



WELT & HANDEL

Wohin mit den Erlösen?

Fairer Handel als Wohltätigkeitsbewegung
 oder Handelspartnerschaft?



INHALT

- 01 **TITELTHEMA:**
Wohin mit den Erlösen?
- 05 Zeichen sozialer Gerechtigkeit
- 06 Neues von der Süßwarenmesse
- 06 Faire Metropolregion Nürnberg
- 07 Material & Medien
- 08 Termine

„Wenn ihr uns gerechte Preise zahlt, könnt ihr eure Almosen behalten“ - Dieses Zitat des brasilianischen Bischofs Dom Helder Camara prägt seit vielen Jahrzehnten den Fairen Handel und wird oft von Weltläden und anderen Fair-Handels-Akteuren für die Vermittlung der eigenen Arbeit verwendet. Vor allem zum Jahresanfang und spätestens nach dem Jahresabschluss stellen sich viele Weltläden die Frage, wie und wofür sie ihre Gewinne verwenden wollen.

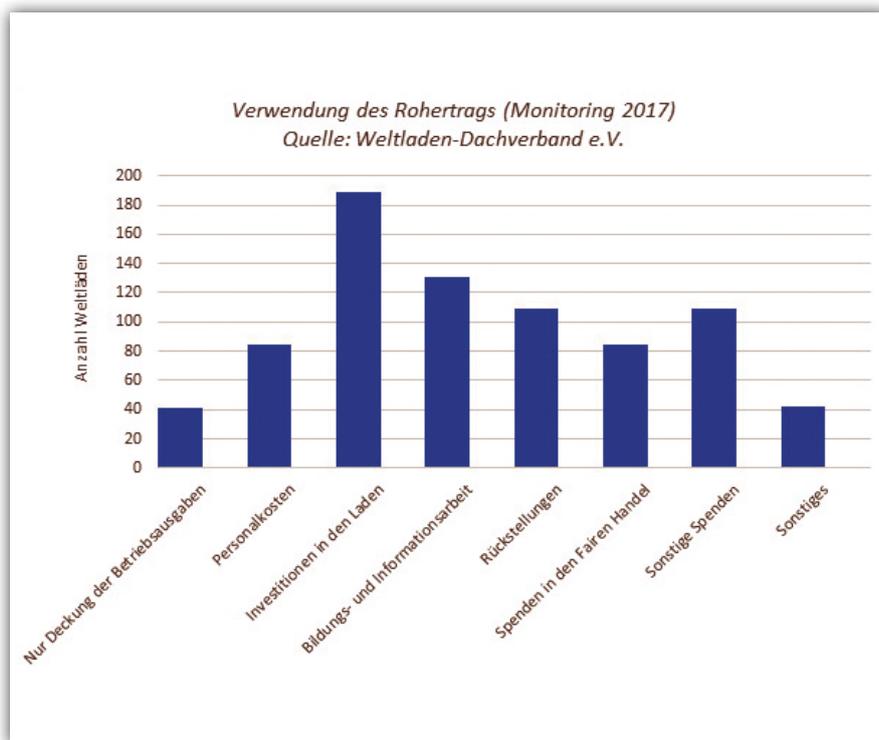
Obwohl der Faire Handel sich als Handelspartnerschaft versteht, spenden viele Weltläden die Gewinne an Projekte, oftmals ohne klare Bezüge zum Fairen Handel. Wäre eine Investition in die eigenen Ladenstrukturen nicht besser? Von den 236 Weltläden, die 2017 am Weltladen-Monitoring teilgenommen haben, gaben 85 Weltläden an, einen Teil ihres Rohertrags an Fair-Handels-Partner (Produzent*innen) gespendet zu haben. 109 Weltläden gaben an, dass sie an andere Organisationen außerhalb des Fairen Handels gespendet haben. Insgesamt wurden in 2017 laut

Weltladen-Monitoring 177.944,00 Euro vom Rohertrag in den Fairen Handel und 303.345,55 Euro an andere Empfänger gespendet.

Es ist zu vermuten, dass von den insgesamt 800 Weltläden in Deutschland eine Summe von mehr als 500.000 Euro im vergangenen Jahr aus dem Fairen Handel heraus gespendet wurde. Dabei reicht die Bandbreite von Kinderarmut, Umweltschutz, Gesundheitsförderung bis zu weiteren caritativen Spenden. Das ist bedenklich in verschiedener Hinsicht; vor allem da Weltläden und Fair-Handels-Organisationen vor großen Herausforderungen stehen und sich auf dem Markt behaupten müssen. Gelder, die aus dem Gewinn der Weltläden an einzelne Projekte im globalen Süden fließen, fehlen den Läden für Reinvestitionen in den eigenen Laden. Dadurch stagniert oder sinkt oft der Verkauf, der Laden veraltet und verliert an Attraktivität. Dies hat direkte Auswirkungen auf den Absatz der Produzent*innen.

Fortsetzung auf Seite 2

Aus entwicklungspolitischer Sicht ist es sinnvoll, in die Professionalisierung des Weltladens, die Bildungs- oder Kampagnenarbeit zu investieren. Sollen darüber hinaus noch Spenden an Partnerprojekte gegeben werden, ist es wichtig, einen Blick auf die langfristigen Wirkungen des Projektes zu werfen und darauf zu achten, dass es sich um eine Partnerschaft auf Augenhöhe handelt. Viele Weltläden spenden an Projekte, die bereits von den Gründer*innen angestoßen wurden und bei denen es eine hohe Identifikation gibt. Hier sollten Weltläden genau auf die Seriosität und nachhaltige Wirkung der Projekte achten und die Sinnhaftigkeit ihrer Spende immer wieder überprüfen.



Impressum

HERAUSGEBER

Arbeitsgemeinschaft
der Evangelischen Jugend
in Deutschland e. V. (æej)
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.sternsinger.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

DRUCK

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

Auflage: 1.900 Stück
Titelfoto: fotolia

Guten Morgen, Welt!

Wissen Sie noch? Erinnern Sie sich? Vor 40 Jahren startete die Aktion „Jute statt Plastik“ – Dieser grau-braune Jutebeutel war nicht einfach nur eine Tasche und auch nicht nur ein Symbol politischer Jugendlicher und Studenten, engagierter Christen und Ökos gegen die Wegwerf-Mentalität. Nein, „Jute statt Plastik“ war ein Lebensgefühl, eine Philosophie. Für viele meiner Generation fing „alles“ damit an. Ein neues Umweltbewusstsein machte sich breit, das Engagement für die so genannte Dritte Welt (da sind wir jetzt zum Glück schon weiter) nahm mit der Jutetasche ihren Anfang. Wer eine Jutetasche mit sich trug, zeigte Solidarität mit den Armen und konnte klar in eine politische Ecke verortet werden: „Jute statt Plastik“, „Südafrika wird schwarz“, „Atomkraft - Nein Danke“, „Nicaragua libre“ oder „Frieden schaffen ohne Waffen“ – die Aussagen waren eindeutig. Aber es war damals ja auch einfacher, sich abzuheben, da die Öko-Frieden-EineWelt-Szene die Themen besetzte und nicht wie heute,

alle für Klimaschutz und gegen Krieg sind, nur die Herangehensweisen sind sehr unterschiedlich. Mit Schlagwörtern wie „Frieden schaffen ohne Waffen“ kommen wir heute nicht mehr weit.

Verdrängt wurde die Jutetasche übrigens Mitte der 1980er Jahre von der Baumwolltasche ohne politische Aussage, dafür mit diversen Werbeslogans einzelner Unternehmen oder dem Blauen Engel! Und schließlich sollte es noch bis ins Jahr 2016 dauern, bis es endlich soweit war, dass Plastiktüten in Geschäften Geld kosten!

Wie das mit der Atomkraft und dem Frieden ohne Waffen wird, ist ungewiss...

Ihre
Gundis Jansen-Garz



Foto: privat

Viele Läden sind aus der Motivation heraus gegründet worden, ein bestimmtes Projekt zu fördern. Zu diesem Projekt existiert dann oft eine ganz enge persönliche Bindung. Das ist auch ein enormer Schatz, den Weltläden besitzen. Denn diese direkte Rückkopplung bringt sehr viel Wissen über die Verhältnisse bei den Projektpartnern ins Ladenteam. Außerdem ist das natürlich eine enorme Motivation für ehrenamtliche Mitarbeit, wenn man sich mit dem eigenen Projekt identifiziert. Allerdings gibt es auch negative Auswirkungen dieser engen Bindung an ein Projekt.

Wenn dort eine wichtige Maßnahme ansteht, verzichtet man beispielsweise auf eine neue Ladeneinrichtung, und das ehrenamtliche Team arbeitet am Rande der eigenen Belastbarkeit, weil es die Projektpartner nicht hängen lassen will. Häufig fehlt dann die Kraft, sich zudem noch mit der Gewinnung neuer Mitarbeitender oder einer Umgestaltung von Laden oder Sortiment auseinanderzusetzen. Diese Fragen sind aber für die Zukunftsfähigkeit der Weltläden elementar.

**Nicola Krümpelmann,
Vorstand Weltladen-Dachverband**

und selbstständiges Leben zu führen, indem ihre Leistung anerkannt wird. Nur eine Änderung der politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen kann langfristig unser ungerechtes und auf Konkurrenz und Wachstum ausgerichtetes Weltwirtschaftssystem ändern. Selbstverständlich leisten die Weltläden mit ihrem Verkauf, ihrer Kampagnen- und Bildungsarbeit nur einen kleinen Beitrag dazu. Aber je besser und professioneller ein Weltladen aufgestellt ist, desto zukunftsfähiger ist er auch und desto mehr kann er zu einer langfristigen und gerechten Handelspartnerschaft beitragen.

Handelspraxis und Gewinnverwendung laut Weltladen-Konvention

Die Präambel der Weltladen-Konvention von 2010, die das Selbstverständnis für die Mitglieder des Weltladen-Dachverbandes ist, beinhaltet klare Ziele in Bezug auf die Handelspraxis. „Der Faire Handel zeigt beispielhaft auf, wie die ökonomischen, ökologischen und sozialen Rahmenbedingungen innerhalb des Weltwirtschaftssystems verändert werden können, und leistet dadurch einen wichtigen Beitrag im Kampf gegen die weltweite Armut. Die Organisationen des Fairen Handels arbeiten besonders mit Kleinproduzent*innen zusammen mit dem Ziel, deren wirtschaftliche Unabhängigkeit und Selbstbestimmung zu erreichen.“ Weiterhin ist in der Konvention vereinbart, dass alle Fair-Handels-Akteure nach der Vergrößerung ihres Handelsvolumens streben sollten, um eine Einkommenssteigerung und einen

Zugewinn an sozialer Sicherheit für die Produzent*innen zu erreichen. Erwirtschaftete Überschüsse sollen vorrangig in die Strukturen des Fairen Handels reinvestiert werden. Soweit dies sinnvoll ist, hat die Wertschöpfung im Ursprungsland zu erfolgen.

Darin wird deutlich, wie die Weltläden mit den erwirtschafteten Gewinnen umgehen wollen.

Weltläden als Schaufenster zur Welt

„Der Weltladen ist der Ort, an dem alle das Leben tausender hart arbeitender Handwerker und Produzenten betrachten und bewundern können. (...) Dank an diejenigen, die das menschliche Gesicht der Gerechtigkeit in Form der Schönheit und Professionalität der Weltläden der Öffentlichkeit zeigen.“

Shay Cullen, PREDA

Wenn nun ein beachtlicher Teil der Gewinne eines Weltladens in viele kleine Projekte fließt, die nichts mit dem Fairen Handel zu tun haben, dient das zunächst einmal nicht den Beteiligten entlang der (fairen) Lieferkette. Fairer Handel ist in erster Linie aber eine Handels-Partnerschaft. Es geht darum, Produzent*innen darin zu unterstützen, durch ihre Arbeit ein würdiges

Spendenwerbung von Fair-Handels-Organisationen

Die dwp eG Fairhandelsgenossenschaft widmete sich in einem Newsletter vom August 2016 dem Thema Spenden. Um der Zielsetzung des Fairen Handels, den Partner*innen und auch deren Ideen und Wünschen an die Weltläden gerecht zu werden, sind aus Sicht von dwp vor allem Investitionen in die eigenen Absatzstrukturen nötig. Die Weltläden sollten daher bei der Verwendung der erzielten Überschüsse immer die Schaffung nachhaltiger, fairer Einkommen im globalen Süden im Fokus haben. Dabei helfe zuallererst die Investition aus den erzielten Gewinnen in die eigene Absatzstruktur, in das Fachgeschäft mit Ladenausstattung, die Weiterbildung und das Fachwissen der Mitarbeiter*innen.

Dennoch gibt es von Seiten verschiedener Fair-Handels-Importeure immer wieder Spendenaufrufe für Kooperativen und Handelspartner. Im Jahr 2016 initiierte dwp beispielsweise eine Spendenaktion für seinen Partner Panay Fair Trade Center auf den Philippinen, nachdem der Tsunami die dortige Zuckermühle zerstört hatte. Das Beispiel zeigt dennoch deutlich die Herausforderungen, vor denen der Faire Handel steht. Zwar konnte mit der beeindruckenden Spendenbereitschaft der Weltläden eine neue Zuckerrohrmühle aufgebaut werden, aber nach eineinhalb Jahren stellen die Verantwortlichen ernüchternd fest, dass der Absatz des hoch-

„Die Arbeit von MISEREOR ist ohne Spenden nicht denkbar – das gilt ebenso für das Kindermisereorwerk ‚Die Sternsinger‘ oder Brot für die Welt. Wir erreichen die Ärmsten, die der Faire Handel zu häufig nicht erreicht und jeder Euro ist bei diesen Organisationen gut angelegt. Aber der Umsatz über den Fairen Handel hat selber auch eine wichtige Wirkung.“

Wilfried Wunden, MISEREOR



Foto: fotolia.com

wertigen Mascobado Zuckers stagniert und der zusätzlich produzierte Zucker nicht in den Weltläden abgesetzt werden kann.

dwp beteiligte sich auch an der Landkaufkampagne „Gutes Land für Fairen Rooibos“, die im Sommer 2016 den Kauf von weiterem Land für die Kooperative Heiveld in Südafrika ermöglichte. Mit dem erfolgreichen Kauf der 2.497 ha großen Blomfontein Farm wurden u.a. die Teeverarbeitungsanlage und das Lager für lange Zeit gesichert und die vielfältige und einzigartige Landschaft geschützt. Hier lässt sich ein direkter Nutzen für Fair-Handelspartner*innen im Süden nachweisen.

„Unsere Fairhandelspartner*innen sagen, dass sie das Engagement von Weltläden extrem schätzen, aber sie hoffen auf noch mehr Absatz in den Weltläden – zur Schaffung verbesserter Einkommen. Diesem großen Wunsch fühlen wir uns verpflichtet, wenn wir Weltläden dabei ermutigen, in die eigene Absatzstruktur zur Umsatzsteigerung und damit zum Wohle der Produzent*innen zu investieren.“

Thomas Hoyer,
Geschäftsführender Vorstand
bei dwp

Auch BanaFair hat vor einigen Wochen zu einer Spendenaktion aufgerufen: Auf zwei Palmölplantagen der Unternehmensgruppe JAREMAR streiken 320 Gewerkschaftsmitglieder für grundlegende Arbeits- und Menschenrechte. Die Streikenden erhalten seit vielen Wochen keinen Lohn. Die Gewerkschaften riefen zur internationalen Solidarität mit den Streikenden auf. BanaFair möchte 3.000 Dollar für den Kauf von Lebensmitteln beitragen. Die zeitliche begrenzte Aktion soll die Gewerkschaften, die seit vielen Jahren mit BanaFair kooperieren, darin unterstützen, ihre Rechte durchzusetzen.

So sinnvoll viele Spendenaktionen in solchen Notsituationen auch sind, stellt sich die Frage, ob Fair-Handels-Importeure zukünftig eher Konsument*innen bzw. Kund*innen im Weltladen statt die Weltläden in den Blick nehmen. Diese könnten dann Kund*innen auf die Spendenaktion hinweisen und darauf ansprechen. Gewinne aus dem Verkauf des Weltladens sollten hierfür aber nicht verwendet werden. Oder eben erst dann, wenn die nötigen Investitionen für die Zukunft des Weltladens bereits eingeplant wurden.

Argumente für die Investition in die eigenen Strukturen

Verschiedene Akteure wie Produzent*innenorganisationen, Fair-Handels-Im-



Exkurs zu Vertrauenswürdigkeit von Spenden

Wenn nach der Investition in den eigene Weltladen in Projekte gespendet werden soll, ist auf Seriosität und Wirkung zu achten. Ein sicheres Zeichen für Vertrauenswürdigkeit ist das Spenden-Siegel des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI). Das DZI empfiehlt, sein Spendenbudget auf wenige Organisationen zu konzentrieren. Eine zu kleinteilige Aufteilung der Spenden führt dazu, dass sich der Verwaltungs- und Werbeaufwand der Organisationen multipliziert. Kritisch sind Spendenwerbungen und -aufrufe, wenn sie durch extrem Mitleid erregende Fotos oder Texte oder stereotype Darstellungen von Menschen in den Ländern des Südens Druck ausüben oder ein schlechtes Gewissen machen.

porture, Hilfswerke oder der Weltladen-Dachverband sind der Meinung, dass Weltläden zunächst einmal in die eigenen Strukturen investieren sollten, bevor sie über Spenden nachdenken. Ein höherer Umsatz im Weltladen bedeutet, dass die Produzent*innen mehr Produkte im Fairen Handel verkaufen, was sich positiv auf ihre Lebensumstände auswirkt.

Investitionen im Weltladen, z.B. im Marketing, in der Ladengestaltung, in der Weiterbildung des Personals oder in einen Umzug an einen besseren Standort, tragen zur Zukunftsfähigkeit bei und leisten einen wirksamen Beitrag im Fairen Handel.

Fairer Handel bedeutet auch, dass die Mitarbeiter*innen in den Weltläden bezahlt werden sollten. Auch hier sind Investitionen sinnvoll, wie etwa durch die Schaffung einer Teilzeitstelle für die Ladenkoordination, auch wenn die Margen hierfür oft nicht ausreichen. Österreich ist in dieser Sache Vorreiter – hier haben bereits nahezu alle Weltläden hauptamtliche Mitarbeiter*innen.

Nicht zuletzt sollten Überschüsse nach der Investition in den eigenen Laden

sinnvoll für den Weltladen-Dachverband verwendet werden, auch über eine Mitgliedschaft hinaus. Momentan sind nur die Hälfte der deutschen Weltläden Mitglied im Dachverband, der sich nur zu einem Drittel aus Mitgliedsbeiträgen finanziert und stark von Drittmitteln abhängig ist.

Um seine Angebote weiter auszubauen und eine starke Position einzunehmen, ist daher eine finanzielle Beteiligung von Weltläden wichtig.

Achim Franko

Zum Weiterlesen:

Handreichung der Fair-Handels-Beratung: Spenden und Engagement im Fairen Handel, Februar 2018

Newsletter Nr. 6 / August 2016 von dwp Living Wages im Fairen Handel. Forum Fairer Handel, Berlin, 2016.

Wer anderen einen Brunnen gräbt. Berliner Entwicklungspolitische Ratsschlag, Berlin, 2012



Foto: Karin Knus

Zeichen sozialer Gerechtigkeit

Initiative zur Stärkung des Fairen Handels

in den Kirchengemeinden kürt

100. „Faire Gemeinde“ im Bistum Osnabrück

Im Bistum Osnabrück und dem evangelischen Kirchenkreis Osnabrück gibt es eine Vielzahl an Gemeinden, die sich im fairen und ökologischen Bereich engagieren. Mit der Aktion „Faire Gemeinde“ sollen Kirchengemeinden ermutigt werden, faire und ökologische Aspekte in ihrem Kaufverhalten zu berücksichtigen.

Mitte Februar wurde nun die 100. „Faire Gemeinde“ im Bistum ausgezeichnet. Entstanden ist die Idee 2012 auf Anregung der Süd Nord Beratung e.V. (VEB). Dirk Steinmeier, Fairhandelsberater beim VEB: „Wir wurden damals von Kirchengemeinden angesprochen, was sie tun könnten, um den Fairen Handel, aber auch Umweltaspekte in den Kirchengemeinden zu verankern. Daraus entstand ein Konzept, das mit der Bischöflichen Kommission für Mission, Entwicklung und Frieden im Bistum Osnabrück und der Katholischen LandVolkHochschule Oesede umgesetzt wurde, sich aber auch an die evangelischen Gemeinden in den Kirchenkreisen richtet.“

Die Kriterien sind nicht zu hochgesteckt, sollen dennoch ein deutliches „Mehr“ sein, als fair gehandelten Kaffee im Pfarrheim auszuschenken:

- Faire Verköstigungen bei Veranstaltungen
- Durchführung von öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen zum Fairen Handel
- Faire Geschenke (Präsentkörbe, Produkte aus Fairem Handel...)
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Gemeindebrief, Internetseite)
- Fair gehandelte Blumen als Schmuck in der Kirche oder bei festlichen Anlässen
- Eigene faire Aktivitäten

Aber auch ökologische Aspekte gehören mit in den Maßnahmenkatalog:

- Vermeidung von Einweggeschirr und Einwegflaschen
- Umsetzung von Energiesparmaßnahmen (energiesparende Leuchtmittel etc.)

„Durch die Initiative Faire Gemeinde wird eine praktische, weltumspannende Solidarität möglich. So können wir als Kirche dem Auftrag des Evangeliums nachkommen und Gerechtigkeit konkret mitgestalten. Faire Gemeinden fördern unsere Glaubwürdigkeit. Ich freue mich, wenn sich in unserem Bistum viele Gemeinden und Pfarreiengemeinschaften an der Aktion beteiligen, und unterstütze die Initiative ausdrücklich.“

Bischof Bode

- Einsatz regional und biologisch erzeugter Produkte
- Verwendung von Recyclingpapier
- Nutzung von Ökostrom
- Eigene ökologische Aktivitäten

Überregionale Vernetzungstreffen dienen zum Austausch und der Impulsgebung: „Unser Hauptanliegen ist es, die fairen Gemeinden zu vernetzen und sie fortzubilden“, sagt Dirk Steinmeier von der Süd-Nord-Beratung. Wichtig sei, dass die Kirche beim Thema weltweite Gerechtigkeit und Fairer Handel vorangehe.

Gundis Jansen-Garz

Neues von der Süßwarenmesse

Die internationale Süßwarenmesse gilt als eine der größten ihrer Art und fand im Januar in Köln statt.

Es werden zahlreiche Leckereien vorgestellt, auch solche, die kein Mensch braucht. Aber auch die Akteure im Fairen Handel nutzen die Messe, um sich und ihre Produkte vorzustellen.

Aldi steigt ins Kakaoprogramm ein

In diesem Jahr hat TransFair eine neue Fairtrade-Partnerschaft bekannt gegeben: Aldi Nord und Aldi Süd wollen fortan auch nachhaltigen Rohkakao über Fairtrade-zertifizierte Kooperativen beziehen. Unter ihren Eigenmarken „Fair“ und „One World“ vertreiben die Unternehmen bereits Fairtrade-gesiegelte Produkte. Dieter Overath, Geschäftsführer TransFair erklärt: „Im vergangenen Jahr kauften Hersteller insgesamt

40.000 Tonnen fair gehandelten Kakao ein, davon 37.500 Tonnen über das Kakaoprogramm. Das entspricht einem Anstieg um 33 Prozent und der Marktanteil von Fairtrade-Kakao steigt damit von sechs auf acht Prozent. Angesichts des Kakao-Preisverfalls um 40 Prozent sei eine kostendeckende und nachhaltige Produktion unmöglich. Daher sei Fairtrade wichtiger denn je.

Von der Bohne bis zur Tafel fair

Die GEPA geht einen anderen Weg. Sie setzt auf 100 Prozent Fairer Handel. Noch in diesem Jahr können fair gehandelte Haselnüsse eingesetzt werden und dann erreicht ihr Schokoladen-Klassiker „Vollmilch Haselnuss“ die 100

Prozent. Neu im Programm sind auch die vegane Bio Cocoba Zartbitter Schokocreme und zwei Varianten „Haselnuss Waffeln“: pur und mit Schokoladenüberzug.

Die GEPA zahlt Kakaogenossenschaften wie COOPROAGRO in der Dominikanischen Republik in der Regel Preise, die nicht nur deutlich über Weltmarktpreis, sondern auch deutlich über die Mindestanforderungen von Fairtrade International hinausgehen. Das sei der Mehrwert der GEPA, so Geschäftsführer Peter Schaumberger.

Gundis Jansen-Garz



Faire Metropolregion Nürnberg

Nicht nur das Ruhrgebiet hat seine Faire Metropole, auch die Region Nürnberg darf sich seit rund einem Jahr Faire Metropolregion nennen. Und das sogar Euro-päisch ausgezeichnet.

Auf der diesjährigen BioFach-Messe startete nun die operative Phase des Projektes mit einer Förderung von rund 460.000 Euro. Beim Treffen des Initiativkreises Faire Metropolregion, das im Rahmen des BioFach-Begleitmesse StadtLandBio stattfand, wurde am Freitag, 16. Februar der Startschuss für die „Entwicklungsagentur Faire Metropolregion“ gegeben. Ziel der Entwicklungsagentur ist es, in zwei Jahren Projektlaufzeit bis 2019 den Fairen Handel in der öffentlichen Beschaffung voran zu bringen. Die Entwicklungsagentur wird daher vor allem Kommunen in der Metropolregion in Sachen nachhaltige Beschaffung beraten. „Nach der Auszeichnung zur Fairtrade-Region ist dies

nun der nächste logische Schritt in unseren Bemühungen um eine faire und nachhaltige Gesellschaft“, so Thomas Thumann, politischer Sprecher des Forums Klimaschutz und nachhaltige Entwicklung und Oberbürgermeister der Stadt Neumarkt. „Wir wollen unserer Verantwortung gerecht werden, indem wir den Anteil an fair gehandelten Produkten in unserer Region erhöhen. Eine zentrale Aufgabe im Projekt ist auch die Etablierung eines Fairtrade-Gipfels, der die wichtigsten Akteure*innen und Multiplikatoren im Bereich Fairer Handel großräumig einlädt und an einen Tisch bringt.“

Die Fördergelder für die Einrichtung der Entwicklungsagentur in der Metropolregion Nürnberg stammen aus Mitteln des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und werden durch die Engagement Global GmbH für zwei Jahre bereitgestellt.



40 Jahre „Jute statt Plastik“

Vor 40 Jahren, am 10. Februar 1978, startete die Aktion „Jute statt Plastik“ mit der zentralen Eröffnung in Hamburg. Die „Aktion Dritte Welt Handel e.V.“ (A3WH) und der „AG Dritte Welt Läden e.V.“ zeichneten sich als Initiatoren aus.

Sie schrieben damals in einem Infoblatt zur Eröffnungsaktion: „Jute statt Plastik heißt Arbeit für Bangladesch, Schonung von Energie und Umwelt, umschwenken zu einem neuen Lebensstil und umdenken zu einem anderen Wachstum.“ Auch in



anderen Ländern gab es entsprechende Aktionen. Eine originalbedruckte Tasche hängt im Haus der Geschichte in Bonn und mit Kirchentagsaufdruck findet sich ein Exemplar im Deutschen Historischen Museum in Berlin.

3,2,1... läuft! Fairer Handel im Kino!

Filme über den Fairen Handel im Kino? Genau das hat die Kampagne Faire Metropole Ruhr jetzt in 28 Kinos geschafft. Mit dem Trailer „Faire Metropole Ruhr“ werben die Städte Castrop-Rauxel, Dinslaken, Kamen und Dortmund für ihre Aktivitäten im Fairen Handel. „Uns ist es wichtig, das Thema Nachhaltigkeit in die Breite zu tragen. Wir möchten durch dieses Format mehr Menschen in den Städten erreichen und ihnen zeigen, welche super spannenden Aktionen ihre Kommunen zu diesem Thema auf die Beine stellen“, sagt Vera Dwors vom Vorstand der Fairen Metropole Ruhr. Ungefähr sieben Monate ist es her, dass die Idee zu den animierten Kurzfilmen entstand. Nun ist es vollbracht. Das Filmprojekt „Faire Metropole Ruhr“ feierte am 8. Februar im Endstation Kino im Kulturzentrum Bahnhof Langendreer Premiere. Nicht nur alle Beteiligten und Gäste, sondern auch eine Schulklasse

aus Hattingen durfte live dabei sein, als die Trailer, produziert durch Benjamin Helsper von der Firma Klausebou, das erste Mal öffentlich vorgeführt wurden. Sie alle waren begeistert. „Deshalb freuen wir uns umso mehr, dass die Spots ab sofort in 28 Kinos im Ruhrgebiet über Arbeit und Ziele der Fairen Metropole Ruhr und das faire Engagement der Städte informieren und hoffentlich viele Menschen für den Fairen Handel begeistern“, sagt Vera Dwors. „Es wäre fantastisch, wenn es uns gelingt, durch die Filme darauf aufmerksam zu machen, wie viel im Ruhrgebiet zum Thema Fairer Handel passiert und ein paar Menschen zu motivieren, sich zu engagieren und beim Einkauf darauf zu achten, welche Produkte fair und nachhaltig sind“, so Markus Heißler, ebenfalls aus dem Vorstand der Fairen Metropole Ruhr. Das Ruhrgebiet wurde am 20. November 2013 als erste Großregion in Deutschland und als erster Städteverbund weltweit als „Faire Metropole“ ausgezeichnet. 21 Städte und Gemeinden und der Kreis Wesel hatten durch Ihre Auszeichnung als Fairtrade-Stadt bzw. -Kreis den Weg für die Auszeichnung bereitet. Mittlerweile leben über 4,5. Millionen Menschen in einer Fairtrade-Town oder einem Fairtrade-Kreis des Ruhrgebiets.

➔ www.faire-metropole-ruhr.de

Die Not der Anderen

„Die Not der Anderen - Kulturwissenschaftliche Perspektiven auf Aushandlungen globaler Armut am Beispiel des Fairen Handels“ ist der Titel eines neuen Buches von Lars Winterberg, der sich im Rahmen seiner Dissertation auf Spurensuche begab: Die Not der Anderen hat viele Gesichter - Hunger, Bildungsarmut und medizinische Unterversorgung, Verwundbarkeit, Marginalisierung und Unterdrückung. Sie alle sind soziale Realität und prägen den Alltag vieler Menschen. Doch welche Rolle spielt Armut jenseits tradierter Solidargemeinschaften und inwieweit eröffnet sie alltägliche Handlungsfelder? Wie wird die Not



der Anderen wahrgenommen, gedeutet und verarbeitet? Am Beispiel des Fairen Handels begibt sich diese Studie auf die Suche: Wie lässt sich der Faire Handel als Kulturphänomen fassen und forschungspraktisch konturieren? Inwieweit sind tradierte Umgangsweisen mit Armut, aber auch aktuelle gesellschaftspolitische Entwicklungen bedeutsam? Der Band eröffnet vielfältige Perspektiven auf Kulturen sozialer Ungleichheit. Lars Winterberg sichtet vielfältiges Quellenmaterial und Untersuchungen zum Fairen Handel, interviewte Fair Handels-Akteure und schrieb so eine fundierte Arbeit zum Fairen Handel mit einer fachlich orientierten, kulturtheoretisch-methodischen Ausrichtung: Eine wichtige Publikation für alle, die die Entwicklungen im Fairen Handel einordnen und reflektieren möchten. Lars Winterberg: „Die Not der Anderen - Kulturwissenschaftliche Perspektiven auf Aushandlungen globaler Armut am Beispiel des Fairen Handels“, 330 Seiten, Verlag Waxmann (2017), ISBN 978-3830935056, 39.90 Euro.

Wie geht es weiter mit der Sauce?



Im Rahmen der aktuellen Untersuchung von Vorverschiffungsmustern hat die GEPA festgestellt, dass sich im Produkt Senfkörner befanden, die nicht auf der Verpackung deklariert sind. Da der Zeitraum über die aktuelle Charge hinaus nicht eingegrenzt werden kann, möchte sie sichergehen und hat daher das Produkt komplett zurückgerufen, da nicht auszuschließen ist, dass es nach dem Verzehr zu allergischen Reaktionen in Bezug auf Senf kommen kann. Menschen mit einer Allergie auf den genannten Bestandteil sollten das Produkt nicht verzehren. Für Menschen ohne diese Allergie ist das Produkt uneingeschränkt zum Verzehr geeignet. Die vorhandenen Gläser im Lager werden wir mit der entsprechenden Deklaration versehen. Das Produkt wird in alsbald wieder lieferbar sein.

Zuschüsse für Weltläden

Bei den Weltladen-Fachtagen in Bad Hersfeld im vergangenen Jahr haben dwp, El Puente, GEPA und GLOBO in Zusammenarbeit mit den Fairhandels-Berater*innen ihre neue Initiative zur Stärkung der Weltläden vorgestellt. Jetzt gibt es Neuigkeiten: Aus einem Fonds können Weltläden Zuschüsse für Veranstaltungen beantragen! Zur Unterstützung regionaler Vernetzung und Seminare steht nun ein Budget zur Verfügung: der Veranstaltungsfonds.



Die Organisatoren dieser Treffen können einen Zuschuss von 250 Euro für ihre Veranstaltung beantragen. Themen wie der optimale Standort, Schaufenstergestaltung, Teamstruktur oder der Umgang mit Kund*innen sind einige Beispiele, die gefördert werden können. www.el-puente.de/aktuelles

Klimawandel

Die Fair-Handels-Bewegung setzt sich seit Jahrzehnten für mehr weltweite soziale Gerechtigkeit ein und ermöglicht Kleinbauernfamilien im globalen Süden stabilere Vermarktungs- und bessere Lebensbedingungen. Doch was hat der Klimawandel damit zu tun? Eine neu herausgebrachte Studie von Brot für die Welt beschreibt die Auswirkungen des



Klimawandels und die damit verbundenen Herausforderungen für den Fairen Handel. Eine lesenswerte und informative Publikation, die mit Blick auf die zukünftigen Themen des Fairen Handels eine gute Handreichung bietet. Nicht zuletzt die Faire Woche im September widmet sich dieser Fragestellung.

www.brot-fuer-die-welt.de
info.brot-fuer-die-welt.de/blog

Ehrenamt ist wichtig

Inzwischen sind sie schon ein Klassiker: Die jährlichen Veranstaltungen, bei denen sich die GEPA bei allen Ehrenamtlichen – und natürlich auch den Hauptamtlichen – bedankt, die sich so unermüdlich wie erfolgreich für den Fairen Handel einsetzen. Die Veranstaltungen in den Regionen finden in diesem Jahr im Zeitraum Februar bis April statt. Eine letzte Veranstaltung bei der GEPA in Wuppertal ist überregional und richtet sich an alle Ehrenamtlichen im Fairen Handel. Das beliebte GEPA Fest für die Weltläden und Aktionsgruppen mit Musik, Essen, Verkostungen, Information und Austausch findet am 28. April im RFZ Wuppertal statt.

www.gepa.de