



WELT & HANDEL

Der Preis für Schokolade ist hoch

Das Fairtrade-Kakaoprogramm wurde vor zwei Jahren eingeführt – Welt&Handel fragt nach, wie es sich entwickelt hat

INHALT

- 01 **TITELTHEMA:**
Der Preis für Schokolade ist hoch
- 05 Hell und einladend
- 05 Gutes Land für fairen Rooibos
- 06 And the winner is...
- 06 Robin Roth verlässt die GEPA
- 07 „Fair“ reisen ist möglich
- 07 Fairer Handel – Inklusiv!
- 08 Material
- 08 Termine

Gut zwei Jahre ist es her, dass Fairtrade International ein Zusatzmodell für den Fairen Handel mit den Rohstoffen Kakao, Zucker und Baumwolle eingeführt hat. Unter der internationalen Bezeichnung „Fairtrade Sourcing Programm“ sollen die Marktchancen für Kleinbauern, die bisher nur Teile ihrer Ernte zu vorteilhaften Fairtrade-Bedingungen absetzen konnten, verbessert werden.

Konkret heißt das für Kakao: Unternehmen verpflichten sich, eine „relevante Menge“ an Kakao aus Fairem Handel einzukaufen. Was „relevant“ ist, wird mit dem Unternehmen ausgehandelt. Die wichtigste Veränderung zum allgemeinen Fairtrade-Produkt-Siegel besteht darin, dass es genügt, wenn eine einzelne Zutat, also der Kakao, Fairtrade zertifiziert eingekauft wird. Das liegt daran, dass es beim Fairtrade-Kakaoprogramm nicht um das gesiegelte Endprodukt geht, sondern nur um eine Einzelzutat. Ein Unternehmen kauft beispielsweise von einer

Kakao-Genossenschaft den Kakao zu Fairtrade-Bedingungen ein. Den Zucker aber kauft das Unternehmen von einem konventionellen Händler. Somit ist nicht das Produkt gesiegelt, sondern der darin enthaltene Rohstoff. „Für die Produzenten von Kakao, Zucker und Baumwolle ändert sich also nichts, außer, dass sie mit den Programmen zusätzliche Möglichkeiten erhalten, ihre Rohstoffe zu Fairtrade-Bedingungen zu verkaufen und somit von den Vorteilen, zum Beispiel der Fairtrade-Prämie, profitieren zu können“, heißt es bei TransFair. Grund für diese Neuerung waren damals Bestrebungen und Anfragen der Produzierenden, dass sie wesentlich mehr Rohstoffe verkaufen könnten, als ihnen zurzeit abgenommen werden. Der Marktanteil von Fairtrade zertifiziertem Kakao lag 2014 in Deutschland bei nur 0,2 Prozent. Dieser Anteil sollte mit den neuen Programmen erhöht werden.

Fortsetzung auf Seite 2

Auf der diesjährigen Süßwarenmesse ISM Anfang Februar in Köln stand bei Fairtrade-Deutschland der Kakao im Fokus. „Durch das Kakaoprogramm erreichen wir erstmals relevante Verkaufsmengen auf dem deutschen Markt. Für 2015 rechnen wir mit insgesamt und 13.000 Tonnen Fairtrade-Kakao, die für Schokoladenwaren eingekauft wurden“, so Dieter Overath, Vorstandsvorsitzender von Transfair. Das entspricht gut 70 Prozent mehr als 2014. Seit 2014 führe das Fairtrade-Kakaoprogramm zu deutlichen Absatzsteigerungen. Mit dabei sind Ferrero, Lidl, Rewe, Mars Deutschland, Kaufland und Riegelein. Ab Weihnachten 2016 wird der Kakaobedarf aller Produkte der Marke Riegelein auf das Fairtrade-Kakaoprogramm umgestellt sein. Ein wichtiger Schritt, dem viele Unternehmen nachfolgen sollten, findet Dietmar Stoian, leiten-

der Wissenschaftler am Institut Bioversity International. Erarbeitet an einer von Fairtrade International beauftragten Baseline Studie im Kakaosektor in Ghana und der Elfenbeinküste, die zur Jahresmitte hin veröffentlicht werden soll und die Grundlage für eine langfristige Wirkungsanalyse darstellt. „Um die Situation vor Ort nachhaltig zu verbessern, brauchen die Kakaobauern bessere Unterstützung zum Aufbau und zur Führung von Kooperativen, möglichst direkte Lieferbeziehungen zu Abnehmern von Fairtrade-Kakao zur Sicherung der Fairtrade-Prämie, sowie besseren Zugang zu Finanzmitteln und technischer Assistenz.“ Er sieht den Fairen Handel als einen wichtigen Eckpfeiler in einem Bündel von Maßnahmen, das benötigt wird: „Fairtrade leistet wichtige Arbeit vor Ort und blickt auf langjährige Expertise in der Arbeit mit

Kleinbauern zurück. Fairtrade-Bauern sind in Organisationen zusammengeschlossen und oftmals besser über das Marktgeschehen informiert.“ Um die Herausforderungen im Kakaosektor zu bewältigen, müssen verschiedene Bereiche zusammenarbeiten, ist Stoian überzeugt: „Ich sehe in engerer Zusammenarbeit zwischen Regierungsbehörden, Wirtschaft und der Zivilgesellschaft, vor allem direkt in den Anbauländern, eine echte Chance.“ Es gibt aber auch Produzenten, die die Einführung dieser Programme sehr kritisch sehen. Sie sehen u. a. die Förderung der Kleinproduzenten gefährdet, da es bei den neuen Programmen darum geht, möglichst große Mengen für die Schokoladenindustrie zur Verfügung zu stellen. Kleinere Organisationen können das gar nicht leisten. Es wird befürchtet, dass am Ende nicht die kleineren Orga-

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.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 Düsseldorf, 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:

Timo Klostermeier_pixelio.de

Guten Morgen, Welt!

Es ist kurz vor Ostern und noch stehen sie in den Regalen: Schokoladen-Osterhasen und Schoko-Eier. Sie gehören natürlich in jedes Osternest. Doch nach wie vor sieht es im Kakaosektor schlecht aus – schlechte Arbeitsbedingungen und Kinderarbeit sind nach wie vor an der Tagesordnung. Die Unternehmen der Schokoladenindustrie könnten diese Umstände mit ihrer Marktmacht verändern, Einfluss auf die Produktionsbedingungen nehmen und durch ihr Einkaufsverhalten verbesserte Bedingungen in der Handelskette erreichen. Vor zwei Jahren wurde das Fairtrade-Kakaoprogramm installiert, das vor allem für mehr Absatz des fair gehandelten Kakao sorgen sollte. Ob und wie es sich entwickelt hat, lesen Sie im Schwerpunkt der

vorliegenden Ausgabe. Außerdem gibt es Neues von der GEPA, der Fairtrade Award wurde verliehen, eine Roiboos-Kooperative kauft eigenes Land und in Münster freut sich der Weltladen über seinen neuen Standort.

Die nächste Ausgabe von Welt&Handel halten Sie Mitte Mai in den Händen – zuvor werde ich in Ruanda erfahren, wie der Faire Handel bei den dortigen Partnern/-innen von El Puente wirkt!

Eine gute Zeit und viel Spaß bei der Lektüre Gundis Jansen-Garz



Foto: privat



nisationen davon profitieren, sondern solche, die sowieso schon entsprechende Mengen anbieten können. In Schokoladen, die das Fairtrade-Siegel tragen, sollten die Hauptzutaten von Kleinbauern-Organisationen stammen, die wirklich die Prinzipien des Fairen Handels umsetzen und praktizieren.“ (Bernardo Apaza, Mitglied und Vertriebsleiter der Kakao-Genossenschaft ELCeibo, Bolivien. **Quelle: www.fairtrade.de**).

Anders argumentiert Chief Adam Tampuri, Vorsitzender von FairtradeAfrica und Vorstandsmitglied von Fairtrade International: „FairtradeAfrica begrüßt die Fairtrade-Programme als ein wichtiges neues Modell, das Produzenten weitere Möglichkeiten erschließt, um von Fairtrade zu profitieren. Tausende Bauern in Westafrika benötigen dringend neue Marktzugänge, um ihren Kakao und ihre Baumwolle unter Fairtrade-Bedingungen zu verkaufen. Wir müssen jetzt aktiv werden und etwas verändern, damit sich die Perspektiven für afrikanische Produzenten spürbar verbessern. Die Fairtrade-Programme halten wir für einen wichtigen Bestandteil der Lösung.“ (**Quelle: www.fairtrade-deutschland.de**)

Claudia Brück, Geschäftsführender Vorstand von TransFair, ist zufrieden mit dem Erreichten: „Das Programm läuft seit vergangenem Jahr, obwohl wir uns in einer Umbruchphase befinden – der Beraterdienst ist an die kontinentalen

Netzwerke angegliedert worden – konnten wir die Beraterzahl verdoppeln, die Schulungen intensivieren, das Kinderschutzprogramm ausbauen. Kooperationsmanagement, Förderung von Frauen in den Gemeinden, aber auch Produktivität, Umweltschutz und Biodiversität laufen sehr gut an. Über Wirkung zu sprechen ist sicherlich noch zu früh. Aber wir haben eine Baseline Studie für Westafrika am Institut Bioversity International in Auftrag gegeben, die Mitte des Jahres veröffentlicht wird und einen IST-Zustand beschreibt. Wir werden dann in drei Jahren entlang dieser Studie noch einmal genau hinschauen, welche Wirkung wir entfaltet haben.“

Vor zwei Jahren sagte sie in Welt & Handel, Ausgabe 3-2014: „Ersten Hochrechnungen zufolge erwartet Fairtrade International 2014 ein Absatzwachstum von fair gehandeltem Kakao um gut 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr.“ Diese Zahl sieht sie mehr als erreicht, denn: „Für 2015 rechnen wir mit insgesamt rund 13.000 Tonnen Fairtrade-Kakao, die für Schokoladenwaren eingekauft wurden. Das entspricht gut 70 Prozent mehr als 2014. Wichtige Partner sind Ferrero, Lidl, Rewe, Mars Deutschland, Kaufland und Riegelein. Ja, das entspricht unseren Erwartungen und erste Gespräche zeigen, dass es auch zukünftig in diese Richtung weitergeht.“ Andrea Fütterer, Grundsatzreferentin der GEPA, ist nach wie vor skeptisch: „An unserer

Meinung zum Kakaoprogramm hat sich nichts geändert. Da wir aber mit den kleineren Organisationen, die nicht in diesem Programm erscheinen, zusammenarbeiten, können wir da aktuell nichts Neues sagen. Wir wünschen uns, dass mit der Bekanntheit und Power, die der Faire Handel mittlerweile hat, auf den Strukturwandel auf internationaler Ebene für alle Beteiligten hingearbeitet wird. Das Kakaoprogramm gibt dagegen Zugeständnisse an die Industrie, das auch kurzfristige Mengensteigerungen für einige Wenige bedeuten kann. Das geht auf Kosten der Abertausende von Produzenten/-innen, die nicht partizipieren können. Außerdem ist die Botschaft an die Verbraucher/-innen doch, dass Fairer Handel auch „billig“ zu haben ist und die Kriterien aufgeweicht werden.“

Friedel Hütz-Adams vom Südwind-Institut ist nach wie vor nicht überzeugt vom Konzept des Kakaoprogramms: „Was die Bauern im Kakaosektor in erster Linie brauchen, sind Beratung und Training. Es ist noch immer ein großes Problem, dass ihnen häufig grundlegende Kenntnisse über den Anbau von Nahrungsmitteln fehlen. Viele Kakao-plantagen oder -felder sind alt und müssten dringend durch neue Pflanzen aufgestockt werden, aber dafür ist kein Geld da.“ Die Situation in Ghana und der Elfenbeinküste sei noch immer so, dass die Bauern am Existenzminimum leben

und keinerlei Investition in die Pflege und Aufforstung tätigen können. Der Anteil an Kindern, die in den Plantagen arbeiten müssen, sei ebenso noch immer viel zu hoch: „Wir gehen von rund zwei Millionen Kindern aus, das ist ein Indikator dafür, dass es noch längst nicht reicht, was bislang getan wurde.“

Auch im Nachwuchsbereich sieht es schlecht aus. Es werden dringend neue Mitarbeiter/-innen für die Leitung von Kakaoplantagen benötigt, aber es will niemand dort arbeiten. Die Perspektive und die Einkommensmöglichkeiten sind zu gering“, so Hütz-Adams. Selbst Unternehmen sind mittlerweile der Meinung, dass der Kakaopreis viel zu niedrig sei, denn so günstig kann nicht nachhaltig produziert werden. Zum Fairtrade-Kakaoprogramm sagt Friedel Hütz-Adams: „Der Aufwand und die Investition in die Zertifizierung decken oftmals nicht den höheren Verdienst, es wird zu wenig von dem zertifizierten Kakao über Fairtrade verkauft – ein großer Teil konventionell abgesetzt, somit sind die Prämien eigentlich zu niedrig. Die Zertifizierung allein wird die Probleme nicht lösen, da müssen Unternehmen, Politik und Regierung zusammenarbeiten und an einem Strang ziehen.“ Das Kakao-Barometer 2015, das die Kampagne Make chocolate fair erstellt hat, bietet einen Überblick über die aktuellen Nachhaltigkeitsentwicklungen

im Kakaosektor. Hier heißt es: „Die meisten Kakaobäuerinnen und -bauern leben in extremer Armut. Es gibt verschiedene Gründe dafür: niedrige und schwankende Kakaopreise, mangelnde Organisation der Bäuerinnen und Bauern, zu geringe Marktmacht, kleine Anbauflächen, unsichere Landrechte, Pachtverträge, die den Pächtern/-innen einen erheblichen Teil ihrer Einkommen nehmen (Sharecropping), niedrige Produktivität, schlechte Infrastruktur, geringer Zugang zum Markt und zu Marktinformationen. Diese Armut ist eine wichtige Ursache für viele Probleme, unter anderem für schlechte Arbeitsbedingungen, (schlimmste Formen der) Kinderarbeit und Kinderhandel, Analphabetismus und Mangelernährung. Es ist daher keine Überraschung, dass die jungen Generationen den Kakaoanbau insgesamt verlassen – im Moment bietet Kakao schlicht und einfach nicht die Möglichkeit, ein existenzsicherndes Einkommen für die Produzenten/-innen und ihre Familien zu erwirtschaften.“

Eine Steigerung der Produktivität ist laut Kakaobarometer auch nicht zwangsläufig das Ziel, denn: Gegenwärtig konzentrieren sich Nachhaltigkeitsprojekte zumeist auf die Steigerung der Produktivität der Bäuerinnen und Bauern. Dies könnte jedoch die Abhängigkeit der Produzierenden vom

Kakaoanbau erhöhen und zu einem Überangebot an Kakao verbunden mit sinkenden Preisen, führen. Es ist im Moment nicht klar, ob Investitionen in eine höhere Produktivität – was zu zusätzlichen Produktionskosten für Inputs und Arbeitskräfte führt – ein funktionierendes Geschäftsmodell darstellen, das zu einem höheren Nettoeinkommen der Farmen führt.“ (www.makechocolatefair.org, www.cacaobarometer.org).

Lidl war nahezu von Beginn an Teilnehmer des Programms. Frank Eichinger, Mitglied des TransFair Aufsichtsrates, schreibt im Fairtrade-Deutschland Mitarbeiter/-innen Blog zum Thema Fairtrade Award an Lidl unter anderem: „2014 hat TransFair das Kakaoprogramm eingeführt, wiederum mit dem Ziel, die Absätze für die Produzenten zu steigern. Seitdem kaufe ich gelegentlich die „Nougat Kissen“ von Crownfield, einer weiteren Lidl-Eigenmarke. Der Müslihersteller kauft nun offenbar fair gehandelten Kakao ein, um die Produkte für Lidl herzustellen. Das Logo des Kakaoprogramms zielt aber nicht nur zehn verschiedene Zerealienpackungen, sondern ebenfalls Schokoladentafeln und vor allem die Saisonprodukte zu Weihnachten und Ostern. Im November 2015 bin ich aus dem Staunen nicht herausgekommen, als ich die etwa 50 Favorina-Produkte mit dem Logo gesehen habe, eine weitere Eigenmarke. Lidl hat hier tatsächlich von sämtlichen Zulieferern eingefordert, Fairtrade-Kakao einzukaufen und sich der Zertifizierung zu unterziehen. Wenn der Prozess einmal durchlaufen ist, fällt vielleicht auch die Zertifizierung anderer Produkte dieser Hersteller nicht mehr schwer. Wer möchte, kann sich derzeit von dem Ostertortiment bei Lidl überzeugen.“ (<https://blog.fairtrade-deutschland.de/allgemein/herzlichen-glueckwunsch-lidl/>)

Es scheint also, dass das Fairtrade Kakaoprogramm nur eins von vielen möglichen und notwendigen Instrumenten ist, die Situation der Familien, die in der Kakaoproduktion arbeiten, zu verbessern.

Gundis Jansen-Garz



Foto: Frank Eichinger



Hell und einladend

Weltladen zieht in Münsters Süden

Das Südviertel in Münster wird immer fairer. Rund um die St. Joseph, Hl. Geist und Trinitas Kirchen arbeiten bereit sei vielen Jahre Fairhandlungsbereite gut und ökumenisch an der Rettung der Welt. Dieses positive, faire Klima zieht auch immer mehr Geschäfte mit ähnlicher Ausrichtung an. Im vergangenen Sommer hat der Weltladen an der Hammer Straße 53 seine Eröffnung als Weltladen im Südviertel gefeiert. Nach sieben guten Jahren neben dem Programmkinema hatte sich das Team, freilich genötigt durch eine Eigenbedarfskündigung in den Süden Münsters aufgemacht.

Die Hammer Straße ist nach Münsters Innenstadt DIE Einkaufsstraße der Domstadt und der Weltladen fühlt sich hier nach kürzester Zeit bereits sehr wohl.

Das dreißigköpfige Team hat ein einjähriges zwölftmonatigen Prozess den Umzug vorbereitet. Konzepte und Businesspläne wurden geschrieben und wieder verworfen, Standorte geprüft und als ungeeignet abgelehnt. Doch angesichts der Kündigung zum 30. Juni musste irgendwann eine Entscheidung getroffen werden, wenn der Laden eine Zukunft haben sollte. Das Mietangebot an der Hammer Straße kam also zum richtigen und fast letztmöglichen Termin. Mit der Unterschrift unter den Mietvertrag hat der Weltladen sich zum einen langfristig an das Ladenlokal gebunden und zum anderen für einen reinen Weltladenbetrieb entschlossen. Angedachte Kombinationen mit Café oder Buchladen wurden verworfen, das Team hat beschlossen, ausschließlich auf Fairen

Handel zu setzen. Durch die langfristige Zusammenarbeit hat sich unter den Mitwirkenden eine Expertise aufgebaut, auf die nun auch im Umzug zurückgegriffen werden konnte: Grundrissplanungen, Farbgestaltung, Beschilderung konnten in Eigenarbeit entwickelt werden, Handwerkerleistungen mussten lediglich bei der Lichtinstallation und Erweiterung der Ladeneinrichtung in Anspruch genommen werden.

Auf das Ergebnis sind alle stolz: hell und einladend! Das finden auch die Kundinnen und Kunden. Mit dem Umzug konnte der Umsatz noch einmal um 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden, und das, obwohl das Team im Vorfeld sicher war: Einen besseren Standort als im Kono finden wir nie! Der Neustart ist also gelungen. Die hauptamtliche Mitarbeiterin ist von einer 450 Euro-Kraft zu einer sozialversicherungspflichtigen Angestellten befördert worden, die Verkaufsfläche von 50 auf 80 Quadratmeter erweitert, die Miete hat sich allerdings verdreifacht... Wenn jetzt die Kundinnen und Kunden weiter mitspielen, wird der Weltladen hoffentlich auf Dauer ein Ort des Fairen Handels in Münsters Süden sein.

Georg Knipping

Gutes Land für fairen Rooibos

Landkaufprojekt als Existenzsicherung für Kleinbauernfamilien in Südafrika

Die südafrikanische Rooibos-Kooperative Heiveld wurde 2001 gegründet und ermöglicht es ihren Mitgliedern, der jahrzehntelangen Unterdrückung und Armut zu entkommen. Mit ihrem handgemachten Rooibos-Tee höchster Qualität beliefert Heiveld ihre deutschen Partner, darunter die dwp, El Puente und GEPA. Der geerntete Tee wird in einer eigenen Anlage verarbeitet.

Die Menschen können ihr Leben wieder in die Hand nehmen, wie es zur Zeit der Apartheid noch undenkbar gewesen wäre. Derzeit startet die Kooperative gemeinsam mit ihren Partnern in Deutschland eine Kampagne: Durch den

Kauf der Blomfontein-Farm soll neue Fläche für Rooibos-Tee an lokale Kleinbauern und -bäuerinnen gegeben und die langfristige Nutzung gesichert werden. Gleichzeitig soll die einzigartige Landschaft mitsamt ihrer Pflanzenvielfalt auf dem Bokkeveld-Plateau in der Nordkap-Region Südafrikas geschützt werden. Der Kauf von eigenem Land ist für Kleinbauern und -bäuerinnen immer noch eine schwierige Angelegenheit in Südafrika. Die Gründer/-innen von Heiveld beschrieben ihre Mission wie folgt: „Die Aufgabe der Heiveld-Kooperative ist, besten ökologischen Rooibos-Tee zu produzieren und zu vermarkten. Dadurch sollen faire Preise erzielt werden,

um den Kleinbauern und -bäuerinnen der Kooperative und anderen weniger privilegierten Mitgliedern der Gemeinschaft ein besseres Leben zu ermöglichen.“ Heiveld zahlt seinen Mitgliedern die höchsten Preise in der Branche. Der Stolz der Bäuerinnen und Bauern über ihre Arbeit ist durch die gewonnene Unabhängigkeit zurückgekehrt. Es ist jedoch wichtig, dass die Kooperative mit den Bedürfnissen der jungen Mitglieder wächst, da diese sonst dazu gezwungen sind, in die Städte zu migrieren, um Arbeit zu finden.

➤ Weitere Informationen zur Landkauf-Kampagne unter www.weltladen-akademie.de

And the winner is...

Zum fünften Mal wurden in Berlin die Fairtrade Awards für besonderes Engagement für den Fairen Handel vergeben. Durch den Abend führte Anke Engelke.



Foto: Frank Nürnberger

Gewinner in der Rubrik „Hersteller“ wurde die Fair Deal Trading GmbH mit ihrer Marke Ethletic. Ethletics sind die ersten Schuhe mit Fairtrade-Baumwollsiegel. Platz zwei teilen sich Goldschmied Jan Spille für seinen vorbildlichen Einsatz für „fares Gold und Silber“ sowie die Breitsamer+Ulrich GmbH für ihr Engagement für das „flüssige Gold Honig“. Den Award in der Kategorie „Handel“ erhielt die Lidl Stiftung Co.KG. Platz zwei ging an Rewe Boppard für aufmerksamkeitsstarke Kundenaktionen und den Einsatz für die Fairtrade-Town Kampagne in Boppard. Platz drei erhielt die schweizerische Pakka AG: Sie verlagert Wertschöpfung in den Süden und fördert die Vermarktung der Nussprodukte auch vor Ort. Der Pakka-Online-

Shop bietet kernige Vielfalt, heißt es in der Jurybewertung. Gewinner in der Kategorie „Zivilgesellschaft“ wurde das Aktionsbündnis Faire Uni Saar.

Die Uni Saarbrücken wurde 2014 erste Fairtrade-University. Schauspieler Joachim Król überreichte den Preis und verlas die Jury-Entscheidung: „Das Aktionsbündnis Faire Uni Saar schafft es bravurös, die verschiedenen Kräfte von Verwaltung, Lehre und Studierenden für den Fairen Handel zu bündeln.“ Platz zwei geht an die AG Fairtrade-Insel Langeoog. Die Arbeitsgruppe verbindet gekonnt Urlaubsstimmung und Fairen Handel und wird so Multiplikator der Fairhandelsidee. Der Verein „Künstler für Gerechtigkeit“ erhielt Platz drei für

sein Musical „Global Playerz“, mit dem die komplexen Themen Globalisierung und globale Gerechtigkeit auf jugendgerechte Weise erklärt werden.

Die Confiserie Riegelein ist Trägerin des Publikumspreises 2016. Der Schokoladenhersteller, bekannt für sein vielfältiges faires Oster- und Weihnachtsschokoladensortiment, konkurrierte mit 20 Mitbewerbern um die Gunst des Publikums. Bei der Online-Abstimmung setzte sich Riegelein mit 2.506 Stimmen im Kopf-an-Kopf-Rennen gegen das Camerloher-Gymnasium Freising durch, das mit 2.424 Stimmen den zweiten Platz erreichte.

➔ Weitere Infos zu den Gewinnern unter www.fairtrade-deutschland.de

Robin Roth verlässt die GEPA

GEPA-Geschäftsführer Robin Roth scheidet zum 31. März aus dem Unternehmen aus. Der 50-Jährige war mehr als sieben Jahre bei dem Fair-Trade-Pionier beschäftigt. Roth verlässt das Unternehmen aus persönlichen Gründen, erklärte die GEPA in einer Mitteilung. Bis die Stelle neu besetzt sei, werde der kaufmännische Geschäftsführer Matthias Kroth die Geschäfte alleine weiter führen.

„Ich möchte allen Handelspartnern im Süden sehr danken und bewundere ihr endloses Engagement, ihre Organisationen dauerhaft stark und nachhaltig zu machen. Ich danke allen Kundinnen und Kunden und Engagierten hier in Deutschland für ihre unglaubliche Treue zum Fairen Handel der GEPA. Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern danke ich für ihren großen Einsatz, die beiden Welten

der Handelspartner im Süden sowie der Kunden und Verbraucher hier zusammenzubringen“, so Robin Roth. „Die GEPA ist eine starke Marke, hat Krisen bewältigt und viel erreicht sowie ihre Stellung auf dem Markt ausgebaut. Ich wünsche der GEPA von ganzem Herzen, dass sie diesen erfolgreichen Weg weiter geht“, erklärte Robin Roth. Robin Roth war seit dem 1. November 2008 bei der GEPA verantwortlich für Partner, Produkte und Marketing. Zuletzt verantwortete er auch Vertrieb und E-Commerce. Seit 2012 vertrat Roth als Vorstandsvorsitzender auch das Forum Fairer Handel, das bundesweite Netzwerk des Fairen Handels. Seit 2011 war er Präsident der EFTA, (European Fair Trade Association), des europäischen Zusammenschlusses der Fair Handels-Organisationen. „Wir nehmen den Entschluss mit größtem Bedauern zur Kenntnis und



Foto: GEPA - the Fair Trade Company/A. Fischer

danken Herrn Roth für sein hohes Engagement und seine besonderen Verdienste um die Markenentwicklung und -positionierung der GEPA“, erklärte Thomas Antkowiak vom GEPA-Gesellschafter MISEREOR als Vorsitzender der Gesellschafterversammlung.

„Fair“ reisen ist möglich



Nie zuvor reisten so viele Menschen, und der Tourismus ist einer der bedeutendsten Wirtschaftszweige weltweit. Zum Start der weltgrößten Tourismusmesse ITB Anfang März in Berlin kritisierte Brot für die Welt, dass breite Teile der Bevölkerung in armen Zielländern davon nichts haben. „Der Tourismus erfüllt sein Versprechen, armen Ländern mehr Entwicklung und Wohlstand zu bringen, nicht“, sagt Antje Monshausen, Tourismusexpertin bei Brot für die Welt, „die Gleichung ‚Mehr Tourismus – mehr Entwicklung‘ geht nicht auf.“

Brot für die Welt setzt sich seit langem für einen anderen Tourismus ein. Gemeinsam mit dem Arbeitskreis Tourismus und Entwicklung und TourCert ist Brot für die Welt Mit-Herausgeber der neuen Studie „Tourismuswende - Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung: Die Transformation im Tourismus gestalten“.

➔ Die aktuelle Studie finden Sie unter: www.tourism-watch.de/content/tourismuswende-agenda-2030-fuer-nachhaltige-entwicklung

Fairer Handel – Inklusiv!

Ein neues Projekt lässt Menschen mit Behinderung am Fairen Handel teilhaben

„Fair Trade – Inklusiv“ lautet der Titel eines Projektes im Bistum Münster, an dem sich die FAIR-Handelsgesellschaft Münster sowie die Referate Weltkirche und Seelsorge für Menschen mit Behinderungen des Bistums in den kommenden zwei Jahren beteiligen. Ziel ist es, Menschen mit Behinderungen am Thema „Eine Welt“ und dem Fairen Handel teilhaben zu lassen. Dazu gilt es, ein Kurskonzept zu entwickeln. Die Trägerorganisation ist die Europäischen Senioren-Akademie der Caritas.

„Der Faire Handel soll insbesondere an die Zielgruppe der älteren Menschen mit leichten geistigen Behinderungen sowie Menschen mit Lernschwierigkeiten herangetragen werden, die sich in der Lebensphase des Überganges von der Werkstatt in den Ruhestand befinden. Im Vorfeld wird nun eine „passgenaue“ sechsteilige Kursreihe entwickelt und anschließend mit zwei Einrichtungen der Behindertenhilfe durchgeführt“, sagt Georg Knipping, Fairhandelsberater und Mitarbeiter bei der FAIR. Im Rahmen des Kurses erhalten die Teilnehmer/-innen Informationen über fair gehandelte Produkte und den Fairen Handel allgemein und erhalten einen Einblick in die praktische Arbeit von Weltläden. Informations- und Arbeitsmaterialien werden in „Leichter Sprache“ erstellt. Nach der Kursreihe



können die älteren Menschen mit (Lern-) Behinderungen im Rahmen von begleiteten Praxiseinsätzen ehrenamtlich und hauptamtlich tätige Mitarbeiter in Weltläden unterstützen. Erprobt wird die Kursreihe im Zusammenarbeit mit dem Anna-Katharinenstift Karthaus in Dülmen und der Lebenshilfe e.V. Münster.

Partizipieren sollen auch die Weltlädenmitarbeiter/-innen. „Sie erhalten Unterstützung und Mithilfe bei ihrer täglichen Arbeit für den Fairen Handel bzw. die Weltläden, erschließen neue Käufergruppen (Menschen mit Behinderungen, Einrichtungen der Eingliederungshilfe, Angehörige) und erfahren eine positive öffentliche Wahrnehmung („Social Marketing“)", sagt Georg Knipping. Die Einrichtungen der Eingliederungshilfe erhalten ein Praxiskonzept zur Begleitung ihrer älteren Bewohner bei der Gestaltung des Übergangs in den Ruhestand und die älteren Menschen mit Behinderungen erwerben neue Kenntnisse, sammeln Erfahrungen in Handlungsfeldern des Fairen Handels und des Bürgerschaftlichen Engagements und gestalten so ihren Übergang in den Ruhestand aktiv und kontinuierlich. Gefördert wird das Projekt aus Mitteln der Stiftung Umwelt und Entwicklung NRW, des Katholischen Fonds sowie durch das Bistum Münster.

Gundis Jansen-Garz



Zeichnung: Evelyn Merz, pixelio.de

Mit Parkour Futur die Welt erleben

Wo gibt es vor der eigenen Haustür einen Supermarkt ohne Verpackung, wo Umsonst-Läden, wie arbeiten Urban-Gardening-Initiativen, wie funktioniert Fairer Handel, können aus gebrauchten Dingen neue Designstücke entstehen? Fragen rund um das Thema Nachhaltigkeit lassen sich durch die Smartphone-App „Parkour Futur“, die Brot für die Welt entwickeln ließ, leicht und spielerisch beantworten. Die auf Jugendliche ausgerichtete App ermöglicht es, den eigenen Lebensstil zu hinterfragen und sich mit dessen Auswirkungen auf andere auseinanderzusetzen.

Es können zunächst in Berlin fünf Routen ausgewählt werden, die durch verschiedene Stadtteile führen. Die App kann dabei allein, mit Freunden, als Schulklasse oder Freizeitgruppe gespielt werden. Auch ein Wettbewerb mehrerer Gruppen gegeneinander ist möglich. „Der Spaß steht dabei im Vordergrund, das Nachdenken kommt von selbst“, sagt Ruben Quaas, Referent für Fairen Handel bei Brot für die Welt.

Als Baukastensystem angelegt, können Lehrkräfte, Jugendbetreuer oder andere Multiplikatoren auch kostenlos eigene Parkour-Routen in anderen Städten erstellen. Interessant gestaltete Parkours schaltet Brot für die Welt auf Nachfrage für alle frei. „Es ist uns wichtig, ein freies, kostenloses Work-In-Progress-



Welt & Handel • Postfach 32 06 20 • 40420 Düsseldorf • Deutsche Post AG • Postvertriebstück • Entgelt bezahlt • 43831

Projekt anzubieten“, sagt Chris Böer, Referent für nachhaltiges Wirtschaften und ökofaire Beschaffung in Kirche und Diakonie. „Durch das Baukastensystem ist ‚Parkour Futur‘ als Lern-App in Schule & Unterricht einsetzbar.“ Die App ist im App Store und bei Google Play kostenlos herunterzuladen.

➤ *Weitere Informationen zu Funktionsweise und Gestaltung der Parkours finden sich im Internet unter: www.parkourfutur.de.*

Weite-Wirkt-Festival

6. bis 8. Mai, Halle/Westfalen

Ein Jahr vor dem 500. Reformationsjubiläum weitet die evangelische Kirche den Blick über Deutschland hinaus auf die Welt: Reformation und die Eine Welt – so lautet das Themenjahr 2016. Die Evangelische Kirche von Westfalen lädt zu einem Festival ins Gerry-Weber Stadion nach Halle ein. Workshops und Infostände, Livemusik von Adel Tawil bis ELAIZA, Kinderprogramm und prominente Gesprächspartner wie Dr. Heinrich Bedford-Strohm, Dr. Gerd Müller und Prof. Dr. Klaus Töpfer sorgen für ein buntes Programm.

➤ *Infos: www.weite-wirkt-festival.de*

Entwicklung neu denken

20. bis 22. Mai, Hofgeismar

Entwickeln sollte sich der globale Süden – und sich dabei am Entwicklungsmodell der alten Industrieländer orientieren: wachstumsfixiert, ressourcenintensiv, fortschrittsgläubig. Aufgrund der öko-

logischen Zerstörungen, die mit diesem Entwicklungsverständnis einhergehen, richtet sich die Entwicklungsfrage heute immer dringlicher auch an den globalen Norden: Wie ist gutes Leben für alle Menschen unter Wahrung der natürlichen Lebensgrundlagen möglich?

Im Mittelpunkt der Tagung steht die Suche nach Leitbildern, Maßstäben und normativen Prinzipien für eine zukunftsfähige Entwicklung in Nord und Süd: Ressourcenarm, klimaverträglich und sozial gerecht – wie kann das gehen? Veranstalter ist die Evangelische Akademie Hofgeismar in Zusammenarbeit mit Brot für die Welt.

➤ *Infos und Anmeldung: www.akademie-hofgeismar.de*

Weltladen Fachtag und Mitgliederversammlung

24. bis 26. Juni, Bad Hersfeld

Die kombinierte Veranstaltung aus Messe und Tagung wird vom Weltladen-Dachverband veranstaltet und findet schon traditionell in Bad Hersfeld statt. Sie steht ganz im Zeichen von 100 Prozent Fair und hält für jede/n das Passende bereit: Der Besuch der Messe mit ihren 100 Prozent Fair-Händlern eignet sich insbesondere für Einkäufer/-innen. Die Tagung bietet gezielte Fortbildungen sowohl für Engagierten als auch für spezielle Zielgruppen, wie beispielsweise Fach- und Führungskräfte in der Weltladen-Arbeit. Anschließend an die Fachtagung findet am Sonntag, 26. Juni, die Mitgliederversammlung des Weltladen-Dachverband ebenfalls in Bad Hersfeld statt.

➤ *Weitere Infos: www.weltladen.de/fachtagung.*