Fair Trade Town Bonn

Konzept zur Weiterentwicklung des Fairen Handels in Bonn

Stadt Bonn
Amt für Umweltschutz, Verbraucherschutz und Lokale Agenda
Agenda-Büro, Koordinatorin für Fair Trade Town, Britta Amorin
in Zusammenarbeit mit der Steuerungsgruppe Fair Trade Town Bonn
April 2013

1. Auftrag 3

2. Entwicklung und Ausgangssituation 2012 4

3. Generelle Entwicklung des Fairen Handels 5

4. Konzeptentwicklung 7

a) Vorgehen 7

b) Laufzeit des Konzepts 7

c) Bestandsaufnahme 7

d) Problembeschreibung 9

5. Ergebnis 11

a) Vision 11

b) Ziele 11

c) Zielgruppen 11

d) Grundprinzipien 12

e) Akteure der Umsetzung 12

f) Vorhaben 2013 bis 2016 12

g) Finanzierungsplanung 14

h) Maßnahmenkatalog 2013 bis 2016 15

6. Anlage

Statuserfassung Fairer Handel in Bonn 2012 23

1. Auftrag:

Seit 2010 ist Bonn Fair Trade Town. Damit ist die Stadt eine von mehr als 1.200 Kommunen in 24 Ländern weltweit, die im Rahmen einer internationalen Kampagne für ihr besonderes Engagement im Fairen Handel ausgezeichnet wurden[1]. In Deutschland verleiht der gemeinnützige Verein TransFair diesen Titel.
Kriterien für die Auszeichnung sind:

1. ein Beschluss der Kommune, dass bei allen Ausschuss-Sitzungen und im Bürgermeisterbüro Fair Trade Kaffee und ein weiteres Produkt aus dem Handel verwendet werden, und dass der Titel Fair Trade Town angestrebt wird,
2. die Bildung einer lokalen Steuerungsgruppe, die die Aktionen rund um den Fairen Handel in der Kommune koordiniert,
3. je nach Größe der Kommune eine gewisse Anzahl von Einzelhandelsgeschäften, Restaurants und Cafés, die Produkte aus dem Fairen Handel anbieten,
4. je nach Größe der Kommune eine bestimmte Anzahl von Schulen, Vereinen und Kirchen, die Produkte aus dem Fairen Handel verwenden und Bildungsarbeit zu dem Thema durchführen,
5. Öffentlichkeits- und Medienarbeit zum Thema Fairer Handel in der Kommune.

Mit Abgabe der Bewerbung im Juni 2010 konnte Bonn die Kriterien erfüllen: Der Beschluss der Stadt Bonn lag vor, die Steuerungsgruppe hatte 16 Mitglieder unter anderem aus Verwaltung, Kirchen, Politik, Universität und Eine-Welt-Bewegung, die Zahl von wenigstens 50 Einzelhandelsgeschäften und mindestens 25 Restaurants/Cafés mit fair gehandelten Produkten wurde eingehalten, ebenso wie die Verwendung fair gehandelter Produkte in mindestens vier Schulen, sechs Kirchengemeinden und drei Vereinen, schließlich konnte eine Berichterstattung in den örtlichen Medien nachgewiesen werden. Der Titel wurde am 5. November 2010 für zunächst zwei Jahre übergeben. Im Herbst 2012 erfolgte eine Überprüfung durch TransFair, ob alle Kriterien weiterhin erfüllt sind; nachdem dies bestätigt werden konnte, wurde der Titel erneuert und am 12. Dezember 2012 für jetzt vier weitere Jahre verliehen.

Am 7. April 2011 beschloss der Hauptausschuss einstimmig, dass eine **Konzeption zur Umsetzung und Weiterentwicklung Bonns als Fair Trade Town** erarbeitet werden soll.[2] Es wurde darauf verwiesen, dass die Aktivitäten in der Förderung des Fairen Handels bislang nur einen kleinen Teil des in Bonn vorhandenen Potenzials erschließen würden. Da die Stadt Bonn dem Thema Fairer Handel eine erhebliche Relevanz zumisst, wurde die Einrichtung einer wenigstens 50-Prozent-Stelle mit folgenden Aufgaben als nötig erachtet:

- zentrale Ansprechperson für alle Fragen rund um den Fairen Handel
- Verknüpfung der verschiedenen Ansatzpunkte zu einem geschlossenen Ganzen
- Pflege der Netzwerke
- Entwicklung von Instrumenten für die Kommunikation der Akteur/-innen
- Pflege der Öffentlichkeitsarbeit
- Initiierung von Bildungsarbeit
- Gewinnung weiterer Kooperationspartner[3]

[1] www.fairtrade-towns.de/fairtrade-towns/fairtrade-towns-weltweit/
[2] Drucksachen-Nr. 1110653NV5
[3] Siehe Drucksachen-Nr. 1110653NV5, S. 2

Es sollte sich insgesamt darum drehen, weitere Veränderungen zu erreichen, um den Fairen Handel in der Mitte der Gesellschaft Bonns ankommen zu lassen.

Das Konzept sollte laut Beschluss der/die Stelleninhaber/-in gemeinsam mit der Steuerungsgruppe erarbeiten.

2. Entwicklung und Ausgangssituation 2012:

Grundlage für die thematische Schwerpunktsetzung Fairer Handel bietet die Agenda 21, die in Kapitel 2 A insbesondere die Förderung einer nachhaltigen Entwicklung durch den Handel anspricht.[4] Die Agenda 21 verpflichtet die Unterzeichnerstaaten, sich für eine umweltgerechte, sozial verantwortliche und wirtschaftlich tragfähige Entwicklung einzusetzen. Der Faire Handel trägt den drei Anforderungen nach einer sozial, ökonomisch und ökologisch nachhaltigen Entwicklung beispielhaft Rechnung, indem er sich für eine Veränderung der Konsumgewohnheiten, für Armutsbekämpfung und für eine gleichberechtigte internationale Zusammenarbeit einsetzt und somit einen bedeutsamen Beitrag zur Umsetzung der Agenda 21 leistet.

In Bonn engagiert sich seit vielen Jahren die Zivilgesellschaft in unterschiedlichen Projekten für die Förderung des Fairen Handels, ebenso wie sich Verwaltung und Politik seit Jahren für einen gerechteren Handel einsetzen.

Bei öffentlichen Ausschreibungen weist die Stadt Bonn seit 2004 drauf hin, dass bestimmte Produkte ohne ausbeuterische Kinderarbeit hergestellt sein müssen, seit 2010 müssen bei Auftragsvergabe die Grundprinzipien und Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO) eingehalten werden. Mit dem Tariftreue- und Vergabegesetz Nordrhein-Westfalen von 2012 ist das grundsätzliche Verbot ausgesprochen, Waren zu verwenden, die unter Missachtung der Mindeststandards der IAO-Kernarbeitsnormen hergestellt wurden.

Über das städtische Agenda-Büro waren seit Mitte der 2000er Jahre eine Reihe an Aktivitäten zur Förderung des Fairen Handels unterstützt worden, so die jährlichen Fairen Wochen, Faire Kamelle im Bonner Karneval oder der Bonn-Café der Rheinischen Affaire. Für das Engagement zur Förderung des Fairen Handels wurde die Stadt 2007 im Wettbewerb „Hauptstadt des Fairen Handels“ als Vizehauptstadt ausgezeichnet. 2009 beschloss die Stadt die Beteiligung an der Fair Trade Town Kampagne, um die Unterstützung für den Fairen Handel auf eine breitere Basis zu stellen; seit jenem Jahr schenkt die Stadtverwaltung bei Rats- und Ausschuss-Sitzungen sowie im Büro des Oberbürgermeisters Kaffee und Tee aus Fairem Handel aus. Die Zertifizierung zur Fair Trade Town erfolgte am 5. November 2010, die Titelerneuerung am 12. Dezember 2012. Seit Juni 2012 ist die vorgesehene 50-Prozent-Stelle im Agenda-Büro besetzt und die Koordinatorin konnte neben der Erledigung von Standardaufgaben (Programmerstellung zur Fairen Woche, Präsentation der Fair Trade Town auf dem UN-Tag) einige Materialien zur Öffentlichkeitsarbeit erstellen (Infoflyer, Aktionskarten, Baumwolltaschen, Roll-up) und gemeinsam mit der Steuerungsgruppe das Konzept erarbeiten sowie dessen Ausformulierung übernehmen.

Dabei können die Rahmenbedingungen in den Bereichen Bildung, Einkommen und internationales Umfeld für die weitere Entwicklung des Fairen Handels in Bonn als günstig angesehen werden:

[4] www.un.org/Depts/german/conf/agenda21/agenda_21.pdf, S. 3,

- Die Kaufkraft der Bonnerinnen und Bonner liegt laut Gesellschaft für Konsumgüterforschung (2012) rund 10 Prozent über dem Bundesdurchschnitt.[5]
- Bonnerinnen und Bonner haben überdurchschnittlich oft eine Hoch-/Fachhochschule besucht, Mitte 2011 hatten 20,9 Prozent der Beschäftigten einen akademischen Abschluss, gegenüber 10,4 Prozent in Nordrhein-Westfalen insgesamt[6].
- Bonn ist Sitz von 20 UN-Organisationen und einer Vielzahl von Nichtregierungsorganisationen, die sich den Themen von Entwicklungspolitik widmen.

3. Generelle Entwicklung des Fairen Handels

Der Faire Handel ist weltweit auf dem Vormarsch. Bis Ende 2011 arbeiteten mehr als eine Million Menschen in armen Ländern des Südens im Fair Trade System, 13 Prozent mehr als im Jahr zuvor, und der Absatz von fair gehandelten Produkten wuchs um 26 Prozent. Insgesamt gibt es in 66 Ländern weltweit Hersteller von fair gehandelten Produkten, davon leben mit 59 Prozent die meisten der Bauern/Bäuerinnen und Arbeiter/-innen in Afrika, 24 Prozent in Lateinamerika und den Karibikstaaten sowie 17 Prozent in Asien und Ozeanien.[7]
In Deutschland gaben die Verbraucher/-innen rund 470 Millionen Euro und damit 16 Prozent mehr für fair gehandelte Produkte aus als im Vorjahr.[8] Rund 36.000 Einzelhändler, Supermärkte und Discounter haben inzwischen fair gehandelte Produkte im Angebot und die Zahl der hier im Land angebotenen Produkte stieg auf insgesamt 12.000 Artikel. Fair erzeugte Lebensmittel sind mittlerweile zu 65 Prozent auch biologisch angebaut.
Am stärksten nachgefragt werden in Deutschland:

Kaffee (plus 13 Prozent = 9.332 Tonnen)
Südfrüchte (plus 45 Prozent = 16.295 Tonnen)
Blumen (plus 12 Prozent = 80.587.000 Stiele)

77 Prozent der Deutschen kennen das Fairtrade-Siegel und 93 Prozent davon halten es auch für vertrauenswürdig. Doch trotz der Umsatzsteigerungen und des zumindest verbalen Vertrauensbeweises: Es ist noch deutlich Luft nach oben. Die Pro-Kopf-Ausgabe für fair erzeugte Produkte liegt in Deutschland bei nur fünf Euro jährlich, in Österreich bereits bei zehn Euro und in der Schweiz gar bei 33 Euro.[9] Und auch der Anteil dessen, was die Deutschen von ihren monatlichen Einkünften für Lebensmittel ausgeben, legt nahe, dass noch Bewegung möglich ist: Durchschnittlich elf Prozent ihres Haushaltseinkommens geben die Deutschen für Lebensmittel aus. Im Jahr 1960 waren es noch rund 40 Prozent.[10]

[5] www.rhein-sieg-kreis.de/imperia/md/content/cms100/wirtschaft2/daten_fakten/kaufkraft/kaufkraft_rsk_2012_daten.pdf
[6] Jahreswirtschaftsbericht Bonn 2012, S. 33
[7] www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2012-Monitoring_report_web.pdf
[8] www.faire-woche.de/fileadmin/user_upload/media/fairer_handel/zahlen_fakten/fw2012_Factsheet_JPK_2012.pdf, folgende Angaben ebenfalls aus dieser Quelle.
[9] Martina Hahn/Frank Hermann: Fair Einkaufen – aber wie? Frankfurt a. M. 2012
[10] Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte – die deutsche Massenkonsumgesellschaft 1955 – 2000. Berlin 2007, www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/LaenderRegionen/Internationales/Land/Europa/Deutschland.html

Begleitend konnten die zumeist positiven Wirkungen des Fairen Handels in verschiedenen Studien nachgewiesen werden.[11] Eine Untersuchung des Centrum für Evaluation (CEval) vom Herbst 2012 stellte fest, dass Fairer Handel nicht nur für die einzelnen Bauern und Bäuerinnen und Arbeiter/-innen und ihre jeweiligen Organisationen lohnend ist, sondern zumeist einen Entwicklungsschub für die gesamte Region auslöst. [12]

Es kann davon ausgegangen werden, dass der Faire Handel thematisch in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist. Über Skandale, so Todesfälle bei Bränden in Textilfabriken in Bangladesch oder die schlechten Arbeitsbedingungen in der Computerfertigung in China, aber auch als festes Element einer sozialen, politischen oder religiös-motivierten Haltung bei bestimmten Teilöffentlichkeiten finden sich Berichte über verantwortlichen Konsum verstärkt in deutschen Medien.[13]

[11] Beispielsweise in Misereor: „Entwicklungspolitische Wirkungen des Fairen Handels", www.misereor.de/fileadmin/redaktion/Studie-Fairer-Handel.pdf
[12] www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/user_upload/ueber_fairtrade/fairtrade_wirkt/Impact_Study_2012_Zusammenfassung_der_Ergebnisse.pdf
[13] Bspw.: Spiegel, Nr. 9, 25.2.2013: Gutes Geschäft, schlechtes Gewissen – Wie funktioniert verantwortungsvoller Konsum?; www.apotheken-umschau.de/Ernaehrung/Fairtrade-Fairer-Handel-mit-Lebensmitteln-208663.html; www.zeit.de/wirtschaft/2010-12/bangladesch-textilindustrie; www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2012-09/textilfabriken-bangladesch

4. Konzeptentwicklung

a) Vorgehen:

In den letzten zwölf Monaten vor Beginn der Konzeptentwicklung (2011/2012) hatten die Aktivitäten der Steuerungsgruppe abgenommen, so dass eine Konzeptentwicklung mit der Gesamtgruppe als nicht zielführend erschien. Eine Abfrage ergab, dass von den ursprünglich 16 Mitgliedern zwischenzeitig nur zehn ausreichend zeitliche Kapazitäten für eine aktive Teilnahme an den Treffen der Steuerungsgruppe sahen. Es wurde daher zunächst eine kleinere Arbeitsgruppe, die sogenannte Konzeptgruppe, mit insgesamt fünf engagierteren Akteurinnen und Akteuren gebildet (später erweitert um zwei Weitere), die an monatlichen, jeweils zweistündigen Arbeitstreffen teilnahmen, um folgende Konzeptelemente zu bearbeiten:

- Laufzeit des Konzepts
- Bestandsaufnahme
- Problembeschreibung
- Vision
- Zielsetzung
- Zielgruppen
- Maßnahmenkatalog
- Überprüfung

Vorbereitung und Protokollführung übernahm die für die Fair Trade Town zuständige Mitarbeiterin des Agenda-Büros, ebenso wie die Konzeptformulierung. Die Teilnehmer/-innen der Gruppe brachten ihre jeweilige spezifische Erfahrung ein und übermittelten ggf. die Positionen der Initiativen, die sie vertreten.

b) Laufzeit des Konzepts:

Angelehnt an die Dauer der erneuten Titelvergabe Fair Trade Town durch den gemeinnützigen Verein TransFair von Winter 2012 bis Winter 2016 hat die Konzeptgruppe eine vierjährige Dauer des Konzepts zur Weiterentwicklung der Fair Trade Town Bonn beschlossen (2013 bis 2016). Ausgehend vom Beginn der Laufzeit im April 2013 soll nach zwei Jahren, im Frühjahr 2015, eine Überprüfung der gesetzten Ziele und geplanten Maßnahmen erfolgen.

c) Bestandsaufnahme:

Jeder Konzeptentwicklung geht eine Bestandsaufnahme voraus, zum einen um Fehlentscheidungen, falsche Alternativen und unzutreffende Schlussfolgerungen weitgehend zu vermeiden, und zum anderen um eine Ausgangslage zum späteren Vergleich zur Hand zu haben. Im Falle des Status des Fairen Handels in Bonn hat die Mitarbeiterin für Fair Trade Town verschiedene Informationsquellen herangezogen bzw. selbst erstellt:

1. Erfassung der früheren Aktivitäten im Agenda-Büro
2. Befragung der Mitglieder der Steuerungsgruppe, Auswertung
3. Befragung der Bonner Schulen (ca. 120), Auswertung
4. Erfassungen der Aktivitäten der evangelischen und katholischen Kirchengemeinden der Stadt Bonn
5. Gespräch mit dem Fair-Handelszentrum Rheinland über die Entwicklung der Verkaufszahlen fair gehandelter Produkte
6. Weitere Gespräche mit Akteuren des Fairen Handels in Bonn, so u. a. Zentrales Vergabeamt der Stadt Bonn, Oikocredit, Femnet, Geschäftsführung des Kirchenpavillons, Gemeindepastoral Bonn
7. Sozialwissenschaftliche Umfrage in Bonn zum Thema Bekanntheit und Nutzen von fair gehandelten Produkten in Bonn
8. Gymnasialarbeit zu „Sustainable Bonn“ – die städtische Förderung des Fairen Handels

Grundsätzlich konnte bei der Übersicht über die vorhandenen Informationen festgestellt werden, dass der Faire Handel in Bonn durchaus etabliert scheint. Sowohl bei den evangelischen und katholischen Gemeinden als auch an Schulen und Universität sowie bei der Verwaltung, den vielen kleinen Initiativen und der Privatwirtschaft sind Produkte des Fairen Handels wohl bekannt und oft genutzt. [14] Einige Beispiele:

- Für fair gehandelten Kaffee, Tee und Orangensaft wurden im Jahr 2012 im Büro des Oberbürgermeisters und für die Rats- und Ausschuss-Sitzungen etwa 5.800 Euro verausgabt.
- Zu der bundesweiten Veranstaltung Faire Wochen sind im Programmheft (erstellt vom Agenda-Büro der Stadt) von Jahr zu Jahr mehr Aktionen der Bonner Bürgerinnen und Bürger aufgeführt (70 Veranstaltungen 2012).
- Der Bonn Café der Rheinischen Affaire verkauft sich mit ca. zwei Tonnen jährlich sehr stabil und erheblich besser als das Kölner Pendant.
- 38 Bonner Hotels beschaffen ein oder mehrere Produkte aus dem Fairen Handel.
- Von Frühjahr 2010 bis Herbst 2012 war der Faire Handel 22 Mal Thema in der lokalen Presseberichterstattung.
- Die sozialwissenschaftliche Umfrage weist darauf hin, dass die Bekanntheit des Fairen Handels in Bonn mit etwa 74 Prozent (2011) recht hoch liegt.

Verschiedene weitere Daten können noch zusätzliche Informationen über den Fairen Handel in Bonn geben, allerdings gibt dies – wie oben ersichtlich – lediglich unzusammenhängende Eindrücke wieder und fügt sich nicht zu einem geschlossenen Ganzen. Es musste festgestellt werden, dass es an einer systematischen Datenerhebung zur Verbreitung und Nutzung fair gehandelter Produkte in Bonn fehlt und diese Datenbasis mit vertretbarem Zeit- und Ressourcenaufwand auch nicht in absehbarer Zeit zu beschaffen ist. Dafür sei an dieser Stelle nur ein Beispiel genannt: Von den mehr als 100 angeschriebenen Schulen im Bonner Raum mit der Bitte, einen kurzen Fragebogen zum Thema Fairer Handel zu beantworten (Thema im Unterricht? Aktionen zum Fairen Handel?), reagierten lediglich elf, davon drei mit „Fehlanzeige“. Um eine zielgerichtete Anfrage an jene Personen in Schulen sicherzustellen, die sich mit Fairem Handel befassen, wären persönliche Besuche erforderlich.

[14] **Siehe Auflistung zum Status Fairer Handel in Bonn, Stand Herbst 2012, im Anhang.**

Wenigstens genauso arbeitsaufwändig würde sich eine lückenlose Erfassung aller Akteur/-innen und Veranstaltungen zum Thema gestalten ebenso wie die Erfassung des Angebots sämtlicher fair gehandelter Produkte in Einzelhandel, Gastronomie, Hotellerie. Somit bleibt für die vorliegende Aufgabe der Konzeptentwicklung nur, die vorhandenen Daten zu ergänzen mit den individuellen Einschätzungen der Mitglieder der Steuerungsgruppe, um zu den nötigen weiterführenden Entscheidungen zu kommen. Wichtig ist dabei festzuhalten, dass **jegliche Weiterentwicklung des Fairen Handels in Bonn zu großen Teilen nicht konkret messbar sein wird, da die Vergleichs- und Ausgangsdaten fehlen. Jede Beurteilung einer Weiterentwicklung wird somit individueller Einschätzung unterliegen – wobei die Steuerungsgruppe der Fair Trade Town allerdings davon ausgeht, dass sich eine positive Tendenz von verschiedenen Eckdaten auch belegen lassen wird.**

d) Problembeschreibung

Da keine verlässlichen und vor allem umfassenden Daten zur Einschätzung der Situation in Bonn zur Verfügung standen, hat sich die Konzeptgruppe mit einer Matrix den Stärken und Defiziten des Fairen Handels in der Stadt genähert. Gefragt wurde nach den Einschätzungen zu folgenden Punkten:

- Was ist generell die Herausforderung in Bonn für den Fairen Handel?
- Was ist beim Thema Fairer Handel in Bonn schon gut und kann so bleiben?
- Was ist nicht gut und ausreichend und muss auf jeden Fall geändert werden?
- Was kann oder sollte noch verändert werden?

Zunächst konnte bei der Frage, was schon gut sei und so bleiben könne, die Bestandsaufnahme (siehe vorheriger Punkt) im Großen und Ganzen bestätigt werden. Die Antworten ergaben ein buntes Bild: Die vielen kleinen Aktionen in der Stadt wurden als positiv angesehen, ebenso wie die Nutzung von fair gehandelten Produkten im Rathaus, das recht breite Lebensmittelangebot der hiesigen Einzelhändler, die Aktion „Sustainable Bonn“[15], die Leistungen einzelner Schulen, verschiedene Angebote an der Universität Bonn sowie die Tatsache, dass die Stadt Bonn mit der Beschäftigung einer Teilzeitkraft für das Thema Fair Trade Town dem Thema eine hohe Wichtigkeit beimisst.

Bei den weiteren drei Fragen, die sich alle mit Defiziten bzw. einer Weiterentwicklung befassen, musste die Konzeptgruppe zur Kenntnis nehmen, dass die Fülle der Aufgaben zu groß für konkrete Zielvorgaben ist. Daher wurde über einen Diskussionsprozess in der Konzeptgruppe eine Priorisierung vorgenommen, die zu einer ersten Fokussierung auf folgende Arbeitsfelder führte:

[15] Projekt der Stadt seit 2006, angesiedelt bei der Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler; die teilnehmenden Hotels, Konferenzveranstalter und Caterer werden beraten und erstellen Maßnahmenpläne zur nachhaltigen Umsetzung von Konferenzen.

- Medienarbeit
- Ansprache weiterer gesellschaftlicher Gruppen, wie Handwerker, Bürogemeinschaften etc.
- Mehr fair gehandelte Produkte in der städtischen Beschaffung
- Vernetzung von Akteuren
- Engagement von Einzelhandel/Gastronomie/Hotellerie fördern
- Nachfragesteigerung durch Bürgerinnen und Bürger
- Vermittlung entwicklungspolitischer Inhalte
- Verbesserung der Datenbasis zum Fairen Handel in Bonn
- Sichtbarkeit des Fairen Handels in Bonn
- Marketing an der Universität Bonn
- Einkaufsführer für die Bonner Verbraucher/-innen
- Erweiterung des Fokus von Lebensmittel auf Non-Food-Produkte wie Blumen, Steine, Kleidung
- Verstärkte Kooperation zwischen „Sustainable Bonn“ und Fair Trade Town Bonn

In der Folge wurden diese Arbeitsfelder von der Konzeptgruppe diskutiert und die als sinnvoll angesehenen Elemente als Grundlage für die Ausarbeitung des Maßnahmenkatalogs genommen.

5. Ergebnis

a) Vision

Als Vision für die Weiterentwicklung der Fair Trade Town richtet die Konzeptgruppe ihren Fokus auf die Zivilgesellschaft der Stadt:

Bonner Bürgerinnen und Bürger entwickeln bis 2016 ihr Verständnis von Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit in ihrem lokalen Umfeld und in der globalisierten Welt weiter, sehen Chancen fair zu wirken und fordern weitere Möglichkeiten von Handel und Politik ein.

b) Ziele

Bei den Zielen richtet die Konzeptgruppe ihre Erwartungen und ihren Einsatz auf verschiedene Arbeitsfelder:

1. ***Die Bürgerinnen und Bürger Bonns fragen vermehrt fair gehandelte Produkte nach.***
2. ***Einzelhandel, Gastronomie und Hotellerie bieten mehr fair gehandelte Produkte an als in den Vorjahren.***
3. ***Bonn ist als Stadt des Fairen Handels sicht- und erlebbar – sowohl für Besucher/-innen als auch für die Bonner Bürgerinnen und Bürger.***
4. ***Durch Einbeziehung neuer Akteur/-innen und gesellschaftlicher Gruppen wird die Zahl der Multiplikatoren für eine stärkere Verankerung des Fairen Handels in Bonn erhöht.***

c) Zielgruppen

Aus der Festlegung der Arbeitsfelder ergaben sich folgende Zielgruppen für die Weiterentwicklung der Fair Trade Town Bonn:

- Bürgerinnen und Bürger Bonns und der Region, insbesondere: Verbraucher/-innen und Konsument/-innen, Menschen in ihrem Arbeits- und Freizeitumfeld, Pendler/-innen
- (potenzielle) Anbieter von Produkten des Fairen Handels: Einzelhandel, Gastronomie, Hotels sowie neue Gruppen aus der lokalen Wirtschaft wie beispielsweise Bäcker
- Aktive des Fairen Handels: bisherige Akteur/-innen der Fairen Wochen, entwicklungspolitisch engagierte Nichtregierungsorganisationen und Initiativen
- Verwaltung, insbesondere: Zuständige für zentrale und dezentrale Beschaffung
- Bonner Institutionen, insbesondere: Universität, Fachhochschule, Universitätsverwaltung, Universitätsmensen, Schulen
- Besucher/-innen Bonns: Tourist/-innen, Geschäftsreisende, Konferenzgäste
- Medien und Journalist/-innen der Stadt, ggf. soziale Netzwerke

d) Grundprinzipien

Grundlegende Leitlinien bei der Ausarbeitung der Planung sind folgende:

- Es soll dort angeknüpft werden, wo bereits Aktivitäten umgesetzt werden.
- Es stehen jene Arbeitsfelder im Vordergrund, wo Erfolge verhältnismäßig schnell und mit größtmöglicher Effizienz erreicht werden können.
- Es soll dort angefangen werden, wo der geringste Widerstand zu erwarten ist.
- Vorhandene Strukturen und Aktionen sollen sichtbar gemacht werden.
- Bereits bestehende Aktivitäten sollen weitgehend gebündelt werden.

e) Akteure der Umsetzung

In der Planung und im Maßnahmenkatalog wird in drei ausführende Akteur/-innen untergliedert.

1. Die Koordinatorin für Fair Trade Town im städtischen Agenda-Büro
2. Die Steuerungsgruppe der Fair Trade Town
3. mögliche weitere, je nach Arbeitsfeld noch zu identifizierende unterstützende Akteur/ -innen

Dabei wird eine Arbeitsaufteilung vorgenommen, die jeweils den hauptamtlichen bzw. ehrenamtlichen Möglichkeiten entspricht. Eine Planung, die von einer verlässlichen und kontinuierlichen Umsetzung ausgehen kann, konnte dabei nur für Akteur 1 aufgestellt werden. Bei den Akteur/-innen 2 und 3 ist die geleistete Unterstützung ehrenamtlich und hat somit naturgemäß keinen verpflichtenden Charakter. Zudem ruht die ehrenamtliche Arbeit derzeit noch auf zu wenigen Schultern, so dass Veränderungen der derzeitigen Zusammensetzung der ehrenamtlichen Basis in nicht vorhersehbarem und unkalkulierbarem Maße zu Abweichungen von der Planung führen können. Zwar wurde und wird versucht, mehr Bonner Bürgerinnen und Bürger für eine Mitarbeit bei der Förderung des Fairen Handels in der Stadt gewinnen, doch hier muss große Konkurrenz bei knappen Ressourcen in der engagierten Zivilgesellschaft konstatiert werden. Eine optimistische Einschätzung, dass sich innerhalb der Konzeptlaufzeit die Aktivenbasis erheblich erweitern könnte, wäre derzeit nicht seriös.

Diese Ausgangsbedingung hat die genaue Arbeitsaufteilung und den -umfang stark beeinflusst.

f) Vorhaben 2013 bis 2016

In den Jahren 2013 und 2014 wird der Schwerpunkt auf **Konsolidierung** der Arbeit und **Stärkung** und Sicherung der im Fairen Handel engagierten Einzelpersonen, Gruppen und Initiativen gelegt werden. Konkret heißt das, dort anzuknüpfen, wo schon ein gewisser Grad an Kenntnis zum Fairen Handel besteht, wo ein bestimmtes Engagement für den Fairen Handel aufzufinden ist und wo auch eine relativ gesicherte Anzahl an engagierten Menschen vorhanden ist. Da die Fairen Wochen in Bonn bereits seit 2006 gute Tradition sind, liegt es nahe, hier anzusetzen.

Hier soll auf zwei Ebenen eine Stärkung erreicht werden: Zum einen werden die städtischen Werbemaßnahmen – Megalights, Citylights, Litfass-Säulen, Info-Screen im Bahnhof etc. – 2013 erstmals stärker in Anspruch genommen, um die Bonner Bevölkerung mehr als bisher auf die im September stattfindende Faire Woche aufmerksam zu machen. Zum anderen wird im Vorfeld durch ein Treffen der Versuch unternommen, die bisher engagierten Akteur/-innen der Fairen Woche zu

vernetzen, damit sich sinnvolle Kooperationen ergeben können und die Aktionen der Faire Woche selbst zu mehr Aufmerksamkeit führen, bspw. auch in den Medien. Die bessere Vernetzung dieser bislang aktiven Gruppierungen, aber auch weiterer, noch zu gewinnender Akteur/-innen, soll dazu führen, dass vorhandene Strukturen und Aktionen bekannter und sichtbarer werden, sowohl für die Bonnerinnen und Bonner selbst als auch für die Besucher/-innen der Stadt; auf städtischer Seite soll versucht werden, die verschiedensten Veranstaltungen zu bündeln und einen Austausch zwischen den Akteur/-innen zu befördern.

Ziel dieses Schwerpunktes innerhalb der beiden ersten Jahre des Konzepts ist es, für einen größeren Bekanntheitsgrad des Fairen Handels zu sorgen, der zu besseren Erfolgsaussichten in den Folgejahren führen soll.

Hierzu gehört als neue Maßnahme auch die Umsetzung eines Online-Einkaufs- und Restaurantführers, der sowohl die Bedürfnisse der Verbraucher/-innen zufriedenstellt (im Agenda-Büro gab es häufig Anfragen, wo in Bonn bestimmte fair gehandelte Produkte zu kaufen seien, die leider nicht umfassend beantwortet werden konnten) als auch für die hiesigen Einzelhändler und Gastronomen interessant ist, da sich ihnen hiermit die Möglichkeit bietet, ihr Engagement für nachhaltiges Wirtschaften bekannt zu machen. Bekannte Aktionen, wie die Präsentation der Fair Trade Town auf dem UN-Tag oder die Produktion werbender Artikel für die Fair Trade Town (siehe im Einzelnen den nachfolgenden Maßnahmenkatalog) werden in diesem ersten Zeitraum fortgeführt. Diese Aufgaben werden sinnvollerweise von der Koordinatorin im Agenda-Büro übernommen, ebenso wie die verstärkten Werbemaßnahmen zu den Fairen Wochen, da sie sich über die über die städtische Einbindung am effizientesten umsetzen lassen.

Innerhalb der ersten beiden Jahre soll zudem angestrebt werden, neue Kooperationspartner zu gewinnen, um weitere Bevölkerungsgruppen in der Stadt zu erreichen.

Für den Fall, dass sich aufgrund des Engagements 2013 bereits im Jahr 2014 die Möglichkeit ergibt, dass sich die Akteursbasis erweitert, sind verschiedene zusätzliche Veranstaltungen und Angebote denkbar (siehe Maßnahmenkatalog)

In den Jahren 2015 und 2016 wird der Schwerpunkt auf die **Erweiterung der Akteursbasis** gelegt werden. Auch wenn in den ersten beiden Jahren bereits jede Gelegenheit genutzt werden soll, um Kontakte zu weiteren Verbündeten zu knüpfen, soll hierauf in den letzten zwei Jahren der Gültigkeitsdauer des Konzepts besonderes Augenmerk gelegt werden. Im Vordergrund steht hier die Gewinnung einer Einkaufsstraße in der Innenstadt Bonns mit dem Ergebnis der Deklaration der ersten Fairen Straße Bonns (Voraussetzung: attraktive Einkaufsstraße, für den Fairen Handel geeignete Geschäfte, Zusammenschluss der Geschäftsleute in Werbegemeinschaft o.ä., um zentrale Ansprechpartner/-innen zu nutzen, Vorarbeiten hierzu bereits 2014).

Ab 2015 ist aufgrund der Vorarbeit eine erfolgreiche Ansprache jener Gruppen denkbarer, die die Jahre zuvor das Thema Fairer Handel als nicht oder wenig attraktiv empfanden. Genannt seien hier beispielhaft die Karnevalsvereine der Bonner Region, wo bereits ab 2005 vom Agenda-Büro mit wechselndem Erfolg eine Zusammenarbeit erfolgte, ebenso wie ein ergiebigerer Kontakt zu Vertreter/-innen der Bonner Wirtschaft und des Einzelhandels. Sollten sich in diesem Rahmen bereits früher Aktivitäten ergeben, dann können sie selbstverständlich bereits in das Netzwerk eingebunden werden.

Ziel dieser zweiten Phase 2015 bis 2016 muss sein, dass mehr Menschen sich aktiv für den Fairen Handel in der Stadt einsetzen als zu Beginn 2013.

g) Finanzplanung

Für die Umsetzung des Konzepts in der Laufzeit 2013 bis 2016 fallen insgesamt rund 62.000 Euro an, im Durchschnitt also jährlich 15.5 00 Euro. Im Einzelnen: 2013 – 13.000 Euro, 2014 – 15.000 Euro, 2015 – 17.000 Euro, 2016 – 17.000 Euro (siehe die Zuordnung im Maßnahmenkatalog auf den folgenden Seiten)[16]. Die zu finanzierenden Maßnahmen bewegen sich dabei sowohl im Bereich der klassischen Öffentlichkeitsarbeit als auch in der Informations- und Bildungsarbeit. Für die Haushaltsjahre 2013/2014 stehen Mittel im eigenen Budget des Amtes für Umwelt, Verbraucherschutz und Lokale Agenda bereit.

[16] Vorbehaltlich der jeweils aktuellen Haushaltsplanung

h) Maßnahmenkatalog 2013 bis 2016

	2013	2014	2015	2016
Umsetzung durch FTT-Koordination				
FAIRE WOCHEN	Programmheft Faire Woche	Programmheft Faire Woche	Programmheft Faire Woche	Programmheft Faire Woche
	Veranstaltung während Fairer Woche			Veranstaltung während Fairer Woche
	Vernetzungs-treffen Faire Woche	Vernetzungstreffen Faire Woche		
			Abspanner (Werbefahnen) Kennedybrücke für Faire Wochen	Abspanner (Werbefahnen) Kennedybrücke für Faire Wochen
			Spanntrans-parente Faire Wochen	Spanntrans-parente Faire Wochen
	Infoscreen-Werbung (Hauptbahnhof) zur Fairen Woche	Infoscreen-Werbung (Hauptbahnhof) zur Fairen Woche		
	Plakatwerbung Faire Woche, Megalights	Plakatwerbung Faire Woche, Megalights		
	Litfass-Werbung Faire Woche	Litfass-Werbung Faire Woche		
	Freistempler auf städtischer Ausgangspost für Faire Woche	Freistempler auf städtischer Ausgangspost für Faire Woche	Freistempler auf städtischer Ausgangspost für Faire Woche	Freistempler auf städtischer Ausgangspost für Faire Woche
VERANSTAL-TUNGEN/ AKTIONEN		Öffentliches Faires Frühstück	Öffentliches Faires Frühstück	Öffentliches Faires Frühstück
	Präsentation auf UN-Tag (Oktober)	Präsentation auf UN-Tag (Oktober)	Präsentation auf UN-Tag (Oktober)	Präsentation auf UN-Tag (Oktober)

	2013	2014	2015	2016
BILDUNGS-ARBEIT		Weiterbildung verwaltungsintern für dezentrale kleine Beschaffungen	Weiterbildung verwaltungs-intern für dezentrale kleine Beschaffungen	Weiterbildung verwaltungs-intern für dezentrale kleine Beschaffungen
VERNETZUNG/ NEUKONTAKTE/ NEUE ANBIETER	Ansprache von Organisationen/ Institutionen für inhaltliche Veranstaltungen	Ansprache von Organisationen/ Institutionen für inhaltliche Veranstaltungen	Ansprache von Organisationen/ Institutionen für inhaltliche Veranstaltungen	Ansprache von Organisationen/ Institutionen für inhaltliche Veranstaltungen
			Vortragsveran-staltung für Vertreter Einzelhandel/ Wirtschaft	Vortragsveran-staltung für Vertreter Einzelhandel/ Wirtschaft
	regelmäßige Versorgung anderer Fachämter mit beschaffungs-relevanten Informationen	regelmäßige Versorgung anderer Fachämter mit beschaffungs-relevanten Informationen	regelmäßige Versorgung anderer Fachämter mit beschaffungs-relevanten Informationen	regelmäßige Versorgung anderer Fachämter mit beschaffungs-relevanten Informationen
		Entscheidung über: Nutzung von Social Media	ggf. Pflege entsprechender Plattformen/ Auftritte	ggf. Pflege entsprechender Plattformen/ Auftritte
	Werbung neuer Mitglieder für Steuerungs-gruppe	Werbung neuer Mitglieder für Steuerungs-gruppe	Werbung neuer Mitglieder für Steuerungs-gruppe	Werbung neuer Mitglieder für Steuerungs-gruppe
PRESSEARBEIT		Pressemitteilung: Faire Süßigkeiten zum Martinstag	Pressemitteilung: Faire Süßigkeiten zum Martinstag	Pressemitteilung: Faire Süßigkeiten zum Martinstag
		Pressemitteilung: Faire Süßigkeiten zu Ostern	Pressemitteilung: Faire Süßigkeiten zu Ostern	Pressemitteilung: Faire Süßigkeiten zu Ostern

	2013	2014	2015	2016
	Pressemitteilung: Faire Süßigkeiten zu Weihnachten	Pressemitteilung: Faire Süßigkeiten zu Weihnachten	Pressemitteilung: Faire Süßigkeiten zu Weihnachten	Pressemitteilung: Faire Süßigkeiten zu Weihnachten
	Pressemitteilung: Faire Kamellen	Pressemitteilung: Faire Kamellen	Pressemitteilung: Faire Kamellen	Pressemitteilung: Faire Kamellen
	Pressemitteilung: Valentinstag	Pressemitteilung: Valentinstag	Pressemitteilung: Valentinstag	Pressemitteilung: Valentinstag
	Pressemitteilung: Aufruf Faire Wochen	Pressemitteilung: Aufruf Faire Wochen	Pressemitteilung: Aufruf Faire Wochen	Pressemitteilung: Aufruf Faire Wochen
	Pressemitteilung: Programmheft Faire Wochen	Pressemitteilung: Programmheft Faire Wochen	Pressemitteilung: Programmheft Faire Wochen	Pressemitteilung: Programmheft Faire Wochen
		Pressemitteilung: Faire Einschulungs-tüten	Pressemitteilung: Faire Einschulungs-tüten	Pressemitteilung: Faire Einschulungs-tüten
WERBE-MATERIALIEN/ PRODUKTE		Prüfen: Kaffeebon im Gutscheinheft für Bonner Neubürger/-innen	ggf. Kaffeebon im Gutscheinheft für Bonner Neubürger/-innen	ggf. Kaffeebon im Gutscheinheft für Bonner Neubürger/-innen
	Nachdruck Aktionspostkarte: "Ich hätte gern… ein Produkt aus dem Fairen Handel bei Ihnen gekauft"			

2013	2014	2015	2016
Online-Einkaufs- und Gastronomie-führer - Einrichtung und Bewerbung - Start	Online-Einkaufs- und Gastronomie-führer - Pflege	Online-Einkaufs- und Gastronomie-führer - Pflege	Online-Einkaufs- und Gastronomie-führer - Pflege
Werbe-Aufkleber für Geschäfte: Hier gibt es Produkte aus dem Fairen Handel			
	Tischaufsteller zur Bewerbung fairer Produkte		
		Nachdrucke früherer Produkte	Nachdrucke früherer Produkte
	neue Werbemate-rialien	neue Werbemate-rialien	neue Werbemate-rialien

Umsetzung durch Mitglieder der Steuerungs-gruppe	2013	2014	2015	2016
FAIRE WOCHEN		Gewinnung einer zentralen Einkaufsstraße als "Faire Straße"	Gewinnung einer zentralen Einkaufsstraße als "Faire Straße"	Gewinnung einer zentralen Einkaufsstraße als "Faire Straße"
	teilweise eigene Veranstaltungen zur Fairen Woche	teilweise eigene Veranstaltungen zur Fairen Woche	teilweise eigene Veranstaltungen zur Fairen Woche	teilweise eigene Veranstaltungen zur Fairen Woche
VERANSTAL-TUNGEN/ AKTIONEN		Straßentheater/-aktionen	Straßentheater/-aktionen	
	Präsentation auf UN-Tag (Oktober)	Präsentation auf UN-Tag (Oktober)	Präsentation auf UN-Tag (Oktober)	Präsentation auf UN-Tag (Oktober)
	Präsentation auf Entwicklungstag (Mai)			
			Ansprache von Karnevalist/-innen: jecke Fairsuchung/ jecke Kamelle	Ansprache von Karnevalist/-innen: jecke Fairsuchung/ jecke Kamelle
		Faire Schokoherzen zum Valentinstag verteilen	Faire Schokoherzen zum Valentinstag verteilen	Faire Schokoherzen zum Valentinstag verteilen
			Prüfung, ggf. Umsetzung Verkostungs-aktionen an zentralen Punkten der Innenstadt	Prüfung, ggf. Umsetzung Verkostungs-aktionen an zentralen Punkten der Innenstadt

	2013	2014	2015	2016
BILDUNGS-ARBEIT			Initiierung von Fortbildungen für Lehrpersonen von Kindern und Jugendlichen	Initiierung von Fortbildungen für Lehrpersonen von Kindern und Jugendlichen
VERNETZUNG/ NEUKONTAKTE/ NEUE ANBIETER	Gewinnung neuer Kooperations-partner (z.B. Bäcker, Steinmetze, Tischler/ Schreiner, Eisdielen, Friseure)	Gewinnung neuer Kooperations-partner (z.B. Bäcker, Steinmetze, Tischler/ Schreiner, Eisdielen, Friseure)	Gewinnung neuer Kooperations-partner (z.B. Bäcker, Steinmetze, Tischler/ Schreiner, Eisdielen, Friseure)	Gewinnung neuer Kooperations-partner (z.B. Bäcker, Steinmetze, Tischler/ Schreiner, Eisdielen, Friseure)
	Gewinnung neuer Akteure für Sustainable Bonn	Gewinnung neuer Akteure für Sustainable Bonn	Gewinnung neuer Akteure für Sustainable Bonn	Gewinnung neuer Akteure für Sustainable Bonn
				Erste Schritte zur Schaffung des Fairen Bahnhofs Bonn
		Suche und Ernennung von (lokal) prominenten Fair Trade Unterstützern	Suche und Ernennung von (lokal) prominenten Fair Trade Unterstützern	Suche und Ernennung von (lokal) prominenten Fair Trade Unterstützern
	Vorbereitung zur Bildung einer Hochschulgruppe Fairer Handel	Vorbereitung zur Bildung einer Hochschulgruppe Fairer Handel	Vorbereitung zur Bildung einer Hochschulgruppe Fairer Handel	Bildung einer Hochschulgruppe Fairer Handel
	Werbung neuer Mitglieder für Steuerungsgruppe	Werbung neuer Mitglieder für Steuerungsgruppe	Werbung neuer Mitglieder für Steuerungsgruppe	Werbung neuer Mitglieder für Steuerungsgruppe
WERBE-MATERIALIEN/ PRODUKTE	Faire Stadtschoko-lade			

	2013	2014	2015	2016
Umsetzbar bei zusätzlichen Ressourcen/ Erweiterung der Aktivenbasis				
VERANSTAL-TUNGEN/ AKTIONEN		Konsum-kritische Stadtführungen	Konsum-kritische Stadtführungen	Konsum-kritische Stadtführungen
		Faire Semester-Abschluss-Party	Faire Semester-Abschluss-Party	Faire Semester-Abschluss-Party
BILDUNGS-ARBEIT		Botschafter des Fairen Handels/ Promotoren des Fairen Handels als Referentinnen/ Referenten für Unterrichts-einheiten	Botschafter des Fairen Handels/ Promotoren des Fairen Handels als Referentinnen/ Referenten für Unterrichts-einheiten	Botschafter des Fairen Handels/ Promotoren des Fairen Handels als Referentinnen/ Referenten für Unterrichts-einheiten
		Prüfung: Summer School an der Uni Bonn, evt. Kooperation mit Oxford	Prüfung: Summer School an der Uni Bonn, evt. Kooperation mit Oxford	Prüfung: Summer School an der Uni Bonn, evt. Kooperation mit Oxford
VERNETZUNG/ NEUKONTAKTE/ NEUE ANBIETER				
		Kooperationen prüfen mit entwicklungs-politischen Institutionen des internationalen Viertels in Bonn	Kooperationen prüfen mit entwicklungs-politischen Institutionen des internationalen Viertels in Bonn	Kooperationen prüfen mit entwicklungs-politischen Institutionen des internationalen Viertels in Bonn

	2013	2014	2015	2016
			Studienauftrag für Bestands-aufnahme Fairer Handel in Bonn Auftragsformu-lierung, Ausführende suchen	Studienauftrag für Bestands-aufnahme Fairer Handel in Bonn Auftragsformu-lierung, Ausführende suchen

PRESSEARBEIT

		Prüfung: Fair Trade Town Internetseite (unter Verantwortung der Steuerungsgruppe, nicht der Stadt Bonn)	Prüfung: Fair Trade Town Internetseite (unter Verantwortung der Steuerungsgruppe, nicht der Stadt Bonn)	Prüfung: Fair Trade Town Internetseite (unter Verantwortung der Steuerungsgruppe, nicht der Stadt Bonn)

Gesamtkosten	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
	13.000,00 €	**15.000,00 €**	**17.000,00 €**	**17.000,00 €**

6. Anlage

Statuserfassung Fair Trade Town Bonn – Stand Herbst 2012

	Was	Anzahl/ Häufigkeit/ Rhythmus	Koopera-tionspartner	(Seit) wann?
Katholische Gemeinden im Stadtdekanat	Gemeinden unterstützen durch „Fair"kauf nach Gottesdiensten sowie Angebot fair gehandelter Produkte bei Veranstaltungen, Frühstücke, Eine-Welt-Café etc., teilweise Öffentlichkeitsarbeit in Pfarrbriefen, teilweise Aufruf zu Fairschenken → insgesamt beteiligen sich 17 Gemeinden	Wöchentlich oder monatlich, teilweise zu besonderen Ereignissen im Jahr		Zum Teil schon seit Jahrzehnten
Evangelische Gemeinden	Sechs Gemeinden offiziell gemeldet bei der Aktion „2000 Gemeinden trinken fair" von Brot für die Welt (bedeutet: bei Veranstaltungen nur noch Ausschank fairen Kaffees) Verkauf von fair gehandelten Produkten in der Gemeinde Trinitatis (Endenich), Friedenskirche, Beuel-Ost	Unklar		
Beschaffung durch Stadt	Verbrauch von fair gehandeltem Kaffee, Tee, Orangensaft für Büro des Oberbürgermeisters und Rats- und Ausschuss-Sitzungen im Jahr 2012 in Höhe von ca. 5.800 Euro	Keine gesammelte Erfassung aller dezentralen Einkäufe		Seit 2009
Fairer Handel in Schulen	Ca. 120 Schulen im Herbst 2012 schriftlich befragt, Rückmeldung von 11 Schulen, davon 8 positive: Berufskolleg Bonn Duisdorf, Theodor-Litt-Sekundarschule, Gemeinschaftsgrundschule Till Eugenspiegel, Friedrich-Ebert-Gymnasium, Robert Wetzlar Berufskolleg, Beethoven-Gymnasium, Christopherusschule, Friedrich-List-Berufskolleg. Teilweise Behandlung des Themas im Unterricht, teilweise Verkauf fair gehandelter Produkte, teilweise Aktionen zur Fairen Woche	Unterschiedlich		Unterschiedlich
UN-Tag	Präsentation mit eigenem Stand auf dem UN-Tag, Verteilung von Materialien (Einkaufsführer, Kalender, Informationsflyer, Verkostungsproben)	2004/ 2007/ 2011/2012	Weltladen/ Friedrich-List Berufskolleg/ Kirchen-pavillon	Erstmals 2004
Kirchenmeile auf dem Weihnachts-markt	Mitarbeit im Arbeitsteam der Kirchenmeile, Infomaterial in Begegnungshütte, Schulung von Ehrenamtlichen	Jährlich		2004 bis 2011
Vergabedienst-anweisung der Stadt Bonn	Gesiegelte Produkte auch bei Beschaffungen in geringerem Umfang (oder ggf. Auftragnehmererklärung zur Einhaltung der IAO-Kernarbeitsnormen)			Juli 2011
Karneval	Informationskampagne mit Infoveranstaltung 2006 für Vereine, Anschreiben an Festausschuss, Anzeigenwerbung im Kamelleführer, Öffentlichkeitsarbeit u.a. bei der UN	Jährlich	Weltladen, Landschafts-verband Rheinland	2005 bis 2009 aktiv (mit Zugteilnahme), danach passiv
Südkurve	Aktionstag auf dem Münsterplatz	Einmalig	Vielzahl an Nichtregie-rungsorgani-sationen	2006

Bonn-Café	Einführung des Stadt-Cafés, jährliche „Geburtstagsfeier“, Bürgerfest zum 5-jährigen, Städtekaffeekonferenz, Mitarbeit im Rheinischen Affaire-Team, stabiler Verkauf von ca. jährlich zwei Tonnen	Kontinuierlich	Weltladen	Sejt 2002
Wissenschafts-zelt	Informationsstand mit Quiz und Welttafel	Einmalig	Brot für die Welt	2007
Internationales Begegnungsfest	Informationsstand des Agenda-Büros mit Schwerpunkt Fairer Handel	Einmalig		
Kinderarbeit	Aktion im Rahmen der Fairen Woche	Einmalig	BuschPänz, Apfelbauer in Buschdorf, Landschaftsverband Rheinland, ded	2006
Hauptstadt des Fairen Handels	Bewerbung mit Vielzahl an Projekten. Ergebnis: Vize-Hauptstadt	Bewerbung 2007	Diverse Projekte und Partner	2007
Sustainable Bonn	38 Hotels beschaffen ein oder mehrere Produkte aus dem Fairen Handel (Gymnasialarbeit von Pia Schankweiler, 2011)	Kontinuierlich		Seit 2006
Faire Wochen	Aufruf zum Mitmachen, Programmheft, eigene städtische Veranstaltungen, jährliches Wachstum, 2012: 70 Veranstaltungen	Jährlich	Diverse Projekte und Partner	Seit 2006
Pressemitteilungen der Stadt Bonn	Hinweise/Aufforderungen u.ä. zum Fairen Handel	15		Erfassung seit Mai 2010
Clippings zur Fair Trade Town	Berichterstattung über die Fair Trade Town in Bonner Medien	22 Medienmeldungen/ -berichte: Aufruf Faire Wochen, Aktionen Faire Wochen, Zertifizierung zur Fair Trade Town		Seit 2010
Einkaufsführer	Printprodukt und online als PDF, nicht mehr aktuell	Ausgelaufen		Seit 2004
Kenntnis und Nutzung fair gehandelter Produkte in Bonn	Umfrage 2011, umgesetzt von Fairtrade Consulting Cooperative, Bonn: Von knapp 1.500 befragten Bonnerinnen und Bonnern kennen knapp 74 Prozent den Fairen Handel. Etwa 57 Prozent haben bereits fair gehandelte Produkte gekauft. (Die Daten liegen nur als Rohversion vor und sind nur für die interne, vorläufige Nutzung vorgesehen)			
Universität Bonn	Studentenwerk: fair gehandelter Kaffee seit 2009, fair gehandelter Kakao seit 2012	Kontinuierlich		Kaffee seit 2009, Kakao seit 2012