

WELT & HANDEL

INHALT

01 TITELTHEMA:

Fair Trade Superheld!

- 03 Es geht um mehr Absatz!
- 06 Ohne Wenn und Aber
- 06 Faires Frühstück im Bundestag
- 07 Werde Fair Trade Guide!
- 07 FÖJler gesucht
- 07 Verstärkung gesucht
- 08 Termine

Welt und Handel auch im Internet
www.weltundhandel.de

Fair Trade Superheld!

REC A<FAIR zeichnet Filme für den Fairen Handel aus

In drei Minuten die Welt verändern? Keine leichte Aufgabe. Unter dem Motto „Can you change people’s minds?“ rief das Forum Fairer Handel zum zweiten Mal professionelle und Hobby-Filmemacher/-innen dazu auf, Kurzfilme zu kreieren, die kritisch und pointiert über die globalen Zusammenhänge zwischen Produktionsbedingungen und Konsumverhalten aufklären. 68 Filmteams aus ganz Deutschland haben sich dieser Herausforderung gestellt.

Der erste Preis für den besten Kurzfilm zum Fairen Handel geht in diesem Jahr an Lena Posch für „Fair Trade Superheld“ in der Kategorie Spielfilm und an Laura Kaluza für „Mehr als Du denkst“ in der Kategorie Animation. Die prominent besetzte Jury mit Oscar-Preisträgerin Caroline Link, Tatort-Kommissar Dietmar Bär, der Kuratorin der Berlinale Shorts Maike Mia Höhne und Christoph Albuschkat

vom Forum Fairer Handel hatte es nicht leicht, aus so vielen guten Beiträgen die besten auszuwählen.

„Du bewegst mehr als Du denkst! Und dafür musst Du kein Superheld sein.“ Mit dieser simplen Botschaft haben die beiden Siegerfilme die Jury überzeugt. „Den Filmemacher/-innen ist es besonders gut gelungen, die komplexen Zusammenhänge des Welthandels auf den Punkt zu bringen und in eine klare Botschaft zu verpacken. Sie wussten auf kreative und originelle Art die Verbrauchermacht hervorzuheben“, so die Jurybegründung. „Was ich an beiden Siegerfilmen sehr schätze ist, dass sie nicht mit der Moralkeule kommen. Sie zeigen ziemlich deutlich, dass die Kaufentscheidung jedes Einzelnen viel bewegen kann“, so Veselina Vasileva, Koordinatorin des Kurzfilm-Contests.

Fortsetzung auf Seite 2



Herausgeber



Mit dem zweiten Preis wird der Kurzfilm „Element 73“ ausgezeichnet, der die Produktionsbedingungen in der Elektronikindustrie kritisch beleuchtet. Der Kurzfilm „Verspekuliert“, der die drastischen Folgen der Nahrungsmittelspekulation thematisiert, bekommt den dritten Preis. Der Jury-Preis „kids & youth“ geht an den Kurzfilm „Hinter jedem Produkt“, der den Mensch hinter dem Produkt in den Vordergrund stellt.

Bereits jetzt stellen die Filme ihre Viralität unter Beweis und erfahren eine beeindruckende Verbreitung im Internet. Die besten zwanzig Kurzfilme aus dem Wettbewerb veröffentlicht das Forum Fairer Handel Ende März auf einer DVD, die unter www.forum-fairer-handel.de bestellt werden kann.

www.recafair.de/die-gewinner/



v.l.n.r.: Dietmar Bär, Caroline Link, Christoph Albuschkat, Maike Mia Höhne

Foto: FFH/Vasileva

Impressum

HERAUSGEBER

Arbeitsgemeinschaft
der Evangelischen Jugend
in Deutschland e. V. (äej)
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:
Forum Fairer Handel /
Christian Ditsch

Guten Morgen, Welt!

In der vergangenen Ausgabe haben wir Sie, liebe Leserinnen und Leser gebeten, uns Ihre Meinung zu den aktuellen Entwicklungen im Fairen Handel zu schreiben. Mit der Einführung des Rohstoffprogramms für Kakao hat Fairtrade International für viel Diskussion gesorgt. Einige Rückmeldungen von unseren Leserinnen und Lesern haben uns dazu veranlasst, noch einmal genauer hinzuschauen. Wir haben das Programm ausführlicher erklärt und Fachleute aus der Fair Trade Bewegung zu Wort kommen lassen.

Nun hoffen wir, dass unsere Leserinnen und Leser sich aufgrund der vielschichtigen Darstellung ein eigenes Bild machen können und so besser verstehen, wie komplex der Rohstoffbereich vor allem bei Kakao ist.

Nach Absprache innerhalb der Redaktion haben wir uns entschlossen, dieses Thema weiter zu behandeln. Wir sehen es als eine Möglichkeit für die Mitarbeitenden in den Weltläden und Aktionsgruppen, kompetent in Gespräche mit Kundinnen und Kunden zu gehen.

Welt&Handel möchte auch kontroverse Themen aufgreifen und diese von allen Seiten beleuchten. Wir denken, das ist in Ihrem Sinn!

Viel Spaß bei der Lektüre
Gundis Jansen-Garz





Foto: Gundis Jansen-Garz

Es geht um mehr Absatz!

Das neue Fairtrade Kakao-Programm soll den Produzierenden helfen, mehr zertifizierten Kakao zu verkaufen

Wie in der Ausgabe 2-2014 von *Welt&Handel* bereits berichtet, hat Fairtrade International ein Kakao-Programm entwickelt, das dem stärkeren Absatz von Fairtrade zertifiziertem Kakao führen dient. *Welt&Handel* hatte nach der Meinung der Leserinnen und Leser gefragt, wie dieses Programm bei ihnen ankommt. Einige Anmerkungen haben wir erhalten und festgestellt, dass das Thema sehr komplex ist und für Diskussionsstoff sorgt.

Deshalb werden wir an dieser Stelle noch einmal genau hinschauen und sowohl das Rohstoffprogramm als auch die Meinungen verschiedener Akteure darlegen. Das Rohstoffprogramm (zurzeit für Kakao und später für Zucker und Baumwolle) soll Unternehmen die Möglichkeit bieten, an Fairtrade teilzuhaben, auch wenn nicht sämtliche Zutaten ihres Produktes fair gehandelt sind. Stattdessen kaufen die Betriebe ausschließlich den Kakao unter Fairtrade-Bedingungen ein. Somit ist nicht das Produkt gesiegelt, sondern der darin enthaltene Rohstoff.

Grund für diese Neuerung sind Bestrebungen und Anfragen der Produzierenden, dass sie wesentlich mehr Rohstoffe verkaufen könnten, als ihnen zurzeit abgenommen werden.

Sylvia Hank ist Bildungsreferentin bei der Werkstatt Solidarische Welt e.V. Augsburg, dem Trägerverein des dortigen Weltladens. Sie plädiert für eine Intensivierung der Bildungs- und Kampagnenarbeit im Fairen Handel.

„Die Siegelflut verwirrt die Verbraucher, das ist ganz klar. Und auch, wenn sich die großen Firmen mit dem Fairtrade-Siegel schmücken – egal ob als Feigenblatt oder als erster Schritt in die richtige Richtung – wir dürfen nicht aufhören, sie an ihre Verantwortung zu erinnern. Das kann durch Kampagnen, Unterschriftenaktionen oder Petitionen geschehen.“ Fairtrade könne natürlich stolz darauf sein, nun noch mehr Bäuerinnen und Bauern die Gelegenheit zum Absatz ihrer Produkte zu geben, aber auch die ausgerufenen 6.000 Tonnen Kakao (Anm.d.R.: Fairtrade peilt durch das Programm eine Steigerung des Kakaoabsatzes von 1.200 auf 6.000 Tonnen an) seien im Vergleich zu 354.000 Tonnen Gesamtaufkommen im Süßwarenssektor noch eher wenig. „Wir müssen weiterhin dicke Bretter bohren und die Industrie anschreiben, dass sie sich jetzt nicht darauf ausruhen, sondern weitermachen.“

Claudia Brück, stellvertretende Geschäftsführerin von TransFair, erklärt im Gespräch, die Hintergründe und Vorteile dieses neuen Zeichens:

W&H: Das neue Kakao-Programm von Fairtrade hat zu Diskussionen geführt. Einige Rückmeldungen enthalten die Befürchtung, dass die Verbraucher durch ein weiteres Siegel irritiert sind. Warum ist das Programm wichtig und sinnvoll?

Claudia Brück: Nach 20 Jahren Fairer Handel mit der Produktzertifizierung haben wir uns im Süßwarenbereich nicht ausreichend am Markt durchsetzen können. Durchschnittlich verkaufen Fairtrade-Kakaoproduzierende nur 28 Prozent ihrer Ernteerträge unter Fairtrade-Bedingungen und viele Kooperativen konnten gar keine Fairtrade-Absätze erzielen. Weniger als ein Drittel des zertifizierten Zuckers wird als solcher verkauft, gleichzeitig machen es neue Gesetze und Regelungen den Produzenten/-innen zukünftig noch schwerer, auf dem europäischen Markt mitzuhalten. Deshalb ist es unsere zentrale Aufgabe, neue Marktzugänge zu vermitteln. Von Produzierendenorganisationen kam der dringende Wunsch, für bessere Marktzugänge zu sorgen. Mit den neuen Programmen will Fairtrade Kakao-, Zucker- und Baumwollproduzenten/-innen zu höheren Absätzen unter Fairtrade-Bedingungen verhelfen, und somit mehr für ihre Farmen und ihre Gemeinwesen bewirken. Das heißt mehr Prämiengelder für Schulungen zur Produktionssteigerung und damit mehr Einkommen für die Bäuerinnen und Bauern. Und mehr Prämien für Projekte, wie bessere Trink-

wasserversorgung, den Bau von Schulen und mehr Veränderung für unsere Gemeinden. Die Produzentennetzwerke haben an der Entwicklung der Programme intensiv mitgearbeitet.

W&H: Haben sie keine Befürchtung, dass die Verbraucher/-innen durch ein weiteres Siegel irritiert sind?

Claudia Brück: Wir haben uns die Entscheidung nicht leicht gemacht, wie das Programm kommuniziert werden soll. Es gibt nur ein Fairtrade. Aber innerhalb der Fairtrade-Bewegung gibt es nun verschiedene Optionen, mit uns zusammen zu arbeiten.

Wir haben drei Untersuchungsreihen auf verschiedenen Märkten durchgeführt, deren Ergebnisse in die Gestaltung des Programm-Siegels eingeflossen sind. Das unterschiedliche Design und der Begleittext machen Verbrauchern/-innen deutlich, dass es sich hierbei um den Hinweis auf einen anderen Ansatz innerhalb des Fairen Handels handelt. Unsere Kundenbefragungen und Tests haben ergeben, dass die Menschen wissen wollen, welche Vorteile für die Produzierenden mit dem Kauf eines Produkts verbunden sind und dass sie von Unternehmen erwarten, dass diese ihr Engagement für Fairtrade offen legen und transparent kommunizieren. Die Untersuchungen ergaben außerdem, dass die Herangehensweise, eine klar unterscheidbare Kennzeichnung zu wählen, für mehr Klarheit sorgt, als wenn z. B. dem Siegel eine zusätzliche Unterzeile mit dem Begriff „Kakao“ oder „Zucker“ – hinzugefügt würde. Um sicherzustellen, dass diese Variante auch rechtlichen Ansprüchen genügt, haben wir juristischen Rat eingeholt.

W&H: Wie kann das Programm zur Armutsbekämpfung beitragen?

Claudia Brück: Kürzlich von Fairtrade in Auftrag gegebene Wirkungsstudien bestätigen, dass ein Marktzugang zentral ist, um die Wirkung von Fairtrade für Produzierende freizusetzen. Nichtsdestotrotz ist uns klar, dass Wirksamkeit keine einfache Angelegenheit ist und höhere Absätze nicht ihr alleiniger Faktor sind. So führt die CEVAL-Studie, eine

der umfassendsten Untersuchungen der letzten Zeit, vier Schlüsselkriterien zur Wirkungsoptimierung auf.

- Wissen von Produzentenorganisationen erweitern, wie sie am effektivsten mit Fairtrade und dem Zertifizierungssystem arbeiten.
- Die Qualität von Organisationsstrukturen der Produzentenorganisationen verbessern.
- Mit Produzentenorganisationen am Aufbau von Führungspositionen und effektivem Management arbeiten.
- Absätze für Produzierende unter Fairtrade-Bedingungen steigern.

Die Programme sind jetzt eine zusätzliche Option für Produzentenorganisationen, ihre Fairtrade-Absätze zu erhöhen und neue Geschäftsbeziehungen mit Unternehmen aufzubauen. Neben den Marktchancen wird Fairtrade die Beratung der Kleinbauernorganisationen insbesondere in Westafrika verstärken.

W&H: Was unterscheidet das Programm vom Fairtrade-Siegel?

Claudia Brück: Bisher gab es den klassischen Schokoriegel mit dem Fairtrade-Siegel. Jetzt haben Produzentenorganisationen eine zusätzliche Option, ihre Absätze zu erhöhen. Kooperativen verkaufen ihre Rohware unter Fairtrade-Bedingungen und Unternehmen nutzen diese Rohwaren in verschiedenen Sortimenten, ohne Endprodukte mit dem Siegel auszuzeichnen. Die aktuellen Fairtrade-Standards für Kakao und Zucker bleiben von Seiten der Produzierenden unverändert gültig. FLO-CERT wird wie



Foto: Gundis Jansen-Garz

gehabt seine Kontrollen durchführen, auch für Firmen, die das Mengenausgleich-Modell anwenden.

W&H: Wo finden wir in Zukunft das Fairtrade-Cocoa Programm-Zeichen?

Claudia Brück: Erste Kooperationsvereinbarungen liegen mit Rewe, Kaufland, Lidl, Mars und der Confiserie Riegelein für verschiedene Schokoladenprodukte vor. Weitere Kooperation stehen noch aus. Ersten Hochrechnungen zufolge erwartet Fairtrade International 2014 ein Absatzwachstum von fair gehandeltem Kakao um gut 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Werner Fusenig, Geschäftsführer der FAIR-Handelsgesellschaft in Münster, ist hin- und hergerissen. Er ist sich dessen bewusst, dass es für Verbraucher guten Willens schwierig ist, konsequent alle Produkte aus Fairem Handel zu kaufen. „Da ist es natürlich ein guter Weg, wenigstens einen Schokoriegel zu kaufen, in dem zumindest der Kakao aus Fairem Handel stammt.“ Darüber hinaus sieht er auch die Notwendigkeit für die Produzierenden, ihre Ware möglichst großflächig zu vermarkten. „Aber es bleiben da Kriterien und Prinzipien des Fairen Handels der Weltläden auf der Strecke. Das Programm-Zeichen verwirrt die Verbraucher/-innen, da es dem Fairtrade-Logo sehr ähnlich ist. Leider findet aber wie beim Bio-Siegel eine immer weitere Abschwächung der Regeln statt, es gilt nicht mehr, dass alles was fair sein kein, auch fair sein muss. Verstehen kann man die Produzentinnen und Produzenten aber auch. Sie klammern sich an jede Möglichkeit, den Absatz ihrer Produkte zu besseren Preisen zu ermöglichen. Und vielleicht müssen wir da einfach auch realistischer werden was unsere Möglichkeiten angeht.“ Nach mehr als 30 Jahren Tätigkeit im Fairen Handel fragt sich auch Werner Fusenig, ob es nicht doch so ist, dass uns immer mehr der Handel (leider besonders angeleitet auch durch Transfair Deutschland) ändert, als dass wir wirklich den Handel verändern. „Von daher der Ruf an alle, lasst Euch nicht abspeisen mit immer neuen Siegeln, sondern fordert die wirkliche Umstellung der Produkte.“

Gundis Jansen-Garz

Friedel Hütz-Adams vom Südwind-Institut beschäftigt sich intensiv mit dem Thema „Kakaoanbau“ und hat mehrere Publikationen dazu herausgegeben. Welt&Handel hat nachgefragt:



Foto: Privat

W&H: Der Kakaosektor ist in den vergangenen Monaten zu einem wesentlich größeren Thema im Fairen Handel geworden als bisher. Was macht ihn so prekär?

Friedel Hütz-Adams: Mehr als 90 Prozent der weltweiten Kakaoproduktion stammen von rund 5,5 Mio. Bäuerinnen und Bauern, die in der Regel weniger als drei Hektar bewirtschaften und nur rund 400 Kilogramm pro Hektar ernten. Die meisten von ihnen bestreiten den größten Teil ihres Einkommens aus dem Ver-

kauf von Kakao und sind somit extrem abhängig von diesem Exportprodukt.

W&H: Kinderarbeit ist eines der wesentlichen Probleme im Kakaoanbau – welche sind noch da?

Friedel Hütz-Adams: Kinderarbeit ist ein Symptom für die schlechte Lage der Bäuerinnen und Bauern. Noch vor wenigen Jahrzehnten waren viele Kakaoanbauer in Westafrika verglichen mit Produzenten/innen anderer Produkte relativ wohlhabend und konnten es sich leisten, ihre Kinder zur Schule zu schicken. Inflation bereinigt kostete eine Tonne Kakao im Jahr 1980 noch über 5.000 US-Dollar, im Jahr 2000 waren es 1.200 US-Dollar, heute sind es knapp 3.000 US-Dollar. Von diesem Geld kommt nur ein Teil bei den Bäuerinnen und Bauern an. Die Zahl der Berichte über Kinderarbeit nahm drastisch zu, als der Preis fiel. Die Bäuerinnen und Bauern hatten schlicht und einfach kein Geld mehr, Erwachsene als Erntehelfer einzustellen und ließen ihre eigenen Kinder mitarbeiten oder heuerten Kinder an, die wesentlich preiswerter waren als volljährige Beschäftigte.

W&H: Das neue Kakaoprogramm von Fairtrade soll für einen wesentlich höheren Absatz von Kakao sorgen und so ein Instrument zur Armutsbekämpfung sein. Hilft das den Bäuerinnen und Bauern?

Friedel Hütz-Adams: Bisher haben viele der zertifizierten Bäuerinnen und Bauern

das Problem, dass es keine Kunden für ihre Waren gibt. Daher bezahlen sie die Gebühren für die Zertifizierung, stellen ihre Arbeitsweise um, da sie Kriterien einhalten müssen, erhalten jedoch für einen großen – häufig sogar den größten – Teil ihres Produktes keine Prämien, sondern können ihren Kakao nur über den konventionellen Markt verkaufen. Wenn es demnach gelingt, mehr zertifizierten Kakao auch tatsächlich mit Siegel zu verkaufen, dann ist das aus Sicht der Kakaobauern ein Fortschritt, da sie bzw. ihre Kooperativen mehr Prämien erhalten. Der Absatz ihrer Ernte ist oft daran gescheitert, dass Schokoladenproduzenten zwar zertifizierten Kakao kaufen wollten, nicht jedoch auch zertifizierten Zucker. Angesichts der heimischen Zuckerrübenproduktion und einer unklaren ökologischen und sozialen Bilanz beim Import von Rohrzucker ist dies ein nachvollziehbarer Widerstand. Für die Kakaobauern bedeutete dies, dass durch die Koppelung ihres Produktes an den Zucker viele Nachteile entstanden. Von daher: Wenn der Kakaoabsatz steigt, ist den Bäuerinnen und Bauern geholfen – nicht jedoch denen, die Zucker anbauen.

W&H: Welche Maßnahmen würden Ihrer Meinung nach zu besseren Lebensbedingungen der Bäuerinnen und Bauern führen?

Friedel Hütz-Adams: Weit wichtiger als Mindestpreise (der Weltmarktpreis liegt schon seit Jahren über dem Mindestpreis von Fairtrade) und die Zahlung von Prämien, die derzeit deutlich weniger als zehn Prozent des Weltmarktpreises ausmachen, ist Training für die Bäuerinnen und Bauern. Wenn diese mehr Kenntnisse über den Anbau von Kakao hätten, könnten sie deutlich höhere Erträge pro Hektar erzielen. Ebenso wichtig ist, dass sie unterstützt werden bei der Diversifizierung ihres Anbaus hin zu anderen Früchten: Es ist ein großes Problem, dass ihnen häufig grundlegende Kenntnisse über den Anbau von Nahrungsmitteln fehlen, sie Kakao zu stark schwankenden Preisen verkaufen müssen und zugleich auf den Kauf von Nahrungsmitteln angewiesen sind. Diversifizierung und Training sind daher zentrale Aspekte!



Foto: Peter Franz / pixelio.de

Ohne Wenn und Aber

Neuer Lieferantenkatalog der Weltläden bietet viel Transparenz

Die im Weltladen-Dachverband e. V. (WL-DV) zusammengeschlossenen Weltläden haben bei den Mitgliederversammlungen 2008/09 beschlossen, ihren Einkauf nach dem Lieferantenkatalog zu richten. Im Lieferantenkatalog sind die Händler gelistet, die vom WL-DV positiv bewertet wurden.

Seit Herbst 2012 wurden bereits 21 Lieferanten nach einem überarbeiteten Verfahren und damit nicht mehr nach dem alten so genannten „ATO-TÜV“ überprüft. Zurzeit befinden sich weitere 14 – „alte“ und neue – Händler im Anerkennungsverfahren.

Das neue Verfahren besteht aus einer Selbstauskunft und einem externen Audit. Für die Selbstauskunft wurde im Vorfeld unter Mitwirken von Lieferanten ein umfassender Fragebogen entwickelt, der die Kriterien der aktuellen Konvention der Weltläden abfragt. Die weitgehende Erfüllung dieser Kriterien ist die Voraussetzung für eine Aufnahme in den Lieferantenkatalog. Der Fragebogen wird von der AG Lieferantenkatalog des WL-DV bewertet und eventuelle Rückfragen werden mit dem Händler geklärt. Ein Auditor wird anschließend beauftragt, am Sitz des Lieferanten, die Angaben im Fragebogen zu überprüfen

bzw. ergänzende Punkte zu klären. Auf der Basis der Berichte von Auditor und AG entscheidet der Vorstand über die Aufnahme in den Lieferantenkatalog.

Neu ist auch, dass – um der Verschiedenheit der Akteure gerecht zu werden – für kleine und junge Organisationen sowie für Organisationen, die schon von anderen (vom WL-DV anerkannten) Institutionen überprüft wurden (z. B. WFTO), vereinfachte Verfahren entwickelt wurden. Wie die entsprechenden Verfahren aussehen, kann auf der Homepage www.weltladen.de nachgelesen werden.

„Niemand handelt wirklich zu 100 Prozent fair und das erwarten wir auch nicht. Unser Ziel ist es, den Lieferanten eine Möglichkeit der Entwicklung zu geben. So werden kritische Punkte, beispielsweise im Rahmen des Audits, zusammen mit den Lieferanten diskutiert und Verbesserungsmaßnahmen bis zur nächsten Über-

prüfung formuliert“, sagt Klaus Wöldeke, Vorsitzender des Dachverbandes. Auch das Anerkennungsverfahren selbst wird beständig weiter entwickelt.

Zur Finanzierung von Marketing-Maßnahmen, die auf eine Professionalisierung der Weltläden (und damit auf höhere Umsätze) abzielen, und zur Aufrechterhaltung der Betreuung des Lieferantenkatalogs zahlen die nach dem neuen Verfahren anerkannten Lieferanten ein Prozent ihrer Umsätze mit den Mitglieds-Weltläden. „Dabei ist es unser Ziel, dass der höhere Umsatz für die Lieferanten durch die verkaufsfördernden Maßnahmen des Dachverbandes mittelfristig die Ein-Prozent-Abgaben kompensieren – eine Win-Win Situation, die letztlich vor allem den Produzierenden zugutekommt“, so Klaus Wöldeke.

*Dr. Silke Steinbronn,
Weltladen-Dachverband e.V.*



Foto: Forum Fairer Handel/V. Vasileva

Faires Frühstück im Bundestag

Kampagne „Öko + Fair ernährt mehr!“ übergibt 45.000 Unterschriften an Parlamentarischen Staatssekretär Fuchtel

Ökologischer Landbau und Fairer Handel müssen zum Leitbild einer globalen Ernährungswende werden. Deshalb fordern rund 45.000 Menschen die Bundesregierung auf, sich auf nationaler wie internationaler Ebene für eine Klima- und standort-angepasste, kleinbäuerliche Landwirtschaft einzusetzen.

Die Unterschriftenaktion bildet den Abschluss der gemeinsamen Kampagne „Öko + Fair ernährt mehr!“ von Naturland und dem Weltladen-Dachverband. Am 20. Februar fand die Kampagne mit der

Unterschriften-Übergabe ihren Abschluss. Bei einem Fairen Frühstück im Bundestag überreichten Agnes Bergmeister von Naturland und Anna Hirt vom Weltladen-Dachverband die gesammelten Unterschriften an den Parlamentarischen Staatssekretär des BMZ, Hans-Joachim Fuchtel. Die Verbraucher über diese Zusammenhänge aufzuklären war eines der Hauptziele der 2010 von Naturland und dem Weltladen-Dachverband gestarteten Kampagne „Öko + Fair ernährt mehr!“. An der offiziellen Abschlussveranstaltung am 27. September 2013 in Berlin nahmen knapp

Agnes Bergmeister (Naturland), Anna Hirt (Weltladen-Dachverband) und Staatssekretär Fuchtel

100 Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft teil. Auf der Tagung wurde unter anderem der „Trade and Environment Review 2013“ der UN-Handels- und Entwicklungsorganisation UNCTAD erstmals in Deutschland vorgestellt. Der Bericht bestätigt in eindrucksvoller Weise die Forderung nach einer globalen Ernährungswende, der sich auch die 45.000 Unterzeichner der Unterschriftenaktion angeschlossen haben.

Werde Fair Trade Guide!

Schulungsmodulare zum Thema Fairer Handel
für die außerschulische Jugendarbeit

Weltweit fünf Milliarden Euro Umsatz, Millionen Konsument/-innen und allein 100.000 Aktive in Deutschland. Keine Frage, der Faire Handel ist in der Gesellschaft angekommen. Die konkreten Kriterien sowie die entwicklungspolitische Dimension des Fairen Handels sind dabei aber längst noch nicht allen bekannt. Zudem entwickelt sich der Faire Handel weiter und es gibt immer mehr Zertifizierungen neben denen des klassischen Fairen Handels. Dies führt dazu, dass sogar auch engagierte Jugendliche manchmal nicht genau wissen, was sich hinter dem Schlagwort Fairer Handel genau verbirgt.

Das vom Fair Trade e.V. entwickelte Schulungskonzept FAIR TRADE GUIDE in Form von Modul 1 für Einsteiger „Fairness für alle – Gemeinsam Global gerecht“ und Modul 2 für Fortgeschrittene „Kritisch Konsumieren – Was steht drauf? Was ist drin Fairer Handel“ leistet einen Beitrag zur kritischen Auseinandersetzung mit dem Fairen Handel in der Jugendarbeit. Die Jugendlichen erfahren, wie sie persönlich den Fairen Handel in ihrem Alltag und ihrer Freizeit integrieren können. Sie werden befähigt, Freunde und Familie zum Nachdenken über ihr Konsumverhalten anzuregen.

Die Module bestehen aus verschiedenen Bausteinen. Jeder Baustein behandelt einen anderen Themenkomplex und gibt Anregungen für die weitere Umsetzung. Auf diese Weise bekommen die Teilnehmenden konkrete Hilfestellungen, wie sie das Thema Fairer Handel in ihre Arbeit integrieren können. Die Bausteine bauen inhaltlich aufeinander auf, können jedoch auch je nach Bedarf einzeln in der Gruppe eingesetzt werden. Die beiden Module sowie alle relevanten Hintergrundinformationen und Praxismaterialien stehen zum kostenlosen Download auf www.fair4you-online.de, Rubrik „MACH MIT“ zur Verfügung.



FÖJler gesucht

Der Weltladen el martin in Düsseldorf wird auch in diesem Jahr wieder die Möglichkeit zum Freiwilligen Ökologischen Jahr anbieten. „Zurzeit sind zwei junge Mitarbeiter im Weltladen aktiv, die sich mit viel Engagement und Einsatz dem Fair-Trade Gedanken widmen. Bald ist ihr FÖJ zu Ende. Ab dem 1. August 2014 bieten wir daher wieder zwei Interessierten die Möglichkeit, bei el martin und dem Eine Welt Forum ihr FÖJ zu leisten“, sagt Martin Lessing.

➔ www.el-martin.de

➔ www.foej.lvr.de

Fehlerteufel:

Fälschlicher Weise haben wir in der Ausgabe 2-2014 auf Seite 5 in der Einleitung behauptet, dass bei Bananen und Kaffee der Mengenausgleich gilt. Das ist natürlich nicht der Fall – wir bitten, dies zu entschuldigen!

Verstärkung gesucht

Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst sucht eine Fachkraft in Business Development/Marketing von Fair Trade-Produkten (Food/Non-Food/Bio) für den Absatzmarkt Europa bei der Partnerorganisation SHEN in Jerewan, Armenien.

Im Rahmen von ländlichen Entwicklungsprogrammen erzeugen Kleinbäuerinnen von SHEN bereits ökologische Produkte mit hohem Potenzial. SHEN heißt „flourierendes wohlhabendes Dorf“ – genau wie die Organisationsvision: nämlich Ökologische Produkte über den Fairen Handel nach Europa zu vermarkten, um Kleinbäuerinnen ökonomische Perspektiven zu schaffen.

Mit dieser Vision steht SHEN vor dem Eintritt in den Fairen Handel Europas. (Die Aufgabenbereiche der Fachkraft umfassen sowohl das strategische und operative Business Development, Marketing und Zertifizierungsverfahren



von Bio-Produkten (Food/Non-Food) als auch den Absatz der Produkte über den Fairen Handel.

Dazu gehört die Entwicklung von Marketing-Mix und Point of Sale Marketing, die Mitwirkung an Produkt- und Managementsystemen zur Produktzertifizierung und die Entwicklung von Fortbildungsmodulen. Die Fachkraft ist Teil des Teams „ökologische Landwirtschaft“, das aus vier Mitarbeitenden besteht.

Weitere Informationen finden sich in der Stellenanzeige unter:

➔ info.brot-fuer-die-welt.de/fachkraefte

Weltladentreffen Ost zum Thema Postwachstum 2.- 4. Mai, Heiligenstadt

Anfang Mai findet zum 24. Mal das Weltladentreffen Ost statt, das sich vor allem an Weltladenaktive aus den östlichen Bundesländern richtet. Inhaltlich geht es am Samstagvormittag um das Thema „Wirtschaftswachstum, Grenzen und Alternativen“. Susanne Brehm vom Konzeptwerk Neue Ökonomie e. V. wird einen Überblick zu Postwachstum und alternativen Wirtschaftsansätzen geben. Thomas Hoyer von dwp stellt die Erfahrungen mit der Gemeinwohlbilanz vor. Im Anschluss diskutieren die Teilnehmenden darüber, wo sich der Faire Handel innerhalb der Postwachstumsdebatte verortet und welchen Beitrag er leisten kann.

Am Samstagnachmittag gibt es wieder ein interessantes und vielfältiges Workshop-Angebot rund um die Weltladenarbeit und den Fairen Handel. Zudem bietet ein „Fairer Marktplatz“ die Möglichkeit, mit Fair-Handels-Organisationen und weiteren entwicklungspolitischen Akteuren ins Gespräch zu kommen und Produktneuheiten kennen zu lernen. Ein buntes Kulturprogramm mit Diavortrag zur Kooperative Vinos Lautaros / Chile und anschließender Weinverkostung, Kinderprogramm und Live Musik mit der Band Tuba Libre runden das Weltladentreffen ab.

Das diesjährige Weltladentreffen Ost wird von der Fair-Handels-Beratung Thüringen in Kooperation mit dem Eine Welt Netzwerk Thüringen organisiert.

Anmeldung und weitere Informationen: Fair-Handels-Beratung Thüringen im Weltladen-Dachverband e. V., Achim Franko, Telefon (03643) 9 08 73 99 oder (036454) 1 27 02, E-Mail: a.franko@weltladen.de

Weltladentag 2014 10. Mai, bundesweit

Am 10. Mai macht der Weltladentag unter dem Motto „Mensch. Macht. Handel. Fair.“ auf die Macht der Supermarktketten in Deutschland aufmerksam

In Deutschland teilen sich fünf Supermarktketten 90 Prozent des Lebensmittelmarktes. Diese Machtkonzentration hat immense Auswirkungen auf Produzenten/-innen und Konsumenten/-innen. Immer wieder werden Arbeits- und Menschenrechtsverletzungen entlang der Lieferketten von deutschen Supermärkten bekannt. Mit einem Bodenplakat möchte der Weltladen-Dachverband am diesjährigen Weltladentag über die Supermarktmacht und deren Auswirkungen informieren und mit Menschen ins Gespräch kommen. Auf EU-Ebene gibt es aktuell eine Initiative, gegen unfaire Handelspraktiken vorzugehen. „Daher fordern wir im Zuge der Europawahlen am 25. Mai EU-Politiker/-innen dazu auf, sich für eine entsprechende gesetzliche Regulierung einzusetzen und den Fairen Handel stärker zu fördern“, heißt es im Flyer zum Weltladentag.

FAIR HANDELN 10. bis 13. April, Stuttgart

Die Stuttgarter Fairhandelsmesse öffnet ihr Tore:

➔ www.messe-stuttgart.de/fairhandeln

Interkulturelle Kompetenz spielerisch entwickeln 23. bis 25. Mai, Ammersbek

In diesem Seminar werden erlebnisaktivierende Übungen vorgestellt, die die kulturelle Bedingtheit von Werten, Wahrnehmungs- und Verhaltensmustern sowie den Umgang mit kulturellen Unterschiedlichkeiten thematisieren. Es richtet sich in erster Linie an Multiplikatoren/-innen, die methodische Anregungen für die eigene Bildungsarbeit suchen, ist aber auch offen für alle, die auf spielerische Weise ihre interkulturelle Kommunikations- und Handlungsfähigkeit erweitern wollen.

Veranstalter:

Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst, Bildungsstelle Nord
Telefon (040) 6 05 25 59

E-Mail: bildungsstelle-nord@brot-fuer-die-welt.de

Das Chaos strukturieren - Grundlagen der Moderation 30. Mai bis 1. Juni, Hamburg

In diesem Seminar werden die Grundlagen der Moderation vermittelt. Es richtet sich an Menschen aus dem entwicklungspolitischen und interkulturellen Kontext, die noch keine oder wenig professionelle Moderationserfahrung besitzen und den Einsatz verschiedener Arbeitsmethoden der Moderation praxisnah erlernen möchten. Veranstaltungsort ist die Missionsakademie der Universität Hamburg. Veranstalter: Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst, Bildungsstelle Nord, s.o.