

Dokumentation



Fair Handels Gipfel Bayern



im Rathaus Augsburg



am 13. November 2004
11 bis 17 Uhr



Kampagne „Fair Handeln Bayern“
Veranstalter: Eine Welt Netzwerk Bayern e.V.

FAIRHANDELN
BAYERN

 *eine welt
netzwerk bayern*



Grußwort:

Dr. Christian Ruck

Am Anfang waren Ausstattung und Marketing der Fair Handels Bewegung ja eher in den Kinderschuhen. Dies hat sich unglaublich gewandelt und dafür möchte ich meine Anerkennung aussprechen“, sagte Dr. Christian Ruck, Vorsitzender der Arbeitsgruppe für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung der CDU/CSU-Bundestagsgruppe, in seinem Grußwort zum Fair Handels Gipfel. Wenn es um Entwicklungsländer gehe, habe der Entwicklungsausschuß viele Auseinandersetzungen zu führen.

Ruck: „Ich habe es immer als wohlthuend empfunden, dass von Ihrer Seite zum Thema Entwicklungspolitik Rückenbedeckung kam“. Im Namen aller Parteien sprach Ruck die ehrlich empfundene Wertschätzung für die Arbeit aus. In der bayerischen Staatsregierung gebe es inzwischen einen Beauftragten für entwicklungspolitische Themen. Auch sei Bildungsarbeit im Inland überaus wichtig.

Globalisierung sah Ruck als „etwas, von dem viele profitieren, aber auch etwas, das gefährlich ist“. Deshalb sei es ein hohes Ziel auch der Politik, dass beim Fairen Handel Fortschritte erreicht werden. Am Beispiel Zucker unterstrich Ruck dennoch: „Ich unterstütze keine Politik, die unsere Bauern ärmer macht und die Zuckerbarone in Brasilien reicher“. Wenn über ein Ende des Protektionismus und über mehr Handelsliberalisierung diskutiert werde, sei sein Standpunkt klar: „Wir fordern dann auch Landreformen“.

Als persönlichen Beitrag zur Stärkung des Fairen Handels kündigte Dr. Ruck an, Geschenke an Gäste seines runden Geburtstages in diesem Jahr ausschließlich aus dem Weltladen zu beziehen.



Augsburgs Umweltreferent Thomas Schaller eröffnete den Fair Handels Gipfel.

Die Kraft des Fairen Handels

Zur Eröffnung des Fair Handels Gipfels am 13. November 2004

Der Faire Handel ist ein existenzieller Beitrag für einen nachhaltigen, weltweiten Frieden“, sagte Augsburgs Umweltreferent Thomas Schaller in seiner Eröffnungsrede zum Fair Handels Gipfel. Der Hausherr begrüßte es ausdrücklich, diese Veranstaltung in Augsburg zu haben: Er sehe darin einen Beitrag zur Unterstützung der städtischen Bemühungen um Fairen Handel und Agenda 21.

Am Beispiel des Augsburger Rathauses zeigte er die politische Dimension, die der Faire Handel besitzt: Das Rathaus sei das größte Renaissancegebäude nördlich von Italien, so Schaller. Die Renaissance war auch die Zeit der ersten großen Handelsglobalisierung – und Augsburg war das Zentrum

dieser ersten Globalisierung. Die Fugger haben damals die Produktion von Handelsgütern verbunden mit weltweitem Handel und dem Beginn des Finanzkapitalismus. „In kurzer Zeit wurde die Stadt völlig zur Renaissancestadt umgekrempelt“, schilderte der Umweltreferent weiter.

Möglich war dies, weil die Fugger damals Kaiser und Kriege finanzierten. Die Gegenwehr sei damals sehr schwach gewesen. Heute biete der Faire Handel dazu eine Möglichkeit. Schaller: „Sie wissen um die Kraft dieser Bewegung und dass sie ein gewisses Korrektiv gegen die negativen Auswirkungen der Globalisierung sein kann“.

Grußwort

Bayerns Umweltminister Werner Schnappauf

Schreiben vom 20. Oktober 2004

„Es ist absolut wichtig, unsere Bürgerinnen und Bürger für einen fairen, nachhaltigen Konsum zu sensibilisieren und sie dazu zu gewinnen, sich sowohl für fair gehandelte als auch regionale und ökologisch angebaute Produkte zu entscheiden. (...) Ein ganz besonderer Dank gilt Ihnen und Ihren Mitstreitern aber heute schon für Ihr großes Engagement und Ihre Initiative (...)



Dr. Norbert Stamm begrüßte im Namen des Eine Welt Netzwerks Bayern e.V.

Der Faire Handel wächst- auch in Bayern

Auszüge aus der Ansprache von Dr. Norbert Stamm

Seit 1999 gibt es das Eine Welt Netzwerk Bayern e.V., dem jetzt 42 Mitgliedsgruppen angehören – von Aschaffenburg bis Passau, von Bamberg und demnächst Bayreuth bis Füssen. Seit 2001 haben wir die Kampagne Fair Handeln Bayern geplant und seit 2003 läuft sie neben vielen anderen Aktivitäten des Eine Welt Netzwerks.

An über 20 Orten haben bisher Gruppen, Läden und Institutionen die Ausstellung gezeigt, haben Begleitaktionen gestartet. Über 25000 Flyer wurden verteilt, über 1000 Plakate in vielen Orten aufgehängt. An der Aktion „Bayerns Christen trinken fair“ beteiligten sich mehr als 200 Pfarreien. In vielen Kinos liefen während der Fairen Woche Kinospots und Infotische.

Die Kampagne will neue Zielgruppen für den Fairen Handel in Bayern als Kunden gewinnen, will Genußqualität und Gerechtigkeit verknüpfen, will die Fair-Handels-Akteure in Bayern unterstützen. Wir danken den Förderern – vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit über den Kirchlichen Entwicklungsdienst der Evangelischen Kirche und den Katholischen Fonds bis zu gepa, dwp, banafair und Misereor, InWent, Bayerisches Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz – um nur einige zu nennen, für die finanzielle Ermöglichung. Bedanken möchte ich mich auch

bei Astrid Engel, die jahrelang hauptamtlich für die Kampagne gearbeitet hat und zuletzt die AG Jugend und die Arbeitsgruppe Bio-Regional-Fair mitbetreute; ebenso bei meiner Vorstandskollegin Elisabeth Kumi, die die Kampagne zusammen mit dem damaligen Vorstand Jürgen Mai entwickelt und lange Zeit ehrenamtlich betreut hat.

Hintergrund

Fairer Handel - er steht für faire Preise, langfristige Lieferverträge, Beratung bei Produktentwicklung und Vermarktung; er steht auch für entwicklungspolitisches Engagement hier bei uns, für eine gerechte Globalisierung.

Der Faire Handel wächst, auch in Bayern – derzeit gibt es 211 Weltläden in Bayern und eine noch weit größere Zahl an kirchlichen und sonstigen Aktionsgruppen (rund 600). Hinter dem Fairen Handel stehen viele, sehr viele ehrenamtliche Aktive. Damit ist der Faire Handel das entwicklungspolitische Handlungsfeld in Bayern, auch auf kommunaler Ebene.

Fairer Handel trifft ein Grundbedürfnis: Bei der wichtigsten Umwelt und Nachhaltigkeitsbefragung in Deutschland, der Studie „Umweltbewusstsein“, die alle zwei Jahre erhoben wird, wurden in diesem Frühjahr wieder 2000 repräsentativ ausgewählte Bundesbürgerinnen und Bundesbürger

befragt. Der Aussage „Es sollte fairen Handel zwischen den reichen Ländern der Erde und den Entwicklungsländern geben“ stimmten 43% voll und ganz und 41% weitgehend zu – macht 84%. Damit ist die Zustimmung für einen fairen Handel in den vergangenen zwei Jahren sogar gewachsen. Auch die Werte für das Transfair-Siegel sind nicht schlecht: Das Transfair-Siegel kannten 32% - und 50% davon gaben an, beim Einkauf darauf zu achten.

Und noch ein theoretischer Hammer: Auf die Frage „Inwiefern sind Sie persönlich bereit, für Produkte aus den Entwicklungsländern (z.B. Kaffee, Tee u.ä.) mehr Geld auszugeben, wenn diese aus Fairem Handel stammen, d.h. zu angemessenen Preisen von dortigen Kleinproduzenten gekauft werden?“ - da antworteten 21% sehr bereit und 49% eher bereit, 21% eher nicht bereit und 9% nicht bereit. 70% der Befragten sind also dazu bereit – sogar mehr als zum Kauf umweltfreundlicher Produkte (63%).

Die Ergebnisse kurz zusammengefasst: Der Faire Handel ist glaubwürdig, wird gewollt, er muss unbedingt noch bekannter gemacht werden – genau unser Anliegen! (...)

Zurück in den Alltag

Noch hängen wir bei einem bis zwei Prozent z.B. im Kaffeebereich – aber Aschaffenburg zeigt, was möglich ist: Bis sieben Prozent beträgt der Anteil des Aschaffener Parterkaffees. (...)

An uns liegt es, dieses Potenzial zu aktivieren. Wie, das ist eines der zentralen Themen heute. Was können die Kommunen tun, die Länder? Hier bewegt sich was, in einzelnen Leuchtturm-Kommunen wie München oder gar auf Landesebene wie in der Steiermark.

Warum das Ganze?

Mehr als eine Million Familien in über 40 Ländern profitieren heute schon vom Fairen

Handel. Der Erlös der kleinen Kaffeebauern war 2003 im Fairen Handel zeitweise zehnmal so hoch wie sonst auf dem Weltmarkt, dank garantiertem Mindestpreis. Viele, viele weitere Familien warten – der ghanaische Genossenschaftszusammenschluss Kuapa Kooko kann bisher erst weniger als zehn Prozent seiner Ernte fair vermarkten. Wir müssen mehr Umsatz schaffen!

Dies Stichwort gibt mir Gelegenheit, den Kreis zu schließen, warum wir ja heute auch hier im Augsburger Rathaus sind. Bei der Umsatzerhöhung können auch die Kommunen helfen. Sie sind Einkäufer, sie sind Vorbild, sie schaffen ein Klima, sie haben Einfluss auf wirtschaftliche Standortfaktoren. In Großbritannien gibt es hierzu neu die Initiative „Fair Trade Towns“ www.fairtrade.org.uk/towns. Um Stadt des Fairen Handels zu

werden, müssen fünf Bedingungen erfüllt sein:

1. Der Stadt- und Gemeinderat beschließt die Unterstützung des Fairen Handels und stimmt für den Genuß von fair gehandeltem Kaffee oder Tee auf seinen Treffen und in seinen Büros oder Kantinen.
2. Mindestens zwei fair gehandelte Produkte sind in den Geschäften der Kommune leicht erhältlich. Gemessen wird dies an der Zahl der Verkaufsstellen: Ab 200.000 Einwohner wird eine pro 10.000 verlangt – in Augsburg wären also 26 notwendig (bei Kommunen bis 10.000 Einwohner ist eine pro 2.500 Einwohner gefordert).
3. Auch lokale Unternehmen nutzen Fair Handels Produkte.
4. Es wird Medienöffentlichkeit für den Fairen Handel hergestellt.

Fair Handels Gipfel Bayern

5. Eine lokale Steuerungsgruppe für den Fairen Handel, mit Vertretern u.a. aus dem Stadtrat, wird eingerichtet und arbeitet.

Augsburgs schottische Partnerstadt Inverness bewirbt sich um den Titel – vielleicht kann Augsburg hier nachziehen. Vielleicht können auch andere bayerische Städte und Gemeinden es ihren englischen Partnerstädten nachtun – es gibt immerhin über 43 bayerisch-britische Partnerschaften.

Zusammenfassend: Den Fairen Handel bekannter machen und den Umsatz steigern – dies sind unsere Aufgaben. Hierzu soll die Veranstaltung uns heute schlauer machen. Uns allen eine gute Veranstaltung - und Dank für Ihr Engagement.

Umfrage:

Welches ist Ihr Lieblingsprodukt aus Fairem Handel?



Lutz Neumann, epd:

„Kaffee ist das einzige Produkt, das ich bisher probiert habe. Das war Kaffee aus Tansania. Und da sage ich auch OK – es ist immerhin das Ursprungsprodukt des Fairen Handels.“



Beate Bakels und Angelika Husch, Fairkaufladen Petershausen:

Unser Tipp ist das Mango-Sirup für Mango-Lassi. Man braucht nur Sirup, Joghurt und Wasser – fertig. Lecker sind auch die Biscotti, oder die Schokolade und eigentlich alles. Es ist interessant, immer wieder was Neues auszuprobieren.



Gabriele Sellmer, Weltladen Augsburg:

Ich mag gerne die Mango-Säfte, Kaffee oder Gewürze. Es ist schwierig, da ein Lieblingsprodukt zu nennen. Selbst kaufe ich fast alles möglichst aus Fairem Handel ein.



Alexander Fonari, Eine Welt Netzwerk Bayern e.V.

Mein Lieblingsprodukt sind die Gummibärchen, und die teile ich am liebsten mit meinen Kindern. Leider bekomme ich dann aber meistens nur wenig davon ab....



Kunden mit Vorbildcharakter

Landes- und Kommunalpolitik können den Fairen Handel fördern.

Die Initiative in der Steiermark ist erst zwei Jahren alt. Doch was Mag. Gabriele Grundnig vom Welthaus Graz nun berichtete, klingt nach einer Erfolgsgeschichte. Der steirische Landtag unterstützt und fördert offiziell den Fairen Handel.

Die Vorgeschichte: Im Jahr 2002, nach dem Gipfel in Johannesburg, taten sich in der Steiermark einige Aktive zu Aktionsgruppen zusammen. Als Thema nahmen sich die Akteure den Fairen Handel und die Ernährungssicherung vor. „Die ganze entwicklungspolitische Szene hat sich hinter dieses Thema gestellt“, berichtete Gabriele Grundnig beim Fair Handels Gipfel in Augsburg. Aus dieser Gruppe kam dann der Wunsch, das Thema auch in die Landespolitik hinein zu tragen. Es gab eine Entschließung des steirischen Landtags, aber, so Grundnig. „sie war zu schwammig, es ist nichts Konkretes passiert“. Also wurde die Gruppe beim Entwicklungspolitischen Beirat des Landes Steiermark vorstellig. Dort seien dann gleich Forderungen formuliert worden. Darunter diese:

- Mindestens 25 Prozent der Produkte, die das Land

einkauft, sollen aus Fairem Handel stammen.

- Dieser Kurs sollte auch berichtet und sichtbar gemacht werden.

Wie Gabriele Grundnig weiter erläuterte, wurde anschließend eine Enquete-Kommission gegründet, die das Thema Fairer Handel verfolgte. Aus der Arbeit dieser Kommission ergab sich schließlich im Landtag der Beschluss Nr. 607: „Die steiermärkische Landesregierung wird aufgefordert, das öffentliche Beschaffungswesen am Prinzip des Fairen Handels zu orientieren“.

In diesem Beschluss sind ganz konkrete Aktivitäten festgehalten und die weiteren Schritte dargelegt. Eine Arbeitsgruppe erhob den Bedarf und fand – überraschenderweise – heraus, dass eine Umstellung auf fair gehandelte Produkte nur rund 6300 Euro jährlich mehr kosten würde.

Im Oktober 2003 stimmte der Landtag der Steiermark dann einem Entschließungsantrag zu, der unter anderem enthielt, dass die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen über interne Medien informiert

werden sollen. Außerdem soll jährlich ein „Fair Trade Tag“ stattfinden, die Öffentlichkeit soll auf dem Laufenden gehalten und das Projekt evaluiert werden. Grundnig: „Es ist wichtig, dass die öffentliche Hand Verantwortung übernimmt für gerechten Handel“.

Dennoch, so Grundnig, habe es auch Stolpersteine gegeben: Einerseits dauerte der Prozess relativ lange, dann gab es einen Wechsel in der Zuständigkeit hin zum Wirtschaftslandesrat, was ebenfalls zu Verzögerungen führte. Wichtig sei außerdem die Zusammenarbeit mit den Beamtinnen und Beamten. Die Perspektiven für den Fairen Handel in der Steiermark sind jedenfalls gut. Grundnig: „Das Land unterstützt nun auch entsprechende Projekte in den Gemeinden.“

Beispiel München

„Made by Kinderhand – München gegen ausbeuterische Kinderarbeit“, so der Titel einer weiteren beispielhaften Aktion. Heinz Schulze, Koordinator für Agenda 21 – Eine Welt Stadt München und ehrenamtlich im Vorstand des Nord Süd Forum München e.V., stellte die Initiative vor. Ziel der Anfang 2002 begonnenen Kampagne ist nicht nur, auf das Problem ausbeuterischer Kinderarbeit hinzuweisen, sondern konkrete Alternativen aufzuzeigen. Denn weltweit arbeiten rund 250 Millionen Kinder, fast die Hälfte von ihnen den ganzen Tag. Sie arbeiten in Orangen- oder Kaffee-Plantagen, stellen Spielzeug her, knüpfen Teppiche oder nähen Kleidung. Viele dieser Kinder haben keine andere Wahl, sind auf sich alleine gestellt oder müssen zum Unterhalt der Familie beitragen. Unter ausbeuterischer Kinderarbeit versteht man alle Formen der Sklaverei, Prostitution, die Heranziehung zu unerlaubten Tätigkeiten und Arbeiten, die für die Gesundheit, die Sicherheit oder die Sittlichkeit von Kindern schädlich sind.

Ein großer Erfolg der Initiative, so Heinz Schulze, ist der Beschluss des Münchner Stadtrates vom Juli 2002: Die Stadt München kauft keine Produkte aus



Mag. Gabriele Grundnig (Welthaus Graz) und Thomas Schaller (Stadt Augsburg) beim Forum kommunale Beschaffung.

Forum B: Fairer Handel im kirchlichen Raum

Noch viel zu tun

Kirchen sind Vorreiter des Fairen Handels, könnten aber selbst noch mehr Produkte einsetzen.



Klaus Veeh (Würzburg) und Gisela Voltz (KED Nürnberg) berichteten über Fairen Handel im kirchlichen Raum.

ausbeuterischer Kinderarbeit. Bei Ausschreibungen werden nur noch solche Produkte berücksichtigt, die ohne ausbeuterische Kinderarbeit hergestellt werden oder deren Produzenten und Händler sich aktiv für einen Ausstieg aus der Kinderarbeit einsetzen.

Der Beschluss der Stadt München hat zwar Aufmerksamkeit erregt, auf Landesebene hatte er aber bislang keine Konsequenzen: Ein entsprechender Antrag der Grünen wurde im Landtag abgelehnt. Andere Städte folgten aber dem guten Beispiel: Darunter Konstanz, Münster oder Bonn. Schulze: „In vielen anderen Kommunen sind Diskussionen in Gang gekommen“. Eine Hemmschwelle sei allerdings die Frage gewesen, ob die Stadt überhaupt solche ethischen Kriterien ansetzen darf. Thomas Schaller, Umweltreferent der Stadt Augsburg und Moderator des Forums I, formulierte: „Solche ethischen Kriterien sind bisher am Rande legal“. Die Stadt laufe Gefahr, dass ein Beschluss zur Vergabe angefochten werde. Allerdings seien schon jetzt ökologische Kriterien zu den rein wirtschaftlichen Kriterien der Vergaberichtlinien dazu gekommen. Schaller empfahl, die Kriterien immer bereits in die Ausschreibung mit aufzunehmen. Ein wichtiger Punkt in München war nach Ansicht von Heinz Schulze die Veränderung in den Köpfen: „Die Mitarbeiter mussten lernen, nicht immer einfach das Billigste auszuwählen“.

Forum A: Kommunales Beschaffungswesen

Gabi Grundnig,
Welthaus Graz /Steiermark
Thomas Schaller,
Umweltreferent Stadt Augsburg
(Moderation)
Heinz Schulze,
Nord-Süd-Forum München /
Agenda Koordination Eine Welt;
Stadt München,

Links:

www.nordsuedforum.de/kinderarbeit
www.welthaus.at

Fairer Handel ist im kirchlichen Raum groß geworden. Die Idee des Fairen Handels, ihre Träger und Akteure, standen den Kirchen oft zumindest nahe. Im zweiten Forum des Vormittags schilderten Gisela Voltz vom Kirchlichen Entwicklungsdienst der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern und Klaus Veeh von der Würzburger Diözese anstelle Mission Entwicklung Frieden diese Zusammenhänge.

Ein wichtiger Meilenstein für den Fairen Handel war die Regensburger Synode der Evangelischen Landeskirche in Bayern im Jahr 1995: „Weltweite Verantwortung – im Dialog mit den Partnerkirchen“. Diese Synode, so erläuterte Gisela Voltz, forderte Kirchenvorstände, Kirchengemeinden, Leitungen kirchlicher Dienststellen, Einrichtungen, Tagungshäuser, Werke und Verbände auf, die Verwendung fair gehandelter Waren zu fördern. Außerdem sollten die Stellen beim Einkauf auf sozial- und umweltverträgliche Produktion achten (gleichrangiger Aspekt neben Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit) und in diesem Sinne Zeichen setzen.

Für die evangelische Kirche hat der Kirchliche Entwicklungsdienst im Jahr 2001 eine Umfrage unter 537 Einrichtungen gemacht und dabei Bekanntheitsgrad und Nutzung von Produkten aus Fairem Handel erhoben. Die gute Nachricht zuerst: In kirchlichen Einrichtungen ist das Prinzip des Fairen Handels überdurchschnittlich bekannt. Auf immerhin 92 Prozent der zurückgesandten Fragebogen war diese Frage mit „Ja“ beantwortet. In der Zusammenfassung des Berichts heisst es: „*Auf Grund unserer Datenerhebung können wir feststellen, dass der Faire Handel in den Einrichtungen der Kirche zum großen Teil bekannt ist, seine Produkte aber nur teilweise oder selten verwendet werden.*“

Die Umfrage ergab, dass vor allem Jugendliche und Institutionen der Jugendarbeit Produkte aus Fairem Handel bevorzugen (38 Prozent).

Im Bericht heisst es weiter: „*Dennoch kauft immer noch die überwiegende Anzahl von Einrichtungen faire Produkte selten oder nie. Diese Haltung wird mit den höheren Kosten der fair gehandelten Produkte begründet. Trotzdem haben einzelne Institutionen Wege gefunden, den Fairen Handel deutlich zu unterstützen. Hier sei insbesondere der Bereich der*

Jugendarbeit genannt, der sicherlich nicht mit überhöhten Budgets gesegnet ist. Es darf hinfragt werden, ob nicht das Kostenargument letztlich als eine Frage der Prioritätensetzung interpretiert werden sollte.“

Wie Gisela Voltz ausführte, lassen viele Antworten außerdem auf einen Mangel an Information schließen. Ganz ausdrücklich wünschten einige Gruppen auch mehr Information.

Aus dieser Umfrage zieht der KED den Schluss: „*Festzuhalten bleibt, dass die Empfehlungen der Synode von Regensburg von 1995 noch nicht umgesetzt worden sind. Die Synode mit ihren Einrichtungen möge geeignete Wege finden auf die Umsetzung dieser Empfehlungen hin zu wirken.“*

Eine ähnliche Umfrage wurde in der Erzdiözese Bamberg auf katholischer Seite erhoben. Per Telefon befragte Andreas Schneider, Mitarbeiter des Weltladens Fürth, 380 Pfarrgemeinden, 50 Büros und kirchliche Einrichtungen und 15 Bildungshäuser. Nicht enthalten waren Einrichtungen der Caritas, sowie Klöster und Orden. Das Ergebnis ähnelt in etwa dem der KED-Umfrage. Keine andere Organisation ist in Sachen Fairer Handel so aktiv wie Kirche (Eine Welt Läden, Aktionsgruppen etc. sind hauptsächlich im kirchlichen Raum angesiedelt): In 70% aller Dekanate – ob evangelisch oder katholisch – werden fair gehandelte Produkte verkauft.

50% der Einrichtungen und Bildungshäuser, und 40% der Pfarreien verwenden fair gehandelten Kaffee (ab und zu, teils teils)

Nur 20% der Befragten verwenden regelmäßig/ ausschließlich Fair-Kaffee.

Als Argumente, warum keine Produkte aus Fairem Handel gekauft werden, stehen auch hier der Preis, der Geschmack und ein Mangel an Information auf den vorderen Plätzen.

Im Schlussbericht des KED heißt es als Fazit: „*Der Faire Handel ist den Kinderschuhen entwachsen und sollte auf einer immer breiteren gesellschaftlichen*

Basis agieren. Er darf nicht in einer Nische verharren. Der Faire Handel bietet auch heute noch die Möglichkeit, das christliche Motiv des geschwisterlichen Teilens wie auch entwicklungspolitische Überzeugungen konkret im täglichen Leben umzusetzen. (...) Eine verstärkte Umsetzung der Beschlüsse von Regensburg muss jetzt erfolgen.

In der anschließenden Diskussion stand die Frage im Mittelpunkt, wie auch und gerade in kirchlichen Einrichtungen der Faire Handel stärker verbreitet werden kann. Eine ZuhörerIn: „Man kauft schließlich mehr als nur Kaffee – wir müssen lernen, die Argumente auszuhebeln“.

Forum B: Fairer Handel im kirchlichen Raum

Gisela Voltz, Kirchlicher Entwicklungsdienst der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern, Nürnberg; Referentin für entwicklungsbezogene Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit.

Klaus Veeh, Diözesanstelle Mission Entwicklung Frieden, Würzburg und Würzburger Partnerkaffee e.V.

Links:

www.wuerzburg.de/partnerkaffee

www.ked-bayern.de

Stichwort:

Eine Welt in der Kiste

Entwicklungspolitische Aktionskisten

Der Kirchliche Entwicklungsdienst stellt verschiedene Aktionskisten zur Ausleihe zur Verfügung. Themen wie Orangensaft, Brasilien, Kaffee, Kakao & Schokolade oder Fußball beleuchten anschaulich Aspekte des Globalen Lernens. Die Kisten werden

gegen eine Leihgebühr und Kautions abgegeben. Mehr Informationen direkt beim KED,

Pirckheimer Str. 4

90408 Nürnberg

Tel.: 0911/ 366 72 -0

Mail: info@ked-bayern.de

www.ked-bayern.de



Foto: Transfair

Stichwort:

Würzburger Partnerkaffee e.V.

Die neun Mitglieder des 1998 gegründeten Vereins „Würzburger Partnerkaffee e.V.“ haben alle gute Beziehungen nach Tansania, dem Herkunftsland des Partnerkaffees. Die Stadt Würzburg, das Evangelische Dekanat, die Diözese, die Missionsbenediktiner aus Münsterschwarzach, das Missionsärztliche Institut Würzburg, der Afrikaclub e.V., die Initiative Eine Welt e.V., der Caritasverband der Diözese Würzburg und das Deutsche Aussätzigenhilfswerk. Der Preis für den Partnerkaffee enthält einen Solidarbeitrag für die Projekte des Vereins in Tansania.

Kontakt:

Würzburger Partnerkaffee e.V.

Kürschnerhof 2

97070 Würzburg

Tel.: 0931/ 38 66 51 23

Mail: mef@bistum-wuerzburg.de

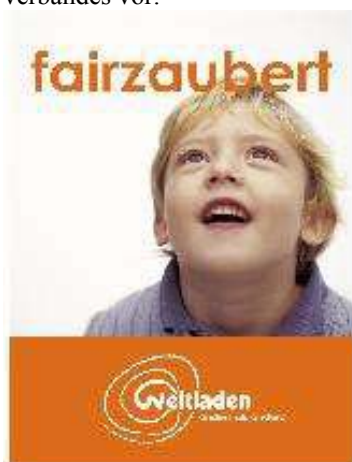


Forum C: Professionalisierungskonzepte für Weltläden

Pro und contra Weltläden im neuen Gewand

Das Konzept des Weltladen-Dachverbandes zur Professionalisierung wurde stark diskutiert.

Der Weltladen-Dachverband stellt inzwischen ein ganzes Paket zur Verfügung. Zum Konzept „Weltladen 2006“ gehören eine Standortanalyse mit der Ermittlung wirtschaftlicher Kennzahlen des Ladens, ein Laden-Gestaltungs-Konzept, Werbe- und Promotion-Materialien, ein EDV-Programm speziell für Weltläden und die Möglichkeit, einen eigenen Internetauftritt zu gestalten. Beim Fair Handels Gipfel stellte Steffi Leichner das Professionalisierungskonzept des Dachverbandes vor.



Ein Bestandteil des neuen Konzepts ist die Image-Kampagne „anders als andere“. Im Rahmen dieser Kampagne wird immer ein Motiv für einen bestimmten Zeitraum gezeigt. Noch bis Weihnachten ist es das Motiv „fairzaubert“ aktuell, anschließend folgt „fairwöhnt“ bis März 2005. Die Kundenzeitschrift „Welt und Laden“ soll mit Schwerpunktthemen, Kinderseite, Produktvorstellungen oder Reiseinfo das Interesse der Kundinnen und Kunden wecken.

Genau auf die Bedürfnisse der Weltläden abgestimmt ist außerdem die Software mit Kassensystem, Warenwirtschaftssystem und Produktinformationen aus dem Programm „Weltladen 2006“. Dieses Programm wurde für Weltläden in Österreich entwickelt; es enthält unter anderem die Sortimente von gepa, el puente oder dwp bereits

integriert, so dass sich die Läden hier Zeit sparen. Außerdem können eigene Eingaben für weitere Waren oder Sonderaktionen gemacht werden. Die Software kann zudem auch Informationen zu Produkten ausdrucken.

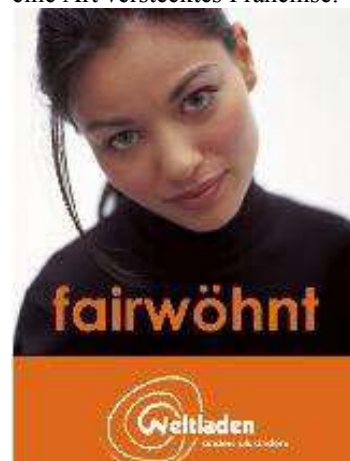
Die Kosten für die Software bezifferte Steffi Leichner auf 113 Euro pro Monat, erhältlich nur für Mitglieds-läden des Dachverbandes. Das Programm werde sozusagen geleast, erläuterte Leichner: Wer das gesamte Programm „Weltladen 2006“ umsetzen möchte, den kostet die Software statt 113 Euro nur 75 Euro.

Überhaupt die Finanzen: Das gesamte Paket „Weltladen 2006“ soll weitere 1200 Euro für zwei Jahre kosten – also 50 Euro pro Monat. Für dieses Geld bekommt der Laden neben den genannten Punkten Evaluation und drei Beratungsgespräche im Abstand von etwa sechs Monaten. Steffi Lindner zitierte den Marketing-Chef einer großen Firma: „Im Grunde genommen wollen wir, dass die Kunden den Laden als Ort der Begegnung nutzen. Ein Ort, wo die Leute etwas erleben oder Kultur vermittelt bekommen und sich eine Weile aufhalten. Das ist nicht nur der Ort zum Einkaufen, es ist ein Ort zum Leben.“

Gegenstimme

Thomas George vom Eine Welt Netzwerk Thüringen e.V. meldete Bedenken gegen das Konzept an. „Zum einen kostet das Gesamtprogramm wesentlich mehr und bringt enorme Investitionen mit sich, zum anderen versuchen wir kleine, finanzierbare Lösungen zu finden.“ Als Berater stelle er das Dachverbands-Konzept

neben anderen Konzepten gleichberechtigt vor. „Viele Läden haben sich in jahrelanger Arbeit eine eigene Identität geschaffen, die lokal auch passend ist“, so George weiter. In seinen Augen ist das Konzept eine Art verstecktes Franchise.

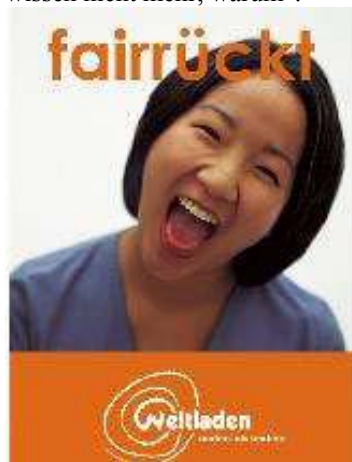


Die Probleme in Thüringen seien außerdem groß. George: „Wie mache ich einem Heer von Arbeitslosen klar, dass sie Menschen in Entwicklungsländern helfen sollen?“ Aus seiner Sicht sind Aktionen wie die Image-Kampagne verfrüht: „Es sind klasse Plakate, die fantastisch in Supermärkte passen – aber die Weltläden dafür sehe ich nicht“, so George. In der anschließenden Diskussion wurde das Konzept des Dachverbandes engagiert diskutiert. Karin Dressel vom Fairhandelshaus Bayern: „Wir empfehlen die Corporate-Design-Linie. Die neue Gestaltung ist in unseren Augen sehr hilfreich“. Es gab Lob beispielsweise für die übersichtlichen Plakate und das Gestaltungs-Konzept. Eine ZuhörerIn sagte: „Ich finde es gut, dass wir vom Müsli-Image wegkommen“. Es gab mittlere Stimmen, die das neue Konzept gut fanden, aber sich nicht verpflichten lassen wollten, es genau so umzusetzen. Andere wiederum lehnten eine einheitliche Erscheinung der Weltläden ab: „Ich genieße es total, dass jeder Weltladen anders aussieht“, erklärte Josef



Fair Handels Gipfel Bayern

Meir vom Weltladen in Traunreuth. Ein Vertreter des Weltladens in Landshut sah auch die Gefahr, dass die Informationen auf der Strecke bleiben: „Die Leute sind 'fairzaubert', aber wissen nicht mehr, warum“.



Thomas George vom Eine Welt Netzwerk Thüringen fand die Linie des „Corporate Design“ (CD) sehr schön - „aber wir haben die Zielgruppe dafür nicht“. Zielgruppe sind in seinen Augen qualitätsbewußte, Ich-bezogene Käuferschichten. „Denen ist es egal, was die Bauern dafür bekommen. Wichtig ist nur die Qualität.“

Das Thema Professionalisierung der Weltläden und Angebot des Weltladen-Dachverbandes soll nun beim nächsten Runden Tisch Fairer Handel des Eine Welt Netzwerks Bayern besprochen werden. Der Runde Tisch findet statt am 31. Januar 2005 in Augsburg. Informationen gibt es auch auf der Internetseite des Eine Welt Netzwerks Bayern.

Forum C: Professionalisierungskonzepte für Weltläden

Steffi Lechner,
Weltladen Dachverband
Thomas George,
Eine Welt Netzwerk Thüringen,
Gruppenberater.

Links:
www.weltladen.de

www.eineweltnetzbayern.de

Forum D: Die „biofaire Jausn“

Genießen und Erleben

Das Welthaus in Linz bringt Fairen Handel nach Hause

Die Idee ist ganz einfach: Als GastgeberIn lädt man Freundinnen und Freunde, Kolleginnen und Kollegen, Nachbarn, Bekannte und Verwandte zu einem Frühstück oder einer Jause ein. Gemeinsam wird dann gespeist, geplaudert und getrunken – natürlich mit Produkten aus fairem Handel und aus biologischer Landwirtschaft. Das Projekt des Welthauses Linz setzt auf Kommunikation im vertrauten Kreis: Eine Referentin kauft alle notwendigen Produkte ein und informiert in lockerer Runde über die Hintergründe von fair und bio.



Beim Fair Handels Gipfel zeigte die Ernährungswissenschaftlerin Barbara Gamperl vom Welthaus Linz ganz konkret, wie eine solche Jause ablaufen kann: Am lecker gedeckten Tisch saßen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gegenüber. Zum Einstieg hatte Barbara Gamperl ein Bio-Faires Quiz vorbereitet – mit kniffligen Fragen nach Rohkaffee-Preisen, nach Kennzeichnungen oder Merkmalen des Biolandbaus. Dazu ein Schokoladen-Test und die Suche nach Geschäften in der Umgebung, die fair gehandelte oder biologische Produkte anbieten. In lockerer Runde konnten dann die Produkte probiert und Hintergründe diskutiert werden.

Das Projekt der Bio-Fairen Frühstücke und Jausn des Welthauses in Linz führte während der Pilotphase von 2002 bis August 2004 insgesamt 185 Veranstaltungen durch. Erreicht wurden insgesamt rund 2100 Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Als ehrgeiziges Ziel haben sich die OrganisatorInnen bis Ende 2006 insgesamt 500 biofaire Frühstücke in Oberösterreich vorgenommen. "Wir möchten rund 5000 Personen erreichen, so Barbara Gamperl. Ein solches Frühstück dauert in der Regel zwischen eineinhalb und zwei Stunden. Die Gäste bezahlen pro Frühstück fünf Euro, und die GastgeberIn braucht sich eigentlich nur um die Einladung und das Geschirr zu kümmern.

"Zielgruppe sind Menschen, die eher noch wenig vom fairen Handel wissen", erklärte die Fachfrau. Mit der biofairen Jause oder einem entsprechenden Frühstück lernen sie, Genuss und Gerechtigkeit zu verbinden.

Forum D: Die „biofaire Jausn“

Barbara Gamperl, Ernährungswissenschaftlerin, Welthaus Linz

Links:
linz.welthaus.at

Kontakt:
Welthaus der Diözese Linz
Kapuzinerstr. 84
4020 Linz
Österreich
Mail:
markus.goeschlberger@welthaus.at

Forum: Ideenbörse

Weltladen Würzburg:

Neues aus der Galerie

Der Weltladen in Würzburg verbindet in seiner Galerie Information und Attraktion, Interessantes und Sehenswertes. Michael Röhm, Bildungsreferent beim Weltladen Würzburg, stellte die Idee vor. So habe man beispielsweise mit einer Ausstellung über hochwertige Keramik aus Peru neue Zielgruppen gewinnen können.

Gut angenommen werde auch die Kombination aus Ausstellung und Information: Das Thema Guatemala oder die umfangreiche Ausstellung „Afrikatissimo“ über Literatur in Afrika seien gut besucht worden. Mit der Galerie gewinnt der Weltladen außerdem neue Kooperationspartner: Eine Ausstellung zum Thema Reis konnte zum Beispiel gemeinsam mit dem Völkerkundemuseum gestaltet werden.

Ein dritter Bereich sind die Galerieausstellungen, bei der die Ausstellungsstücke am Ende auch verkauft werden. Solche „klassischen Kunstausstellungen“ gab es zum Beispiel zu Flughafenkunst aus Tansania oder afrikanischen Masken. Röhm: „Die Galerie hat inzwischen viele Freunde gefunden – eine Frau kommt sogar jedes Mal eigens aus Lörrach, um die Vernissagen zu besuchen“.

Fair Play – Fair Life I

Rundum den Ball

Mit der Kampagne „Fair Play – Fair Life“ sollen vor allem junge Menschen angesprochen werden, für die der Faire Handel bisher noch ein Buch mit sieben Siegeln war. Im Mittelpunkt steht der Ball aus Fairem Handel. Anlässlich der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland ist der Ball für viele ein Thema.

Annette S. Jung, Projektkoordinatorin von „Fair Play – Fair Life“ berichtete von dem Projekt

in Nordrhein-Westfalen. „Wir müssen den Leuten den Ball in die Hand geben“, schildert sie die Erfahrungen. Inzwischen wurde ein Ball entwickelt, den Vereine und Organisationen auch mit dem eigenen Logo bedrucken können. Jung: „Ein Ball wird im Verein in etwa drei Monaten verschlissen – und es gibt in Nordrhein-Westfalen allein 7000 Vereine.“

Neben dem Ball selbst hält die Kampagne auch Informations- und Bildungsmaterialien sowie eine Praxismappe bereit. Außerdem kann ein Fußballkoffer ausgeliehen oder ein Theaterstück gebucht werden.

Internet:

www.fairplay-fairlife.de

Fair Play – Fair Life II

Theater am Ball

Die Geschichte handelt von Nico, dem Fußballstar der Schulmannschaft, und Hira, einer Klassenkameradin indischer Abstammung. Als sich ein Sportartikelhersteller als Sponsor in der Schule engagieren will, reagiert Hieras Mutter sehr merkwürdig. Hira will herausfinden, was dahinter steckt und begibt sich auf eine abenteuerliche Reise durch das Internet, die auf der Spur des Konzerns auch zu ihren eigenen Wurzeln nach Indien führt.



Das Stück rund um Markenklamotten und Globalisierung, um Menschenwürde und Weltwirtschaft ist eine Produktion des Düsseldorfer Schauspielhauses. Sie wird sowohl auf der großen Bühne des Kinder- und Jugendtheaters zu sehen sein als auch in einer mobilen Fassung zwischen Juni 2005

Fair Handels Gipfel Bayern

und Juni 2006 durch die Lande reisen. Das Stück mit dem Titel „Der Ball ist rund“ stammt von Thomas Ahrens und richtet sich an junge Menschen ab 10 Jahre.

Mehr Infos:

Fair Play -Fair Life
Overwegstr. 31
44625 Herne
Tel.: 02323/ 99 49 754
Mail: info@fairplay-fairlife.de

Welthaus Graz

Wir haben den Hunger satt

Weltweit leiden 842 Millionen Menschen an Hunger und Unterernährung. Dabei gäbe es genügend Nahrungsmittel, um jeden Menschen ausreichend zu ernähren. Die Kampagne „Wir haben den Hunger satt“ der Welthäuser in Österreich, des Eine Welt Netzwerks Bayern und der Deutschen Welthungerhilfe will über Ernährungssicherheit informieren. In der jetzigen Phase bis zum Einsendeschluss am 31. Oktober 2005 sind Engagierte und Interessierte aufgerufen, ihr Kunstwerk, Objekt, Bild, Film- oder Tonwerk zum Wettbewerb einzusenden. Aus allen Einsendungen wird dann eine Jury einzelne Arbeiten auswählen. Sie werden in eine Wanderausstellung integriert, die ab 2006 auf Reisen geht – und in Bayern im Herbst 2006 drei Wochen lang zu besichtigen sein wird. Der Wettbewerb ist in drei Altersgruppen ausgeschrieben: Kinder (9 – 13 Jahre), Jugendliche (bis 19 Jahre) und Erwachsene. Teilnehmen kann im Grunde jede/r der oder die eine gute Idee zum Thema Hunger und Ernährung hat. Die Welthäuser in Österreich bieten zur Information umfangreiche Materialpakete, Workshops, kulinarische Weltreisen, Biofaire U-Bahn- und Bustouren, Vermittlung von Gästen aus Asien, Afrika und Lateinamerika oder Unterstützung und Beratung bei der Projekt-Planung.

Mehr Info:

www.welthaus.at

Milch zum Kaffee

Die junge Zusammenarbeit zwischen Fairem Handel und Regionalen Produkten ist zukunftsweisend.

Eine der wichtigsten Aufgaben ist die Information für die Verbraucher“, beschrieb Marianne Wagner vom Verein „Unser Land“ eine der Zielsetzungen. Gemeinsam mit Gruppen aus dem Umfeld des Fairen Handels gab es zum Beispiel eine große Veranstaltung am Erntedanksonntag auf dem Marienplatz in München. Dabei ist die Zusammenarbeit noch relativ jung: Innerhalb der Kampagne „Fair Handeln Bayern“ hat sich eine Arbeitsgruppe mit der Verknüpfung Bio/ Fair/ Regional gebildet. Hier wurden erste Schritte unternommen, die Standpunkte der einzelnen Richtungen gegenseitig auszutauschen und über Möglichkeiten für die Zukunft nachzudenken. Die Diskussion zu diesem Thema ist erst am Beginn, wird aber für die Zukunft des fairen Handels große Bedeutung haben.

Der Verein „Unser Land“ bietet



rund 40 Produkte aus der Region in und um München an. „Wir konzentrieren uns auf Grundnahrungsmittel“, so Marianne Wagner. Gemeinsame Basis der Zusammenarbeit mit Gruppen des Fairen Handels ist das Ziel, die Lebensgrundlagen zu erhalten. Karin Dressel vom FAIR Handelshaus Bayern ergänzte: „Die gemeinsame Schnittmenge ist der bewußte, kritische Verbraucher: Kaffee gibt es nicht aus der Region, also soll er aus fairem Handel sein.“ Auch sie bewertete die gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit wie bei der Veranstaltung auf dem Marienplatz als sehr positiv.

Und Möglichkeiten oder Ideen für Projekte gibt es viele: Beim Projekt „Brücke zwischen Dachauer Land und Bethlehem in Palästina“ werden zum Beispiel aus Mehl der Region Fladen gebacken, die dann zu Gunsten einer Schulpartnerschaft verkauft werden. Norbert Stamm, einer der Vorstände des Eine Welt Netzwerks Bayern, fragte nach, wie der regionale Handel den Kaffee aus Fairem Handel stärken könnte. Marianne Wagner: „Dazu würde eine Idee gehören – aber nur einfach das Logo aufzudrucken halte ich nicht für gut.“

Für das Handelshaus dwp erklärte Martin Lang, das Unternehmen habe zu etwa 20 Gruppen Kontakt gehabt, die einen eigenen Städtekaffee anbieten wollten. „Wir haben immer die Erfahrung gemacht, dass nicht einfach nur das Papier draufgeklebt wurde“, schilderte Lang. Jürgen Mai aus Fürstenfeldbruck ergänzte: „In den Kaffee gehört die Milch aus der Region – aber Kaffee wird nie regional“.

Die Arbeitsgruppe Bio-Regional-Fair ist nun dabei, ein Positionspapier auszuarbeiten. Anschließend sollen Seminare für Multiplikatoren angeboten werden.

**Abschlussrunde:
Die Zukunft des Fairen Handels – Bio / Fair / Regional?**

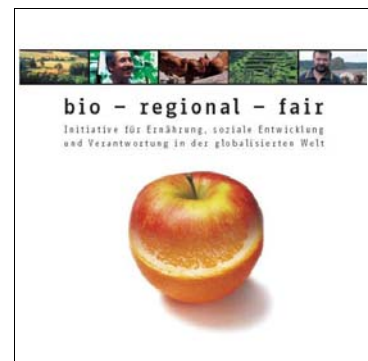
Marianne Wagner, Unser Land e.V., zuständig für Öffentlichkeitsarbeit, Vertreterin für den Bereich „Regional“

Karin Dressel, FAIR Handelshaus Bayern eG, Geschäftsführerin, Vertreterin für den Bereich „Fair“

Ausblick

Eine Welt Netzwerk
Bayern e.V.

Seit Juli 2004 arbeitet der **Runde Tisch Fairer Handel**, organisiert vom Eine Welt Netzwerk Bayern. Teilnehmen können auch Nicht-Mitglieder des Eine Welt Netzwerks Bayern! Mehr Informationen unter info@eineweltnetzbayern.de. Die Termine der AG finden Sie u.a. auf der Internetseite des Eine Welt Netzwerks: www.eineweltnetzbayern.de



Die **Arbeitsgruppe Bio-Regional-Fair** erstellt im Rahmen der Kampagne 'Fairhandeln-Bayern' eine Broschüre und einen Flyer, um das gemeinsame und das eigene Profil der beteiligten Organisationen darzustellen. Auch dazu gibt es mehr Informationen direkt beim Eine Welt Netzwerk Bayern.

Die **Broschüre "bio – regional – fair"** ist ein Ergebnis einer bisher in Bayern einzigartigen Kooperation zwischen Organisationen aus den Bereichen "bio", "regional" und "fair", die das Eine Welt Netzwerk Bayern e.V. im Rahmen der Kampagne Fair Handeln Bayern initiiert hat. Sie können die Broschüre ansehen oder downloaden unter www.fairhandeln-bayern.de (PDF/1,5 MB). Wenn Sie die Broschüre bestellen möchten, senden Sie bitte 2 Euro in Briefmarken an das Eine Welt Netzwerk Bayern e.V., Oberer Graben 39, 86152 Augsburg.

Fair Handels Gipfel Bayern

im Rathaus Augsburg
am 13. November 2004
11 bis 17 Uhr

Kampagne „Fair Handeln Bayern“
Veranstalter: Eine Welt Netzwerk Bayern e.V.



Rahmenprogramm

- **Cafeteria** (Werkstatt Solidarische Welt e.V.)
- **Ausstellung** „Fairer Handel für eine Zukunft mit menschlichem Gesicht“ Auswahl von Plakaten der Ausstellung.
- **Produkt-Neuheiten** der Importorganisationen an Ständen im Rathaus
- **Aktion:** Verteilung von Gutscheinen auf dem Rathausplatz und in der Maximilianstrasse zwischen dem Weltladen Augsburg und des Ladens der "aktion hoffnung" durch SchülerInnen der Augsburger Gymnasien zwischen 10.30 und 12.30 Uhr
- **Möglichkeit zum Besuch** des Weltladen Augsburg und des Ladens der "aktion hoffnung" – Second Hand Kleidung nach dem Fairwertungs-Label.
- **Struktur des Fairen Handels in Bayern:** Karte mit Standorten von Weltläden und Aktionsgruppen.
- **Fairkaufladen Petershausen:** Fladenbrot gebacken aus regionalem Mehl unterstützt ein Schulprojekt in Palästina

Impressum:

Eine Welt Netzwerk Bayern
e.V.
Oberer Graben 39
86152 Augsburg
Email:
info@eineweltnetzbayern.de
Internet:
www.eineweltnetzbayern.de

Vertretungsberechtigter Vorstand: Elisabeth Kumi, Dieter Zabel, Dr. Alexander Fonari, Dr. Norbert Stamm
Registergericht: Amtsgericht Augsburg
Registernummer: VR 2396

Redaktion: Sylvia Hank, Werkstatt Solidarische Welt e.V.
Fotos: Annette Zoepf
Tagungsorganisation: Annegret Lueg