 19% respectively. Production is expected to continue rising until 2014, and achieve 13 million tons. Until 2014, papaya imports will increase by 5.6% reaching 363,717 tons. The U.S. will lead

Eine tabellarische Darstellung der Fruchtimporte (biologisch und konventionell) und des Anteils der Entwicklungsländer zeigt CBI im Papier „Promising EU Export Markets for Fresh Tropical Fruit:

Table 1 Consumption, production, and imports from DCs, in 1,000 tonnes³

	Total consumption		Total production		Total imports		Imports from DCs		DC share total imports	Attrac-tivity index
	volume 2009	growth '05-'09	volume 2009	growth '05-'09	volume 2010	growth '05-'10	volume 2010	growth '05-'10		
EU 27	5,740	2.9%	396	-2.2%	8,764	3.6%	5,795	3.8%	66%	
Belgium	95	19%	0	n.a.	1,632	5.3%	1,584	5.3%	97%	+++
United Kingdom	1,092	2.1%	0	n.a.	1,217	3.6%	1,110	5.7%	91%	+++
Germany	1,197	3.0%	0	n.a.	1,492	1.6%	801	2.7%	54%	++
Italy	714	6.1%	0	-3.3%	833	3.8%	626	4.2%	75%	++
The Netherlands	129	-3.0%	0	n.a.	667	11.0%	489	21%	73%	+++
Spain	622	3.8%	384	-2.2%	341	10.0%	222	27%	65%	++
Portugal	184	3.6%	0	n.a.	233	1.3%	160	-0.2%	69%	-
Greece	77	-3.7%	5	-1.2%	129	7.8%	95	17%	74%	+/-
Sweden	161	-1.4%	0	n.a.	210	0.4%	91	-0.7%	43%	+/-
France	465	4.9%	0	n.a.	223	-2.9%	85	-11%	38%	+/-
Slovenia	30	-2.8%	0	n.a.	66	4.5%	56	4.6%	85%	+/-
Romania	75	-15%	0	n.a.	57	-17.0%	49	-19%	86%	-
Ireland	52	3.5%	0	n.a.	67	4.1%	42	0.5%	62%	+/-
Czech Republic	133	7.9%	0	n.a.	255	0.3%	28	-30%	11%	-
Denmark	123	11%	0	n.a.	114	3.9%	17	15%	15%	+
Bulgaria	22	-20%	0	n.a.	24	-15.0%	17	-21%	70%	-
Lithuania	19	1.8%	0	n.a.	50	12.0%	3.2	-31%	6.3%	-
Luxembourg	6.5	-0.5%	0	n.a.	9.5	4.7%	2.4	7.0%	26%	+/-
Austria	121	3.8%	0	n.a.	150	4.6%	1.7	34%	1.1%	+
Finland	58	-4.1%	0	n.a.	64	-1.4%	1.3	-39%	2%	+/-
Estonia	12	1.4%	0	n.a.	13	3.0%	0.2	-51%	1.5%	-
Latvia	12	-0.6%	0	n.a.	13	0.0%	0.2	-43%	2%	-
Poland	217	7.0%	0	n.a.	16	8.5%	0.1	-2.7%	0.8%	+/-
Malta	5.0	-4.2%	0	n.a.	4.0	-19.0%	0.1	-62%	1.9%	-
Slovakia	55	12%	0	n.a.	60	7.5%	0	n.a.	n.a.	-
Hungary	52	-5.9%	0	n.a.	74	1.8%	0	n.a.	n.a.	-
Cyprus	12	2.3%	6.9	-4.0%	8	23.0%	0	n.a.	n.a.	+/-

Source: FAOSTAT and Eurostat (2011)

2.6. Vanille

Das Gewürz ist unter den hier behandelten Erzeugnissen dasjenige, das aufgrund seiner klimatischen Ansprüche und der Anbauweise (Kletterpflanze an gewachsenen Bäumen) am stärksten an die Präsenz von tropischen Naturwäldern gebunden ist. Die in Frage kommenden Anbauregionen liegen im Südamerikanischen Amazonasbecken, in Asien erstrecken sie sich von China bis Papua Neu-Guinea. In Afrika findet man sie in der westlichen Äquatorialzone und entlang des Kongo-Flusses, sowie in Wald-Restgebieten in Kenya, in Madagaskar und auf den Komoren sowie auf La Réunion.

Der Markt wird aufgrund des von der dort kultivierten Bourbon-Vanille geprägten internationalen Standards beherrscht, der den Markt dominiert. An zweiter Stelle folgen Indonesien und Papua Neu Guinea. Uganda ist in der Lage, den Anbau von Bourbon-ähnlicher Vanille auszubauen.

Laut EPOPA (2005) geht z.Zt. die Produktion weit über die Nachfrage hinaus. Madagaskar ist in der Lage, einen Großteil der geschätzten 1,7 Tsd. t Bourbon-Vanille selbst anzubieten. Die ca. 500 t übriger Vanille können unschwer bei den anderen der genannten Erzeugerländer aufgetrieben werden. In 2005 waren ca. 1000 t Vanille unverkauft eingelagert.

Der Marktanteil von Öko-Vanille lag im Jahr 2004 bei lediglich 1 %, d.h. 10-15 t. Diese Menge wird durch die EU-Regelung, nach der in Öko-Vanille bis zu 5 % konventioneller Vanille enthalten sein dürfen, weiter reduziert. Des Weiteren wird die Nachfrage durch den Umstand gehemmt, dass Vanille als solche von den Verbrauchern – unabhängig von der Art der Erzeugung - bereits als ökologisches Produkt betrachtet wird. Da eine Reihe von Vanille-Verarbeitern aber nach 100%igen Labeln streben, wird davon ausgegangen, dass die Nachfrage dennoch steigt, auch wenn damit nur ein eingeschränkter Zugewinn an Öko-Eigenschaften verbunden sein wird.

Bisher stammt Öko-Vanille vor allem aus Madagaskar, Uganda, den Komoren und Indien.

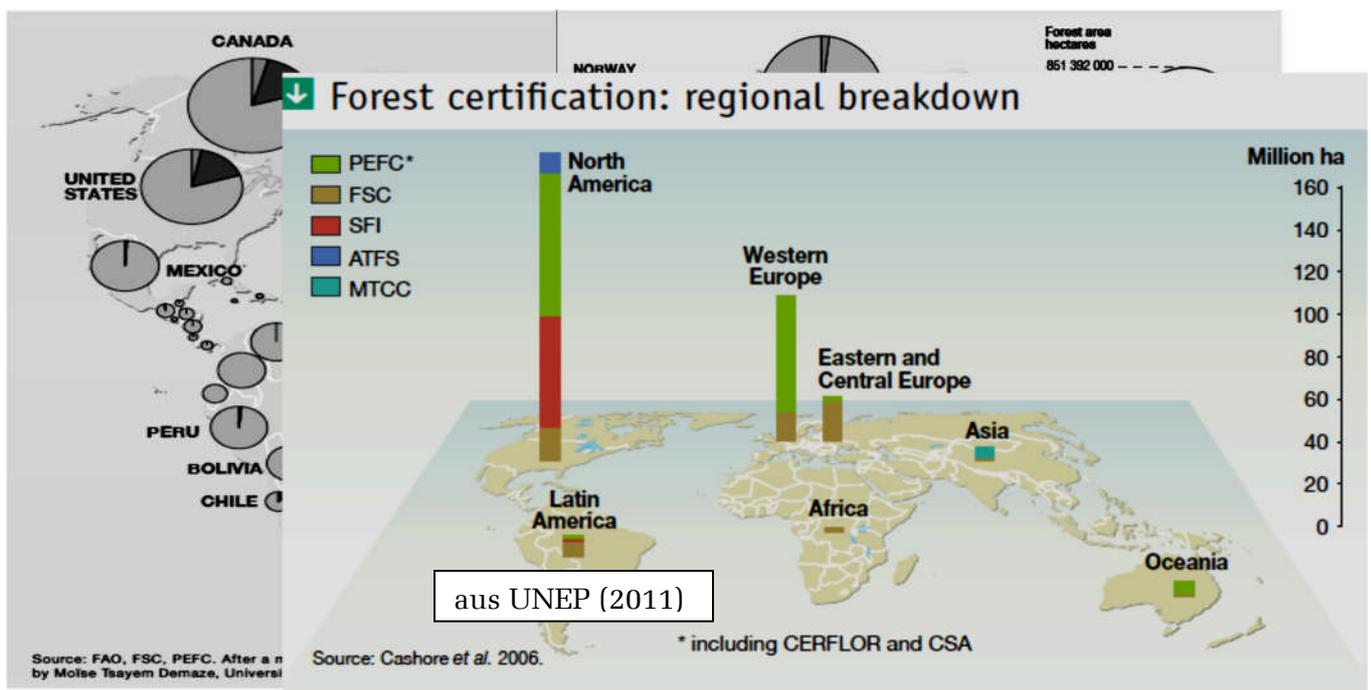
Die Preise für Öko-Vanille liegen nicht wesentlich über denen des konventionellen Erzeugnisses und sind gleich volatil. Der evtl. Mehrerlös wird von den erhöhten Kosten kompensiert.

Auf der Nachfrage-Seite ist die Lage lt. CBI-Netherlands⁷ relativ kompliziert, weil in Europa große Gesellschaften wie Kraft, Dr. Oetker, Nestlé und Unilever das Geschäft beherrschen und ihre firmeneigenen Ansprüche i.d.R. durchsetzen. Dies setzt auf Angebotsseite stabil etablierte und zuverlässig lieferfähige Erzeuger voraus, die sich ihrerseits ungern mit den Wünschen anderer Nachfrager auseinandersetzen.

7 s. http://www.cbi.eu/marketinfo/cbi/docs/vanilla_germany

3. Produktion und Handel mit zertifizierten Forstprodukten

Nach UNEP (2011) sind bis jetzt nur 10% der globalen Waldflächen im Hinblick auf nachhaltige Bewirtschaftung zertifiziert. Davon liegt der weitaus größte Teil in der EU, in Kanada und in den USA. Entwicklungs- und Schwellenländer sind noch recht spärlich vertreten. Dort beschränken sich die Zertifikate i.d.R auf Forstflächen einzelner Großinvestoren mit Exportinteressen.



Die regionale Flächen-Aufteilung der bestehenden Zertifikate geht aus nachstehender Übersicht hervor:

Im Mai 2012 waren insgesamt 394 Mio. ha zertifiziert. Gegenüber 2011 bedeutet dies eine Zunahme von 4 %, die fast ausschließlich in Nordamerika und in den CIS-Staaten hinzukamen.

Annähernd 92 % der zertifizierten Flächen liegen auf der nördlichen Halbkugel (51 % USA, 25 % EU, 12 % sonstiges Europa und CIS). Von den tropischen Wäldern sind bislang nur 2 % zertifiziert⁸.

aus UNEP (2011)

Der Großteil der Forstzertifikate wird von PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes) und von FSC (Forest Stewardship Council) ausgegeben. ATFS (The American Tree farming System) und SFI (Sustainable Forest Initiative) sind auf Nordamerika konzentriert. Das Zertifikat des MTCC (Malaysian Timber Certification Council) beschränkt sich auf Malaysia. Die dort zertifizierten Betriebe können auch das Recht auf das PEFC-Logo beantragen.⁹

Generell wird damit gerechnet, dass die auf Betreiben von privaten Organisationen (Umweltverbände, Waldbesitzer) zustande gekommenen Zertifikate nach und nach Konkurrenz in Gestalt nationaler Gesetze bekommen, die sich zunehmend am Ziel der nachhaltigen Bewirtschaftung orientieren.

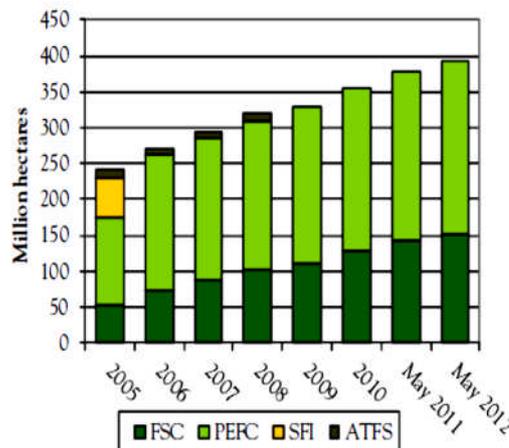
Theoretisch stehen lt. UNECE / FAO 469 Mio m³ Rundholz aus zertifizierten Forstbetrieben zur Verfügung. Dies entspricht 27 % des jährlich gehandelten Rundholzvolumens.

Es wird erwartet, dass der Markt für zertifiziertes Holz in Europa, den USA und in Südostasien rasch weiter wächst, da eine Reihe von Staaten Gesetzgebungen für die Verwendung nachhaltig erzeugten Holzes im Bauwesen erlassen oder in Arbeit haben¹⁰.

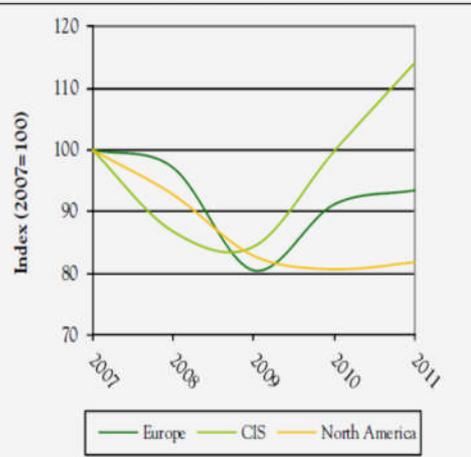
Allerdings ist der Markt für Bauholz in Europa infolge der Finanzkrise zunächst um 14 % zurückgegangen, in den USA um 20 %.

Die Preise für Schnittholz sind 2011 / 2012 weltweit gesunken. Der Global Sawlog Index fiel um 9 %. Ähnlich verhält es sich mit den Preisen für Holzschnitzel und Zellstoff.

Forest area certified by major certification schemes, 2005-2012



Consumption of hardwood industrial roundwood in three UNECE subregions 2007-2011



Note: Industrial roundwood excludes woodfuel.

Source: UNECE/FAO TIMBER database, 2012.

8 Nachdem in 2011 ein großes FSC-Zertifikat in Kamerun erlosch (SFEACA), gingen durch den Verkauf CIB an einen Palmölplanzer und von SIFORCO (Danzer-Gruppe) an den US-amerikanischen Holzkonzern Blattner, Elwyn große Flächen verloren, da die Käufer auf das FSC-Zertifikat verzichtet haben.

9 Zum Vergleich von FSC und PEFC-Zertifikaten s.a. Goeser (2012): Vergleich nationaler Standards von Forstzertifikaten in ausgewählten europäischen Ländern, Ausarbeitung WD 5, 154/12 vom 14.11.2012

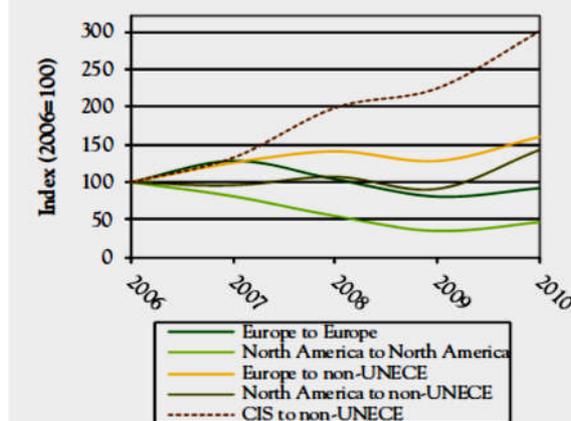
10 s.a. International Green Construction Code (IgCC), 2012, <http://www.iccsafe.org/cs/igcc/pages/default.aspx>

Die Rundholz Nachfrage in den CIS-Staaten, spez. Russland und Ukraine, ist hingegen stark gestiegen, dort vor allem aufgrund von Schnittholz-Exporten nach China.

Der Welt-Handel mit Schnittholz geht angebotsseitig an den Entwicklungs- und Schwellenländern weitgehend vorbei. Sie erscheinen lediglich in der Rubrik Importe aus Europa und den USA (gelbe und schwarze Kurve in nebenstehender Graphik).

Der internationale Markt für Holz-Pellets wird weitestgehend von den USA als Exporteur dominiert. Zwischen 2008 und 2011 stieg die Ausfuhr nach Europa (Niederlande, Großbritannien, Belgien, Schweden, Italien) um 300%.

Top five global trade flows of sawn softwood by value, 2006-2010



Note: Total value of world imports for 2009-2010 was \$35.7 billion.

source: UN COMTRADE, 2012.

4. Non-Timber Forestry Products (NTFP)

Der Bereich der aus der natürlichen Flora und Fauna der Wälder entnommenen Produkte ist statistisch unzureichend erfasst, so dass hier keine Tabellen mit zuverlässigen Zahlenangaben wiedergegeben werden können. Die FAO beschreibt den Sektor in der Abteilung Non Wood Products zwar qualitativ recht ausführlich, verzichtet aber auf über Einzelstudien hinausgehende Zahlenangaben. Zu den einzelnen insgesamt 150 von der FAO gelisteten Produkten gibt es zwar einzelne Studien, doch beziehen diese sich immer auf einzelne Standorte und datieren teils noch aus Mitte-Ende der 90er Jahre.

Der Wert dieser Erzeugnisse für den lokalen Eigenbedarf und die Beschäftigung von in oder in der Nähe von Wäldern lebenden Familien und Gemeinden wird -wiederum qualitativ – rundum geschätzt. Im Zuge des Rio-Prozesses von 1990 kam die Hoffnung hinzu, dass die systematische Erfassung und Vermarktung in diesem Sektor positiv zu dem Ziel beitragen könne, die sonst in

„Wild plants are sold in nearly every marketplace in Africa, the Caribbean and the Pacific, but little is known about their contribution to the national economy of the countries. Few countries register the species that are sold, and where, in what quantities and at what prices. Even less is known about who harvests and sells them, and who buys them. Unlike timber and agricultural products, no regular monitoring or evaluation of the resources, market chains and socio-economic contribution of NTFPs at national level is done anywhere. Only exported non-timber forest products sometimes appear in national statistics. Still, the annual world market of wild plant products is estimated at US\$ 60 billion, and this market continues to grow by nearly 20% each year. In 1996, the trade monitoring network TRAFFIC estimated the global market for medicinal plants at US\$ 1.3 billion. These statistics do not show the percentage of the cultivated plants or the percentage of true NTFPs involved. Since reliable data are absent, it is difficult to give an overview of the major commercial NTFPs in Africa, the Caribbean and the Pacific. Various references often show different production data for the same product contrary to national statistical information. We have used data from the Food and Agriculture Organisation of the United Nations (FAO) to create the lists of the major commercial NTFPs (Tables 1, 2 and 3). In a few countries, like Cameroon, Guyana and South Africa, more research groups and NGOs have been active in NTFP research than elsewhere. These countries are often cited here simply because their statistics are available. This does not mean that these products are less important in other ACP countries; we just do not know which forest products are marketed in those countries”¹.

der Holznutzung überforderten und gefährdeten Waldressourcen zu schützen. Die Nachfrage nach Produkten aus einer forstlichen Umgebung könnte so eine Nachfrage nach Erhaltung der Wälder nach sich ziehen. Die Schwierigkeit, den realen Beitrag zu erfassen, schildert van Andel (2006) wie folgt:

Der Zertifizierungsprozess ist im Bereich der NTFP noch nicht sehr weit gediehen, vor allem da die üblicherweise in sehr kleinem (familiären) Rahmen stattfindende Sammlung der Produkte von den Kosten einer Zertifizierung überfordert wäre und i.d.R kein für ein Sammelzertifikat ausreichender Organisationsgrad vorhanden ist. FSC, Rainforest Alliance und PEFC führen auf ihren Internetseiten aber inzwischen Listen mit Einzelzertifikaten größerer Erzeuger.

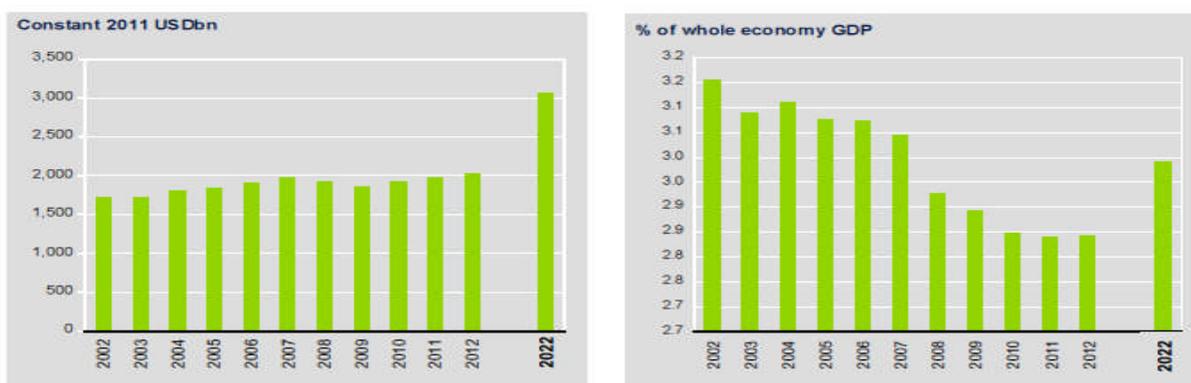
5. Tourismus

5.1. Gesamtumsatz und Wachstumsprognose des Sektors Tourismus weltweit

a) Beitrag zum weltweiten BIP

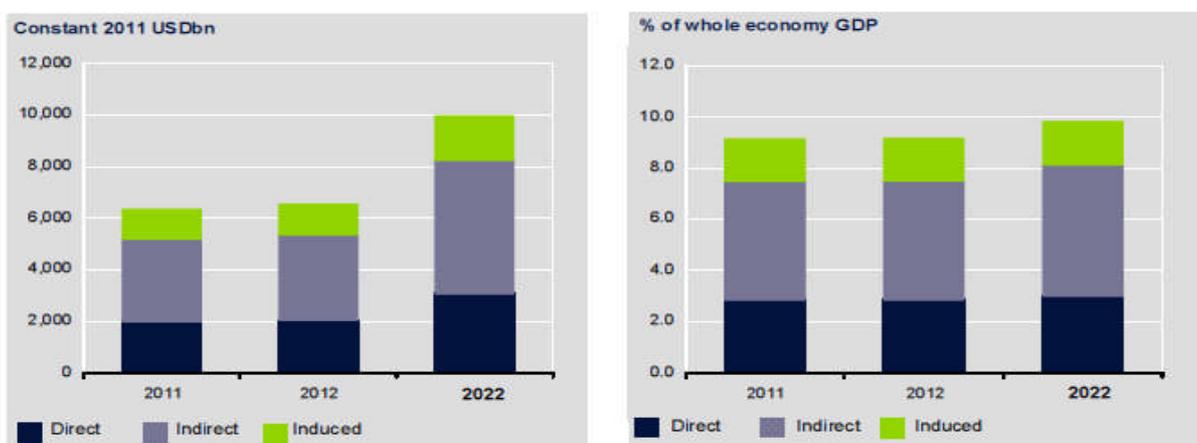
Der direkte Beitrag des Tourismus zum weltweiten BIP betrug im Jahr 2011 lt. der Broschüre „Travel & Tourism economic impact 2012“, herausgegeben vom World Travel & Tourism Council, 2012,¹¹ 1.973 Mrd. USD. Bis 2022 soll er auf 3.056 Mrd. USD ansteigen. Bei Einrechnung der indirekten Beiträge wird für das Jahr 2011 ein Volumen von 6.350 Mrd. USD errechnet, das bis 2022 auf 9.940 Mrd. USD ansteigen soll.

WORLD: DIRECT CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO GDP



aus: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2012.pdf

WORLD: TOTAL CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO GDP



¹¹ http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2012.pdf (zuletzt abgerufen 16. November 2012).

aus: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2012.pdf

b) Beitrag zum Arbeitsmarkt

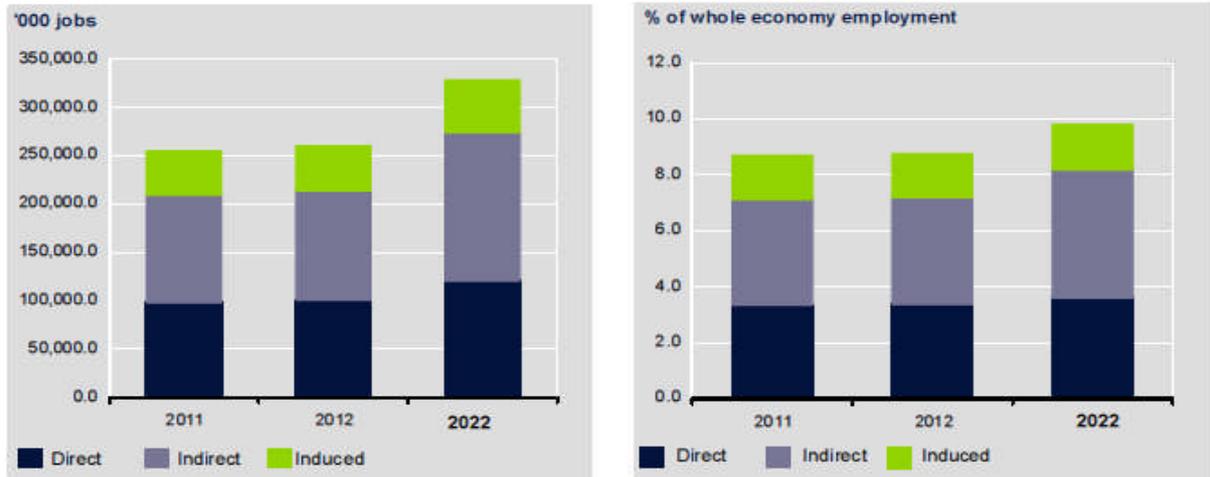
Der direkte Beitrag des Tourismus zum Arbeitsmarkt machte im Jahr 2011 mit 98,031,500 Arbeitsplätzen 3.3 % des Arbeitsmarktes aus und soll im Jahr 2022 mit 120,470,000 Arbeitsplätzen 3.6 % des Arbeitsmarktes ausmachen. Bei Einrechnung der indirekten Beiträge ergeben sich für den Tourismusbereich im Jahr 2011 254,941,000 Arbeitsplätze, d.h. ein Anteil von 8.7 % am Arbeitsmarkt. Im Jahr 2022 soll unter Berücksichtigung der indirekten Beiträge die Anzahl der Arbeitsplätze im Tourismus auf 327,922,00 ansteigen und einen Anteil von 9.8 % des Arbeitsmarktes ausmachen.

WORLD: DIRECT CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO EMPLOYMENT



Quelle: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2012.pdf

WORLD: TOTAL CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO EMPLOYMENT

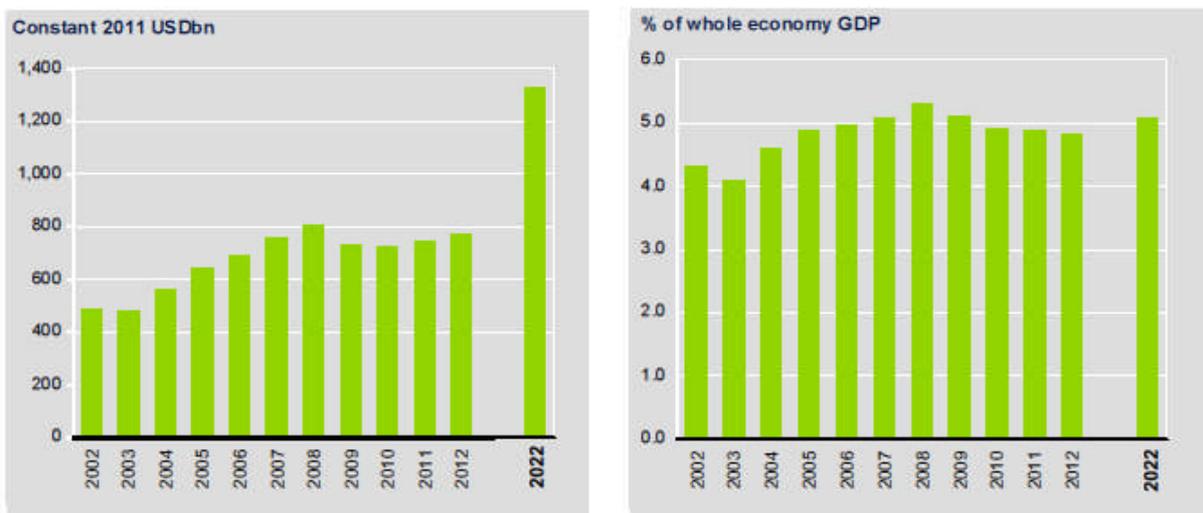


Quelle: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2012.pdf

c) Investitionen

Im Jahr 2011 betragen die Investitionen in den Tourismus 743.0 Mrd USD und machten damit 4.9 % des weltweiten Investitionsmarktes aus. Im Jahr 2022 sollen die Investitionen auf 1,320.4 Mrd USD ansteigen und einen Anteil von 5.1 % am weltweiten Investitionsmarkt haben.

WORLD: CAPITAL INVESTMENT IN TRAVEL & TOURISM



Quelle: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2012.pdf

5.2. Gesamtumsatz und Wachstumsprognose des Sektors Öko-/Naturtourismus weltweit

International sind kaum Daten zum Sektor des sogenannten Ökotourismus verfügbar. Dies scheint der Schwierigkeit seiner Definition geschuldet zu sein.

Zwar existiert eine ursprüngliche Definition des Begriffs Ökotourismus der International Ecotourism Society (TIES) von 1990. Danach wird Ökotourismus wie folgt definiert:

*"Responsible travel to natural areas that conserves the environment and improves the well-being of local people."*¹²

Unterdessen wird jedoch davon ausgegangen, dass Ökotourismus im Sinne einer solchen einheitlichen Definition nicht existiert. Dies wird damit begründet, dass er auf dem Reisemarkt heutzutage kaum noch von "gewöhnlichem Naturtourismus" oder Outdoor-Tourismus zu unterscheiden sei. Dieser Entwicklung würden auch Standards, Zertifikate oder Selbstverpflichtungen, die von einigen Unternehmen genutzt werden, keinen Einhalt bieten.¹³

Beim Begriff des Ökotourismus handelt es sich nach Einschätzung der GIZ vielmehr um ein Marketinglabel, das missbraucht wurde.¹⁴ Es könne eher von naturorientiertem Tourismus gesprochen werden, der für sich genommen aber noch keine Aussage über Nachhaltigkeit enthalte.

Die wenigen Daten, die einerseits von TIES¹⁵ erhoben wurden und andererseits in einer noch nicht erschienen Sonderausgabe zu Nachhaltigem Tourismus der von IUCN herausgegebenen Zeitschrift "Parks" erschienen sind, sind laut GIZ nicht sehr glaubwürdig.

In der Zeitschrift "Parks" schreibt Buckley: "Outdoor tourism has a global scale around a trillion US dollars annually (Buckley, 2009), but this is very unevenly distributed, and geographic patterns change slowly [...]" Danach erreicht der Outdoor Tourismus, der wohl aber auch nicht mit Ökotourismus gleichzusetzen ist, eine Größenordnung von einer Billion USD jährlich.

Auch auf nationaler Ebene hat es nach Auskunft des Bundesverband der deutschen Tourismuswirtschaft e.V. bisher keine übergreifende Studie zur wirtschaftlichen Auswirkung des Ökotourismus gegeben.¹⁶

Allgemeine Informationen zum Thema Ökotourismus sind in den folgenden Veröffentlichungen enthalten:

¹² <http://www.ecotourism.org/book/ecotourism-definition> zuletzt abgerufen am 14. November 2012.

¹³ Quelle: Schriftwechsel mit GIZ in einem Schriftwechsel vom 14. November 2012.

¹⁴ Quelle: Telefongespräch mit GIZ am 14. November 2012.

¹⁵ Ecotourism Statistical Fact Sheet, The International Ecotourism Society, 2000 abrufbar unter <http://www.active-tourism.com/factsEcotourism1.pdf>

¹⁶ Quelle: Telefongespräch mit Bundesverband der deutschen Tourismuswirtschaft e.V. am 14. November 2012.

- Publikationen zum Thema Ökotourismus
Tourism and Biodiversity 2010, UNWTO (Biologische Vielfalt)
- Studien zum Thema Öko-Tourismus
Sustainable Development of Tourism, World Tourism Organization¹⁷

5.3. Zertifizierungssysteme für nachhaltigen Tourismus und Markttrends

Es gibt eine große Anzahl von Zertifikaten, die Tourismusunternehmen einen vermeintlich nachhaltigen Umgang mit der Natur bescheinigen. Viele dieser Zertifikate sind laut Deutscher Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) sehr kritisch zu betrachten und werden dem Begriff des Ökotourismus nicht gerecht.¹⁸ Dies gelte insbesondere für solche Zertifikate, die lediglich auf einer Selbstverpflichtung beruhen. Umso mehr muss dies für solche Selbstverpflichtungen gelten, die abgesehen von Stichproben lediglich telefonisch überprüft werden.¹⁹

Die folgende Darstellung orientiert sich an einer Auflistung der nach Angaben der Homepage www.zehn.de „zehn wichtigsten Zertifikate für nachhaltigen Tourismus“.²⁰ Eine Übersicht und Bewertung der hohen Anzahl von Zertifikaten ist überdies auf der Homepage www.fairunterwegs.org zu finden.²¹

a) Green Globe

An erster Stelle steht das Siegel Green Globe. Dabei handelt es sich um ein weltweites Zertifizierungsprogramm für nachhaltigen Tourismus. Mitglieder sollen sparsam und respektvoll mit Ressourcen umgehen, ihre Betriebskosten senken und den lokalen Gemeinden und ihrer Umwelt einen positiven Beitrag leisten.²²

Um ein Green Globe Zertifikat zu erhalten, müssen Bewerber den Green Globe Standard und dessen Kriterien erfüllen.²³ Sie beruhen auf den folgenden internationalen Standards und Vereinbarungen²⁴:

- Global Sustainable Tourism Criteria

¹⁷ <http://sdt.unwto.org/en>

¹⁸ s. 12

¹⁹ Vgl. Blaue Schwalbe Zertifikat <http://www.vertraeglich-reisen.de/bio-urlaub/blaue-schwalbe-kriterien.php>

²⁰ <http://www.zehn.de/die-10-wichtigsten-zertifikate-fuer-nachhaltigen-tourismus-9422603-0>

²¹ <http://www.fairunterwegs.org/fair-tipps/zur-wahl-von-angeboten/label Fuehrer.html>

²² vgl. <http://greenglobe.com/>

²³ <http://greenglobe.com/register/standard/>

²⁴ <http://greenglobe.com/register/green-globe-certification-standard/>

-
- Global Partnership for Sustainable Tourism Criteria (STC Partnership)
 - Baseline Criteria of the Sustainable Tourism Certification Network of the Americas
 - Agenda 21 and principles for Sustainable Development endorsed by 182 Governments at the United Nations Rio de Janeiro Earth Summit in 1992
 - ISO 9001 / 14001 / 19011 (International Standard Organization)

Die Standardkriterien umfassen die Bereiche: Umweltgerechtes Management, Sozialökonomie, kulturelles Erbe, Umweltwirkungen. Kriterien und Indikatoren sind so gewichtet, dass die umweltbezogenen Faktoren ca. die Hälfte der Bewertungspunkte einnehmen.²⁵

Das Zertifikat richtet sich an die folgenden Sektoren innerhalb der Tourismusbranche²⁶:

- Attraktionen
- Unternehmen (Großhandel / Einzelhandel)
- Veranstaltungsorte
- Kreuzfahrt
- Golf
- Hotel & Resort
- Tagungen und Veranstaltungen
- Organisation
- Restaurant
- Spa & Wellness
- Transport
- Reiseindustrie

Weltweit verfügen knapp 400 Tourismus- und Veranstaltungsunternehmen über ein Green Globe Zertifikat. 59 davon befinden sich in Deutschland.²⁷

b) EMAS

²⁵ <http://greenglobe.com/register/green-globe-certification-standard/>

²⁶ <http://greenglobe.com/register/green-globe-certification-standard/#>

²⁷ <http://greenglobe.travel/> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

Bei EMAS handelt es sich um das Gemeinschaftssystem der Europäischen Union für freiwilliges Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung (Eco-Management and Audit Scheme, EMAS). Es ist ein von den Europäischen Gemeinschaften 1993 entwickeltes Instrument für Unternehmen, die ihre Umweltleistung verbessern wollen, und basiert aktuell auf der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009.²⁸ EMAS umfasst überdies die international anerkannte Umweltmanagementnorm DIN EN ISO 14001. Das EMAS Siegel soll nicht allein ein effektives Managementsystem fördern. Der jeweilige Betrieb soll sich vielmehr über die umweltgesetzlichen Anforderungen hinaus allgemein verbessern. Insbesondere sollen Beschäftigte in die Verbesserung des Umweltmanagements mit einbezogen werden.

Die nebenstehende Graphik fasst Anforderungen und Bestandteile von EMAS zusammen.

Der Betrieb muss, um eine EMAS Registrierung zu erhalten, eine Umwelterklärung erstellen, die die umweltrelevanten Tätigkeiten und Daten zu Ressourcen- und Energieverbräuchen, Emissionen und Abfällen enthält. Nach einer zunächst innerbetrieblichen Prüfung werden die Dokumente von unabhängigen Umweltgutachtern überprüft.²⁹ Im Tourismussektor verfügen in Deutschland ca. 100 Unternehmen über eine EMAS Zertifizierung.³⁰ Allgemein ist innerhalb Europas ein deutlicher Trend zu erkennen, der einen starken Zuwachs an EMAS Zertifizierungen aufweist.³¹



c) Biosphere Responsible Tourism

Das "Instituto de Turismo Responsable" (ITR) mit Sitz in Madrid vergibt das Zertifikat „Biosphere Responsible Tourism“. Das ITR ist eine unabhängige Organisation, die Nachhaltigkeit in der Tourismusindustrie fördert. Hierzu orientiert sich die Organisation an den Empfehlungen der Konferenz der Vereinten Nationen über Umwelt und Entwicklung, die 1992 in Rio de Janeiro stattfand und den Richtlinien verschiedener Programme der World Tourism Organization sowie der UNESCO zur nachhaltigen Entwicklung zur Bewahrung kulturellen und natürlichen Erbes. Das ITR hat ein sogenanntes verantwortliches Touris-

²⁸ <http://www.emas.de/ueber-emas/was-ist-emas/> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

²⁹ <http://www.emas.de/ueber-emas/was-ist-emas/> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

³⁰ <http://www.emas.de/teilnahme/wer-hat-schon-emas/> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

³¹ http://ec.europa.eu/environment/emas/pictures/Stats/2012-06_Quarterly_development_of_Verifiers.jpg (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

mus System entwickelt, das durch das Biosphere Responsible Tourism Zertifikat ausgezeichnet wird.³² Die Anforderungen, die die Biosphere Standards aufstellen, können in den folgenden Kategorien zusammengefasst werden³³:

- Der Erhalt des natürlichen, kulturellen und landschaftlichen Erbes
- Die wirtschaftliche und soziale Entwicklung der lokalen Gemeinde
- Der Beitrag zur Lebensqualität von Angestellten
- Der Erhalt der Umwelt
- Kundenzufriedenheit

Das Zertifikat wird an Beherbergungsunternehmen, an Restaurants, Freizeitparks, Golfplätze, Attraktionen und ganze Destinationen vergeben.³⁴ Derzeit verfügen laut Angabe auf der Homepage von fair unterwegs 73 Unternehmen über ein Zertifikat.³⁵

d) Viabono

Das deutsche Viabono Zertifikat geht zurück auf eine Initiative des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit. Es richtet sich an touristische Unternehmen, die Umwelt- und klimafreundlich wirtschaften und insbesondere an das Gastgewerbe. Der Homepage sind für die verschiedenen Tourismusbranchen jeweils einzelne Kriterienkataloge zu entnehmen.³⁶ Dem Zertifikat liegt seit 2011 ein neu konzipiertes Qualitätskonzept für die Kategorien Hotellerie, Restaurant und Jugendunterkünfte zugrunde. Dieses neue Konzept konzentriert sich auf die vier Umweltbereiche Wasser, Abfall, Energie & Klima und Lebensmittel und fordert hierzu Kennzahlen von den Bewerbern ein. Im Wesentlichen bestimmen die Unternehmen jedoch selbst, inwieweit sie sich für Nachhaltigkeit einsetzen.³⁷ Laut fairunterwegs.org verfügen in Deutschland 300 Unternehmen über das Zertifikat.³⁸

³² <http://www.biospheretourism.com/en/about-us> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

³³ <http://www.biospheretourism.com/en/certification/certification-requirements> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

³⁴ <http://www.biospheretravel.com/en/be-responsible/certified-products> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

³⁵ <http://www.fairunterwegs.org/fair-tipps/zur-wahl-von-angeboten/label Fuehrer/sistema-de-turismo-responsable-str-biosphere-hotels.html> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

³⁶ <http://www.viabono.de/PhilosophieService/Infothek.aspx> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

³⁷ <http://www.viabono.de/PhilosophieService/Infothek.aspx> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

³⁸ <http://www.fairunterwegs.org/fair-tipps/zur-wahl-von-angeboten/label Fuehrer/viabono.html> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

e) Blaue Schwalbe

Auf Platz 5 der Auflistung steht das Zertifikat „Blaue Schwalbe“. Herausgegeben wird das Zertifikat seit 1989 vom Verlag "fairkehr GmbH Bonn" in acht Ländern Europas.³⁹ Bisher haben etwa 150 Unternehmen das Siegel erhalten.⁴⁰ Die Mindestkriterien zum Erhalt des Siegels betreffen:

- Speisen und Getränke (soweit wie möglich Produkte der Saison und Region; Mindestens ein Vollwert-Hauptgericht; keine Kleinstportionen und Einweggebinde)
- Verkehr (mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar bzw. Abholdienst; Fahrpläne und Streckennetz ausgehängt)
- Energie (Energiesparmaßnahmen; keine Elektroheizung als Hauptheizung)
- Wasser (Wasserspar- und Abwasserreinhaltmaßnahmen)
- Abfall (Abfallvermeidung und -entgiftung; Abfalltrennung)
- Putz- und Pflegemittel (Soweit möglich biologisch abbaubar)
- Gartenanlagen (Kein Kunstdünger, Pestizide und Torf; Naturnaher Garten mit heimischen Pflanzen)
- Freizeit (Tipps/Angebote für verträgliche Freizeitgestaltung)⁴¹

Das Zertifikat wird aufgrund einer Selbstverpflichtung der Betriebe erteilt, die von Verträglich Reisen telefonisch, anhand der Prospekte und stichprobenartig vor Ort überprüft wird.⁴²

f) EcoTrophea

Auf Platz 6 findet sich die EcoTrophea, eine internationale Auszeichnung, die der Deutsche Reiseverband (DRV) seit 1987 jährlich vergibt. Ausgezeichnet werden solche Tourismusprojekte, bei denen Umweltschutz und soziale Verantwortung in Reiseländern im Vordergrund stehen.⁴³ Eine Übersicht über die bisherigen Preisträger findet sich auf der Seite des DRV.⁴⁴

³⁹ <http://www.fairunterwegs.org/fair-tipps/zur-wahl-von-angeboten/label Fuehrer/blaue-schwalbe.html> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

⁴⁰ <http://www.fairunterwegs.org/fair-tipps/zur-wahl-von-angeboten/label Fuehrer/blaue-schwalbe.html> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

⁴¹ <http://www.vertraeglich-reisen.de/bio-urlaub/blaue-schwalbe-kriterien.php> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

⁴² <http://www.vertraeglich-reisen.de/bio-urlaub/blaue-schwalbe-kriterien.php> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

⁴³ <http://www.driv.de/fachthemen/nachhaltigkeit/ecotrophea-die-internationale-driv-auszeichnung.html> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

⁴⁴ <http://www.driv.de/fachthemen/nachhaltigkeit/ecotrophea-die-internationale-driv-auszeichnung/bisherige-preistraeger.html> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

g) European Ecolabel

Das European Ecolabel wurde 1992 von der Europäischen Kommission gegründet. Seit dem Jahr 2000 besteht neben der Zertifizierung von Produkten auch die Möglichkeit der Zertifizierung von Dienstleistungen. Ausgezeichnet werden solche Dienstleistungen, die geringere Umweltauswirkungen haben als Vergleichbare. Das EU Ecolabel ist in allen 27 EU-Mitgliedsstaaten sowie Norwegen, Island und Liechtenstein anerkannt. Die Umweltkriterien richten sich nach der jeweiligen Dienstleistungsbranche. Für Beherbergungsunternehmen gelten die von der Kommission im Jahr 2009 erlassenen Kriterien.⁴⁵

Zu den Rahmenbestimmungen gehören die folgenden Kriterien:

- Begrenzung des Energieverbrauchs,
- Begrenzung des Wasserverbrauchs,
- Begrenzung der Abfallmenge,
- bevorzugter Einsatz erneuerbarer Energiequellen und von Stoffen, die weniger umweltschädlich sind,
- Förderung der Umweltkommunikation und der Umweltbildung.

h) CSR tourism certified

Das Zertifikat CSR tourism certified wird von der gemeinnützigen Gesellschaft für Zertifizierung im Tourismus, TourCert, vergeben. CSR steht für Corporate Social Responsibility und soll die Verantwortung der Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft bezeichnen. Dazu müssen die Unternehmen - über die gesetzlichen Vorgaben hinaus - soziale und ökologische Anforderungen erfüllen.

Das Siegel soll nicht für einzelne gute Taten sondern für eine im Unternehmen verankerte Haltung insgesamt stehen.

Mit dem CSR-Siegel bekennen sich Unternehmen zu ihrer Verantwortung für einen nachhaltigen Tourismus und verpflichten sich dazu, ihre Nachhaltigkeitsleistung kontinuierlich zu verbessern.⁴⁶

Die standardisierten Kriterien, deren Einhaltung von unabhängigen Gutachtern geprüft wird, beinhalten folgende Anforderungen⁴⁷:

- Die Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichts, der jährlich zu aktualisieren ist.
- Die Betriebliche Verankerung folgender Elemente eines CSR Managementsystems:
 - CSR Leitbild
 - CSR Beauftragte/r

⁴⁵ http://www.eu-ecolabel.de/uploads/tx_ecolabelvergabe/2009-578-EG-Vergabegrundlage-DE.pdf (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

⁴⁶ <http://www.tourcert.org/index.php?id=tourcert> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

⁴⁷ <http://www.tourcert.org/index.php?id=richtlinie> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

- CSR Verbesserungsprogramm

Momentan (Stand Oktober 2012) sind in Europa 60 Reiseveranstalter und 8 Reisebüros in CSR-zertifiziert. Die Seite fair unterwegs und die Stiftung Warentest bezeichnen das Zertifikat als führendes Zertifikat und Management-System für Reiseveranstalter in Europa.⁴⁸

i) Die Bio-Hotels

Der Verein „Die Bio-Hotels e.V.“ vergibt seit 2001 das gleichnamige Siegel an Unternehmen. Die rechtlichen Grundlagen für die Vergabe des Siegels sind die EU-Bio-Verordnung 834/2007⁴⁹ sowie die privatrechtlichen Richtlinien des Vereins. Im Januar 2012 zählte man 72 Die-BIO-Hotels, davon 41 in Deutschland, 20 in Österreich, fünf in Italien, fünf in der Schweiz und eins in Frankreich.⁵⁰ Zu den Richtlinien des Vereins gehören die sogenannten Foodstandards⁵¹ sowie die Vereinsstatuten von 2011.⁵²

j) Green Key

Green Key ist ein Zertifikat, das sich ausschließlich an Hotels richtet.

Es handelt sich um ein Programm der Stiftung für Umwelterziehung in Europa ("Foundation for Environmental Education", FEE). In Deutschland ist die Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung (DGU) für die Durchführung der Kampagne verantwortlich

Green Key verfolgt insbesondere vier Ziele⁵³:

- Umwelt- und Nachhaltigkeitsbildung von Eigentümern, Mitarbeitern und Gästen
- Umweltschutz und Nachhaltigkeit durch Verringerung der Umweltbelastung der Einrichtung
- Kostenreduzierung durch ein wirtschaftliches Management (Verbrauchsreduzierung)
- Marketing-Strategie durch die internationale Verbreitung des Eco-Labels Green Key

⁴⁸ <http://www.fairunterwegs.org/fair-tipps/zur-wahl-von-angeboten/labelfuehrer/csr-tourism.html> sowie <http://www.zehn.de/csr-certified-tourism-9422603-8> (beide zuletzt abgerufen 15. November 2012).

⁴⁹ Verordnung (EG) Nr. 834/2007 des Rates vom 28. Juni 2007 über die ökologische/biologische Produktion und die Kennzeichnung von ökologischen/biologischen Erzeugnissen und zur Aufhebung der Verordnung (EWG) Nr. 2092/91

⁵⁰ <http://www.biohotels.info/%28cms%29/media/deliver/inline/697167> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

⁵¹ <http://www.biohotels.info/%28cms%29/media/deliver/inline/697162> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

⁵² <http://www.biohotels.info/%28cms%29/media/deliver/inline/462010> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

⁵³ <http://www.umwelterziehung.de/projekte/GreenKey/index.html> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

Die zu prüfenden Kriterien sind Umweltmanagement, Beteiligung von Mitarbeitern, Gästeinformationen, Wasser-, Abfall- und Energieeinsparung, Wasch- und Reinigungsmittel, Speisen und Getränke, Raumklima, Parks und Parkplätze, Umweltaktivitäten, Verwaltung⁵⁴

Derzeit verfügen 37 Hotels in Deutschland, Österreich und der Schweiz über ein Green Key Label.⁵⁵

5.4. Markttrends und –Entwicklungen in den nächsten Jahren

Insgesamt wird für den Tourismus ein Wachstum bis ins Jahr 2022 vorausgesagt (vgl. auch oben unter 1.)⁵⁶ Dies gilt sowohl für seinen Beitrag zum globalen BIP als auch für seinen Beitrag am Arbeitsmarkt, die Exportwirtschaft und den Investitionsmarkt.

World	2011 USDbn ¹	2011 % of total	2012 Growth ²	2022 USDbn ¹	2022 % of total	2022 Growth ³
Direct contribution to GDP	1,972.8	2.8	2.8	3,056.2	3.0	4.2
Total contribution to GDP	6,346.1	9.1	2.8	9,939.5	9.8	4.3
Direct contribution to employment ⁴	98,031	3.3	2.3	120,470	3.6	1.9
Total contribution to employment ⁴	254,941	8.7	2.0	327,922	9.8	2.3
Visitor exports	1,170.6	5.3	1.7	1,694.7	4.3	3.6
Domestic spending	2,791.2	4.0	3.5	4,547.6	4.6	4.6
Leisure spending	3,056.9	4.4	3.1	4,853.8	4.8	4.4
Business spending	968.4	1.4	2.5	1,476.2	1.5	4.0
Capital investment	743.0	4.9	3.5	1,320.4	5.1	5.6

¹2011 constant prices & exchange rates; ²2012 real growth adjusted for inflation (%); ³2012-2022 annualised real growth adjusted for inflation (%); ⁴'000 jobs

Quelle: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2012.pdf

6. Schlussbemerkung

Der EU-Markt für biologische Produkte wächst weiterhin um 5-10% jährlich an, während die konventionellen Erzeugnisse in etwa auf dem erreichten Niveau verharren. Wer also in den

Growth of global protected areas over

⁵⁴ <http://www.umwelterziehung.de/projekte/GreenKey/kriterien.html> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

⁵⁵ <http://www.umwelterziehung.de/projekte/GreenKey/mitglieder.html> (zuletzt abgerufen 15. November 2012).

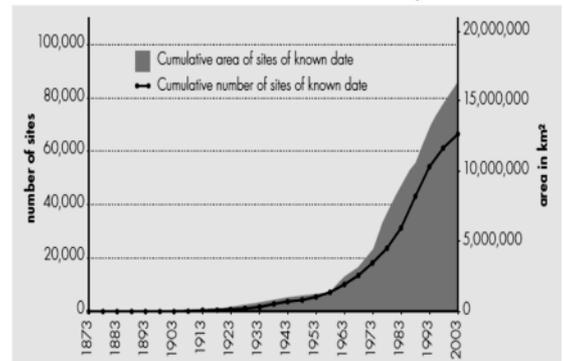
⁵⁶ http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2012.pdf (zuletzt abgerufen 16. November 2012).

Märkten des größten Nahrungsmittelimporteurs Produkte mit natürlichen und gesunden Anbaukonzepten anbieten kann hat ebenso gute Chancen wie die Anbieter von Nischenprodukten.

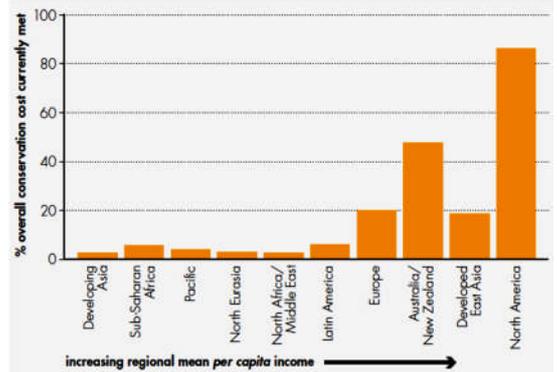
Für die Belange der sektorinternen Biodiversität sind solche Produkte, deren Entstehung nach ökologischen Kriterien zertifiziert sind, in jedem Fall ein Gewinn. Der Anteil der entsprechenden Zertifikate hält sich mit 1-10% der jeweiligen Märkte noch in bescheidenen Grenzen und erscheint noch sehr ausbaufähig.

Inwiefern die nachhaltige Erzeugung der Produkte auch positiv auf das Umfeld der landwirtschaftlichen Produktion auszuwirken vermag, ist mit Mitteln der globalen und nationalen Statistiken kaum befriedigend darzustellen. Die Nähe zu Schutzgebieten, die im Sinne des Abkommens zur Bio-Diversität und der Biotrade-Initiative vom Aufbau ökologisch konsolidierter Nutzungsformen profitieren sowie die entsprechenden Vorkehrungen werden allenfalls im Rahmen einzelner Projekte ausgewiesen. Die mit Biotrade befassten Institutionen beschränken sich bislang auf qualitative Ableitungen. Unterschiede sind zwar im Vergleich der Öko-Labels auszumachen (z.B. konzentriert sich das Fair trade Label auf soziale Faktoren, während etwa die Rainforest Alliance speziell auf solche Umweltwirkungen abhebt), nicht aber im Bereich der immer noch in bescheidenem Umfang operierenden Zertifikate. Es ist offensichtlich, dass mit dem raschen Anwachsen der Naturschutzflächen auch weit über die bisher verfügbaren Volumina hinausgehen.

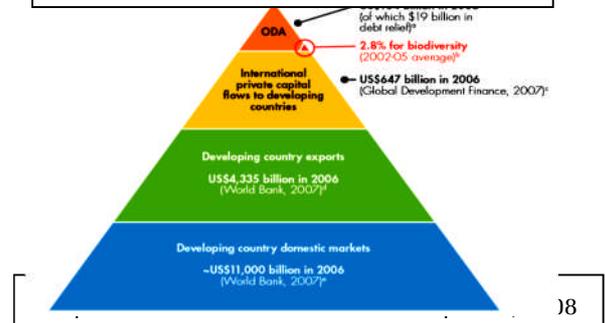
Bei lediglich 3 Mrd. USD, die jährlich im Rahmen der offiziellen Entwicklungshilfe für Ziele der Biodiversität ausgegeben werden, erscheint die weitergehende Mobilisierung privater Kapitalien durch entsprechend ausgerichtete Investitionen angesichts der noch unerschlossenen Märkte in den oben beschriebenen Subsektoren der Landwirtschaft aussichtsreich.



Regional variation in the percentage of the overall coast of effective reserve networks that



Biodiversity in development finance – tapping new sources



Literatur

Belcher, Schreckenber (2007): Commercialisation of Non-Timber Forest Products: A Reality Check, Development Policy Review, 2007, 25 (3), abrufbar unter [http://teebforbusiness.earthmind.net/files/Commercialisation of Non-timber Forest Products-A Reality Check.pdf](http://teebforbusiness.earthmind.net/files/Commercialisation_of_Non-timber_Forest_Products-A_Reality_Check.pdf)

Bishop et. al, IUCN, Shell (2008): Building Biodiversity Business, abrufbar unter <http://data.iucn.org/dbtw-wpd/edocs/2008-002.pdf>

CBI (2012): Trends and segments for fresh tropical fruit, abrufbar unter <http://www.cbi.eu/marketinfo/cbi/?action=findDocuments&product=6&language=english&market=0>

Chaudry, Truscott (ICAC, Textile Exchange 2012): Review of the World Cotton Situation, Volume 65, Number 5, 2012, abrufbar unter <http://icac.org/organic-cotton/organic-cotton>

EPOPA (2005): The Natural Vanilla Markets; with special attention for the Organic segment, abrufbar unter <http://www.grolink.se/epopa/Publications/index.htm>

FAO (2010): Global Forest Resources Assessment 2010, Database, abrufbar unter <http://www.fao.org/forestry/fra/fra2010/en/>

Fend (2005). The Fair Trade Response to the Coffee Crisis, <http://www.econegociosagricolas.com/ena/eng/article.php?q=5&id=365&idNota=1&idSeccion=5>

Giovanucci (2010) Differentiated Coffee, World Coffee Conference 2010 , abrufbar unter http://www.ico.org/wcc2010_presentations.asp

Giovanucci, Koekoek (2002): The State of Sustainable Coffee, A study of twelve major markets abrufbar unter http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=996763

Giovanucci, Sandando (2012) Seminar on the economic, social and environmental impact of certification - 25 September 2012, abrufbar unter <http://dev.ico.org/seminar-certification.asp>

KPMG, ICCO, (2012): Study on the costs, advantages and disadvantages of cocoa certification October 2012, abrufbar unter http://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/cat_view/30-related-documents/37-fair-trade-organic-cocoa.html

Krain (2012): Trade and Pro-Poor Growth: Introducing Rainforest Alliance Certification to Cocoa Production in Côte d'Ivoire, abrufbar unter www.oecd.org/aidfortrade/47405615.pdf

Muho (2009) Certification, Timber Trade and Market, XIII World Forestry Congress Buenos Aires, Argentina, 18 – 23 October 2009, abrufbar unter http://www.pefc.org/images/stories/documents/external/certification_timber_trade_FD.pdf

OXFAM (2002); Bitter! Armut in der Kaffeetasse, Die Kaffeekrisenstudie, abrufbar unter <http://www.oxfam.de/publikationen/bitter-armut-der-kaffeetasse>

Textile Exchange (2012): 2011 Organic Cotton Market Report, abrufbar unter [http://textileexchange.org/access to TE 2011 OC market report](http://textileexchange.org/access_to_TE_2011_OC_market_report)

UNECE, FAO: Forest Products Annual Market Review 2011-2012, Geneva Timber and Forest Study Paper 30, New York, Genf 2012, abrufbar unter http://www.unece.org/fileadmin/DAM/timber/publications/FPAMR_2012.pdf

UNEP (2009): Vital forest graphics, abrufbar unter <http://www.unep.org/vitalforest/>

UNWTO Tourism Highlights 2012: <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2012-edition>

van Andel(2006): Non-timber forest products - the value of wild plants, Agrodok 39, abrufbar unter http://journeytoforever.org/farm_library/AD39.pdf

World Tourism Barometer November 2012:
<http://www.e-unwto.org/content/h51577163m186432/fulltext.pdf>