



WELT & HANDEL

Fairer Handel in Europa

Unterschiedliche Strukturen führen zu verschiedenen Ansätzen und Umsätzen – politische Lobbyarbeit wichtiger denn je

INHALT

- 01 **TITELTHEMA:**
FAIRER HANDEL IN EUROPA
- 04 Ehrenamt im Weltladen?!
- 05 Weihnachten Weltweit
- 05 Dachverband beschließt neue Strategie
- 05 1.700 km, 78 Stationen, 14 Aktionstage
- 07 Saar-Uni weiterhin Fairtrade-University
- 07 Seit zehn Jahren geht es weltwärts
- 07 Heiligsprechung von Oscar Romero
- 07 Material & Medien
- 08 Termine

*Die Schweiz ist unangefochten an Nummer eins, wenn es um den Pro-Kopf-Anteil an fair gehandelten Produkten geht. Auch die Brit*innen kaufen um ein Vielfaches mehr als die deutschen Verbraucher*innen. Warum ist das so? Und wo gibt es Gemeinsamkeiten? Welche Unterschiede sind da, wenn es um Bildungsarbeit im Fairen Handel geht? Und wie funktioniert Lobbyarbeit für den Fairen Handel in der EU? Welt&Handel hat sich umgehört und einige interessante Aspekte herausgefunden.*

Absoluter Spitzenreiter, was die Ausgaben in Euro für Fairtrade-Produkte pro Kopf in den einzelnen Ländern angeht, ist die Schweiz mit 72 Euro im Jahr 2017. Beim Gesamtwert der im Land verkauften Fairtrade-Produkte ist Großbritannien mit seinen knapp 2 Milliarden Euro Umsatz Spitzenreiter. Die Schweiz ist mit 95 Prozent Marktanteil bei Rohrzucker und 54 Prozent bei Bananen derzeit nicht zu übertreffen. Auch ist der Marktanteil von Fairtrade-Kaffee mit 10 Prozent beachtlich (Vergleich Deutschland: 4,1 Prozent). Doch die Vorausset-

zungen in den jeweiligen Ländern sind völlig unterschiedlich. Die Schweiz gilt als „innovativer Fairtrade-Markt“. Die Supermarktkette Coop hat beispielsweise ihr gesamtes Bananen-Sortiment auf Fairtrade-Bananen umgestellt. So lässt sich unter anderem der Marktanteil mit mehr 50 Prozent erklären. In Deutschland hat das Fairtrade Siegel zwar eine große Bekanntheit und das Bewusstsein für nachhaltigen Konsum steigt, trotzdem bestimmen Kostenvorteile das Handeln von Konsument*innen und dem Lebensmitteleinzelhandel. Die Qualität der Nahrungsmittel steht dabei nicht an erster Stelle. Mehr als 90 Prozent der Deutschen kaufen gelegentlich oder regelmäßig im Discount ein. Deshalb hat Fairtrade die Chance genutzt und ist dort hingegangen, wo die Menschen einkaufen – in Discount-Ketten wie Lidl, Aldi, Penny und Netto. Die Gründe für diesen länderspezifischen Unterschied haben Soziologen der Universität Zürich gemeinsam mit dem Institut für sozial-ökologische Forschung

Fortsetzung auf Seite 2

in Frankfurt erhoben. Sie befragten dazu 3.900 Einwohner*innen der Stadt Zürich und der Stadt Köln und analysierten in diesen Städten die Kaufgelegenheiten für Fairtrade-Produkte: Schweizer sind von fair gehandelten Produkten moralisch stärker überzeugt als Deutsche, außerdem ist in der Schweiz das Verkaufsangebot größer. Hingegen spielt die unterschiedliche Kaufkraft zwischen Schweizern und Deutschen keine Rolle.

Ein Vergleich mit Österreich und den Niederlanden

In Österreich geben Konsument*innen nur noch rund 10 Prozent ihres Einkommens für Lebensmittel aus. Beim Lebensmitteleinkauf wird dabei sehr stark auf den Preis geachtet. Das macht es für die Hersteller und den Handel schwer, Aufpreise für ökologische oder soziale Maßnahmen unterzubringen.

In Großbritannien sind die Fairtrade-Kampagnen Fairtrade-Towns, Fairtrade-Schools und Fairtrade-Universities am erfolgreichsten. Eine große Mobilisierung der Zivilbevölkerung und das Engagement politischer Gemeinden führen dazu, dass der Faire Handel fest in der Gesellschaft verankert ist. Aber auch in Deutschland wächst das Engagement in der Zivilbevölkerung stetig an: Über 540 Fairtrade-Towns, 500 Fairtrade-Schools und rund 20 Fairtrade-Universities setzen sich für den Fairen Handel ein.

In den Niederlanden wurde 1988 zur Einführung des Fairtrade-Siegels die erste nationale Fairtrade-Organisation gegründet. Seitdem ist die niederländische Fairtrade-Szene sehr stark. Hier hat z.B. die Supermarktkette PLUS ihr gesamtes Bananen- und Ananas-Sortiment auf Fairtrade umgestellt. Billig-Bananen bietet sie nicht mehr an.

Deutschland führt, was den Fairtrade-Marktanteil an verkauften Blumen angeht mit 28 Prozent. Auch sind 73 Prozent der Fairtrade-Produkte auf dem deutschen Markt Bio-zertifiziert. Bei Bananen sind es sogar 100 Prozent, bei Kaffee tragen 77 Prozent des Fairtrade-Kaffees zusätzlich das Bio-Siegel.

Faire Initiativen in Europa: Europäische Hauptstadt des Fairen Handels

Mit dem EU Cities for Fair and Ethical Trade Award ehrt die Europäische Kommission seit diesem Jahr Städte, die sich für mehr Nachhaltigkeit im internationalen Handel einsetzen. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf fairen und ethischen Handelsmodellen sowie auf zivilgesellschaftlichen Ansätzen, die Kleinbäuer*innen außerhalb der EU im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung

Impressum

HERAUSGEBER
Arbeitsgemeinschaft
der Evangelischen Jugend
in Deutschland e. V. (æej)
www.evangelische-jugend.de

Bischöfliches Hilfswerk
MISEREOR e.V.
www.misereor.de

Bund der Deutschen
Katholischen Jugend e.V. (BDKJ)
Internet: www.bdkj.de

Brot für die Welt –
Evangelischer Entwicklungsdienst
Evangelisches Werk für Diakonie
und Entwicklung e.V.
www.brot-fuer-die-welt.de

Kindermissionswerk
»Die Sternsinger« e.V.
www.sternsinger.de

REDAKTION
verantwortlich: Gundis Jansen-Garz,
Blaufärberweg 15, 46244 Bottrop-
Kirchellen, Telefon 02045 408465,
redaktion@weltundhandel.de
www.weltundhandel.de

VERLAG
Verlag Haus Altenberg GmbH
Düsseldorf
Carl-Mosterts-Platz 1, 40477 Düs-
seldorf, Telefon: 0211/4693-117,
Telefax: 0211/4693-172
Aboverwaltung:
abo@jugendhaus-duesseldorf.de

LAYOUT
unikat Werbeagentur GmbH
www.unikat.net

SATZ
Thorsten Kraemer
www.grafik-kraemer.de

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

Auflage: 1.900 Stück
Titelfoto: www.pixabay.de

Guten Morgen, Welt!

Gar nicht so einfach mit diesem Europa. Was in Politik und Gesellschaft so oft an Grenzen – im Wahrsten Sinne des Worte – stößt, ist auch im Fairen Handel nicht immer unter einen Hut zu bringen: Die Europäische Union als Einheit zu sehen. Die Europäische Union ist ein Verbund von derzeit 28 Mitgliedstaaten. Sie hat insgesamt mehr als eine halbe Milliarde Einwohner. Gemessen am Bruttoinlandsprodukt ist der EU-Binnenmarkt der größte gemeinsame Wirtschaftsraum der Erde. Die EU stellt eine eigenständige Rechtspersönlichkeit dar und hat daher Einsichts- und Rederecht bei den Vereinten Nationen.

Die Gründerväter (es waren in der Tat elf Männer) der Union waren Personen mit völlig unterschiedlichem Hintergrund – vom Widerstandskämpfer bis hin zum Anwalt. Aber ihre Ideale waren dieselben: ein

friedliches, geeintes und wirtschaftlich erfolgreiches Europa. So unterschiedlich die einzelnen Länder sind, so verschieden auch die Menschen, die Regierungsform, die Wirtschaft, die Kaufkraft, der geschichtliche Hintergrund und somit auch die Idee vom Fairen Handel. Welt&Handel hat sich umgehört – was passiert wo und wie kann der Faire Handel von Europa lernen und profitieren und umgekehrt!

Viel Spaß bei der Lektüre

Ihre
Gundis Jansen-Garz



Foto: privat

fördern. 19 europäische Städte hatten sich in diesem Jahr um den Titel „Europäische Stadt des Fairen und ethischen Handels“ beworben. Auf der Shortlist landeten schließlich Lyon, Malmö, Gent, Madrid und Vitoria-Gasteiz, Saarbrücken und Dortmund. Am 27. Juni gab die Jury ihre Wahl bekannt: Gent wird als erste Stadt mit dem EU Cities for Fair and Ethical Trade Award geehrt. Vorbild für den Preis ist der Wettbewerb „Hauptstadt des Fairen Handels“, den die Servicestelle Kommunen in der Einen Welt alle zwei Jahre vergibt.

Die Zusammenarbeit der europäischen Fairhandelsorganisationen

Die European Fair Trade Association (EFTA) ist ein Zusammenschluss von zehn Fairhandels-Importeuren aus neun europäischen Ländern (Belgien, Deutschland, England, Frankreich, Italien, Niederlande, Österreich, Schweiz, Spanien) und wurde 1990 gegründet. Einziges deutsches EFTA-Mitglied ist die GEPA. Erklärtes Hauptziel der EFTA ist die Harmonisierung und Koordination von Fair-Handels-Aktivitäten, um so den Fairen Handel effizienter zu gestalten. Aus diesem Grund organisiert die EFTA beispielsweise regelmäßige themenspezifische Treffen für ihre Mitglieder, damit der kontinuierliche Informationsaustausch gefördert wird. Außerdem gibt es eine Arbeitsteilung der EFTA-Mitgliedsorganisationen. Man hat sich auf gemeinsame Standards und Richtlinien für den Import und die Betreuung der Handelspartner geeinigt. Die EFTA hat zudem ein eigenes Monitoringsystem für seine Handelspartner entwickelt. „Wir sind jetzt in einer totalen Umbruchphase“, sagt Hildegard Fuchs von der GEPA. Mit dem Weggang der langjährigen Managerin, Marlike Kocken, zum Ende dieses Jahres müssen sich die Mitglieder nun erst einmal neu sortieren. Es sind auch nur kleine Sequenzen, in denen eine Zusammenarbeit möglich ist. So kann ein EFTA-Mitglied für die anderen Mitglieder Waren importieren. „Das macht auch Sinn, denn jede Importorganisation hat andere Schwerpunkte. Wir schauen dann schon, wo es Stärken und Schwä-

chen gibt. In der letzten Zeit trafen wir uns regelmäßig zum Erfahrungsaustausch; jedoch planen wir, darüber hinaus noch mehr Kooperationen und konkrete Zusammenarbeit anzugehen. Dazu wurden bereits so genannte working groups eingerichtet“, erklärt Desniwati, ebenfalls GEPA. „Es gibt immer wieder Berührungspunkte, an denen wir uns gegenseitig helfen, aber trotz des guten Verhältnisses, das wir untereinander haben, bleiben wir Wettbewerber und jede Organisation will und muss wirtschaftlich denken und handeln.“ Ein gemeinsames Produkt auf europäischer Ebene ist schwierig in der Umsetzung, aber darüber wurde auch schon nachgedacht. „Da ist was auf dem Weg.“

Handel für Alle?

Unternehmen neue Märkte öffnen und ein günstiges Klima für Investition schaffen – das ist bislang das vorrangige Ziel von europäischer und internationaler Handelspolitik. Auf der Strecke bleiben dabei oft soziale Standards, Umweltschutz und Menschenrechte. Auch die neue Handelsstrategie der EU unter dem Motto „Handel für Alle“ zielt vor allem darauf ab, die Wettbewerbsfähigkeit und die Gewinnaussichten europäischer Unternehmen zu verbessern. Die EU fordert von anderen Staaten möglichst uneingeschränkten Marktzugang für ihre Güter, Dienstleistungen und Investitionen, ungehinderten Zugang zu öffentlichen Aufträgen und Rohstoffen sowie mehr Schutz von Investitionen und geistigem Eigentum. Auch wenn TTIP zunächst vom Tisch ist, wurde das CETA-Abkommen verabschiedet. Ähnliche Abkommen strebt auch die EU an, ausgerechnet mit Entwicklungs- und Schwellenländern wie Argentinien, Brasilien, Paraguay, Indonesien, Indien und Mexiko (MERCOSUR-Staaten). Und mit den Ländern Afrikas, der Karibik und des Pazifiks hat sie



Pro-Kopf-Ausgaben für fair gehandelte Produkte im europäischen Vergleich, 2014 (* nur Fairtrade; ** Pro-Kopf-Ausgaben 2013)

sogenannte Wirtschaftspartnerschafts-abkommen (EPAs) ausgehandelt, gegen deren Ratifizierung sich viele afrikanische Länder allerdings noch wehren.

Ein Lobbybüro in Brüssel

Das Fair Trade Advocacy Office (FTAO) in Brüssel ist eine wichtige Plattform des Fairen Handels für die politische Arbeit auf europäischer Ebene. Der Austausch mit Abgeordneten des Europaparlaments und Vertreter*innen der EU Kommission ist von entscheidender Bedeutung, da die europäische Landwirtschafts- und Handelspolitik oft sehr direkte Auswirkungen auf Kleinproduzent*innen im Süden hat. Es hat als Lobbyorganisation des Fairen Handels das klare Ziel, EU-Richtlinien für faire Handelspraktiken voranzubringen. Die 2004 von Fairtrade International (FI) und der World Fair Trade Organisation (WFTO) gegründete Organisation treibt somit das Anliegen der Fair-Handels-Bewegung, die Lebensgrundlagen von Produzent*innen und Arbeiter*innen zu verbessern, auf politischer Ebene in Brüssel voran.



„Wir möchten ein begünstigtes Umfeld für den Fairen Handel schaffen und gemeinsame Positionen erarbeiten. Wir sind ein kleines Büro in Brüssel mit vielen Aufgaben, die wir auf unsere Mitarbeiter*innen verteilen. Es geht um Handelsgerechtigkeit und gegen ungerechte Strukturen und: Wir haben es immerhin in die Tagesschau geschafft!“, freut sich Peter Möhringer, Mitarbeiter des FTAO.

Die EU-Kommission hat Anfang 2013 ein Diskussionspapier zu unfairen Handelspraktiken entlang der Lieferkette veröffentlicht. Darin benennt sie die Risiken zu unfairen Handelsbedingungen, setzt jedoch auf freiwillige Maßnahmen, vor allem auf die seit 2013 bestehende „Supply Chain Initiative“, die vor allem auf Kommunikation und Bildungsmaßnahmen zwischen den Akteuren setzt. Neben der Regulierung fordert das FTAO eine anonyme Beschwerdestelle gegen unfaire Handelspraktiken. „Dazu wurde ein Richtlinienvorschlag erstellt. Denn“, so Peter Möhringer, „viele Beschäftigte oder Produzierende klagen aus Angst vor Repressalien nicht gegen unfaire Praktiken. Bevor sie entlassen oder ihnen die Aufträge entzogen werden, machen sie lieber weiter. Das kann durch Anonymität verhindert werden.“ Ziel sei es, den „Angstfaktor“ abzubauen, indem Beschwerden vertraulich behandelt werden können. Der Richtlinienvorschlag wird nun im EU-Parlament und im Ministerrat beraten und soll im Mai abgestimmt sein. Die Chancen, dass es das FTAO schafft, die EU-Kommission davon zu überzeu-

gen, stehen zurzeit gut – wenn es im Mai klappt, hat die Lobbyarbeit des Fairen Handels in Europa einen großen Schritt nach vorne gemacht!

Auch das Wettbewerbsrecht arbeitet vielfach gegen Kleinproduzent*innen, indem es sich auf Endpreise für Verbraucher*innen fokussiert. „Es gibt in der EU einen beschränkten Blick auf das Konsument*innenwohl. Vorher galt das Allgemeinwohl, da wurde auch auf die Produzent*innen geachtet. Manche Länder halten den Fokus auf das Privatwohl, da sind Datenschutzrechte beispielsweise wichtig. Verschiedene Länder haben ihre eigenen Schwerpunkte, die es gilt, zusammen zu bringen.“

Warum die Europäische Union für den Fairen Handel wichtig ist?

Die Europäische Union (EU) wird in vielen Bereichen als technokratisch und weit weg von den Bürgern wahrgenommen. Die EU-Institutionen und ihre politischen und rechtlichen Befugnisse haben jedoch ein großes Potenzial zur Verwirklichung der Vision von Fair Trade. Die EU hat in ihren Mitgliedsstaaten die ausschließliche Zuständigkeit für Handelspolitik und

wichtige Befugnisse in bedeutenden Politikbereichen wie Entwicklung und Binnenmarkt. Sie ist der größte Fair-Trade-Markt und der weltweit größte Anbieter von Entwicklungshilfe für Übersee. In ihren bilateralen und multilateralen Beziehungen spielt die Union eine führende Rolle bei der Festlegung globaler Politiken, die sich auf den internationalen Handel auswirken.

Druck auf die politischen Entscheidungen kann per Stimmzettel ausgeübt werden. Im kommenden Jahr ist wieder Europawahl. Da sollten die Abgeordneten auf Herz und Nieren und ihre Einstellung zu Handelsabkommen, Marktmacht und Fairem Handel geprüft werden.

Auch die Importorganisationen müssen sich europaweit aufstellen – die nächsten Schritte der EFTA zu mehr Kooperationen sind gut und wichtig. Und vielleicht gibt es ja bald schon einen europäischen Schokoriegel?!

Gundis Jansen-Garz

Aus für Traidcraft in England

Kurz vor Drucklegung dieser Ausgabe erreichte uns die Nachricht, dass die britische Fairhandelsorganisation Traidcraft zum Ende des Jahres eingestellt wird. Robin Roth, Geschäftsführer bei Traidcraft, erklärte gegenüber Welt&Handel: „Wir können den Spagat zwischen dem billigen Fairtrade der großen Supermarktketten und unserem Fairen Handel nicht mehr schaffen. Auf Dauer ist es unrentabel.“ Neben der Konkurrenz aus den Supermärkten sei es jedoch vor allem der Brexit, der eine Wirtschaftlichkeit nicht mehr gewährleisten kann. „Direkt nach Bekanntgabe des Brexits ist das britische Pfund 18 Prozent im Wert gegenüber dem US-Dollar gesunken. Beim Euro beträgt der Wertverlust rund 16 Prozent. Bis heute hat sich das kaum geändert. Das bedeutet, dass wir mit wesentlich höheren Preisen einkaufen als zuvor.“

Das lässt sich nicht auf Dauer durchhalten.“ Die großen Ketten schafften das aufgrund der größeren Mengen und höheren Margen, aber ein Fairhandelsunternehmen wie Traidcraft könne dies nicht. Die hohen Umsatzzahlen bei Fairtrade in England berufen sich also in erster Linie auf die Supermärkte. „Der Faire Handel in Großbritannien hat sich dahingehend verändert. Der Brexit hat die Kaufkraft gemindert. Das spüren wir nun“, so Robin Roth. Wie es weitergeht, ist noch unklar. Robin Roth ist jedoch zuversichtlich: „Wir betrachten es als Chance. Da wir nicht insolvent sind, können wir nach der Abwicklung des wirtschaftlichen Betriebs davon ausgehen, dass noch finanzielle Mittel vorhanden sind. Damit werden wir auf einer anderen, noch ungewissen Weise, mit dem Fairen Handel in England weitermachen.“

Ehrenamt im Weltladen?!

Wir haben in der Ausgabe 6-2018 das Schwerpunktthema „Ehrenamt im Weltladen“ behandelt und einen Aufruf zur Diskussion gestartet. Die ersten beiden Rückmeldungen hatten wir in Ausgabe 7-2018 veröffentlicht. Hier folgen weitere. Kompakt können alle Statements auf unserer Internetseite gelesen und kommentiert werden – so kann eine Diskussion entstehen! Selbstverständlich freuen wir uns auf weitere Rückmeldungen.



Foto: MISEREOR

„Auch unser Weltladen wird von einem Verein getragen und zum großen Teil ehrenamtlich betrieben. Seit einem halben Jahr haben wir bezahlte Arbeit für Warenbestellung eingeführt. Unser Standpunkt ist, dass ab einer gewissen Ladengröße nicht mehr die ganze Organisation ehrenamtlich geleistet werden kann. Fairer Handel bedeutet schließlich auch, dass die Menschen, die sich hier engagieren, fair behandelt werden und das Ehrenamt nicht an Selbstausbeutung grenzen darf.“

Ein Laden ist ein Wirtschaftsbetrieb und muss auch als solcher geführt werden, wenn er überleben will. So gesehen, hat die kirchliche Jugendarbeit dem Fairen Handel einen Bärendienst erwiesen, indem sie ehrenamtliche Strukturen für den Verkauf aufgebaut hat. Biolandwirtschaft und ökologischer Handel sind auch in aller Munde - aber es würde niemand verlangen, dass ein Bioladen ehrenamtlich geführt werden muss, weil sonst die Produkte zu hochpreisig werden, oder jemand hier bei uns dadurch Geld verdient.“

Weltladen Esperanza, Lahr,
Rosemarie Rimpf

„Wir vom Weltladen Kressbronn begrüßen es, dass endlich eine Diskussion zum Themenkomplex Ehrenamt und Wirtschaftlichkeit der Weltläden zustande kommt. Wir beobachten schon seit Jahren, dass der Faire Handel zwar jährlich wächst, aber eben kaum im Gesamtbereich der Weltläden. Insbesondere bei Lebensmitteln haben Supermarktketten und Discounter den Imagewert eines TransFair-Siegels erkannt und nehmen immer mehr solchermaßen gesiegelte Waren in ihr Sortiment auf. Aufgrund ihrer Betriebsgrößen können sie es sich leisten, die Preise der Weltläden zu unterbieten und insbesondere die Discounter erwecken den Anschein, dass billig und fair gehandelt zusammenpassen.“

Es sind insbesondere zwei Akteure, die zu dieser Situation beigetragen haben: Eine Großhandelsorganisation des Fairen Handels (GEPA), die bereitwilligst an diese Handelsorganisationen liefert (vermutlich zu günstigeren Preisen als es die Weltläden bekommen) und die Siegelorganisation TransFair, die die Anforderungen für dieses Siegels immer weiter heruntergeschraubt hat. Noch seltsamer mutet es an, wenn gleiche Waren unterschiedlich gesiegelt werden: für Discounter und Handelsketten mit dem TransFair-Siegel, für Weltläden z. B. mit dem Eigensiegel von GEPA. Wir Ehrenamtliche haben schon länger das Gefühl, dass wir, die wir am Ende der Wertschöpfungskette stehen, ausgenutzt werden und andere den Mehrwert der Fair-Handel-Idee abschöpfen. Man kann das ungerecht nennen, aber es entspricht leider den herrschenden, marktwirtschaftlichen Prinzipien. Die Weltläden müssen sich dieser Ungleichbehandlung und Doppelzüngigkeit stellen und mit wirksamen Mitteln reagieren. So könnte der Weltladen-Dachverband eine aktivere Rolle einnehmen und die gebündelte Einkaufsmacht der Weltläden gegenüber dem Fair-Trade-Großhandel ins Feld führen. Wir haben das Gefühl, dass aus welchen Gründen auch immer, immer noch nicht die wahren Probleme angesprochen werden.“

Weltladen Kressbronn,
Heidi Eisenblätter, Hubert M. Schuh

Aufruf! Wie sehen Sie die aktuelle Diskussion? Wird in Ihrer Gruppe, Ihrem Weltladen auch darüber gesprochen? Haben Sie Lösungsvorschläge? Wir möchten gerne eine breite Diskussion anregen und in den folgenden Ausgaben weitere Stellungnahmen und Ideen dazu veröffentlichen. Schreiben oder mailen Sie uns!

Weihnachten Weltweit



„Es ist kreativ“, sagt die Kugel. „Es ist fair“, erklärt der Engel. „Es ist Weihnachten“, flüstern Stern und Herz. Ungefähr so könnte es an vielen Tannenbäumen klingen, wenn sie mit dem fair gehandelten Weihnachtsschmuck der ökumenischen Mitmachaktion „Weihnachten Weltweit“ verschönert werden.



Foto: weltweit wickeln

Kugeln, Engel und in diesem Jahr ganz neu Herzen aus Indien sowie Sterne aus Peru sind unter fairen Bedingungen in sorgfältiger Handarbeit von GEPA-Handelspartnern hergestellt worden. Durch den Kauf des Weihnachtsschmucks erhalten die Produzierenden ein faires und geregeltes Einkommen. Alle vier Figuren sind noch unbemalt und können von Kindern auf unterschiedliche Weise bemalt, beklebt oder umwickelt werden. So wird jeder Schmuck zu einem ganz individuellen Kunstwerk und einem einzigartigen Weihnachtsgeschenk für

Familie und Freunde. Träger der Aktion „Weihnachten Weltweit“ sind Adveniat, Brot für die Welt, MISEREOR und das Kindermissionswerk ‚Die Sternsinger‘.

Die Bildungsaktion verbindet Spaß mit interkulturellem Lernen, eröffnet Kindern einen praktischen Zugang zum Fairen Handel und zur Lebenssituation

von Gleichaltrigen in anderen Ländern der Welt. „Weihnachten Weltweit“ baut damit eine Brücke von Kind zu Kind. Die vielfältigen pädagogischen Materialien laden ein zu Erfahrungen und Erlebnissen rund um Weihnachten auf anderen Kontinenten.

➔ www.weihnachten-weltweit.de

1.700 km, 78 Stationen, 14 Aktionstage

„Die Frage, wie wir den Klimawandel stoppen können, ist die große Gerechtigkeitsfrage dieses Jahrhunderts.“ Mit diesen Worten beschreibt Barbara Hendricks, Bundesumweltministerin a. D., eines der Hauptziele des Ökumenischen Pilgerwegs für Klimagerechtigkeit von Bonn bis Katowice.

Hendricks ist eine der drei Schirmherr*innen des Klimapilgerwegs, der am 9. September in Bonn mit einem Gottesdienst um 10 Uhr in der Bonner Lukaskirche startet.

Der Klimapilgerweg führt über 78 Stationen und 1.700 gelaufene Kilometer und endet am 9. Dezember im polnischen Katowice, wo zeitgleich die 24. Welt-

Klimakonferenz (COP 24) stattfindet. Die Pilgerinnen und Pilger gehen durch die drei großen deutschen

Braunkohlegebiete, die als so genannte Schmerzpunkte ausgewählt wurden: das Rheinische Revier (Hambacher Forst), das Mitteldeutsches Revier und das Lausitzer Revier. Unterwegs werden die Pilgerinnen und Pilger bei 14 Aktionstagen und zahlreichen weiteren Veranstaltungen für die Forderungen des Klimapilgerwegs werben, u. a. die Einleitung des Kohleausstiegs in Deutschland.

Alle, die die Ziele des Pilgerwegs für Klimagerechtigkeit unterstützen möchte,

sind zum Mitpilgern eingeladen – egal ob es nur eine kurze Strecke, eine Tagesetappe oder länger ist. Der Ökumenische Pilgerweg für Klimagerechtigkeit wird unterstützt von einem breiten ökumenischen Bündnis aus 40 Organisationen, Initiativen und Unternehmen, darunter Brot für die Welt, das Bischöfliche Hilfswerk MISEREOR e.V., die Evangelische Kirche in Deutschland (EKD), die Deutsche Bischofskonferenz und das Kindermissionswerk ‚Die Sternsinger‘.

➔ www.klimapilgern.de



Foto: dearb

Saar-Uni weiterhin Fairtrade-University



Im Mai 2014 war sie als erste faire Uni Deutschlands ausgezeichnet worden, nun wurde sie bereits zum zweiten Mal „rezertifiziert“. Inzwischen gibt es in Deutschland 19 faire Universitäten. Als erste „Fairtrade-University“ in Deutschland habe die Saar-Uni auch eine Vorreiterrolle übernommen, sagt Heike Savelkouls-Diener. „Bei einem Großteil der neu hinzugekommenen Hochschulen waren wir beratend am Zertifizierungsprozess beteiligt.“ Rund 15 Studentinnen und Studenten sind derzeit im Aktionsbündnis an der Uni aktiv; die meisten von ihnen kommen aus dem Ausland. Mehr als 200 sind bereits als „Botschafter des fairen Handels“ geschult worden. Sie besuchen die Lehrstühle und Einrichtungen und werben für den fairen Handel, indem sie das Angebot auf dem Campus vorstellen. Außerdem organisieren sie die wöchentlichen Info- und Verkaufsstände im Mensa-Foyer sowie Aktionstage. Darüber hinaus werden auch immer wieder Workshops veranstaltet.

Seit zehn Jahren geht es weltwärts

Der bundesweite Freiwilligendienst „weltwärts“ feierte Mitte September sein zehnjähriges Bestehen. Im Rahmen des vom Entwicklungsministerium getragenen Dienstes haben sich seit 2008 rund 35.000 junge Deutsche mehrere Monate in einem Projekt in Afrika, Asien, Lateinamerika, Osteuropa oder Ozeanien engagiert.

Ziel von „weltwärts“ ist es, dass junge Menschen zwischen 18 und 28 Jahren fremde Kulturen und Sichtweisen

kennenlernen, ihre eigenen Denkmuster hinterfragen und zu einem global solidarischen Handeln befähigt werden. Jährlich gehen rund 10.000 Bewerbungen bei den 160 Entsendeorganisationen ein; darunter sind auch kirchliche Hilfswerke und Diözesen. Haupteinsatzländer waren 2017 Indien, Südafrika und Peru. Die Mehrheit der Freiwilligen arbeitet im Bereich Bildung (39 Prozent) sowie mit Kindern und Jugendlichen (35 Prozent). Auch in den Bereichen Umwelt, Gesundheit, Landwirtschaft und Forschung werden Projekte angeboten. Seit 2013 haben außerdem auch 1.381 junge Menschen aus Entwicklungsländern einen Freiwilligendienst in Deutschland absolviert.

Heiligsprechung von Oscar Romero

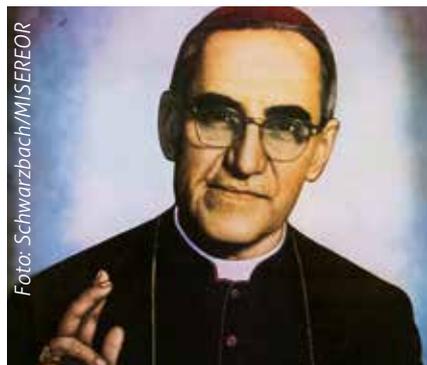


Foto: Schwarzbach/MISEREOR

„Wenn man mich tötet, werde ich im salvadorianischen Volk wiederauferstehen.“ So sagte Oscar Romero kurz vor seinem Tod zu einem Journalisten. Am 14. Oktober 2018 wird Oscar Romero in Rom heiliggesprochen. Oscar Romero war Erzbischof von El Salvador und einer der wichtigsten Vertreter einer befreienden Theologie. Bis heute gilt er als die Symbolfigur im Kampf gegen die Unterdrückung in Lateinamerika. Am 14. Oktober 1980 wurde er wegen seines Kampfes für die Armen und gegen die Militärdiktatur in El Salvador ermordet. Seine Glaubensaussagen berühren bis heute. In einer seiner letzten Predigten sagte er. „Die Kirche kann vor diesen wirtschaftlichen, politischen und sozialen Ungerechtigkeiten nicht schweigen. Das ist eine Frage von Leben oder Tod für das Reich Gottes auf der Welt.“ Aus

Anlass der Heiligsprechung hat MISEREOR Bausteine für einen Gottesdienst oder eine Andacht entwickelt.

➔ www.misereor.de/gottesdienste

Film: Frauenrechte stärken

Am 2. März 2018 führte die Heinrich-Böll-Stiftung Sachsen-Anhalt eine Podiumsdiskussion mit Expertinnen aus Kenia und Deutschland über die Stärkung von Frauenrechten durch Fairen Handel durch. Das Gespräch fand auf Englisch und Deutsch statt. Der Film fasst die Kernpunkte zusammen. Frauen stellen die Hälfte der Beschäftigten im ostafrikanischen Blumensektor. Die Arbeitsbedingungen sind meist schlecht und durch zahlreich eingesetzte Pestizide sind sie enormen gesundheitlichen Risiken ausgesetzt. Auch in der Bekleidungsindustrie ist ein Großteil der Textilarbeiter*innen weiblich. Arbeit zu Hungerlöhnen unter miserablen Bedingungen bei fehlendem Schutz ist in Fabriken in Bangladesch oder Myanmar an der Tagesordnung. In öffentlichkeitswirksamen Kampagnen fordern Frauen in der Textilbranche daher die Stärkung von Frauen und Arbeitsrechten. Mit dem Kauf von Fairtrade-Produkten werden Frauen dabei unterstützt, in eine verbesserte Arbeitssituation eintreten zu können.

➔ www.youtube.com/watch?v=5ZUsr4EY8qQ

100 % fair kompakt

"100 % fair kompakt" stellt auf 20 Seiten die Grundsätze, Methoden und Wirkungen des Fairen Handels dar. Sie verschafft vor allem Einsteiger*innen

in das Thema einen guten Überblick und dient Multiplikator*innen im Fairen Handel als Grundlage für ihre Arbeit. Die Broschüre ist eine gekürzte und überarbeitete Version der Publikation "100 % fair".

➔ www.forum-fairer-handel.de/materialien



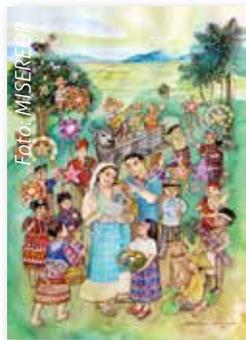
Plakate und Flyer Adventskalender '18

Das Motiv des diesjährigen GEPA-Adventskalenders wurde von der philippinischen Kinderbuchillustratorin Bernadette Solina-Wolf gemalt. Für Verkaufsaktionen von Weltläden und Gruppen hat MISEREOR ein Plakat im

DIN A2-Format sowie einen Kundenflyer herausgegeben. Der Flyer erklärt einige der Motive kindgerecht. Plakate und Flyer werden Anfang Oktober an Weltläden und Schulen versandt und sind in den Regionalen Fairhandelszentren erhältlich.

Bestellungen: aktionen@misereor.de oder Telefon 0241 47986-400

➔ www.misereor.de/philippinen



Neu aufgelegt: #echterNikolaus



Auch in diesem Jahr wird es ihn wieder geben: Den echten Nikolaus. Eine Weile war er aus den Supermarktgalen verschwunden, erst 2004 hat die GEPA den ersten fair gehandelten Schoko-Nikolaus auf den Markt gebracht. Mittlerweile haben auch andere Hersteller – aus Fairem Handel und konventionell – den Trend entdeckt und bieten Schoko-Nikoläuse an. Auch zum #echterNikolaus gibt es Plakate und Hintergrundinformationen bei MISEREOR: aktionen@misereor.de oder telefonisch unter 0241 47986-400

➔ www.gepa.de/echterNikolaus

www.misereor.de/echterNikolaus

Kakao-Barometer

Obwohl Schokoladenunternehmen seit Jahren mehr Nachhaltigkeit versprechen, hat sich die Situation der Kakao-bauern und -bäuerinnen in Westafrika kaum verbessert – so das Ergebnis der neuen Ausgabe des Kakao-Barometers, das regelmäßig einen Überblick über Nachhaltigkeitsinitiativen im Kakaosektor gibt und vom INKOTA-netzwerk mit herausgegeben wird. Durch den Einbruch des Kakaopreises seit 2016 hat die Armut vieler Bauern und Bäuerinnen sogar zugenommen. Von einem existenzsichernden Einkommen sind in der Elfenbeinküste selbst Fairtrade-zertifizierte Bauern weit entfernt – sie müssten dafür im Schnitt fast dreimal so viel verdienen. Auch das Versprechen, die schlimmsten Formen der Kinderarbeit bis 2020 um 70 Prozent zu reduzieren, werden die Schokoladenhersteller nicht einlösen können. Das Barometer fordert deshalb auf, weniger auf eine Steigerung der Kakaoerträge zu setzen.

➔ www.inkota.de

Neue Internationale Fair-Trade-Charta

Am 25. September 2018 wurde eine neue Fair-Trade-Charta eingeführt. Um die Glaubwürdigkeit des Fairen Handels sicherzustellen, haben die beteiligten Akteure neue Standards festgelegt und Kontrollsysteme zu ihrer Überprüfung entwickelt. Zuletzt hatten sich FLO und WFTO 2009 auf eine gemeinsame Charta für den Fairen Handel verständigt. Sie enthält die wesentlichen Grundsätze, Definitionen und Ansätze des Fairen Handels. Das Fairtrade-Advocacy Büro in Brüssel stellte nun die neue Charta vor. Welt&Handel wird in der kommenden Ausgabe ausführlich darüber berichten.

➔ www.fair-trade.website

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

Intensiv 2019

Weltladen-Akademie:
Mit Bildung mehr erreichen!

Der Intensivkurs geht 2019 in seine zweite Runde! Die Fortbildung richtet sich an Bildungsaktive aus Weltläden und Multiplikator*innen des Globalen Lernens und startet im März 2019. An drei Terminen bekommen die Teilnehmenden einen vertieften Einblick in aktuelle Themen der Bildungsarbeit im Fairen Handel sowie die Möglichkeit, ein eigenes Projekt zu planen und umzusetzen. Alle drei Termine finden diesmal in Erfurt statt. Termine: 8. bis 10. März 2019, 3. bis 5. Mai 2019, 25. bis 27. Oktober 2019

➔ www.weltladen-akademie.de

Methodenseminar globales/soziales Lernen

5./6. November, Leipzig

Im Mittelpunkt des Seminars steht die interaktive Gestaltung von Einheiten für die Vermittlung von Inhalten wie Kinderrechte, Fairer Handel oder Flucht für diverse Zielgruppen. Nach einer Einführung in das Globale Lernen werden verschiedene Methoden vorgestellt und ausprobiert. Anmeldung bis 29. Oktober an: juliane@einewelt-leipzig.de

Fehlerteufel

Leider ist uns in der vergangenen Ausgabe ein Fehler unterlaufen. Auf Seite 3 haben wir versehentlich falsch zitiert. Es muss natürlich heißen, dass die Kaffeepreise gesunken sind - nicht gestiegen. Das macht die Situation für die Kaffeeproduzent*innen ja so dramatisch!