



WELT & HANDEL

Brückenbauer zwischen den Welten

Migrant*innen können einen wichtigen Teil zum Fairen Handel und zur Entwicklungspolitischen Arbeit beitragen

INHALT

- 01 TITELTHEMA:**
Brückenbauer zwischen den Welten
- 04 „Taste Fair Africa“**
- 04 Drei Fragen an Peter Schaumberger,**
 Geschäftsführer der GEPA
- 05 Faire Woche 2017**
- 05 Hintergrundbroschüre "Fairer Handel schafft Perspektiven"**
- 06 Fairer Handel und viele Freunde**
- 07 Wettbewerb „Hauptstadt des Fairen Handels“**
- 07 Material & Medien**
- 08 Termine**

*Der Faire Handel leistet einen Beitrag zur Bekämpfung der Armut und ist ein Beispiel für die Umsetzung eines gerechten Welthandels. Gegenüber Politik und Wirtschaft sendet er ein starkes Signal hinsichtlich ungerechter Handelsstrukturen. In der Bevölkerung schafft er ein Bewusstsein für die Auswirkungen einer unkontrollierten, Menschenrechte verletzenden Globalisierung. Gleichzeitig ist der Akteur*innen im Fairen Handel bewusst, dass seine Möglichkeiten, Ungerechtigkeiten im internationalen Handel zu beseitigen, begrenzt sind. Dazu bedarf es struktureller Veränderungen in den internationalen Handelsbeziehungen, die der Faire Handel benennt und einfordert.*

In Weltläden und Gruppen engagieren sich Menschen hier für Menschen im globalen Süden. Sie informieren über Land und Leben der Kleinbauern und Arbeiter*innen, ihre Not und ihre Freude, Handel und Hilfe. Zur Fairen Woche kommen Vertreter*innen der Partnerorganisationen und erzählen über ihre Erfahrungen mit dem Fairen Handel. Sie berichten wie er ihnen, den Famili-

en und ganzen Dörfern hilft, ein menschenwürdiges Leben zu leben.

Einbeziehung der Menschen aus anderen Ländern und Kulturen
 Elena Mururoa, Fachpromotorin beim Dachverband Entwicklungspolitik Baden-Württemberg (DEAB) ist als Migrantin im Fairen Handel aktiv: „Der Faire Handel spielt in meiner entwicklungspolitischen Arbeit eine zentrale Rolle. Ich bin in Peru geboren und wohne seit 1993 in Deutschland. Seit 1994 bin ich in der Entwicklungspolitik tätig. Gleich von Anfang an habe ich mich mit dem Fairen Handel beschäftigt. Jetzt arbeite ich als Eine Welt-Fachpromotorin Fairer Handel beim DEAB.“ Die Entwicklung des Fairen Handels wird von den konkreten Handlungen in der Realität bestimmt. Von Anfang an gab es keinen Anspruch auf Vollkommenheit. Das Lernen durch Handeln bestimmt diesen Prozess. So hieß der erste fair gehandelte Kaffee „Indio Kaffee aus Guatemala“. Heutzutage gibt es mehrere Partnerschaftskaf-

Fortsetzung auf Seite 2

fees. Die Dritte Weltläden heißen heute Weltläden. Sie arbeiten zusammen mit ihren Partnern im Globalen Süden für mehr Gerechtigkeit für alle Menschen auf unserer Einen-Welt. Diese direkte Beziehung mit Produzenten bzw. der sozialen Bewegung im Globalen Süden bestimmt die positive Entwicklung des Fairen Handels. Migrant*innen sind können entwicklungspolitische Experten sein. Sie verfügen über große Fachkompetenzen, haben viel Erfahrungen in der konkreten Arbeit in diesem Bereich gesammelt und sprechen nicht „darüber“ sondern „davon“.

Es gibt einige gute Beispiele der interkultureller Zusammenarbeit von Weltläden. Teilweise arbeiten Ehrenamtliche aus anderen Ländern in den Läden mit und bringen ihre eigenen Perspektiven mit ein. „So können Migranten mit ihren

Expertisen und Erfahrungen als natürliche Brückenbauer agieren. Sie pflegen direkt Beziehung zu den Menschen ihrer Heimatländer und unterstützen sie in ihrem Kampf gegen Armut und für mehr Gerechtigkeit. Der Faire Handel darf auf diese Erfahrungen nicht verzichten“, sagt Elena Mururoa.

Der Eine-Welt-Laden in Ahaus hat bereits seit einigen Jahren Erfahrungen mit Migrant*innen, die im Laden mitarbeiten. Beate Hofmann, Leiterin des Eine-Welt-Ladens erklärt: „Über ihre Mitarbeit im Laden versuchen sie, ihre Deutschkenntnisse anzuwenden oder zu verbessern. Sie arbeiten mit deutschen Mitarbeiter*innen zusammen, so dass sie schnelle Lernerfolge haben.“ Auch bei besonderen Projekten, wie Faire Frühstücke, die gemeinsam mit dem Caritasverband in Ahaus veranstaltet werden, unterstützen die Mitarbeiter*innen

mit Migrationshintergrund bei den Vorbereitungen und der Durchführung. „Wir lernen neue Lebensmittel, Gewürze und Rezepte kennen, die wir ohne die Migrant*innen nie ausprobiert hätten. Einige davon bestellen wird jetzt für unseren Laden.“ Auch ausgefallene Handwerksprodukte, wie Panflöten, wurden auf Wunsch und Hinweis der Mitarbeiter*innen in den Warenbestand aufgenommen. „In Kooperation mit anderen Organisationen, die sich in der Flüchtlingshilfe engagieren, konnten wir eine Musikgruppe für Veranstaltungen engagieren. Oder beim Afrikafest, als wir Gerichte aus der Heimat der Migrant*innen gekocht haben – mit einem Großteil der Zutaten, die aus unserem Eine-Welt-Laden stammten. Auch hier geht es um Integration, voneinander lernen und gemeinsam Spaß haben.“

Impressum

HERAUSGEBER
Arbeitsgemeinschaft
der Evangelischen Jugend
in Deutschland e. V. (æj)
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

LEKTORAT
Rosemarie Münzer

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

Auflage: 1.900 Stück
Titelfoto: Fotolia

Guten Morgen, Welt!

Ich schreibe diese Zeilen, während sich in Bonn die mehr als 25.000 (!) Klimaexpertinnen und -experten treffen, um über Ziele und Visionen zu verhandeln. Bislang scheint es, als würde nur viel schlechte Luft und wenig Inhalt dort versprüht. Bundesumweltministerin Barbara Hendricks (SPD) hat sich immerhin zu dem Ziel Deutschlands bekannt, seinen CO₂-Ausstoß bis 2030 um 55 Prozent zu senken. Bundesentwicklungsminister Gerd Müller bekräftigte: „In den Industrienationen betrage der Ausstoß an CO₂ pro Kopf und Jahr 9,5 Tonnen, in Äthiopien liege der Ausstoß unter einer Tonne. Diese Länder jedoch litten am meisten unter den bereits jetzt schon spürbaren Folgen des Klimawandels. Mit Blick auf die skeptische Haltung der FDP sagte Müller, Klimaschutz koste keine Arbeitsplätze, sondern schaffe neue Jobs. (Quelle: KNA). Kluge Worte, denen dringend Taten folgen müssen. Denn, so schreibt die GEPA in einer Pressemeldung: „Kleinbauern in Lateinamerika, Asien oder Afrika wie Partner des Fair Handelsunternehmens GEPA leiden am meisten unter den Auswirkungen des Klimawandels – obwohl sie

am wenigsten dazu beigetragen haben. Dürren, Überschwemmungen, Ernteaufschläge sind nur einige Folgen.“ GEPA-Geschäftsführer Peter Schaumberger fordert konkretes Umdenken: „Die Beweislast umdrehen: Für Klimasünden müssen selbstverständlich die Verursacher Rechenschaft ablegen.“ Im Sinne unseres Planeten und den Menschen, die darauf leben und noch leben werden sollte es in Bonn zu konkreten Maßnahmen kommen.

Ein wenig hoffnungsvoller geht es in der vorliegenden Ausgabe weiter: Was können Menschen mit Migrationshintergrund zum Fairen Handel beitragen? Eine interessante Frage, die mehr beinhaltet als die Integration von Geflüchteten. Viel Spaß bei der Lektüre.

Ihre
Gundis Jansen-Garz



Foto: privat

Migration & Entwicklung wird in Baden-Württemberg groß geschrieben. In der Mitgestaltung der Eine-Welt-Arbeit durch Migrant*innen und der gesellschaftlichen Teilhabe im Bereich der entwicklungspolitischen Arbeit liegt ein großer Mehrwert. Das war Grund genug für den Dachverband entwicklungspolitischer Gruppen (DEAB) diese Thematik in das Eine-Welt-Promotor*innen-Programm in Baden-Württemberg aufzunehmen. Migrant*innen sind seit vielen Jahren entwicklungspolitisch aktiv tätig und gestalten sowohl die Inlands- als auch die Auslandsarbeit mit. Durch ihre Kompetenzen vermitteln sie in der Bildungsarbeit Fachwissen und sorgen mit realitätsnahem Erfahrungsaustausch für einen reflektierten Perspektivwech-

sel. Auch für die Entwicklung ihrer Herkunftsländer leisten Migrant*innen mit ihren Erfahrungen, Kompetenzen und ihrem Engagement einen unerlässlichen Beitrag. Um diese Mitgestaltung der Eine-Welt-Arbeit durch Migrant*innen zu unterstützen wurden zwei Stellen für das Thema Migration und Entwicklung im Rahmen des Eine-Welt-Promotor*innen-Programms geschaffen: beim Eine-Welt-Forum in Mannheim und beim Forum der Kulturen in Stuttgart. Mit Paulino Miguel und Isabelle Francois sind zwei Promotor*innen dort angestellt. „Voraussetzungen für das Gelingen der Projekte sind Sichtbarkeit der Aktivitäten von engagierten Migrant*innen, Wahrnehmung ihrer Potenziale, und die Vernetzung mit anderen Akteuren. Dazu kommt die Stär-

kung des entwicklungspolitischen Engagements von Migranten und der Zugang zu Informationen bezüglich Qualifikation, Beratung und Fördertöpfe sowie „interkulturelle Öffnung“ der entwicklungspolitischen Arbeit in Deutschland“, erklärt Isabell Francois die Idee. Es ist also an uns, den Weltläden und Gruppen, sich die Expertisen der Migrant*innen zu Nutze zu machen und gemeinsam mit ihnen im Fairen Handel Brückenbauer zu sein.

Gundis Jansen-Garz



„Eine Person hat dann einen Migrationshintergrund, wenn sie selbst oder mindestens ein Elternteil nicht mit deutscher Staatsangehörigkeit geboren ist.“ (Statisches Bundesamt). Aus Sicht ihres Herkunftslandes sind Migranten Auswanderer (Emigranten), aus Sicht des Aufnahmelandes Einwanderer (Immigranten). Die Umschreibung „Menschen mit Migrationshintergrund“ fasst Migranten und ihre Nachkommen unabhängig von der tatsächlichen Staatsbürgerschaft zusammen. (wikipedia.de)

Interview mit Bunmi Bolaji vom Deutschen Afrika Ruhr Forum e.V. Bochum

W&H: Warum stellt das entwicklungspolitische Engagement von Migrant*innen Ihrer Meinung ein besondere Chance und Herausforderung dar?

Bunmi Bolaji (BB): Die Welt ist ein „Entwicklungsland“ dessen Entwicklung uns alle angeht, unabhängig davon, woher wir kommen und wo wir uns befinden. Wer sich aber zufällig, gewollt oder ungewollt woanders befindet als in seinem sogenannten „Herkunftsland“, ist bestens in der Lage, zu vergleichen und Zusammenhänge besser zu verstehen und zu transportieren. Ein wertvolles Engagement, das eine Chance für eine all-inclusive und effektive globale nachhalti-

ge Entwicklung darstellt, was wiederum die MDGs und SDGs widerspiegelt. Die Herausforderung hierzu sind, die Möglichkeiten und die Rahmenbedingungen für solche Engagements – sowohl lokal, als auch global – zu schaffen.

W&H: Gibt es Erfahrungen von Weltläden oder entwicklungspolitischen Gruppen dahin gehend?

BB: Ja, auch wenn es noch in relativ kleinem Rahmen ist. Beispielsweise setzen sich die „Eine-Welt-Akteure“ seit geräumeriger Zeit dafür ein, dass die Menschenwürde und die Rechte von Menschen durch „Fairen Handel“ in den Mittelpunkt rücken. Weltläden machen nicht nur auf „Weltprodukte“ und die Rahmenbedingung der Beschaffung aufmerksam, sie leisten auch einen wichtigen Beitrag zur Begegnung mit anderen Kulturen und dadurch auch zum Brückenbauen. Die Interkulturelle Öffnung der Aktivitäten der „Eine Welt Gruppen und Netzwerke“ machen ebenfalls Fortschritte.

W&H: Wie können Weltläden ggf. auf Migrant*innen zugehen, um sie für die Arbeit im Weltladen zu gewinnen?

BB: Also, in erster Linie geht es nicht um die Arbeit der Weltläden, sondern um eine nachhaltig entwickelte Welt. Durch die Weltläden erhalten viele Menschen meistens die erste Information über die „exo-

tischen“ Produkte, die sie im Alltag konsumieren sowie über die Menschen und Kulturen, die dahinter stehen. Weltläden und Akteure der Eine Welt Gruppen und Netzwerke bieten Informationen an, Hintergründe und Zusammenhänge zu aktuellen politischen, wirtschaftlichen und sozialen Entwicklungen. Durch das Vortreiben der interkulturellen Öffnung der Aktivitäten sowie die Wertschätzung ihrer Kompetenzen werden Migrant*innen sich allmählich mehr für die Arbeit angesprochen fühlen und werden sich auch dementsprechend engagieren.

W&H: Was lernen wir voneinander?

BB: Voneinander lernen wir die Realität unseres Daseins als Menschen auf dieser Erde, unabhängig von Standort und Kulturen. Wir lernen voneinander, wie sehr wir einander brauchen, um zu überleben und die Zusammenhänge zwischen unserem Handeln und globalen Entwicklungen. Der Genuss der Vielfalt in jeder Hinsicht ist vor allem eine Bereicherung des Lebens für uns alle.

W&H: Vielen Dank!

„Taste Fair Africa“

GEPA bietet neues Sortiment mit dem Fokus auf Afrika an

Drei Kaffeevariationen aus Uganda und fünf neue Schokoladen mit Kakao aus São Tomé stehen zunächst im Mittelpunkt der neuen Produktlinie „Taste Fair Africa“, die ab Mitte Oktober im Bio- und Naturkosthandel, in den Weltläden und dem Onlineshop der GEPA erhältlich sind.

Die GEPA möchte den Blick auf Afrika mit seinen vielen Facetten richten. Hochwertige Produkte, unter fairen Bedingungen hergestellt, vermitteln Eindrücke jenseits der üblichen Klischees: Die Geschichten von den Menschen hinter den Produkten zeigen, wie diese auch über den Fairen



Foto: GEPA / C. Nusch



Handel ihre Genossenschaften und damit ihre eigenen Lebensbedingungen weiterentwickeln konnten. Kaffeeliebhaber dürfen sich auf einen Dreiklang aus mild-aromatischem Filterkaffee „Bio Café Maliba“, harmonischem Crema „Bio Caffè Crema Bassaja“ und dem würzigen „Bio Espresso Ankole“ freuen. Unter den

Schokoladen finden sich zwei neue vegane Sorten, die pikante „Bio Chocolat Noir Chili“ und „Bio Chocolat Lemon“ mit echtem Zitronenöl. Mit der Vollmilchkreation „Bio Salty Caramel“ greift die GEPA den Trend zur Kombination aus süß und salzig auf. Alle Produkte sind zu 100 Prozent bio.

Drei Fragen an Peter Schaumberger, Geschäftsführer der GEPA

W&H: Sind die Produzierenden in den Ländern Afrikas für den Fairen Handel schwierige Handelspartner? Oder warum jetzt der Schwerpunkt Afrika?

P.S.: Viele haben immer noch ein sehr einseitiges Afrikabild. Dabei hat Afrika als zweitgrößter Kontinent der Erde ganz vielschichtige, ja oft gegensätzliche Facetten: Es gibt Länder mit wirtschaftlichem Aufstieg und wachsender Mittelschicht, auf der anderen Seite leben laut Schätzungen der Weltbank 45 bis 50 Prozent der Gesamtbevölkerung Afrikas südlich der Sahara unterhalb der Armutsgrenze. Wir möchten daher Eindrücke jenseits der Klischees vermitteln, Menschen hinter den Produkten zeigen, die sich durch den Fairen Handel weiterentwickeln konnten.

Insgesamt befinden sich die Mehrzahl der Handelspartner im Fairen Handel bisher in Lateinamerika und Asien. Die Machbarkeit sei aufgrund politischer Instabilität vieler afrikanischer Länder schlicht schwierig, erklärt Peter Schaumberger. Es sei nicht leicht zu gewährleisten, dass die richtige Qualität zur richtigen Zeit am richtigen Ort sei. Das Export-Know-How fehle häufig. „Unser Ziel ist es daher, die Handels-

partner langfristig aufzubauen, damit dieser auch andere Partner beliefern können.

W&H: Warum kommt dieses neue Sortiment nicht in die Supermärkte?

P.S.: Das neue Sortiment wird ausschließlich im Bio- und Naturkosthandel, im GEPA-Onlineshop und in den Weltläden als Fachgeschäften des Fairen Handels sowie bei ausgewählten Außer-Haus-Kunden wie kirchlichen Tagungsstätten vertrieben. Diesen Fachhandel möchten wir stärken, wir sehen uns hier in einer Wertegemeinschaft, die Veränderung auch im wirtschaftlichen Handeln bewirken will. Bio und Fair sind die Wurzeln desselben Baumes. Auch unser neues Sortiment zeigt diese Verbindung: 100% fair+, 100%bio, mit authentischer Geschichte und einer politischen Botschaft, einem Fokus auf den ärmsten Kontinent. Mit unserem neuen attraktiven Afrika-Sortiment bieten wir dem Fachhandel eine Chance, diese Aspekte miteinander zu verbinden, authentische Produkte zu bieten und seine



Foto: GEPA/Fischer

Kunden, die mehr wollen als Genuss (den diese Produkte natürlich bieten!) anzusprechen.

W&H: Gab es von Seiten der Weltläden-Mitarbeiter*innen die Anregung, mehr Produkte aus Afrika im Fairen Handel zu etablieren?

P.S.: Gerade die Anregungen von unseren Freunden und Partnern aus den Weltläden hat mit zur Entwicklung dieses Sortimentes beigetragen. Ähnlich positiv waren die Rückmeldungen nach den ersten Gesprächen mit Menschen aus dem Naturkostbereich. Wir freuen uns über alle Impulse die gerade von den Ehrenamtlichen aus den Weltläden zu uns kommen, sie zeigen das es eine lebendige Bewegung gibt, die etwas verändern will. Auch die GEPA bewegt!

Vielen Dank!

Faire Woche 2017

Perspektiven, politische Forderungen und vielfältige Aktionen

Mit mehr als 2.100 Veranstaltungen im Rahmen der diesjährigen Fairen Woche hat der Faire Handel eine große Öffentlichkeit erreicht. Zahlreiche Veranstaltungen haben das Motto der Fairen Woche „Fairer Handel schafft Perspektiven!“ aufgegriffen. Sehr große Resonanz fand u.a. die Social Media Kampagne unter #perspektivenschaffen. Mehrere hundert Beiträge von verschiedenen Organisationen und engagieren Menschen zeigen auf der Social Media Wall der Aktionswebsite www.fairewoche.de die vielfältigen Perspektiven, die der Faire Handel schafft.

Trotz aller Erfolge stehen viele Kleinproduzent*innen jedoch vor großen Herausforderungen. Darauf haben die Veranstalter der Fairen Woche – das Forum Fairer Handel e.V. in Kooperation mit Weltladen-Dachverband e.V. und TransFair e.V. – gemeinsam mit Vertreter*innen von Produzentenorganisationen bei der Auftaktveranstaltung in Berlin hingewiesen. Sie richteten politische Forderungen, unter anderem zur zukünftigen Klima- und Agrarpolitik, an die neue Bundesregierung. Zehn Vertreter*innen von Handelspartnern und Produzentennetzwerken aus Palästina, Nepal, Brasilien, Kolumbien, Ecuador und Uganda gestalteten mehr als 100 Veranstaltungen in Weltläden, Schulen, Fairtrade-Towns und an anderen Orten. Sie ermöglichten einen Austausch mit Engagierten, interessierten Verbraucher*innen und Medien über die Perspektiven, die der Faire Handel schafft und die Herausforderungen, die weiterhin bestehen.

Das Spektrum der Veranstaltungen war sehr breit gefächert: Vom fairen Candle Light Dinner über Gottesdienste zum Fairen Handel, Faire Frühstücke, Verkostungen von feinen Schokoladen, Weinen und anderen Köstlichkeiten bis hin zu neu- bzw. Wiedereröffnungen von Weltläden, beispielsweise in Reutlingen und in Wandlitz. Auch große Veranstaltungen mit überregionaler Ausstrahlung fanden im Rahmen der Fairen



Die Lübecker Wall-of-Paintings

Woche statt, wie die Fair Trade Towns Konferenz in Saarbrücken mit der Preisverleihung des Wettbewerbs zur Hauptstadt des Fairen Handels. Den Abschluss bildete der von TransFair ausgerichtete Coffee Fairday.

Die Faire Woche 2018 findet vom 14. bis 28. September statt. Inhaltlich geht es um die Herausforderungen, die der Klimawandel für die Handelspartner*innen mit sich bringt sowie die Gegenmaßnahmen, die mit

FAIRE WOCHE

Hilfe des Fairen Handels auf den Weg gebracht werden. Ab dem kommenden Jahr erscheint die Faire Woche übrigens mit einem neuen, zeitgemäßen Logo. Weitere Infos und Fotos von Aktionen unter www.fairewoche.de

Christoph Albuschkat, Weltladen-Dachverband

Hintergrundbroschüre "Fairer Handel schafft Perspektiven"

Eine eigens erstellte Broschüre zeigt anschaulich die Hintergründe und Perspektiven des Fairen Handels auf.

Zwei einführenden Texte beschreiben zum einen die ökonomischen Rahmenbedingungen in der globalisierten Wirtschaft und auf der anderen Seite die wirtschaftlichen Perspektiven, die der Faire Handel durch seine Instrumente für Produzent*innen schafft. Anhand von drei Beispielen werden einige dieser Perspektiven veranschaulicht. Sie zeigen, wie vielfältig die Leistungen des Fairen Handels und ihre Wirkungen sind und dass ein höherer Erlös für die Produzentengruppen zwar wichtig, aber nicht immer der wichtigste Faktor ist. Bei der Fairen Woche 2017 und in

dieser Hintergrundbroschüre stehen insbesondere die wirtschaftlichen Perspektiven im Fokus.

➔ www.fairewoche.de/service



Fairer Handel und viele Freunde

GEPA als Kooperationspartner der FAIR FRIENDS 2017 sehr angetan

Die Dortmunder Messe FAIR FRIENDS 2017 standen die drei großen Themenfelder „Fairer Handel“, „Nachhaltige Lebensstile“ und „Gesellschaftliche Verantwortung“ im Mittelpunkt. Die Organisatoren sind mit der Durchführung und dem Besucherandrang mehr als zufrieden. Rund 5.000 Gäste, darunter zahlreiche Fachbesucher*innen durften sich über mehr als 200 Aussteller aus 19 Ländern freuen, die in drei Hallen ihre Organisationen und Produkte präsentierten. Im Rahmenprogramm fanden workshops, Diskussionen, Modenschauen und Filmvorführungen statt.

Nachdem es in den vergangenen Jahren zu Kritik über die Auswahl der Aussteller gab und oft nicht klar war, nach welchen Kriterien diese ausgesucht werden, hatten die Fairhandelsorganisationen im vergangenen Jahr die Teilnahme an der Messe abgesagt. Danach wurde gemeinsam nach Möglichkeiten gesucht, im Bereich des Fairen Handels klare Kriterien zu entwickeln und ausschließlich Aussteller zu wählen, die diese auch erfüllen. Jorge Inostroza, GEPA: „Im Fair Handels-Bereich hat sich die Messe, was die Kriterien und Aussteller betrifft, auf den Rat und die Zusammenarbeit mit dem Forum Fairer Handel konzentriert.“ Mehr als 40 Prozent der Besucher seien Fachbesucher. Unter ihnen waren in diesem Jahr Vertreter der Wirtschaftszweige



Fotos: Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH

Industrie, Handel, Dienstleistungen, Gastronomie, Lehre und Forschung, Weltläden sowie Öffentliche Hand. Fast die Hälfte der Fachbesucher sei beratend, mitentscheiden oder ausschlaggebend an Beschaffungsentscheidungen beteiligt, heißt es von Seiten der Veranstalter. Auch das Forum Fairer Handel war mit einem Stand dabei und konnte sich über großes Interesse freuen. Andrea Fütterer, Vorstandsvorsitzende des Forums Fairer Handel: „Der Standort NRW ist für eine Messe wie die FAIR FRIENDS sehr wichtig. Auf der FAIR FRIENDS kommt die Szene zusammen, man kann aber auch Neulinge mit dem Fairen Handel vertraut machen. Ich wünsche der Messe eine erfolgreiche Zukunft.“

Die GEPA zog mit ihrer Weltladenlounge die Besucher*innen an. Auch die Vorträge waren gut besucht und teilweise bis

Die Preisträger der Auszeichnung 'Faire Schulklass'

Promi-Koch Ole Plogstedt sprach im Rahmen des Food-Festivals Delinale.

zum letzten Platz besetzt. Bei einigen Vorträgen standen Besucher gar in der zweiten und dritten Reihe. Insbesondere die Vorträge von Kundenberater Bede Godwyll (Kakao), Sortimentsmanager Kaffee Tobias Mehrländer (Kaffee) und widerverwandt (Weltladenkonzept, Farbkonzept) waren stark frequentiert. „Das Gespräch zwischen den Messebesuchern und den Geschäftsführerin Peter Schaumberger (GEPA) und Manfred Winkler (GLOBO) darf man auch als einen vollen Erfolg bezeichnen“, so Brigitte Frommeyer von der Pressestelle der GEPA. Eine lebhaftige Diskussion über den Fairen Handel entstand. Schülerinnen und Schüler diskutierten intensiv am Freitagvormittag und stellten die Schülergenossenschaften vor. Auch kritische Fragen zum Thema Palmöl und Fette wurden gestellt.

Außerhalb des Themenfeldes „Fairer Handel“ fielen Kaffeewagen mit konventionell gehandeltem Kaffee und Süßigkeiten sowie Softdrinks auf. Ebenso wie Hundhalsbänder ohne sichtbaren Upcycling-Ursprung und ein Stand mit Natojacken scheinen hier die Kriterien noch nicht vollständig geklärt zu sein. Erfreulich die vielen Stände mit kreativen Upcycling-Ideen – von Porzellan, dass zu Vogelhäuschen wird bis zu „Was ist was“-Büchern, die jetzt als Notizblöcke dienen. Diese jungen Start-ups erfrischen die Idee des nachhaltigen und verantwortungsbewussten Konsums.

Gundis Jansen-Garz



Wettbewerb „Hauptstadt des Fairen Handels“



Die Stadt Köln darf sich ab sofort „Hauptstadt des Fairen Handels 2017“ nennen und das dazugehörige Signet für ihr Stadtmarketing verwenden. Köln ist damit die einwohnergrößte Stadt, die den Wettbewerb gewinnt und für ihr Engagement im Bereich des Fairen Handels nun auch sichtbar ausgezeichnet ist. Der diesjährige und damit achte Durchgang des Wettbewerbs war der bisher erfolgreichste Durchgang mit 100 Bewerbungen und über 900 Projekten.

➔ www.hauptstadt-fairer-handel.de

Der Nikolaus: Er ist zurück ...



Noch vor rund 15 Jahren war der echte Schoko-Nikolaus in fast allen Supermärkten aus den Regalen verschwunden – es gab fast nur noch Scho-

ko-Weihnachtsmänner zu kaufen... vor einigen Jahren kam es dann zu einem sehr erfolgreichen Comeback: Die GEPA sorgte dafür, dass im Jahr 2004 der erste fair gehandelte Schoko-Nikolaus auf den Markt kam. Bis 2016 wurden rund drei Millionen GEPA-Nikoläuse mit Mitra und Bischofsstab verkauft, meist von Weltläden und Aktionsgruppen. 2017 kommen weitere 462.000 GEPA-Schoko-Nikoläuse dazu. Mittlerweile haben jetzt auch andere Hersteller den Trend entdeckt und bieten Schoko-Nikoläuse an. Viele Nikolaus-Legenden erzählen davon, dass er sich für sozial Benachteiligte einsetzte und Menschen vor Ausbeutung schützte – ein Grundmotiv mit einer großen Nähe zu den Werten des Fairen Handels: Auch das macht die Nikolausfigur aus fair gehandelter GEPA-Schokolade so besonders. „Der Nikolaus – Er ist zurück“ ist daher die Botschaft eines von MISEREOR herausgegebenen DIN A2 - Plakates, das auf sein Comeback aufmerksam macht: Es wird im Oktober an viele Weltläden und Schulen versandt und ist in Regionalen Fairhandelszentren erhältlich. Als Bilddatei downloadbar und als Print bestellbar ist es unter www.misereor.de/echterNikolaus, FairerHandel@misereor.de).

➔ www.gepa.de/echterNikolaus

500 Jahre nach Luther

Die 95 „Thesen für Kopf und Bauch“ sollen Verbraucher*innen zur Diskussion über Alternativen des Ernährungssystems anregen. Dazu haben MISEREOR und Slow Food Deutschland Thesen zur Reformation der Ernährung veröffentlicht. In Anlehnung an die Ideen von Reformator Martin Luther vor 500 Jahren wollen die Organisationen Missstände „an die Kirchentür der Zivilgesellschaft anschlagen“. Die Thesen sollen in zehn Veranstaltungen mit Experten diskutiert werden. Schwerpunkt ist der Umgang des Menschen mit Wasser, Boden,



Pflanzen und Tieren sowie sein Beitrag zum Klimawandel. Politik, Lebensmittelindustrie und Konsumenten müssen „die richtigen Voraussetzungen“ schaffen. In den kommenden Monaten sind noch zahlreiche Veranstaltungen geplant.

➔ www.misereor.de, www.slowfood.de

Bewerbung Fairtrade Award

Noch bis zum 15.12.2017 können sich Gruppen, Organisationen und Unternehmen für den Fairtrade Award 2018 bewerben. Zum sechsten Mal verleiht TransFair e.V. die Awards an Zivilgesellschaft, Organisationen und Unternehmen, die die Fairtrade-Idee erfolgreich umsetzen. Zum ersten Mal ist die Kategorie „Nachwuchspreis“ dabei. Sie steht jungen Engagierten offen, die sich für den fairen Handel einsetzen. Das Bewerbungsverfahren läuft online vom 9. Oktober bis 15. Dezember 2017. Über die Gewinner in den vier Kategorien entscheidet eine Jury bestehend aus Vertreter*innen aus Wirtschaft, Politik, Handel, Verbraucherschutz und entwicklungspolitischen Organisationen. Allen Bewerbern steht es zudem offen, sich für den Publikumspreis zu bewerben. Dieser wird nach Abschluss des Online-Bewerbungsverfahrens ab dem 18. Dezember 2017 von den Website-Besucher*innen von www.fairtrade-deutschland.de vergeben.

➔ www.fairtrade-deutschland.de

Für Fairen Handel weltweit

Was ist eigentlich Fairer Handel und warum ist er so wichtig? Wurden andere Menschen für die Produkte ausge-

beutet, die wir täglich essen, anziehen oder mit denen wir spielen? Das Kindermissionswerk „Die Sternsinger“ zeigt im aktuellen Sternsinger-Magazin, dass es auch anders geht: Mit Fairem

Handel. Mit einer Fair Trade-Checkliste für echte Spürnasen; denn für Millionen Kinder weltweit ist es so wichtig, dass sich alle zu diesem Thema gut auskennen. Für Schulen gibt es das Magazin kostenlos auch im Klassensatz.

Bezug: bestellung@sternsinger.de und www.shop.sternsinger.de



GEPA-Adventskalender 2017

Das Motiv des diesjährigen GEPA-Adventskalenders wurde vom peruanischen Künstler Josué Sánchez gestaltet. Es stellt das Weihnachtsgeschehen

in den Kontext des täglichen Lebens im peruanischen Andengebiet. Zu diesem Adventskalender gibt es ein Plakat im DIN A2-Format und einen Kundenflyer, die auf den Kalender aufmerksam machen und einige Motive familien-

gerecht erklären. Plakate und Flyer werden im Oktober an viele Weltläden und Schulen versandt und sind in regionalen Fairhandelszentren erhältlich.

➤ www.misereor.de/peru



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

To buy or not to buy

Mit Kritischem Konsum die Welt verändern?! Kleidung, die von Menschen unter fairen Bedingungen hergestellt wird; Landwirtschaft ohne Überdüngung; Fleisch von glücklichen Tieren; faire IT und Elektronik – all das klingt nach lauter Zukunftsmusik! Aber Moment – es gibt doch bereits zahlreiche gute Ideen und Ansätze: Produkte,

die nicht nur die Konsument*innen im Blick haben, sondern Fragen nach den Lebens- und Arbeitsbedingungen der Produzent*innen stellen. Ein Ratgeber der Katholischen Landjugendbewegung Deutschlands (KLJB) stellt verschiedene Möglichkeiten und Modelle anschaulich vor, die helfen, in dem Produkt- und Siegel-Wirrwarr eine Kauf- und Handlungsentscheidung zu treffen. Alternativen werden aufgezeigt, die passenden Labels vorgestellt und links zur weiteren Information angegeben. Der Ratgeber ist übersichtlich und faktisch gut aufbereitet und kann eine echte Hilfe für Unentschlossene Konsument*innen sein.

Bezug: Katholische Landjugendbewegung Deutschlands e. V., Bad Honnef, Telefon 02224/9465-0, E-Mail bundesstelle@kljb.org

➤ www.kljb.org

Berlin handel! Fair!

Ein Gemeinschaftsprojekt von WEED und der Christlichen Initiative Romero (CIR) soll die öffentliche Beschaffung der Berliner Bezirke und Berlin insgesamt in den Blick zu nehmen. Dabei sollen bis Ende 2019 die Berliner Bezirke dazu angehalten werden, Produkte nach nachweislich sozial verantwortlichen Kriterien einzukaufen und die bezirkliche Beschaffung konsequenter nach fairen Kriterien

auszurichten. Die CIR legt hierbei den Fokus auf Lebensmittel und Bekleidung, während WEED sich auf die Produkte Natursteine und IT konzentriert. Neben der Begleitung der öffentlichen Hand wird es auch eine öffentlichkeitswirksame Kampagne geben, die die Berliner Bevölkerung für faire öffentliche Beschaffung sensibilisieren soll. In einem Kinospot und durch Plakate wird verdeutlicht, welche Marktmacht die öffentliche

Hand eigentlich hat und wie groß die Hebelwirkung bei einer Umstellung auf fairen Einkauf wäre.

➤ www.weed-online.org, www.ci-romero.de



GEPA-Geschäftsbericht 2016

Das Geschäftsjahr 2016 konnte die GEPA erneut mit guten Ergebnissen abschließen. Der Großhandelsumsatz der GEPA ist 2016 mit rund 74 Millionen Euro im Vergleich zu 2015 um rund 7,3 Prozent gestiegen. „Wir freuen uns über das mit rund 1 Million Euro positive Ergebnis des Geschäftsjahres nach Steuern und Bewertung“, erklärte der Kaufmännische GEPA-Geschäftsführer Matthias Kroth. „Wir stehen für die Alternative zu Protektionismus einerseits und unreguliertem Freihandel andererseits“, so GEPA-Geschäftsführer Peter Schaumberger. Er machte auf einen gerade heute brandaktuellen Satz des ehemaligen Bundespräsidenten Johannes Rau aufmerksam: „Eine Gesellschaft, in der es chic ist, von allem den Preis zu kennen und von nichts den Wert, macht in Wirklichkeit Verluste.“ Dieser Satz umschreibe auch den Kern des Fairen Handels der GEPA, auf den tatsächlichen „Wert“ eines Produktes mit den Menschen dahinter aufmerksam zu machen.

➤ www.gepa.de