



# WELT & HANDEL

## Jenseits von Speckstein und Sorgenpüppchen

Handwerk im Weltladen – Chancen und Herausforderungen für Weltläden, Importeure und Produzierenden

### INHALT

**01 TITELTHEMA:**

**Jenseits von Speckstein und Sorgenpüppchen**

**04 Fairer Handel trifft sich auf Demo**

**05 Grußkarten für eine bessere Zukunft**

**06 Fairer Handel wirkt**

**06 Fairer Handel erreicht neue Käufergruppen**

**07 Qualifiziert! Vernetzt! Engagiert!**

**07 Neuer Vorstand beim Forum Fairer Handel**

**07 Material**

**08 Termine**

*Der Faire Handel ist schon lange im Markt angekommen. Supermärkte, Bioläden, sogar einige Discounter schreiben sich auf ihre Fahnen, Fairen Handel zu betreiben. Hier stehen Lebensmittel im Vordergrund. Für manche Weltläden stellt die breite Präsenz der fairen Produkte ein Problem dar. Dabei gibt es einen Bereich, der fast ausschließlich den Weltläden vorbehalten ist, nämlich die handwerklich gefertigten Produkte.*

Sie sind aus zwei Gründen attraktiv für Weltläden: Sie bieten ihnen auf der einen Seite ein Alleinstellungsmerkmal und auf der anderen, wirtschaftlichen Seite eine gute Handelsspanne. Allerdings ist es nicht einfach, ein attraktives, starkes Sortiment anzubieten, das den Wünschen der Kunden/-innen entspricht. Das Angebot an fair gehandelten Handwerksprodukten ist breit gefächert. Manche davon sind seit Mitte der 70er Jahre im Angebot und haben sich nur unwesentlich verändert. Wer kennt sie nicht, die Specksteindöschen, Jonglierbälle oder Sorgenpüppchen.

### Zielgruppen

In den vergangenen Jahren machten viele Läden gute Erfahrungen mit hochwertigen Sortimenten wie Ledertaschen, Schals und Schmuck. Doch immer noch haben manche Einkäufer/-innen der Weltläden nicht den Mut, hochpreisige Waren ins Sortiment zu nehmen. Andere wiederum beklagen, dass nicht genügend hochwertige Produkte angeboten werden.

Gar nicht so leicht, es allen recht zu machen ... Auch, weil innerhalb der Ladengruppen unterschiedliche Meinungen darüber herrschen, was denn nun angeboten werden soll. Dazu sei hier gesagt, dass ein Sortiment nicht basisdemokratisch geplant werden kann. Die Sortimentsgestaltung sollte in wenigen Händen liegen. Eine einheitliche Warenpräsentation und Sortimentsplanung gibt dem Laden Profil. Alles andere wird diffus.

*Fortsetzung auf Seite 2*

Um nun aus den vielen Artikeln die richtigen auszuwählen, muss sich der Laden über seine Zielgruppe im Klaren sein. In Weltläden arbeiten in der Regel Menschen, die niemanden ausgrenzen und für jeden etwas bereithalten möchten. Doch es ist wichtig, die eigene Zielgruppe zu definieren: Wen kann und will ich ansprechen, zu welcher Kundengruppe sollen meine Kunden/-innen gehören? Alter, Geschlecht, Einkommen, Lebensweise, Beruf, Bildung, Einstellungen, Lebensstil sind Merkmale verschiedener Zielgruppen. Es ist wichtig, sich zu entscheiden, wer erreicht werden soll, um dementsprechend das Sortiment zu planen. Das hängt unter anderem von der Lage des Ladens und seinem Umfeld ab. Welches Publikum kann erreicht werden, wer kauft in dieser Straße ein? Das Sortiment für junge Familien muss natürlich anders aussehen als das für

(womöglich ältere) Alleinstehende. In Städten mit hoher Kaufkraft können andere Produkte angeboten werden als in strukturschwachen Regionen. Und natürlich hat jeder Laden seine Berechtigung, egal, ob er sich für ein hoch- oder niedrigpreisiges Sortiment entscheidet. Beides zu mischen ist schwierig. Das Erscheinungsbild des Ladens wird einheitlich, wenn zu unterschiedliche Artikel nebeneinander präsentiert werden. Kunden/-innen mit kleinem Portemonnaie hält es vom Betreten des Ladens ab, wenn im Schaufenster nur edle, hochpreisige Auslagen zu sehen sind. Und die Kunden/-innen, die besondere, ausgefallene und hochwertige Produkte suchen, werden einen Laden mit zu viel kleinteiligen Waren nicht beachten. Das heißt, die Entscheidung für die eine Zielgruppe bedeutet immer auch die Entscheidung gegen die andere. Je

unschärfer die Zielgruppendefinition ist, umso eher greift die Kundenansprache ins Leere. Jeder Einzelhändler muss sich regelmäßig mit seinen Zielgruppen auseinandersetzen - und nicht nur dann, wenn sich die Kunden/-innen sparsamer und kritischer zeigen, sondern auch bei einem zufriedenstellenden Geschäftsverlauf. Nur so ist gewährleistet, dass Sortiment und Ansprache den Kundenwünschen dauerhaft entsprechen. Dies ist wichtig, da es effektiver ist, eine/n Kundin/Kunden zu halten, als einen Neukunden zu gewinnen. Der Gefahr, Kunden/-innen an den Online-Handel zu verlieren, können die Weltläden etwas entgegensetzen, kompetente Beratung, persönliche Ansprache und ein gut ausgewähltes Sortiment. Sie können die Geschichten der Produkte erzählen, weil sie sie kennen. Das schafft kein Online-Handel.

## 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:

GEPA - The Fair Trade Company  
Bei Tara Projects in Indien arbeiten knapp 50 Männer und rund 30 Frauen in Mitgliedsorganisationen.

# Guten Morgen, Welt!

Der Sommer neigt sich dem Ende zu, die Schulferien sind in fast allen Bundesländern beendet und die Faire Woche steht bevor. Wir bieten Ihnen, liebe Leserinnen und Leser einen kleinen Vorgeschmack.

Handwerk im Fairen Handel – so lautet das Titelthema der vorliegenden Ausgabe. Gar nicht so einfach, denn bei Handwerk entscheidet natürlich neben der Qualität vor allem der Geschmack. Und der ist erfahrungsgemäß sehr unterschiedlich und nicht messbar. Das macht die Auswahl für diejenigen, die für den Weltladen einkaufen nicht einfacher. Was es allgemein beim Thema „Handwerk“ zu beach-

ten gibt und welche Neuerungen die GEPA sich diesbezüglich vorgenommen hat, lesen Sie im Artikel von Gabriele Cleeves.

Ein Handwerksprodukt aus Ruanda stellen wir ebenfalls vor, denn „Cards from Africa“ ist ein interessantes Fairhandelsprojekt, das jugendlichen Waisenkindern eine Zukunft bietet.

Ich wünsche viel Spaß bei der Lektüre  
Gundis Jansen-Garz



Foto: privat

### Sortimentsplanung und Warenpräsentation

Wie auch immer die Entscheidung für eine Zielgruppe ausfiel: nun gilt es, ein Sortiment zusammenzustellen, das die gewählte Zielgruppe anspricht. Die Kunst liegt im Weglassen. Nicht jeder muss alles zu jeder Zeit im Angebot haben. Die Auswahl macht's. Bei Lebensmitteln ist das relativ leicht. Hier zeigt das Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD), was zu lange im Laden liegt, keine Kundschaft findet und deshalb ausgelistet werden muss. Wie einfach wäre es, hätten auch Handwerksprodukte ein MHD. Aber auch so ist es gut und richtig, Waren, die zu lange auf ihrem Platz stehen, aus dem Sortiment zu nehmen, günstiger ab zu verkaufen und durch andere Produkte zu ersetzen. Das ist wirtschaftlicher, als „ladentreue Ware“ in den Regalen liegen zu haben – und deshalb keinen Platz für neue Produkte. Nur ein immer wieder wechselndes Sortiment macht den Laden für die Kundschaft interessant und attraktiv.

Nur wenige Weltläden sind bisher so aufgestellt, dass sie ganz eindeutig ein hochwertiges und besonderes Sortiment führen, das vor allem von einer finanziell besser gestellten Zielgruppe gekauft wird. Dies ist sicher kein Konzept für alle Läden, aber es hat durchaus seine Berechtigung. Warum sollen ausgerechnet die Kunden/-innen, die sich höhere Preise leisten können, von Weltläden nicht angesprochen werden? Viele Handelspartner sind durchaus in der Lage, besondere, exklusive Produkte herzustellen. Da wäre es schön, wenn es noch ein paar Weltläden mehr gäbe, die diese Produkte anbieten. In manchen konventionellen Geschäften sind Artikel zu sehen, die den fair gehandelten sehr ähneln. Vielleicht sind sie sogar von den gleichen Herstellern. Doch sie scheinen sich oft in den konventionellen Läden besser zu verkaufen als in Weltläden. Das kann an der Lage liegen, aber auch an der Sortimentsplanung, der Präsentation und dem Erscheinungsbild des Ladens. Ein Laden mit klarem Profil hat es viel leichter, einen speziellen Kundenstamm zu erreichen.



Foto: GEPA - The Fair Trade Company

Es ist kein Problem, Lebensmittel auf relativ kleinem Raum anzubieten. Aber Handwerk braucht Platz. Je hochwertiger, desto mehr. Das Auge der Kundin kann die Produkte nicht erfassen, wenn sich zu viele davon auf engem Raum drängen. Nur eine übersichtliche, harmonische Warenpräsentation wird den hochwertigen Produkten der Handelspartner gerecht. Die Zusammenstellung passender Artikel ist eine Kunst, für die es viel Fingerspitzengefühl braucht. Leichter wird es für die Weltläden, wenn ihnen die Importeure nicht nur einzelne Produkte sondern gut miteinander kombinierbare Sortimente zur Verfügung stellen, die aufeinander aufbauen.

### Importeure und Handelspartner

Bislang überschneiden sich vor allem bei den größeren Importeuren die Sortimente. Der Markt für das Stammpublikum ist gesättigt, es gibt wenig Produkte für neue Kundengruppen. Nicht selten sind bei mehreren Lieferanten die gleichen Artikel zu finden, manchmal mit unterschiedlichen Preisen. Das ist weder für Weltläden noch für Produzierende sinnvoll und nützlich.

Spannend zu beobachten ist nun, welche neuen Wege die GEPA im Bereich Handwerk beschreitet. Sie stellt ihr Sortiment völlig neu auf und reduziert die Anzahl ihrer Handwerksartikel von

### Die GEPA stellt ihr gesamtes Handwerksortiment um.

2000 auf 600 Produkte, die in vier verschiedenen Kollektionen angeboten werden. Die Artikel lassen sich innerhalb der einzelnen Kollektionen nach Lust und Laune kombinieren sowie kollektionsübergreifend einsetzen. Das Sortiment ist attraktiv und anziehend und soll den Weltläden zu neuen Kunden/-innen kreisen verhelfen. Es wird die Weltläden bei der Profilierung als Fachgeschäft unterstützen.

Die Umstellung des Sortiments bedeutet leider für einige, wenige Handelspartner das Ende der Handelsbeziehungen. Für die meisten von ihnen war diese Ankündigung keine Überraschung, da das Auftragsvolumen bisher schon gering war. Aus diesem Grund ist es für sie auch kein großes wirtschaftliches Problem. Diejenigen, für die die Sortimentsumstellung Probleme bereitet, sollen mit Einzelaufträgen weiterhin ein Einkommen behalten. Wo immer möglich, wird das neue Sortiment der GEPA mit den bestehenden Handelspartnern umgesetzt. Deren bisherigen Produkte werden weiterentwickelt zu einem Sortiment mit hohem Verkaufspotenzial. Dabei werden sie von der GEPA in Sachen Design und Qualität beraten. Die Hochwertigkeit der Produkte wird den



Fähigkeiten der Handelspartner gerecht und zeigt, welche handwerklichen Kompetenzen die Produzenten besitzen. Hinter jedem starken Produkt steht ein starker Handelspartner. Größere Stückzahlen pro Artikel sind effektiver für

**Wie wichtig Handwerk für die Produzierenden ist, zeigen die Frauen in Ruanda, die Agaseke Baskets aus Sisal herstellen.**



Foto: Gundis Jansen-Garz

den Handelspartner, hochpreisige Artikel bedeuten in der Regel ein höheres Arbeitsentgelt für den Hersteller. Langfristigkeit der Handelsbeziehungen gehört nach wie vor zum Konzept. Neue Partnerschaften soll es nur für Produkte geben, die die bisherigen Partner nicht anbieten können. Die üblichen Vorteile wie Vorfinanzierung auf Wunsch, Übernahme von Analysekosten und faire Preise, teilweise deutlich über dem gesetzlichen Mindestlohn, gehören zu den

Grundsätzen des Fairen Handels und sind weiterhin selbstverständlich.

Auch in der Vergangenheit boten diverse Importeure den Weltläden gut zusammengestellte Sortimente an. Aber in der Konsequenz, wie es die GEPA nun tut, ist das Angebot neu. Hochwertige Produkte in klarem, zeitlosem Design, die gut zu kombinieren sind – das macht den Weltläden die Sortimentsplanung leicht. Nun gilt es, die Vorschläge anzunehmen und ein klein wenig Mut zum Ausprobieren zu haben. Das Konzept der neuen Kollektionen lässt auf Erfolg hoffen.

Handwerksprodukte in Weltläden sind für alle Beteiligten wichtig. Den Handelspartnern sichern sie ihre Existenz, den Importeuren den Umsatz und den Weltläden die Attraktivität. Deshalb lohnt es sich, viel Zeit und Mühe in diesen Bereich zu investieren. Ein ansprechender Laden und zufriedene Kunden/-innen werden das Ergebnis sein.

Gabriele Cleeves

## Fairer Handel trifft sich auf Demo

*Mit sieben parallelen Großdemonstrationen will ein breites gesellschaftliches Bündnis den immer lauter werdenden Protest gegen die umstrittenen Handelsabkommen CETA und TTIP am 17. September bundesweit auf die Straße bringen.*

Unmittelbar vor dem SPD-Parteikonvent zu CETA sowie dem entscheidenden Treffen des EU-Handelsministerrats markiert der bundesweite Demonstrationstag den bisherigen Höhepunkt der Proteste. Die mehr als 30 Trägerorganisationen fordern den sofortigen Stopp der Verhandlungen über TTIP und die Aussetzung der Ratifizierung von CETA. Für sie sind die Abkommen ein demokratiepolitischer Skandal – ebenso wie das Vorhaben der EU-Kommission, CETA noch vor der Ratifizierung durch die nationalen Parlamente vorläufig anzuwenden. Das Forum Fairer Handel und der Weltladen-Dachverband starten in

Berlin und Frankfurt mit einem eigenen Fair-Handels-Block und laden alle Interessierten ein, teilzunehmen und mit uns für gerechtere Handelsstrukturen zu demonstrieren. In Berlin sammelt sich der Fair-Handels-Block vom Forum Fairer Handel um 11:30 Uhr am Eingang des BCC (Berlin Congress Center GmbH)

nahe dem Alexanderplatz. Nähere Informationen folgen in Kürze auf unserer Website sowie auf Facebook.

In Frankfurt a.M. trifft sich der Fair-Handels-Block von Weltladen-Dachverband um 11:45 Uhr an der S-Bahn-Haltestelle Taunusanlage, Ausgang Deutsche Bank.



Foto: Adam Wolf

## Grußkarten für eine bessere Zukunft

Cards from Africa bedeutet für junge Waisen in Ruanda das Sprungbrett in ein menschenwürdiges Leben – Fairer Handel in seiner wirkungsvollsten Art

*Abseits der Hauptstadt und dennoch mittendrin besuchen wir (die Ruanda-Reisegruppe, Welt&Handel berichtete) ein kleines Unternehmen, das mit seinem Ansatz des Fairen Handels Großes leistet. Ein kühles Gebäude, in dem fleißige Hände Karten bekleben; im Garten sind weitere kleine Hütten, in denen die Grundlage für die Erstellung der Cards from Africa hergestellt werden: Recyceltes Papier aus unzähligen Tonnen an Altpapier, die tagtäglich in den Büros und Unternehmen in Kigali/Ruanda anfallen.*

Chris Page, Mitarbeiter in der Missionsstation, die direkt nebenan ein Waisenhaus betreibt, hat vor rund fünfzehn Jahren erkannt, dass der Weg aus der Armut für die Waisenkinder nur über eigenes Einkommen führen kann. Der Gründer von Cards from Africa hat diese Idee umgesetzt. Der Weg aus der Armut für die Waisen war nicht spendenbasiert, sondern ein profitables Geschäft. Durch die Erstellung der Grußkarten sind Waisen zwischen 18 und 25 Jahren in der Lage, ein Einkommen zu erzielen und sich selbst sowie ihre Geschwister zu versorgen und somit ihr Leben nachhaltig zu verbessern. Ihnen wird eine echte Chance gegeben, die Richtung ihres eigenen Lebens zu bestimmen. Das ist Fairer Handel, wie er sein sollte.

Cards from Africa beschäftigt rund 80 Mitarbeiter, die die Karten von der Papieraufbereitung bis zum Eintüten von Hand herstellen. Schätzungsweise 12.000 Karten werden weltweit jeden Monat verkauft. An den Tischen sitzen die jungen Mitarbeiter und lachen, kleben, schneiden, zeichnen, drehen Drähte und erzählen sich Geschichten. Es wirkt ein bisschen idyllisch – nur das fehlende Tageslicht stört uns, aber, so wird gesagt, das seien die Menschen in Ruanda so gewohnt. Sie können gut im schummrigen Licht sehen und in den kühlen Gebäuden entkommt man der heißen afrikanischen Sonne draußen.



Foto: Gundis Jansen-Gariz

Schon allein die Herstellung des Papiers ist ein vorbildhaftes Projekt. Manager Bukoro erklärt: „Wir holen die Papierreste in der Stadt ab, zerkleinern sie und matschen sie mit Wasser zu einem Brei. Dieser wird in feinmaschige Siebe gepresst und so entstehen große Papierplatten, die noch vollständig getrocknet werden müssen. Manche können wir färben, so dass wir auch bunte Karten erstellen können.“ Für den Trocknungsraum konnte ein ausgeklügeltes und doch so einfaches System entwickelt werden: Die nassen Papierplatten werden zwischen Kartonagen gepresst und in Regale gelegt. Alte Computerlüfter entziehen dem gesamten Raum die Luft, die durch ein Abluftrohr nach draußen gelangt. So dauert der Trocknungsprozess nur noch zwei Tage und man ist unabhängig vom Wetter; vor allem in der Regenzeit ist das wichtig. Das Muster der Karten wird von Designern in Kigali entwickelt. Ist eine Karte fertig, unterschreibt der oder die Cardmaker/-in persönlich. „So geben wir den Cards from Africa eine individuelle und persönliche Handschrift“, sagt Bukoro.

Die Cardmaker erhalten höhere Gehälter als die durchschnittlichen Arbeiter in Ruanda. Sie sind grundsätzlich für maximal fünf Jahre bei Cards from Africa angestellt und werden in dieser Zeit regelmäßig dahingehend beraten, was sie mit ihrem Leben anfangen können. Sie sparen Geld an, können dennoch für sich selbst und die Geschwister sorgen, den Schulbesuch der Geschwister

Die Karten werden bis ins kleinste Detail von Handarbeit erstellt.

bezahlen und haben eine Perspektive. So wie Alois, der in Kürze seine Arbeit bei CfA beendet und sich auf die Zeit danach freut: „Ich war einer der jungen Menschen, der ziellos in der Umgebung umherstreifte, Jobs annahm, die kaum Geld einbrachten und der mehr schlecht als recht überlebte. Dann wurde ich von den Mitarbeitern hier angesprochen, habe mir das Konzept angehört und bin dankbar, diese Chance erhalten zu haben. In den vergangenen fünf Jahren konnte ich heiraten, ein Kind bekommen, ein Haus bauen und werde mir ein kleines Mehlgeschäft eröffnen. Damit kann ich meine Familie ernähren.“ Auch Yvette ist Cardmaker und seit drei Jahren bei CfA beschäftigt. Sie erzählt: „Ich hatte keinen festen Job und habe mich mit kleinen, miesen Arbeiten über Wasser gehalten. Nun wohne ich in einem Haus nebenan und kann hier Geld verdienen. Ich plane, mir eine Nähmaschine zu kaufen und ein kleines eigenes Nähstudio zu errichten.“

Chris Page und seine Cards from Africa haben bewiesen, dass gute Absichten mit einer guten Geschäftsidee kombiniert, das Leben der Benachteiligten verbessern können. „Dies ist ein gutes Beispiel für gelungenen Fairen Handel“, ist sich die Reisegruppe einig. Cards from Africa ist seit 2013 Mitglied der WFTO.

Gundis Jansen-Gariz



## Fairer Handel wirkt

Zahlreiche Produzenten/-innen sind zu Gast bei der  
Fairen Woche – Gottesdienstbausteine als Ideenvorlage

Vom 16. bis zum 30. September findet die 15. Faire Woche statt. Mit zahlreichen Aktionen, wie faire Frühstücke, Flashmobs, faire Verkostungen und Kochshows, Infoabende zeigt die Faire Woche dieses Jahr die vielfältigen Wirkungen des Fairen Handels auf. Die Faire Woche wird veranstaltet vom Forum Fairer Handel in Kooperation mit dem Weltladen-Dachverband e.V. und TransFair e.V.

Der langjährige, intensive Austausch mit den Produzentenorganisationen sowie zahlreiche wissenschaftliche Studien zeigen: Der Faire Handel wirkt! Er schafft Perspektiven für Kleinproduzenten/-innen, stärkt die Situation von Frauen, fördert die ökologische Landwirtschaft und unterstützt Produzentenorganisationen dabei, für ihre Rechte einzutreten. In Deutschland bietet er Bürger/innen die Möglichkeit

sich aktiv zu engagieren und kritisch zu konsumieren. Wachsende Bekanntheit, steigende Umsätze und das ungebrochene starke zivilgesellschaftliche Engagement für den Fairen Handel zeigen, dass dieser eine große Wirkung hat. Gegenüber Politik und Wirtschaft sendet er ein starkes Signal, dass Handelsregeln gerechter gestaltet werden können, wenn Mensch und Natur ins Zentrum des Handelns gerückt werden. In der Bevölkerung schafft er ein Bewusstsein für die Auswirkungen der Globalisierung und zahlreiche Menschen nutzen die Möglichkeiten, sich im Fairen Handel politisch und/oder zivilgesellschaftlich zu engagieren. Gleichwohl darf nicht übersehen werden, dass die Möglichkeiten des Fairen Handels, Ungerechtigkeiten im internationalen Handel zu beseitigen, begrenzt sind. Dazu bedarf es struktureller Veränderungen, die der Faire Handel

benennt und einfordert. Der Startschuss zur Fairen Woche wird in den Auftaktveranstaltungen gegeben, die neben dem großen Auftakt in Berlin auch in Stuttgart, Hamburg und Karlsruhe stattfinden. Dabei stehen FairTricks, kleine Filme, die auf dem Youtube-Kanal abrufbar sind, im Mittelpunkt ...

Auch in diesem Jahr geben die kirchlichen Entwicklungswerke Brot für die Welt, MISEREOR, das Kindermissionswerk "Sternsinger", die Christliche Initiative Romero, "Zukunft Einkaufen" - ev. Kirche Westfalen sowie die Kindernothilfe eine ökumenische Gottesdienstvorlage zur Fairen Woche heraus. Sie liegen dieser Ausgabe bei und können bei den jeweiligen Herausgebern bestellt werden.

➔ [www.fairewoche.de](http://www.fairewoche.de)

## Fairer Handel erreicht neue Käufergruppen

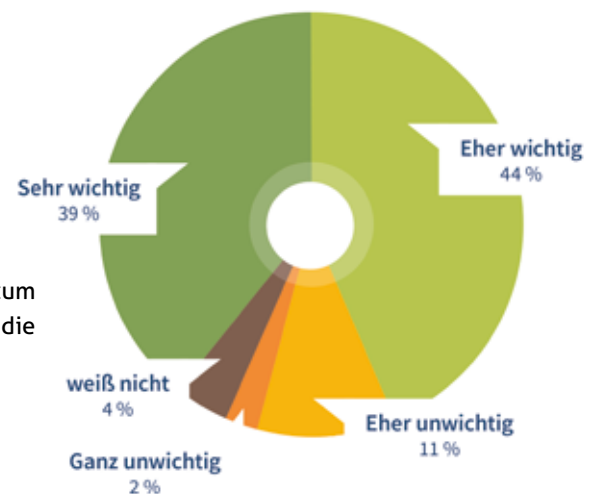
Politische Forderungen des Fairen Handels müssen gehört werden – Nationaler Aktionsplan droht zu verblässen

Der Faire Handel in Deutschland hat mit 1,14 Milliarden Euro 2015 einen neuen Rekordumsatz erwirtschaftet. Eine Ursache dafür seien neue Käufergruppen, die zu fair gehandelten Produkten greifen, erklärte das Forum Fairer Handel auf seiner Jahrespressekonferenz. Gegenüber 2010 verdreifachte sich der Umsatz annähernd.

Mittlerweile greifen den Angaben zufolge 61 Prozent der Verbraucher zu fairen Produkten; 2013 waren es 49 Prozent. Kaufte in der Vergangenheit überwiegend Menschen mit höheren Einkommen und Bildungsabschlüssen faire Produkte, erhöht sich mittlerweile der Anteil von Verbrauchern mit niedrigeren Einkommen und Bildungsabschlüssen deutlich, heißt es unter Hinweis auf eine

Verbraucherbefragung im Auftrag des Forums Fairer Handel. „Der Faire Handel ist im Alltag der Deutschen angekommen. Gerade bei den Zielgruppen, die nicht zum klassischen Klientel gehören, hat die Nachfrage nach entsprechenden Produkten stark zugenommen“, erläuterte der Geschäftsführer des Forums Fairer Handel, Manuel Blandin. Er appellierte an die Bundesregierung, verbindliche menschenrechtliche Verpflichtungen für Unternehmen festzuschreiben. „Mit dem Nationalen Aktionsplan für Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) hat die Bundesregierung im Herbst die Chance, endlich gesetzliche Regelungen zur menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht

Wie wichtig ist Ihnen eine gesetzliche Regelung, die deutsche Unternehmen zur Einhaltung von Menschen- und Arbeitstrechten verpflichtet?



im globalen Geschäftsverkehr zu beschließen“, sagte er. Aufgrund starken Widerstands aus dem Bundesfinanzministerium drohe dem Aktionsplan aber die „Herabstufung zu einer zahnlosen, auf rein freiwilliger Unternehmensverantwortung basierenden Deklaration“.



## Qualifiziert! Vernetzt! Engagiert!

Weltläden und Fair-Handels-Gruppen sind an vielen entwicklungspolitischen Prozessen in Städten und Kommunen beteiligt. Sie sind Schnittstelle für die Verbreitung von Informationen über Veranstaltungen oder Kampagnen und häufig wichtige Anlaufstellen für Schulen, Kirchengemeinden oder Jugendgruppen bei Fragen zum Fairen Handel. Die Menschen, die sich dort zum Großteil ehrenamtlich engagieren, werden als Experten/-innen für den Fairen Handel angesehen. Um sie in ihrem Engagement zu unterstützen und für Bildungsarbeit zu qualifizieren, hat die Weltladen-Akademie des Weltladen-Dachverbandes das Projekt „Lernort Weltladen: Qualifiziert! Vernetzt! Engagiert!“ konzipiert, das im Januar 2016 gestartet ist. Grundlagenkurse sowie eine Intensiv-Qualifizierungsreihe zur Bildungsarbeit sollen Weltladen-Mitarbeitende in ihren Kompetenzen stärken. Ergänzend dazu sollen Vernetzungstreffen sowie eine Online-Plattform den Austausch und regionale Vernetzung ermöglichen. Im Herbst 2016 starten die ersten Grundlagenkurse „Mit Bildung mehr erreichen!“. Damit werden Wege aufgezeigt, wie Basis-Bildungsarbeit im Weltladen auch ohne pädagogisches Fachpersonal oder Bildungsreferenten/-innen verankert werden kann. Die ersten Kurse finden am 8. Oktober in Speyer und am 5. November in Lingen statt. Weitere Termine folgen. Weitere Informationen unter [www.weltladen-akademie.de/bildungsarbeit](http://www.weltladen-akademie.de/bildungsarbeit). Die mehrmonatige, in drei Module aufgeteilte Intensivreihe ist für 2017/2018 geplant.

➔ *Mehr Informationen unter [www.weltladen.de](http://www.weltladen.de)*



Foto: Weltladen-Dachverband / A.Stehle



Fotos: Privat

## Neuer Vorstand beim Forum Fairer Handel

Andrea Fütterer übernimmt den Vorsitz des Forums Fairer Handel. Mit der Neuwahl am 7. Juli löst sie Gerd Nickoleit ab, der wieder den stellvertretenden Vorsitz übernommen hat. Andrea Fütterer ist seit 2002 Grundsatzreferentin bei der GEPA. Für sie ist entscheidend, dass der Faire Handel auf allen Ebenen aktiv ist – im Alltag sowie in der Bildungs- und Kampagnenarbeit. Dennoch: „So viel faire Schokolade können wir nicht essen, und auch nicht so viel fairen Kaffee trinken, um auf internationaler Ebene den grundlegenden Strukturwandel zu erreichen. Deshalb ist die politische Rahmensetzung für Fairen Handel unabdingbar“, so Andrea Fütterer. Jannika Froch, die bei EL PUENTE für den Bereich „Information und Kommunikation“ zuständig ist und Sussan Ipaktschi, die jahrelang u.a. bei MISEREOR und dem BDKJ für Fair-Handels-Fragen zuständig war, ergänzen die neue Frauenrunde des Forums Fairer Handel.

MENSCHEN, MÄRKTE, M

## Neue Weihnachtsgaben



Die „Weihnachtsgaben“, das ist eine rote falt-Grußkarte im Format DIN A5, mit den fair gehandelten Gaben "Gold" (in der Form eines golden eingewickelten Bio-Schokotäfelchens), Weihrauch und Myrrhe (ebenfalls fair gehandelt) sowie mit Texten zu diesen Gaben. „Seit einigen Jahren bieten wir diese Karten an. Sie sind sehr beliebt als Geschenkkarte für Mitarbeiter/-innen in Kirchengemeinden und kirchlichen Einrichtungen und auch als Verkaufsprodukt im Weltladen oder auf dem Weihnachtsmarkt. Als Ergänzung gibt es auch dieses Jahr wieder die passenden roten Umschläge“, erklärt Martin Klupsch vom Fair-Handelszentrum Rheinland in Bonn. Wer Interesse an den Weihnachtsgaben-Karten hat, sollte sich beeilen, denn bis zum 30. September gibt es einen Frühbucherrabatt. Telefon 0228 / 28 03 70 92, E-Mail: [info@rfz-rheinland.de](mailto:info@rfz-rheinland.de)

## Noch Plätze frei

Im November startet eine Kaffeereise zur Kooperative GUMUTINDO in Uganda. Das Programm wurde in Kooperation von Alex Kunkel (Kaffeeröster aus Essen und Kaffeeexperte im Essener Kaffeegarten in der GRUGA) sowie Gertrud Schweizer-Ehler vom Reiseunternehmen TUGENDE entwickelt. Frau Schweizer-Ehler ist lange Jahre mit Uganda vertraut und organisiert seit Jahren Begegnungsreisen durch das Land. Die GEPA bezieht Kaffee von GUMUTINDO.

➔ *Weitere Informationen unter <http://blog.worldcoffee.info/>*

## Rezepte auf Instagram

EL PUENTE postet Rezepte mit Zutaten aus Fairem Handel auf Instagram. Mit Fotos versehen, laden sie zum Nachkochen ein. Darüber hinaus gibt es Informationen zur Herkunft der Waren.

➔ [www.instagram.com/el.puente](http://www.instagram.com/el.puente)

## Hanse-Fairtrade-Symposium

28. Oktober, Wesel

Hansestädte waren und sind schon vom Namen her Handelsstädte, denen es darum geht, wirtschaftlich erfolgreich zu handeln und dem Handelspartner fair zu begegnen. Immer mehr Hansestädte sind in den letzten Jahren Fairtrade-Städte. Nach wie vor streben weitere Städte die Auszeichnung zur Fairtrade-Stadt an, weil der Aspekt des nachhaltigen und fairen Wirtschaftens in globalisierten Märkten immer wichtiger wird. Die Steuerungsgruppe der Fairtrade-Stadt Wesel lädt anlässlich der Hansetage und im Rahmen des 775-jährigen Bestehens der Stadt Wesel zu einem Hanse-Fairtrade-Symposium ein. Am 28. Oktober geht es von 14 bis 18 Uhr darum, Erfahrungen auszutauschen, Informationen zu Themen aus dem Fairen Handel anzubieten, Perspektiven und Ideen für die Arbeit vor Ort zu entwickeln und Energie für das Engagement zu tanken. Im Anschluss an das Symposium sind alle Teilnehmenden ins Bühnenhaus der Stadt Wesel eingeladen. Dort präsentiert das Team Fairtrade-Stadt Wesel die Theatergruppe „Berliner Compagnie“ mit dem Stück „Bettler auf Goldenem Thron“, in dem es um das Land Bolivien geht, das versucht, aus dem ausbeuterischen Kreislauf des weltweiten Wirtschaftens auszubrechen. Anmeldungen unter E-Mail: [fairtrade-stadt@wesel.de](mailto:fairtrade-stadt@wesel.de)

## Bedroht, bedrohlich, lebenswichtig

16./17. September, Hofgeismar

Wasser ist für die Landwirtschaft genauso wichtig wie der Boden. Wasser und Ernährung sind untrennbar miteinander verbunden. Dabei geht es um Quantitäten und Qualitäten: Knappheit, Verbrauch und Gefährdung des Wassers müssen technisch und politisch gemanagt werden. Der Klimawandel verstärkt diese Herausforderungen – in Deutschland und weltweit: Wie erhalten alle Menschen sauberes Trinkwasser? Wie kann der Zugang

von Bäuerinnen und Bauern zu Wasser für die Erzeugung von Nahrungsmitteln gesichert werden? Wie begegnen wir der zunehmenden Wasserverschmutzung?

➤ [www.tagungsstaette-hofgeismar.de](http://www.tagungsstaette-hofgeismar.de)

## Das globale Miteinander

23. September, Trier

Menschen mit Interesse an Themen des globalen Miteinanders, die Lust haben, neue Formen weltkirchlichen Arbeitens auszuprobieren, sind zu einem Treffen am 23. September in Trier eingeladen. Auf dem Weg zur bundesweiten Eröffnung der MISEREOR-Fastenaktion am 5. März 2017 im Bistum Trier soll dann eine Initiative zur Gründung neuer Aktionen starten. Gesucht werden Frauen und Männer aus den Gemeinden und aus weiteren Kreisen, die ihre kreativen und fachlichen Fähigkeiten einbringen möchten und Lust (und Zeit) haben, mit anderen gemeinsam eine neue Initiative zu entwickeln. Bei dem Info-Treffen werden Initiativen von Menschen in Burkina Faso vorgestellt, und zwar von dortigen MISEREOR-Partnern in der ländlichen Entwicklung; dabei wird auch über wirkungsvolle Wege für Unterstützung und Veränderung diskutiert. Das Treffen am Freitag, 23. September, findet von 17 bis 20 Uhr in Trier statt.

➤ Weitere Informationen:

E-Mail: [weltkirche@bgv-trier.de](mailto:weltkirche@bgv-trier.de)

## Wirkungen des Fairen Handels

8. Oktober, Nordstemmen

Am Samstag, 8. Oktober lädt EL PUENTE gemeinsam mit der Weltladen-Akademie

zu einem Workshop nach Nordstemmen ein: Was vermag der Faire Handel wirklich zu leisten? Wie kann er den Produzierenden in den Partnerländern ein existenzsicherndes Einkommen ermöglichen? Wie geht er mit Herausforderungen wie Klimawandel, Hunger oder ungleichen Machtverhältnissen um? Welche Wirkungen erzielt der Faire Handel in Deutschland? Diesen und weiteren Fragen zu den Wirkungen des Fairen Handels im Globalen Norden und Süden widmet sich das Seminar. Dabei werden ausgewählte Fair-Handels-Organisationen näher unter die Lupe genommen. Die Teilnehmenden setzen sich mit den Ansätzen des fairen Preises und des existenzsichernden Einkommens („Living Wages“) auseinander und diskutieren die Chancen und Grenzen des Fairen Handels. Dabei werden auch kritische Medienberichte einbezogen. Die Teilnehmenden werden ermutigt, eine eigene Position im „Spannungsfeld Fairer Handel“ zu finden und die Wirkungen des Fairen Handels im Weltladen zu vermitteln. Das Angebot ist Teil einer Workshopreihe mit zehn Terminen im ganzen Bundesgebiet.

➤ Weitere Informationen:

[www.el-puente.de/WorkshopWirkungen](http://www.el-puente.de/WorkshopWirkungen)

## Weihnachtsmarkt für Weltläden

5. November, Nordstemmen

Es gibt die Möglichkeit, im Weihnachtssortiment von EL PUENTE zu stöbern und Neues zu entdecken. Gleichzeitig gibt es für Weltläden die Möglichkeit zur Vernetzung untereinander. Daher steht der Weihnachtsmarkt erstmals unter dem Motto „Regionaltreffen“.

➤ Infos und Anmeldung:

[www.el-puente.de/Weihnachtsmarkt](http://www.el-puente.de/Weihnachtsmarkt)