



WELT & HANDEL

100 %
FAIR TRADE

Zehn Prinzipien für Fairen Handel

Ein neues Label für ein weltweites Netzwerk
zeigt den fairen Weg vom Rohstoff bis zum Verbraucher

INHALT

- 01 TITELTHEMA:
Zehn Prinzipien für
Fairen Handel
- 03 Interview mit Andrea Fütterer, Grundsatzreferentin der GEPA
- 04 Die zehn WFTO-Prinzipien für Fairen Handel
- 04 Die 2030-Agenda der UN
- 05 Fairer Handel schafft Transparenz
- 06 Gemeinsam stark!
- 06 Kein Mensch flieht freiwillig
- 07 Material & Medien
- 08 Termine

Wer in den vergangenen Wochen und Monaten aufmerksam in Sachen Fairer Handel unterwegs war, dem ist sicher aufgefallen, dass ein neues Zeichen an Weltläden-Scheiben oder auf Produkten zu sehen ist. Dabei handelt es sich um das WFTO-Logo mit dem Zusatz „Guaranteed Fair Trade“. Es besagt, dass eine Organisation oder ein Produkt in der Gesamtheit anhand von zehn Kriterien überprüft wurden und diese erfüllen. Langfristig soll das Label ein weltweit gültiger Hinweis darauf sein, dass eine Organisation, ein Weltladen oder ein Produkt zu 100 Prozent und in der kompletten Wertschöpfungskette dem Fairen Handel angehören.

Um dieses Ziel zu erreichen, wurde 2013 das so genannte WFTO-Garantie-System eingeführt. Hierbei wird überprüft, ob die Mitglieder in ihrer gesamten Geschäftstätigkeit die Kriterien einhalten. Nur dann dürfen sie das Zeichen benutzen – an der Weltladentür oder auf Produkten.

Das WFTO-Garantiesystem überprüft seine Mitglieder dahin gehend, dass sie die zehn Kriterien für Fairen Handel einhalten. Dazu gehören unter ande-

rem Transparenz, Faire Preise, Chancen für benachteiligte Produzenten/-innen, keine Kinder- oder Zwangsarbeit.

Als Monitoring-System hat die WFTO hat dazu jetzt ein dreistufiges Garantiesystem entwickelt, das sicher stellt, dass diese Standards eingehalten werden. Die erste Stufe des neuen Kontrollverfahrens umfasst eine Selbsteinschätzung: Jedes Mitglied muss umfangreich über seine Geschäftstätigkeit Bericht erstatten und nachweisen, dass diese den WFTO-Prinzipien entspricht.

Im nächsten Schritt werden diese Angaben von Drittanbietern mit der Wirklichkeit abgeglichen. Diese Peer-Prüfung ist als kollegialer Austausch angelegt – das Mitglied erhält wertvolle, praxisnahe Tipps, die ihm dabei helfen sollen, seine Abläufe zu verbessern und die dritte Kontrollstufe zu bewältigen. Diese besteht aus einer externen Betriebsprüfung, dem Monitoring-Audit durch die WFTO. Erst wenn diese erfolgreich durchlaufen wurde, erhält das Mitglied den Status eines „WFTO Guaranteed member“ und darf das Zeichen entsprechend nutzen.

Forsetzung auf Seite 2

El Puente hat das komplette Monitoring der WFTO als Pilotprojekt durchgeführt und nutzt das Zeichen bereits auf zahlreichen Produkten sowie in der Unternehmenskommunikation. „Wir möchten diese sehr gute und positive Entwicklung unterstützen. Ein weltweit einheitliches Zeichen für Food- und Non-Food-Produkte ist wichtig“, sagt Jannika Froch, Pressesprecherin El Puente. Die Standards seien hoch und das Monitoring effektiv, so dass es sich mit dem, für das El Puente stehe, deckt. „Es ist eine Chance, weil die WFTO keine Grenzen aufzeigt, sondern offen für alle ist. Ob und wie es bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern ankommt, werden wir sehen. Wir befinden uns da ja noch in einer Einführungsphase. Aber ich bin sicher, dass die Verwirrung, die zu Beginn vielleicht eintritt, sich legen wird und wir bald weltweit ein Zeichen

für 100-prozentig faire Unternehmen, Weltläden und Produkte haben.“

Der Vorteil dieses Verfahrens ist es, dass vor allem kleinere Produzenten eine Chance erhalten. Oder auch die so genannten First Buyers, die noch nicht Mitglied, aber auf dem Weg dahin sind. Auch hier sind es vor allem Handwerksproduzenten, die mit einem einheitlichen Zeichen ihrer Produkte neue Absatzmärkte erschließen können. Durch die Einführung der Peer-Prüfungen, eines Beschwerdesystems und der weitgehenden Einbindung des Fair Trade-Siegels ist das Garantiesystem verlässlicher und belastbarer geworden.

Das Prüfverfahren der WFTO ist keine Zertifizierung im klassischen Sinn. Deshalb kann man auch nicht von einem Siegel sprechen, sondern von einer Kennzeichnung oder einem Label.

Für Weltläden hat der Weltladen-Dachverband, der ebenfalls Mitglied der WFTO ist und ein Audit bereits durchgeführt hat, den Weltläden die Möglichkeit eröffnet, sich an einem eigenen Monitoring zu beteiligen. Das führt dann dazu, dass die Weltläden das WFTO-Label an der Schaufensterscheibe tragen dürfen. Seit Sommer 2014 haben die Mitglieder des Weltladen-Dachverbands e.V. die Möglichkeit, die Nutzungsrechte für das WFTO-Logo (eingebettet in das sogenannte Weltladen-/WFTO-Emblem) zu erwerben. Dazu müssen Weltläden bestimmte mit der WFTO festgelegte Mindestanforderungen erfüllen. Außerdem beteiligen sie sich an einem von WFTO und Weltladen-Dachverband gemeinsam erarbeiteten Monitoring-Verfahren, welches an das WFTO-Garantiesystem angelehnt ist. Dieses Verfahren sieht vor, dass „WFTO-Weltläden“ in regelmäßigen Abständen einen

Impressum

HERAUSGEBER

Arbeitsgemeinschaft
der Evangelischen Jugend
in Deutschland e. V. (aej)
www.evangelische-jugend.de

Bischöfliches Hilfswerk
MISEREOR e.V.
www.misereor.de

Bund der Deutschen
Katholischen Jugend e.V. (BDKJ)
Internet: www.bdkj.de

Brot für die Welt –
Evangelischer Entwicklungsdienst
Evangelisches Werk für Diakonie
und Entwicklung e.V.
www.brot-fuer-die-welt.de

Kindermissionswerk
»Die Sternsinger« e.V.
www.kindermissionswerk.de

REDAKTION

verantwortlich: Gundis Jansen-Garz,
Blaufärberweg 15, 46244 Bottrop-
Kirchhellen, Telefon 02045 408465,
redaktion@weltundhandel.de
www.weltundhandel.de

VERLAG

Verlag Haus Altenberg GmbH
Düsseldorf
Carl-Mosterts-Platz 1, 40477 Düs-
seldorf, Telefon: 0211/4693-117,
Telefax: 0211/4693-172
Aboverwaltung:
abo@jugendhaus-duesseldorf.de

LAYOUT

unikat Werbeagentur GmbH
www.unikat.net

SATZ

Thorsten Kraemer
www.grafik-kraemer.de

LEKTORAT

Rosemarie Münzer

DRUCK

MVG Medienproduktion
und Vertriebsgesellschaft mbH
www.eine-welt-mvg.de

Auflage: 1.900 Stück
Titelfoto: © stockpics

Guten Morgen, Welt!

Noch ein weiteres Zeichen, Siegel oder Label im Fairen Handel? Muss das sein? JA, es muss sein! Denn das WFTO-Label beschreibt den gesamten Weg eines Produktes von der Herstellung über den Transport bis hin zur Verteilung und dem Geschäft, in dem es letztendlich gekauft wird. Alle Stationen können sich mit dem neuen WFTO-Garanteed Fair Trade Label schmücken, wenn sie die zehn Kriterien erfüllen und die Anerkennung erlangt haben. Die Chance des WFTO-Labels ist es, ein weltweites Erkennungszeichen für faire Organisationen, Läden und Produkte zu erreichen und vor allem, kleinere Handwerksproduzierende, für die andere Siegel viel zu „groß“ sind, endlich mit ins Boot des Fairen Handels zu holen. Sie selbst waren es

schließlich auch, die das Label gefordert haben. Die Weltläden und Fairhandelsorganisationen müssen es schaffen, das Label zu erklären und zu verbreiten, dann wird auch am Ende niemand verwirrt zurück gelassen.

Lesen Sie in dieser Ausgabe, wie es zu dem WFTO-Label kam und was es sonst noch Neues in der Welt des Fairen Handels gibt!

In diesem Sinne eine gute Lektüre
Gundis Jansen-Garz



Foto: privat

Fragebogen zur Selbstauskunft ausfüllen und Lernbesuche durchführen. „Bei den Lernbesuchen besucht ein Weltladen einen anderen

Weltladen mit dem Ziel auf Basis des jeweiligen Ergebnisses der Selbstauskunft Abläufe konstruktiv-kritisch zu hinterfragen und gemeinsam Verbesserungsmaßnahmen zu formulieren. Umsatzstarke Weltläden müssen sich zusätzlich einem externen Audit unterziehen. Bis heute nutzen bereits mehr als 100 Weltläden dieses Emblem“, erklärt Silke Steinbronn vom Weltladen-Dachverband.

Der Weltladen Aachen steckt mitten diesem Prüfverfahren und hat bereits die zweite Runde erreicht. Heiner Grysar erklärt, warum es für den Weltladen gut und wichtig ist, mitzumachen: „Es ist eine Menge Aufwand, das muss man einfach so sagen. Aber es lohnt sich. Nachdem wir zweimal Fragebögen ausgefüllt haben, steht nun die nächste Phase an: Der kollegiale Austausch mit dem Weltladen Köln. Wir waren zunächst sehr skeptisch, ob nicht dieses weitere Zeichen – vor allem auf den Produkten von El Puente – zu noch mehr Verwirrung führen wird. Doch es ist eine gute Chance. Sowohl für den Fairen Handel als vor allem auch für unser Weltladenteam. Wir mussten uns mit uns und unserem Tun auseinandersetzen – das kann für alle sehr hilfreich sein. Nur Mut!“

Die World Fair Trade Organization (WFTO) ist die internationale Dachorganisation der Fair-Handels-Organisationen. Die meisten der rund 350 Mitglieder handeln überwiegend mit Handwerksprodukten. Zu den Mitgliedern zählen Produzenten, Genossenschaften, Fairhandels-Importeure und Weltläden. Bis 2008 hieß die WFTO noch IFAT – The International Fair Trade Association, dann erfolgte die Umbenennung in ihren heutigen Namen. Ziel der WFTO ist es, die Lebensumstände benachteiligter Produzentinnen und Produzenten zu verbessern, indem ihre Marktchancen verbessert werden.

Welt&Handel fragt nach bei Andrea Fütterer, Grundsatzreferentin der GEPA

W&H: Welche Ziele verfolgt die WFTO mit dem Garantiesystem?

Andrea Fütterer: Bereits 2007 hatte die Vollversammlung der WFTO ein Prüfsystem inklusive Label für fair gehandeltes Handwerk gefordert, damit sich auch faire Handwerksorganisationen am Markt von konventionellen Mitbewerbern sichtbar differenzieren können. Die Umsetzung gestaltete sich zunächst schwierig, dann wurde 2013 die jetzige Form von der WFTO beschlossen. In erster Linie haben sich die Handwerksproduzenten innerhalb der WFTO für die Einführung eines Produkt-Zeichens eingesetzt.

W&H: Wie wird überprüft?

Andrea Fütterer: Das WFTO-Garantiesystem überprüft seine Mitglieder anhand der zehn WFTO-Prinzipien für Fair Handelsorganisationen. Sie gelten sowohl innerhalb der Organisation (z.B. bezüglich der Arbeitsbedingungen für die eigene Belegschaft) als auch bei der Kooperation mit den Handelspartnern. Das System besteht aus mehreren Komponenten: einer ausführlichen Selbstauskunft, einem Austausch mit Fachkollegen/-innen sowie einem externen Audit. Darüber hinaus müssen alle Mitgliedsorganisationen ein eigenes internes Monitoring-System aufbauen für die Produzenten, die noch keinem von der WFTO anerkannten Kontrollsystem (wie zum Beispiel dem Fairtrade-Siegel oder dem Naturland Fair-Siegel) unterliegen.

W&H: Was kostet das für die Produzenten?

Andrea Fütterer: Es ist für die Produzenten relativ günstig, da sich die externen Kontrollen mit dem Austausch der FachkollegInnen abwechseln, bei sehr guter Performance können auch die Abstände der externen Audits vergrößert werden. Auch andere anerkannte Kontrollsysteme werden einbezogen. Der personelle Aufwand beim ersten Durchgang des neuen Systems ist relativ hoch, da es ein umfangreiches Verfahren ist, aber es lohnt sich auf jeden Fall.



W&H: Nutzt die GEPA das Zeichen auf ihren Produkten?

Andrea Fütterer: Nein, wir werden es nicht auf unseren Produkten verwenden, weil wir in den vergangenen Jahren unsere Fair plus-Strategie eingeführt haben und damit GEPA als unverwechselbare Marke etablieren möchten. Jedoch erfüllen wir alle Anforderungen des WFTO-Labels und sind nach dem neuen System von der WFTO anerkannt. Wir werden das WFTO Label jedoch in unserer übergreifenden Außendarstellung verstärkt bewerben.

W&H: Wie schätzen Sie dieses Zeichen ein? Werden sich Verbraucher/-innen damit identifizieren können oder sorgt ein weiteres „Siegel“ für Verwirrung?

Andrea Fütterer: Das neue System ist sehr professionell und qualitativ hochwertig. Es geht tiefer in die Wertschöpfungskette als bisher, und vor allem für die Produzenten-Organisationen hat es sich schon als Gewinn in ihren lokalen Märkten gezeigt. Für uns als Fair Handelsorganisation ist es die wichtigste Referenz, da es eine Organisation in ihrer Gesamtheit betrachtet und bewertet, insbesondere bei zukünftigen Befragungen von Verbraucherorganisationen wie Stiftung Warentest zu Unternehmensverantwortung. Wenn es sich durchsetzt und die hohe Qualität als Organisations-Labels erkennbar wird, wovon wir ausgehen, dann wird die Verwirrung, die vielleicht zunächst einmal herrscht, sich schnell legen. Das ist unser aller Aufgabe, dies deutlich zu machen.

W&H: Danke für das Gespräch

Die zehn WFTO-Prinzipien für Fairen Handel

CHANCEN: Fairer Handel soll Chancen für Produzenten/-innen schaffen, die wirtschaftlich benachteiligt sind oder vom bestehenden Handelssystem an den Rand gedrängt würden. Fairer Handel ist eine Strategie zur Armutsbekämpfung und Einkommenssicherung und zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung.

TRANSPARENZ UND VERANTWORTLICHKEIT: Die Geschäftsführung muss transparent und der Umgang mit den Handelspartnern fair und respektvoll sein. Mitglieder, Erzeuger und Angestellte werden in Entscheidungsprozesse der WFTO eingebunden.

GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN: Fairer Handel dient nicht der Gewinnmaximierung. Die Geschäftsbeziehungen sollen auf Vertrauen und Solidarität basieren. Waren werden pünktlich und in vereinbarter Qualität geliefert und fristgerecht bezahlt. Die Käufer leisten bei Bedarf Vorauszahlungen, um die Produzenten vor Verschuldung zu bewahren. Mit anderen Organisationen des Fairen Handels wird kooperiert; unlauterer Wettbewerb wird vermieden. Langfristige Lieferbeziehungen und Abnahme-

verträge gewährleisten den Produzenten über einen größeren Zeitraum ein sicheres Einkommen.

FAIRE PREISE: Der Preis für die Ware wird zwischen den Handelspartnern gemeinsam festgelegt. Die Bezahlung muss vom Produzenten als fair und sozialverträglich bewertet werden. Die Organisationen des Fairen Handels vermitteln den Produzenten die nötigen Kenntnisse, um den Preis selbständig aushandeln zu können. Es gilt der Grundsatz: gleiches Geld für gleiche Arbeit.

KINDER- UND ZWANGSARBEIT: Die WFTO-Mitglieder respektieren die UN-Kinderrechtskonvention. Sie gewährleisten, dass in der Produktion keine Zwangsarbeiter eingesetzt werden.

DISKRIMINIERUNGSVERBOT, GLEICHSTELLUNG DER GESCHLECHTER UND VEREINIGUNGSFREIHEIT: Im Fairen Handel gilt, dass niemand aufgrund seines Geschlechts, seiner Rasse, Herkunft, Religion, politischen Gesinnung oder sexuellen Orientierung oder aufgrund einer Behinderung oder HIV-Infektion benachteiligt werden darf. Frauen werden ermutigt, sich auf freie Stellen und Führungspositionen zu bewerben. Das

Recht aller Angestellten und Arbeiter, sich gewerkschaftlich zu organisieren, wird respektiert.

ARBEITSBEDINGUNGEN: Das Arbeitsumfeld muss sicher und gesundheitsverträglich sein. Es muss mindestens den lokalen gesetzlichen Anforderungen und den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) genügen.

ORGANISATIONSENTWICKLUNG UND PERSONALSCHULUNG: Fairer Handel soll vor allem kleine, benachteiligte Produzenten fördern und unabhängiger machen. Er soll helfen, ihre Qualifikation zu verbessern, damit sie sich auf dem Markt behaupten können.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT: Die Organisationen des Fairen Handels setzen sich öffentlich für einen gerechten Welthandel ein. Sie schaffen ein Bewusstsein für die Ziele des Fairen Handels und versorgen die Verbraucherinnen und Verbraucher mit umfassenden Informationen.

UMWELTSCHUTZ: Die Herstellung fair gehandelter Produkte soll die Umwelt so wenig wie möglich belasten. Angestrebt werden die nachhaltige Bewirtschaftung der Ressourcen, die Nutzung erneuerbarer Energien, eine weitestgehende Abfallvermeidung und ein geringer Pestizideinsatz. Produkte aus ökologischer Landwirtschaft werden bevorzugt in den Handel aufgenommen.

Die 2030-Agenda der UN

Chancen für eine zukunftsfähige Welt

Am 25. September haben die Staats- und Regierungschefs auf dem UN-Gipfel in New York eine neue globale Agenda für Entwicklung und Nachhaltigkeit verabschiedet. Damit sollen bis zum Jahr 2030 die globalen Herausforderungen wie Hunger und Armut, soziale Ungleichheit, übermäßigen Ressourcenverbrauch und der fortschreitende Klimawandel bewältigt werden.

Kernelement der 2030-Agenda sind 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDG), die den Staaten in den kommenden 15 Jah-

ren als Handlungsrahmen für die Gestaltung nachhaltiger Entwicklung weltweit dienen werden. Der Verband der Nichtregierungsorganisationen VENRO begrüßt grundsätzlich die Annahme dieser UN-Agenda 2030. Sie sei das Ergebnis eines intensiven Verhandlungsprozesses, in dem sich Industrie-, Schwellen- und Entwicklungsländer trotz einiger grundlegender Kontroversen auf einen gemeinsamen Rahmen für nachhaltige Entwicklung verständigen konnten. Besonders herauszustreichen sei, dass die SDG universell gültig sind und damit

auch die Industrieländer in die Pflicht nehmen. Deren Politik – also auch die Deutschlands – müsse kohärent auf die Schaffung globaler Gerechtigkeit und menschenwürdiger Lebensbedingungen weltweit ausgerichtet werden und dabei die planetarischen Grenzen achten. Dies könne nur durch einen tiefgreifenden Umbau des derzeitigen, nicht nachhaltigen Produktions- und Konsumstils gelingen, heißt es in einer Stellungnahme. (Welt & Handel wird in der nächsten Ausgabe ausführlich auf das Thema SDGs eingehen).

Fairer Handel schafft Transparenz

14. Faire Woche mit mehr als 2.200 eingetragenen Veranstaltungen

Wieder einmal ist eine Faire Woche zu Ende gegangen und hat bei Weltläden, Schulen, Kirchengemeinden, Verbraucherkonzernen, Ministerien und vielen anderen Organisationen für eine Menge Arbeit aber auch viel Spaß gesorgt. Bei etwa 2.700 Veranstaltungen stand der Faire Handel im Mittelpunkt.

Unter dem Motto „Fairer Handel schafft Transparenz“ machte die Faire Woche in diesem Jahr auf das Problem mangelnder Transparenz in konventionellen Wertschöpfungsketten aufmerksam und stellte den Fairen Handel als Alternativmodell gegenüber. Vor allem der Besuch der Handelspartner/-innen aus Ecuador, Honduras und von den Philippinen zeigte, wie und dass die Arbeit lohnt. „Für mich als Produzentin und Mitglied der Fairtrade-zertifizierten Kaffeeorganisation Comsa ist die Beteiligung am Fairen Handel eine große Chance. Wir bekommen nicht nur einen besseren Preis für unseren Kaffee, sondern können durch den Fairen

Handel auch wachsen. Dieser Handel ist menschlicher, und das sollten wir alle anerkennen“, sagte Sonia Vasquez, verantwortlich für die Produktion bei Comsa.

Der Weltladen in Linz hat ein Samba-Fest organisiert und konnte sechs Linzer Restaurants in die Aktionswoche einzu-beziehen, die mit fair gehandelten Produkten kochten. Der Verein Eine-Welt Linz um Vorsitzenden Hans-Joachim Schmitz, Träger des örtlichen Weltladens, freute sich über eine gute Resonanz am Infostand zum Fairen Handel. „Wir haben die Linzer Bürgerinnen und Bürger mit unseren Veranstaltungen erreicht. Aber auch die Landtagsabgeordnete und der Stadtbürgermeister fanden den Weg zu uns“, so Hans-Joachim Schmitz. Letzter lud den Weltladen samt Infotisch dann auch gleich zum kommenden Winzerfest ein.

In Herne beispielsweise ging es zur Eröffnung der Fairen Woche auf's Schiff. Knapp einhundert Gäste konnte das Eine-Welt Zentrum Herne begrüßen, die in Kooperation mit dem Kulturbüro der Stadt den Rhein-Herne Kanal ein Stück rauf- und runter fuhren. Mit an Bord das ghanaische Künstlerensemble Adesa, die mit Musik, Clownerie, Jonglage und Akrobatik das Publikum begeisterten. Nicht fehlen durfte natürlich der Weltladen Herne, der Food und Non-Food-Produkte verkaufte. Eine orientalische Linsensuppe aus fair gehandelten Zutaten überzeugte die Gäste. „Es war ein herrlicher Abend auf dem Kanal – wir fuhren bei schönem Wetter direkt in den Sonnenuntergang“, erzählt Martina Wisniewski, Organisatorin der Aktion. Übrigens: Vom 16. bis 30. September 2016 findet die 15. Faire Woche statt. Das Thema lautet „Wirkung“

Gundis Jansen-Garz

Foto: Forum Fairer Handel / Chr. Ditsch

Gemeinsam stark!

Podiumsdiskussion von GEPA und Weltladen-Dachverband

An einem Strang: Nur mit vereinter Kraft können Verbraucher/-innen, Politiker/-innen und der Faire Handel den Weltladen gerechter gestalten. Zu diesem Fazit sind Sven Giegold, Sprecher der Grünen im Europaparlament, Vandana Shiva, Trägerin des Alternativen Nobelpreises, und Andrea Fütterer, Leiterin der Grundsatzabteilung bei der GEPA, bei einer Podiumsdiskussion im Vorfeld des Sustainable Development-Gipfels gekommen.

Sven Giegold nahm in erster Linie die Politik in die Pflicht: „Was Fairer Handel garantiert, ist nicht die freie Wahl

des Konsumenten zwischen Produkten ohne und mit Menschenrechtsverletzungen. Es dürfte überhaupt nichts anderes als Fairen Handel geben. Das bedeutet, für eine Politik zu streiten, die Fairen Handel für alle und für alle Produkte verbindlich macht.“ Darüber hinaus forderte er, dass Unternehmen verpflichtet werden müssten, die gesamte Lieferkette nach sozialen und ökologischen Kriterien zu organisieren. Auch Vandana Shiva klagte die Ausbeutung des Südens durch Großkonzerne an: „Fairer Handel hält dem unfairen Handel den Spiegel vor, weil er zeigt, dass es anders geht.“



Andrea Fütterer hob hervor, was der Faire Handel bislang erreicht hat und was noch fehle – das ist leider so viel, dass alle drei Podiumsmitglieder einen grundlegenden Strukturwandel durch politische Rahmensetzungen forderten. Freiwillige Kontrollen reichen nicht aus, so der Tenor der Veranstaltung!

➔ Weitere Informationen:

www.gepa.de, www.weltlaeden.de

Foto: GEPA – The Fair Trade Company/ F. Boillot



Kein Mensch flieht freiwillig

Die Ursachen der massenhaften Flucht sind strukturell begründet und haben auch mit unserem Lebensstil zu tun – Was bewirkt der Faire Handel?

Warum verlassen so viele Menschen ihre Heimat? Diese Frage stellt sich uns spätestens, seitdem in den vergangenen Wochen massenhaft Flüchtende nach Europa kommen. Natürlich steht in erster Linie die Hilfe für diese Menschen, die unglaubliche Strapazen hinter sich haben, im Vordergrund. Doch die Fragen nach dem „Wovor fliehen sie?“ darf nicht ausgeblendet werden.

Die Bilder, die uns tagtäglich erreichen, sind erschütternd und die scheinbare Hilflosigkeit von Politikern und Politikerinnen aus der EU erscheint tragisch zugleich. Hilfsorganisationen und NROs tun ihr Bestes, um den Menschen in Not zu helfen. Doch das ist nur die eine Seite. Wir müssen uns fragen, was hinter dieser Massenflucht steckt und was wir – auch im Fairen Handel – dazu beitragen können, dass das Leben in den Herkunftsländern wieder lebenswert wird.

Pater Wolfgang Schonecke vom Netzwerk Afrika Deutschland, fasst es so zusammen: „Unfaire Handelsabkommen zerstören die Existenzgrundlage einheimischer Produzenten. Internationale Konzerne plündern die Ressourcen Afrikas ohne einen nennenswerten Nutzen für die lokale Bevölkerung. Mehr finanzielle Entwicklungshilfe, von der die Geberländer oft mehr profitieren als die Empfänger, kann keine adäquate Antwort sein. Notwendig ist eine andere Handels- und Wirtschaftspolitik. Den Ländern Afrikas muss geholfen werden,

die Produktivität der kleinbäuerlichen Landwirtschaft zu steigern, lokale und regionale Märkte zu entwickeln und Rohstoffe selbst zu verarbeiten.“ Schonecke führt unter anderem den Export von hoch subventionierten Agrarprodukten als einen der Gründe auf.

Dumpingpreise ruinieren lokale Produzenten, die damit nicht konkurrieren können und vom Markt verdrängt werden. Die Plünderung der reichen Ressourcen Afrikas, wie Mineralien, Erdöl, Gas oder Holz durch die westlichen Industriestaaten und mittlerweile auch durch Schwellenländer, entzieht den Menschen die Lebensgrundlage. Armut und fehlende Bildung, auch durch Kinderarbeit, lassen keine Chance, den Kreislauf zu durchbrechen, der von Ausbeutung, sozialer Ungerechtigkeit und Konflikten geprägt ist.

Und genau da setzt der Faire Handel an. Einige wenige Unternehmen kontrollieren weltweit die Produktion und Vermarktung von Lebensmitteln. Dies hat in vielen Fällen schwerwiegende Auswirkungen auf Kleinbauern und Arbeiter insbesondere am Anfang der Lieferkette: Die Folgen sind unsichere Lebensgrundlagen, Kinderarbeit, prekäre Anstellungsverhältnisse und Umweltzerstörung. Das europäische Wettbewerbsrecht ist nicht in der Lage, der Nachfragemacht angemessen zu begeg-

nen und muss reformiert werden. So besagt es die Studie „Who's got the power – Machtspiel ums Essen“, die vom Fair Trade Advocacy Office, der PFCE (Plate-Forme Franchise du Commerce Equitable), Traidcraft und Fairtrade Deutschland, in Auftrag gegeben wurde.

Pater Wolfgang Schonecke: „Wir appellieren, eine Reflexion über die wirtschaftlichen Ursachen von Migration, die langfristigen sozialen und ökologischen Folgen einer rein profit- und wachstumsorientierten Wirtschaft und die notwendige Transformation unseres Wirtschaftssystems anzustoßen. Ein erster Schritt könnte sein, die geplanten Nachhaltigen Entwicklungsziele (SDGs) konsequent umzusetzen und zu Leitprinzipien für Politikentscheidungen auf nationaler und auf europäischer Ebene zu machen. Wenn wir nicht kohärentere globale Rahmenbedingungen schaffen, die Entwicklungschancen für alle möglich machen, die skandalöse Ungleichheiten reduzieren und die natürlichen Ressourcen für zukünftige Generationen bewahren, werden weitere Wellen von Flüchtlingen über das Mittelmeer nach Europa kommen.“

Der Faire Handel ist eines der Mittel, diese Entwicklungschancen zu ermöglichen.

Gundis Jansen-Garz

➤ Den ausführlichen Text zu diesem Thema lesen Sie auf www.weltundhandel.de

Saarbrücken ist Hauptstadt des Fairen Handels

Die Landeshauptstadt Saarbrücken darf sich ab sofort „Hauptstadt des Fairen Handels 2015“ nennen und das dazugehörige Signet für ihr Stadtmarketing verwenden. Saarbrücken ist die erste Stadt aus dem Saarland, die den Wettbewerb gewinnt und für ihr Engagement im Bereich des Fairen Handels ausgezeichnet wird, nachdem sie dreimal den zweiten Platz belegte.

Für den Schirmherrn des Wettbewerbs, Bundesentwicklungsminister Gerd Müller, überreichte sein Parlamentarischer Staatssekretär Thomas Silberhorn Ende September in Rostock-Warnemünde die Preise und betonte, der Faire Handel sei in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Gleichzeitig dankte er den vielen Engagierten im Fairen Handel.

1. Platz: Landeshauptstadt Saarbrücken
2. Platz: Gemeinde Bad Boll
3. Platz: Neumarkt in der Oberpfalz
4. Platz: Stadt Dortmund und Stadt Leipzig



Neues Martinsmaterial erschienen

„Ich werde mein Taschengeld mit dem Bettler teilen“, das ist die Idee des kleinen Erik, und dazu inspiriert hat ihn ein Mann, der vor 1.600 Jahren gestorben ist – der Heilige Martin. In den Martinsmaterialien des Kindermissionswerks „Die Sternsinger“ wird der Junge durch Martin auf eine Idee gebracht, aber auch die reisefreudige Wildgans Auguste ist als Botschafterin des fairen Teilens wieder unterwegs. Diesmal führt sie ihr Weg nach Bolivien. Versüßt wird die Aktion durch den fair gehandelten Martins-Schokoriegel der GEPA und des Kindermissionswerks. Den Schokoriegel gibt es zu St. Martin in den Weltläden oder ab jetzt bei der GEPA.

➔ www.sternsinger.de/martin

“Change for the Planet - Care for the People”

Unter dieser Überschrift steht eine Online-Kampagne von MISEREOR und ihren 17 Schwesterorganisationen in Europa und Nordamerika. Vor dem entscheidenden UN Klima-Gipfel in Paris (COP21 genannt) sollen Modelle und Ideen ausgetauscht werden, wie schon jetzt der eigene Konsum geändert und der Energieverbrauch gesenkt werden kann.

➔ Zu finden ist die Kampagne unter @ChangeandCare #change4planet bei Facebook, Twitter und Pinterest

„Weihnachten weltweit“

Ab jetzt wacht ein Engel über die ökumenische Mitmachaktion „Weihnachten weltweit“. Neben den Pappmaschee-Kugeln aus Indien und den Sternen aus Peru gibt es jetzt auch Engel, die in Thailand gefertigt werden. „Es ist uns im dritten Jahr von ‚Weihnachten weltweit‘ besonders wichtig, noch einmal auf die fairen Produktionsbedingungen hinzuweisen“, macht Stefanie Hoppe als Sprecherin der Aktionsträger Adveniat, Brot für die Welt, MISEREOR und Kindermissionswerk „Die Sternsinger“ deutlich. „Wie auch bei den letzten beiden Aktionen können wir vier Träger gemeinsam mit der GEPA sicher sein, dass die in der Produktionskette einbezogenen Familien einen gerechten Lohn für ihre Arbeit erhalten.“

Mädchen und Jungen in Deutschland können die fair gehandelten Anhänger nach Lust und Laune gestalten und somit die „Eine Welt“ an den Weihnachtsbaum bringen. Zusätzlich zu Kugel, Stern und Engel gibt es bei „Weihnachten weltweit“ Anregungen für die Gruppenarbeit mit Kindern in Kitas und auch im Kindergottesdienst. So zum Beispiel Mal- und Basteltipps, Vorlesegeschichten rund ums faire Weihnachtsfest, Fotogeschichten über die Herstellung von Kugel, Stern und Engel, Lieder, Texte, Noten und vieles mehr.

Offiziell gestartet wird die Aktion „Weihnachten weltweit“ am 1. Dezember in Erfurt.

➔ www.weihnachten-weltweit.de



**CHANGE FOR
THE PLANET**
CARE FOR THE PEOPLE



Landraub – jetzt im Kino

„Kaufen sie Land. Es wird keines mehr gemacht“ Mark Twain

Ackerland wird immer wertvoller und seltener. Jedes Jahr gehen etwa zwölf Millionen Hektar Agrarfläche durch Versiegelung verloren. Mit dem Landraub wollen die Reichsten der Welt sich Zugriff auf die wichtigste Ressource dieser Welt sichern. Der Regisseur porträtiert, wie Menschenrechte tagtäglich zugunsten unternehmerischer Profite verletzt werden. Brot für die Welt und MISEREOR sind mit Oxfam und anderen NGOs in Deutschland offizielle Partnerorganisationen des Films. Die Reportage wühlt auf, macht nachdenklich und animiert zum aktiven Tun – es lohnt sich also, in die Kinos zu gehen!

Das Gutscheinebuch fürs Klima

Das Klimaspargbuch von MISEREOR und dem oekom Verlag gibt Tipps, wie man einen klimaschonenden und fairen Lebensstil in seinen Alltag integrieren kann. In fünf verschiedenen Kapiteln werden Ideen zur Reduktion des CO₂ Ausstoßes und zum Fairen Handel präsentiert. Unterfüttert wird das ganze durch Projektbeispiele, die deutlich machen, wie diese nachhaltig und klimagerecht arbeiten. Als kleinen Anreiz gibt es zahlreiche Gutscheine für einen ökofairen Einkauf.

➤ Das Klimaspargbuch kann kostenfrei unter www.misereor-medien.de bestellt werden.

Change your shoes

Jüngste Ereignisse belegen: Was für die Bekleidungsindustrie schon hinreichend bekannt ist, trifft auch auf die Leder- und Schuhproduktion zu. Erst am 20. Juli 2015 stürzte eine Schuhfabrik in Bangladesch zusammen, im Januar kamen in Indien zehn Arbeiter/-innen bei einem Mauereinsturz in einer Gerberei in den Abwässern ums Leben. Im Rahmen des Projekts „Change Your Shoes“ hat SÜDWIND nun Hintergründe und Fakten über die Missstände in der Leder- und Schuhproduktion zusammen gestellt.

➤ www.suedwind-institut.de/changeyourshoes

Generationen-Dialoge im Fairen Handel

6./7. November, Frankfurt

Der Weltladen-Dachverband lädt ein zur Fachtagung und zum Weltladen-Akteurstreffen. Das Thema lautet: „Generationen-Dialoge im Fairen Handel – Perspektivwechsel anregen, Zukunft gestalten“ Im Fairen Handel sind Menschen aller Generationen aktiv – sei es im Warenverkauf, in der Bildungsarbeit der Weltläden oder in den Produzent/-innen-Kooperativen bei den Partnern im Globalen Süden. Dass all diese Menschen eine große Bandbreite an unterschiedlichen Erfahrungen, Fähigkeiten und Perspektiven mitbringen, steht außer Frage. Wie aber kann dieses Potential für eine zukunftsfähige Weiterentwicklung des Fairen Handels und im Speziellen auch für die Bildungsarbeit genutzt werden?

➤ Informationen: www.weltlaeden.de, Saskia Krämer, E-Mail: bildung@weltladen.de, Telefon 06131 / 6 89 07-84.

