



HANDEL NEU DENKEN:

25 JAHRE TRANSFAIR

EINE FESTSCHRIFT FÜR DIE UND VON
DEN MITGLIEDSORGANISATIONEN



**DIE MITGLIEDSORGANISATIONEN
MACHEN DEN FAIREN HANDEL STARK –
WIR SAGEN DANKE FÜR
25 JAHRE UNTERSTÜTZUNG!**

INHALT

GRUSSWORT

BUNDESPRÄSIDENT A.D. HORST KÖHLER

VORWORT

HEINZ FUCHS, VORSITZENDER DES AUFSICHTSRATES TRANSFAIR E.V.

RÜCKBLLENDE JAHRESBERICHT 1993

FAIRTRADE IN ZAHLEN

KRÄFTIG FEIERN, SCHLAGKRÄFTIG HANDELN!

TEXTE UND INTERVIEWS DER MITGLIEDSORGANISATIONEN I

ARBEITSGEMEINSCHAFT DER EVANGELISCHEN JUGEND IN NORDRHEIN-WESTFALEN (AEJ-NRW),
BUND DER KATHOLISCHEN JUGEND, BROT FÜR DIE WELT, CHRISTLICHE INITIATIVE ROMERO,
DEUTSCHES INSTITUT FÜR ÄRZTLICHE MISSION, DEUTSCHE PFADFINDERSCHAFT SANKT GEORG,
FRIEDRICH-EBERT-STIFTUNG, GLOBAL NATURE FUND, KATHOLISCHE ARBEITNEHMER-BEWEGUNG

INTERVIEW

MANFRED HOLZ, FAIRTRADE-EHRENBOTSCHAFTER

25 MOMENTE – 25 JAHRE TRANSFAIR

FAIRER HANDEL: AKTUELL WIE NIE!

TEXTE UND INTERVIEWS DER MITGLIEDSORGANISATIONEN II

KIRCHLICHER ENTWICKLUNGSDIENST DER EV.-LUTH. LANDESKIRCHEN IN BRAUNSCHWEIG
UND HANNOVERS, KATHOLISCHE FRAUENGEMEINSCHAFT DEUTSCHLANDS, KATHOLISCHE
LANDJUGENDBEWEGUNG DEUTSCHLANDS, KINDERNOTHILFE, MISEREOR,
NEUSSER-EINE-WELT-INITIATIVE, OIKOCREDIT, TERRE DES HOMMES, DIE VERBRAUCHER INITIATIVE,
WELTHUNGERHILFE

AUCH WIR UNTERSTÜTZEN TRANSFAIR

KURZDARSTELLUNGEN WEITERER MITGLIEDSORGANISATIONEN

3

4

6

8

9

18

32

34

58

GRUSSWORT

BUNDESPRÄSIDENT A.D. HORST KÖHLER

TransFair hat zum 25-jährigen Bestehen allen Grund zum Feiern: Nach einem Vierteljahrhundert überschreiten die Umsätze mit Fairtrade-zertifizierten Produkten erstmals die Milliarden-grenze. Heute kennt die Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger das Fairtrade-Siegel und es gibt bundesweit über 7.000 verschiedene Fairtrade-Produkte. Eines davon nahm ich 2005 persönlich in Empfang. Als Bundespräsident durfte ich in Berlin die ersten fair gehandelten Rosen aus Afrika meiner Frau überreichen. Und so freue ich mich sehr darüber, dass inzwi-schen jede vierte Rose in Deutschland von einer Fairtrade-Blumenfarm stammt.

Die eigentliche Erfolgsgeschichte von TransFair lässt sich aber nicht nur darin bemessen, auf wie vielen Produkten wie Blumen, Tee, Bananen oder Textilien ein Fairtrade-Logo prangt. Vor allem ist in den vergangenen Jahren auch ein größeres gesellschaftliches Bewusstsein für die globale Tragweite unseres Konsumverhaltens entstanden. Immer mehr Menschen spüren, dass ein Wirtschaftsmodell, welches die wirklichen Kosten von Produkten auf andere Erdteile, auf die Umwelt und auf die nächsten Generationen abwälzt, langfristig nicht tragbar ist. Und immer mehr Menschen sind bereit, mit ihrem eigenen Ver-halten zu einer ehrlicheren und damit gerechteren globalen Ökonomie beizutragen.

Diese Erfolge sind nicht zuletzt Ergebnis des unermüdlichen Engagements der Mitarbeiter-innen und Mitarbeiter von TransFair und seinen Mitgliedsorganisationen. Neben der Zusam-menarbeit mit Akteuren aus Handel und Politik hat sich vor allem das zivilgesellschaftliche Engagement als unverzichtbar erwiesen. Die 31 Mitgliedsorganisationen sind das Funda-ment von TransFair und erreichen über ihre Netzwerke Millionen Bürgerinnen und Bürger. Sie bringen den Gedanken und die Bedeutung des fairen Handels und unserer Verantwor-tung für einen nachhaltigen Konsum unter die Menschen und prägen damit die Zukunft unserer Gesellschaft.

Ihnen allen gebührt an diesem 25. Jubiläum von TransFair unser aufrichtiger Dank. Ich gra-tuliere Ihnen von ganzem Herzen.

Mein Geburtstagswunsch: Dass die Erfolgsgeschichte von TransFair Sie alle motiviert, auch in diesen bewegten Zeiten nicht zu verzagen. Gerade jetzt, in Zeiten des aufkeimenden Nationalismus, Egoismus und Protektionismus, brauchen wir aktive Streiter für eine partner-schaftliche Welt und eine faire Welthandelsordnung. Ich bin überzeugt: Es lohnt sich, für eine Welt zu kämpfen, in der alle Menschen ein Leben in Würde führen können, und nicht die einen auf Kosten der anderen konsumieren – eine Welt, in der irgendwann dann auch die Fairness keines separaten Logos mehr bedarf.



Horst Köhler

Prof. Dr. Horst Köhler,
Bundespräsident a.D.

VORWORT

HEINZ FUCHS, VORSITZENDER DES AUFSICHTSRATES TRANSFAIR E.V.



Viele kleine, große und allesamt mutige Schritte engagierter Menschen, Organisationen und Initiativen haben seit Ende der 1960er Jahre den fairen Handel in Deutschland begründet, ihn auf den Weg gebracht und zu einer einzigartigen Erfolgsgeschichte gemacht. Die Überwindung des Nord-Süd-Konflikts und der extremen globalen Ungleichheit, gleichberechtigte Teilhabe am Welthandel und partnerschaftlicher Handel statt Almosen zur Beseitigung von Armut und Unterentwicklung waren und sind Motivation und Triebkraft. Als 1991 der Verein „AG Kleinbauernkaffee e.V.“ von zehn Organisationen gegründet wurde*, war es erklärtes Ziel, den fairen Handel über die damals etwa 300 Weltläden und mehrere Tausend Aktionsgruppen hinaus auf den Lebensmitteleinzelhandel auszuweiten. Die GEPA, 1973 als Importeur fair gehandelter Produkte gegründet, war zentraler Akteur der Initiative und in der AG Kleinbauernkaffee beratend tätig. Mitte 1992, als die Umbenennung in TransFair e.V. erfolgte, zählte die AG bereits 22 Mitgliedsorganisationen. Dazugekommen waren u.a. die Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend, Brot für die Welt, Kirchlicher Entwicklungsdienst, Bund der Deutschen Katholischen Jugend, Deutsche Pfadfinderschaft Sankt Georg, Deutsches Institut für Ärztliche Mission, Katholische Frauengemeinschaft Deutschlands, Katholische Landvolkbewegung, Quäker-Hilfe und die Wirtschaftsgesellschaft der Evangelischen Mission. An der gemeinsamen Zielsetzung hat sich bis heute nichts geändert: Mit dem Verein TransFair e.V. wollen die Mitgliedsorganisationen wirtschaftlich benachteiligte Kleinbauern und Arbeiter sowie ihre Familien in Asien, Afrika und Lateinamerika auf ihrem Weg zu einer nachhaltigen Entwicklung unterstützen, sie fördern und die Lebens- und Arbeitsbedingungen verbessern.

Der Verein TransFair handelt nicht selbst mit Waren, er vergibt das Fairtrade-Siegel für fair gehandelte Produkte, die den Anforderungen der internationalen Fairtrade-Standards genügen. Fairtrade ist dabei kein statisches Modell, sondern ständiger Dynamik unterworfen, frei nach dem Motto: „Nur wer sich ändert, bleibt sich treu.“ Die ständige Auseinandersetzung mit den Entwicklungen im Einzelhandel und das Ausloten und Bewerten von Fairtrade-Potentialen hat unter den Mitgliedsorganisationen immer wieder zu intensiven und gleichermaßen konstruktiven Debatten um den „richtigen“ Weg geführt, gleich, ob es um die Einbeziehung des Discounts, neue Produkte, Programme oder um Grundsatzfragen und Marketingstrategien ging. Besser noch als TransFair selbst können die Mitglieder ihr Fairtrade-Engagement mit ihrer projektbezogenen oder politischen Lobbyarbeit verknüpfen. Ohne das vielfältige Engagement der Mitgliedsorganisationen in der entwicklungsbezogenen Bildungs-, Informations- und Öffentlichkeitsarbeit sowie der Sensibilisierung für verantwortlichen Konsum hätte Fairtrade nie den aktuellen Bekanntheitsgrad und die hohe gesellschaftliche Akzeptanz und breite Unterstützung erreichen können. Ob Initiativen wie „Fair durch das Kirchenjahr“, „Fairer Kaffee in die Kirchen“, „Wen macht die Banane krumm?“, „Zukunft einkaufen“, „Fairtrade-Towns“ oder Pfadfinderkluft aus fairer Baumwolle – um nur einige

wenige Beispiele zu nennen – haben wesentlich dazu beigetragen, dass Fairtrade wirkt. Voraussetzung dafür sind entsprechende Absatzmengen, die den fairen Handel zu einem effektiven Modell der Entwicklungsförderung machen. Gleichzeitig hat die Fairhandelsbewegung in Deutschland ganz erheblich die Debatte um Lebensstilfragen, Lieferkettenverantwortung von Unternehmen und nachhaltiges Wirtschaften befördert.

2009 erhielt TransFair beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis die Einzelauszeichnung in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Dienstleistung“ und 2013 wurde der Verein mit dem Oswald-von-Nell-Breuning-Preis der Stadt Trier ausgezeichnet – Auszeichnungen, welche auch das kontinuierliche, glaubwürdige und facettenreiche Wirken der Mitgliedsorganisationen würdigen. Fairtrade ist längst als weltweites Netzwerk zu einer globalen Partnerschaftsinitiative geworden, bei der die Produzentennetzwerke und die nationalen Fairtrade-Organisationen gemeinsam und gleichberechtigt die Entscheidungen treffen. Besonders eng ist seitens TransFair die Zusammenarbeit im deutschsprachigen Raum im sogenannten DACH, der Fairtrade-Kooperation Deutschland (D), Österreich (A) und Schweiz (CH). Trotz der nachhaltigen Entwicklungsziele (SDGs) der Vereinten Nationen und dem globalen Klimaabkommen; die Herausforderungen bleiben über die Jahre unverändert. Ganz so wie Erhard Eppler, damals Minister für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, es in den frühen Jahren des fairen Handels formuliert hat: „Durch den fairen Handel wird die Welt nicht von heute auf morgen gerechter und besser. Aber er macht Hoffnung, dort und hier.“ Und genau zu solcher Hoffnung wollen die Beiträge dieser Broschüre ermutigen und uns als Konsumenten, als politisch bewusste Staatsbürger und gesellschaftliche Organisationen stärken. Gerade in Zeiten, wo die Welt aus dem Ruder zu laufen droht und wo Solidarität und partnerschaftliches Handeln ins Hintertreffen geraten sind, brauchen wir auch nach 25 Jahren TransFair weiterhin solche Hoffnungszeichen – vielleicht mehr denn je.

Heinz Fuchs,
Vorsitzender des Aufsichtsrates von TransFair e.V.

* Gründungsorganisationen: Aktion Arme Welt, AG3WL, Misereor, Frente Solidario (Costa Rica), Verbraucher Initiative, Friedrich-Ebert-Stiftung, Christliche Initiative Romero, Hochschulring d. Katholischen Studierenden Jugend, Kirchlicher Entwicklungsdienst (heute: Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst) und DGB-Bildungswerk

8.

TRANSFAIR-ÖFFENTLICHKEITSARBEIT: OHNE DIE MITGLIEDSORGANISATIONEN GEHT ES NICHT

“Haben Sie schon einmal von fair gehandeltem Kaffee gehört? Dürfen wir Ihnen eine Tasse anbieten?” Die junge Frau lehnt lächelnd ab. Sie kennt diesen Kaffee und kauft ihn schon seit einiger Zeit. Doch sie nutzt die Gelegenheit, um sich interessiert nach TRANSFAIR zu erkundigen.



Es ist nicht wichtig, daß einer viel weiß, sondern daß viele von einer Idee wissen - Initiativen informieren über fair gehandelten Kaffee.

Ausschank-Aktionen und Informationsstände in Supermärkten gehören zum Repertoire der vielen ehrenamtlichen Gruppen, die für den Fairen Handel werben. Schon die Anfänge der TRANSFAIR-Idee gehen auf ähnliche Initiativen von 3. Welt-Gruppen zurück. Ende der achtziger Jahre gelang es in Würzburg, Freiburg und Tübingen, Kaffee der gepa (Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt) in Supermärkten einzuführen. Mit Kaffeemaschinen und Info-Material ausgerüstet, informierten Tübinger StudentInnen die KundInnen über ungerechte Weltmarktstrukturen und die Idee des Fairen Handels. Der Erfolg übertraf alle Erwartungen: Der Marktanteil des gepa-Kaffees stieg regional auf bis zu fünf Prozent.

Seit Gründung von TRANSFAIR haben zahlreiche Gruppen - von katholischen Frauenverbänden bis zu terre des hommes - über fair gehandelten Kaffee informiert: mit Plakatwänden,

Weihnachtsbasaren, Berichten in den internen Publikationen der TRANSFAIR-Mitgliedsorganisationen, mit Podiumsdiskussionen und Pressekonferenzen. Daß 32 Mitgliedsorganisationen die Öffentlichkeitsarbeit von TRANSFAIR unterstützen, trägt wesentlich zum Erfolg des Fairen Handels bei.

Die lokalen Aktionen sind originell, vielseitig und publikumswirksam: Auf einer Schulkirmes bei Jülich etwa platzierte die lokale terre-des-hommes-Gruppe eine über sieben Meter hohe Werbeplane mit dem TRANSFAIR-Siegel neben dem Infostand. Ähnliche Stände organisierten die JülicherInnen zum Weltkindertag '93, aber auch bei Elternsprechtagen an Schulen oder für den Weihnachtsbasar. Und wenn im Kreis Jülich mal wieder eine Plakatwand für TRANSFAIR statt für Zigaretten wirbt (was übrigens gar nicht so teuer ist, wie viele denken), ist dies ein willkommener Anlaß für einen weiteren Kaffeeausschank.

Lokale Aktionen sprechen ganz unterschiedliche Zielgruppen an. Nicht nur langjährige KaffeetrinkerInnen erfahren dabei etwas über die sozialen und ökonomischen Folgen des eigenen Konsumverhaltens für die ProduzentInnen in den Anbauländern. Auch in kirchlichen Kreisen stößt die TRANSFAIR-Idee auf starke Resonanz: Wenn etwa in vielen Gemeinden zum Erntedankfest neben Obst und Getreide ein Päckchen Kaffee auf dem Altar steht, ist das Anlaß für neugierige Fragen...

Jugendorganisationen setzen das Thema Kaffee für entwicklungspolitische Bildungsarbeit mit SchülerInnen und Jugendlichen ein - also mit den zukünftigen KaffeetrinkerInnen. Die Ideen müssen nur witzig genug sein und Spaß machen. Ein Beispiel ist das "Kaffeemobil" der Katholischen Landjugendbewegung (KLJB), das im letzten Jahr zu Infoständen, Wochenendseminaren und Schulfesten im ganzen Bundesgebiet tourte, ausgestattet mit Spielen, Infos und einer Kaffeeausstellung.

Eine Kaffeeausstellung bietet auch die Friedrich-Ebert-Stiftung an. Die Ausstellung stellt verständlich die ungerechten Welthandelsbedingungen dar und zeigt überzeugend, wie notwendig der Faire Handel ist. Bei BesucherInnen und den lokalen Medien findet sie große Aufmerksamkeit, ob sie nun in den Schulen und Tagungshäusern der Stiftung gezeigt oder von anderen Organisationen eingesetzt wird.

Für viel Engagement steht auch die "Neusser Eine Welt Initiative" (NEWI), ein Netz lokaler "Dritte-Welt"-Gruppen

“Es ist von großer Bedeutung für die Produzenten in den Ländern der ‘Dritten Welt’, daß sie einen angemessenen Lohn für ihre Arbeit bekommen. Ich hoffe deshalb, daß das TRANSFAIR-Siegel sich bald auf vielen Waren durchsetzen möge.”

Bundespräsident Richard von Weizsäcker bei der Entgegennahme des millionsten Kaffeepäckchens mit dem TRANSFAIR-Siegel

mit dem Fairen Kaffeehandel als gemeinsamem Schwerpunktthema. Ihrem geballten Potential konnte man weder im Neusser Rathaus, noch in Schulen oder Parteien viel entgegensetzen. Die Initiative gewann Personen des öffentlichen Lebens als Unterstützer, machte mit Anfragen politische Parteien und Fraktionen im Stadtrat auf die Probleme des Weltkaffeehandels aufmerksam und forderte sie auf, in Zukunft nur noch fair gehandelten Kaffee zu trinken. Inzwischen wird im Rathaus bei offiziellen Anlässen "café orgánico" aus Mexiko getrunken, und auch das Neusser Pressehaus ist auf TRANSFAIR umgestiegen. Eine Umfrage im letzten Jahr bestätigte die Öffentlichkeitsarbeit der NEWI: 45 Prozent der Befragten in Neuss kennen den Kaffee mit dem TRANSFAIR-Siegel, 86 Prozent sind bereit, zwei Mark pro Pfund Kaffee mehr zu bezahlen.



Das millionste Päckchen fair gehandelten Kaffees wurde Bundespräsident Richard von Weizsäcker überreicht.

An Universitäten bemühen sich studentische Initiativen, fair gehandelten Kaffee in Cafeterien und Mensen einzuführen. Die zunehmende Bekanntheit von TRANSFAIR öffnet dabei manche Türen. So an der Universität Tübingen, wo verschiedene Initiativen über Jahre hinweg versucht hatten, die Umstellung auf "faire Bohnen" zu bewirken: Seit kurzem spendet der zentrale Kaffeeautomat der Mensa nur noch Kaffee aus Fairem Handel.

Für viele Gruppen im entwicklungs- und bildungspolitischen Bereich sind Aktionen für TRANSFAIR ein Beispiel dafür,

wie in kleinem Maßstab etwas "bewirkt" und wie der verbreiteten Resignation über scheinbar unveränderliche Strukturen eigenes Handeln entgegengesetzt werden kann. Doch sich auf den ersten Erfolgen auszuruhen, wäre fatal. Denn nur kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit kann den Absatz des fair gehandelten Kaffees steigern und so den Kleinbauern in den Produzentländern dauerhaft faire Preise sichern.



Willy Millowitsch und Jean Pütz werben auf der ANUGA in Köln für TRANSFAIR.

Die Stärke von TRANSFAIR ist dabei, daß sich die Arbeit der Geschäftsstelle und die der vielen ehrenamtlichen Gruppen ergänzen. Obwohl TRANSFAIR keine aufwendige Werbung, etwa Fernsehspots, einsetzen kann, erreicht die Geschäftsstelle allein durch ihre Öffentlichkeits- und Pressearbeit, durch Interviews oder medienwirksame Aktionen wie den Messestand mit Willy Millowitsch auf der ANUGA in Köln eine große Öffentlichkeit. Dies und die vielen lokalen Aktionen ergaben eine enorme Medienresonanz: Kaum eine Zeitung, ein Rundfunk- oder Fernsehsender, die nicht über das Anliegen von TRANSFAIR berichteten.

Um das Konsumentenverhalten nachhaltig zugunsten der Produzenten zu beeinflussen, ist jedoch die intensive und beständige Überzeugungsarbeit der Mitgliedsorganisationen - von der Verbraucherinitiative über Bildungswerke bis zu den kirchlichen Einrichtungen - unverändert notwendig. Gerade weil das Anliegen von TRANSFAIR mehr ist als nur der Verkauf von Kaffee, braucht es die Organisationen vor Ort.

FAIRTRADE IN ZAHLEN

Kaffee – der Klassiker unter den fair gehandelten Produkten – war 1992 das erste Produkt, das in den Regalen stand. Inzwischen sind bundesweit über 7.000 Fairtrade-Produkte in rund 42.000 Verkaufsstellen verfügbar: in Supermärkten, Discountern, Drogerien und Biosupermärkten, in Weltläden und in mehr als 30.000 gastronomischen Betrieben. 2016 knackten die Umsätze mit Fairtrade-zertifizierten Produkten erstmals die Milliarde.



„DEN ERFOLG VON TRANSFAIR VERDANKEN WIR NICHT ZULETZT DEM ENGAGEMENT UND DER ÜBERZEUGUNGSKRAFT UNSERER MITGLIEDS-ORGANISATIONEN. SIE TRAGEN DIE IDEE DES FAIREN HANDELS IN IHRE NETZWERKE HINEIN UND STÄRKEN SO DAS BREITE ZIVILGESELLSCHAFTLICHE FUNDAMENT.“

Dieter Overath, Geschäftsführender
Vorstandsvorsitzender TransFair e.V.

Seit 25 Jahren bei Fairtrade an Bord: Dieter Overath und fairer Kaffee. Foto: Jim Rakete

SEIT 1993 WURDEN
IN DEUTSCHLAND
FAIRTRADE-
PRODUKTE
IM WERT
VON ÜBER
6 MRD. €
VERKAUFT

PRO KOPF UND JAHR GEBEN
MENSCHEN IN DEUTSCHLAND
13 EURO
FÜR FAIRTRADE-PRODUKTE AUS

IN DEUTSCHLAND SIND ÜBER
7.000
FAIRTRADE-PRODUKTE
ERHÄLTlich

PRODUZENTENORGANISATIONEN
MIT INSGESAMT
1,66 MIO.
MITGLIEDERN

1.240
PRODUZENTENORGANISATIONEN IN
75 LÄNDERN

SEIT BEGINN WURDEN
140.000 T
KAFFEE VERKAUFT

ARBEITSGEMEINSCHAFT DER EVANGELISCHEN JUGEND IN NORDRHEIN-WESTFALEN (AEJ-NRW)

LASST UNS FAIR GRILLEN, DENN DIE WELT IST EIN DORF!

Herzlichen Glückwunsch zu 25 Jahren TransFair. Eine Gelegenheit kurz innezuhalten und auf eine großartige Zeit zurückzublicken. Hat von dieser Entwicklung jemand zu träumen vermocht? Der Weg von TransFair, das Gespür für Trends und der Aufbau des fairen Handels als hochwertiges Siegel sind eine großartige Leistung und wurden mit dem unermüdlichen Einsatz vieler Menschen bei und um TransFair herum erreicht.

Der faire Handel ist ein wichtiges Thema für die Evangelische Jugend. In der Seminararbeit werden Welthandelstrukturen beleuchtet und Konsummuster und Gewohnheiten kritisch hinterfragt. Nicht immer steht der faire Handel dabei im Vordergrund: Der Climate Action Day ist keine Kampagne für fair gehandelte Produkte und doch steht am Ende von vielen Veranstaltungen die Erkenntnis, dass der faire Handel ein wichtiges Instrument ist, um den Lauf der Welt positiv zu beeinflussen.

Die Welt ist ein Dorf. Weltweit wird die Globalisierung bemüht, um Ereignisse zu beschreiben und die eigene Verantwortungslosigkeit zu erklären. Eine Jeans legt im Herstellungsprozess 18.000 Kilometer zurück und geht durch unzählige Hände. Wer soll dabei noch den Überblick behalten? Vielleicht die 62 Menschen, die über so viel verfügen können, wie die ärmste Hälfte der Weltbevölkerung? In der Evangelischen Jugend ist die Empörung über herrschende Zustände oft der Beginn des Nachdenkens. Dann wollen wir sehen, lernen und verändern. Wir wollen im Globalen Dorf leben und müssen uns kümmern, damit dieses Leben für alle Menschen gelingt und Gottes Schöpfung erhalten bleibt.

Naheliegender, dass wir uns mit unseren Veranstaltungen befassen haben: Welches Papier wird verwendet, wie reisen wir an und welcher Kaffee wird getrunken? Gibt es faire Schokolade und regionale Milch? Es wurden Broschüren geschrieben und Methoden zur Bildung und Qualifizierung entwickelt. Der Begriff „Kritischer Konsum“ verbreitete sich schnell als Umschreibung für einen bewussten Konsum, der versucht die aktuellen Bedürfnisse mit den vorhandenen Ressourcen und Möglichkeiten in Einklang zu bringen. Viele Themen wurden dabei bearbeitet: Erdbeeren im Winter oder das Wasser laufen lassen beim Zähneputzen? Werbematerial als billigen Wegwerfartikel? Nicht immer finden wir zufriedenstellende Antworten und tauschen uns mit Partnern und Fachorganisationen aus.

Die evangelischen und katholischen Verbände in NRW arbeiten im Themenfeld eng zusammen und entwickeln gemeinsame Formate: bspw. das Faire Frühstück im Düsseldorfer Landtag, bei dem wir

die menschenverachtenden Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie beklagt haben oder zusammen mit kolumbianischen Partnern die Bedeutung eines internationalen Freiwilligendienstes in beide Richtungen dargestellt haben. Natürlich auch die Broschüre „Faire Ferien“, die Tipps für nachhaltige Ferienfreizeiten enthält und die Initiative Faires Jugendhaus.



Wir sind der Zusammenschluss der Evangelischen Jugend in ganz Nordrhein-Westfalen und vertreten die Interessen von rund 300.000 Kindern und Jugendlichen. Wir stehen für eine Gesellschaft in der Kinder und Jugendliche in der Mitte stehen, mitreden und mitgestalten. Wir glauben, dass jedes Kind ein Geschenk Gottes ist und jeder Mensch als solches so behandelt werden sollte. Wir bieten politische Vertretung in Kirche und Gesellschaft, damit Kinder und Jugendliche das bekommen, was sie für ein gelingendes Leben brauchen.

www.aej-nrw.de

Anfang 2012 erfuhren wir, unter welchen Bedingungen Grillkohle für den deutschen Markt hergestellt wurde. Mehrere Medien berichteten und informierten über ausbeuterische Kinderarbeit und die rücksichtslose Rodung von tropischen Wäldern zur Holzkohleherstellung. Wir informierten uns weiter und suchten eine Alternative. In den Jugendverbänden gehört das Grillen im Sommer zum guten Ton, dazu kommen unzählige Kirchenfeste und Großveranstaltungen. Nach einem Jahr waren wir keinen Schritt weiter, denn zu 98 % wird die Grillkohle für den deutschen Markt importiert. Wir waren ratlos und enttäuscht, denn den Raubbau an Menschen und Umwelt zu akzeptieren war für uns keine Option. Kurz darauf erfuhren von einem kleinen Projekt auf der südphilippinischen Insel Mindanao. Für den Eigenbedarf werden dort Kokosschalen verkoht und dann als Brennmaterial verwendet. Die Kokosschalen entstehen als Abfall bei der Verarbeitung der Kokosnuss und werden oft auch einfach so abgebrannt, um Platz zu schaffen. Im Gegensatz zu Baumholz wird die Kokosnuss als Frucht nicht als CO2-Speicher



Faire Kohle, fertige Grillbriketts (links) und Kokosnüsse bei der Verkohlung (rechts), Foto: Benjamin Eckert

gewertet und ist somit ein CO2-neutrales Ausgangsprodukt. Die Herstellung der Grillkohle erfolgt vor Ort mit einfachen Maschinen. Wir bestellten Produktproben und waren von der Qualität der Briketts überzeugt: Wir konnten eine hohe Temperatur und eine lange, gleichmäßige Glut messen. Dabei entfaltet die Grillkohle kaum Qualm und es bleibt weniger Asche im Grill zurück. Unser Partner fand eine Möglichkeit, die Ware vor Ort in Säcke zu füllen und in Kartons zu verpacken. So stand der Zusammenarbeit nichts mehr im Wege. Fünf Tonnen Grillkohle-Briketts wurden in einen Container verladen und nach Deutschland gebracht.

Noch bevor die Ware im Hamburger Hafen anlandete war sie verkauft. Wir hatten nicht mal die Zeit die Ware zu kennzeichnen und lieferten im geliehenen LKW selbst aus, um rechtzeitig bei Gemeindefesten präsent zu sein. Wir lernten dabei viel über Grillkohle und Logistik. Wir sammelten die Rückmeldungen aus den Gruppen und Verbänden und besprachen mit den beteiligten philippinischen Kooperativen Verbesserungsmöglichkeiten für das Produkt und in der Zusammenarbeit. Es haben bereits zwei Besuchsreisen auf die Philippinen stattgefunden, im kommenden Jahr wollen wir eine Einladung nach Deutschland aussprechen.

Wir öffneten das Projekt „Faire Kohle“, um so die Ideen und Interessen der Ortsgruppen besser aufnehmen zu können. So entstand bspw. eine Posterserie als Werbung oder die Grillkohle war Ausgangspunkt für die inhaltliche Auseinandersetzung mit TTIP. Bei der Messe FAIR FRIENDS in Dortmund stellten wir unsere Aktivität auch erstmals der Öffentlichkeit vor und erhielten durchgehend positives Feedback. Wir waren überrascht, dass viele BesucherInnen dieses Engagement von der Jugendarbeit nicht erwartet hatten und meinten, wir seien eine private Initiative. Deshalb haben wir uns hingesetzt und einen Neuanfang gewagt: Für die Geschäftstätigkeit haben wir eine GmbH gegründet und die Produktpräsentation völlig neu erarbeitet. Das Ergebnis ist u.a. die neue Webseite und der Auftritt in den sozialen Netzwerken. Die Produktqualität konnte durch Veränderungen bei der Herstellung angehoben werden, so dass wir nun die Anforderungen von DINplus erreichen. Wir wollen zeigen, dass der gemeinsame Handel auf Augenhöhe möglich ist. Fairtrade Deutschland hat uns auf diesem Weg ermutigt und unterstützt.

Wir haben viel gelernt in unserer bisherigen Arbeit. Zuerst, dass ein vermeintlich einfaches Produkt wie Grillkohle-Briketts komplex wird, wenn es zur Handelsware wird. Schnell haben wir deshalb gelernt, offene Fragen zu sortieren und zu priorisieren. Jetzt gehen wir offene Fragen der Reihe nach an und achten auf die im Projekt vorhandenen Ressourcen und Möglichkeiten. So ist z. B. ein offener Punkt, dass die Papierverpackung der Grillkohle bisher nicht zertifiziert ist.

Für die Zukunft haben wir uns viel vorgenommen. Wir wollen den Verkauf der Fairen Kohle ausweiten und so auch die entwicklungspolitischen und umweltpolitischen Effekte bei den angeschlossenen

Kooperativen verbessern. Dann werden wir uns sicherlich auch um eine Fairtrade-Zertifizierung bewerben. Die Faire Kohle zeigt, wie in der Jugendverbandsarbeit Gegenwelten entstehen können und sie somit ihrem ursprünglichen gesellschaftlichen Auftrag nachgeht. In dem Projekt steckt ein großes Potenzial weitere Lernfelder zu erschließen. Die Erfahrungen in diesem Projekt sind für alle Beteiligten prägend und qualifizieren für spätere Aufgaben in anderen Kontexten. Verantwortung für sich selbst und seine (weltweite) Umwelt zu übernehmen sowie die eigene Selbstwirksamkeit kennenzulernen, bleiben weiterhin Kern des Projektes.

Die Jugendlichen in unseren Strukturen sind oft mit den Grundzügen des fairen Handels vertraut. Fernreisen sind selbstverständlich geworden und Entsendungsprogramme wie „weltwärts“ oder der „Konkrete Friedensdienst“ (NRW) befördern Bildungsreisen in den globalen Süden. So verändert sich die Bildungsarbeit. „Was ist gerecht?“, ist keine dogmatische und ein Themenfeld konstruierende Frage mehr, sondern wird zur Auseinandersetzung mit der eigenen Biografie. Gleichzeitig werden durch die Akteure der Nachhaltigkeitsszene immer neue Herausforderungen formuliert. Präsentiert eine Organisation einen Ansatz, um ein Thema anzugehen, findet sich schnell eine weitere Organisation, die das als nicht ausreichend deklariert. Die eigentlich gut gemeinte Kritik, um sich gemeinsam zu entwickeln, verkommt zur egozentrischen Expertendiskussion. Das Gute ist zu verneinen, weil das Beste nicht erreicht wird, ist zur reflexartigen ersten Reaktion geworden. Das führt zu Verunsicherung und zu Resignation. Ergänzend ist bei vielen Organisationen die Bereitschaft hoch, Ereignisse unzulässig zu vereinfachen, um eine höhere öffentliche Aufmerksamkeit zu erhalten.

Jugendliche und junge Erwachsene stehen für diese Entwicklung nicht zur Verfügung. Sie werden aus ihren Erfahrungen heraus aktiv, die im besten Fall durch eine werteorientierte Jugend(verbands-)arbeit gestärkt oder erst ermöglicht wurden. So werden die weltweiten Krisen nicht als lähmende Ereignisse begriffen, sondern als Chance diese Welt zum Positiven zu verändern. Die Faire Kohle ist ein Beispiel dafür.



Peter Bednarz,
Koordinator Jugend und Eine Welt,
Amt für Jugendarbeit der Evangelischen Kirche von Westfalen

HINTER JEDEM PRODUKT STEHT EIN MENSCH

Die Annahme, dass der faire Handel tatsächlich in aller Munde ist und nicht nur sprichwörtlich, stimmt leider noch nicht ganz. In vielen Produktsegmenten sind die Anteile am Gesamtkonsum sehr überschaubar. Dennoch ist auch ein Drei-Prozent-Anteil am deutschen Kaffeeverbrauch hoch genug, dass damit ein gesundes Wirtschaften möglich ist. Wichtiger noch als die Marktrelevanz ist für mich aber eine andere Aufgabe des fairen Handels: die Bewusstseinsbil-



Der Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ) ist der Dachverband von 17 katholischen Jugendverbänden und -organisationen. Er vertritt die Interessen von 660.000 Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Politik, Kirche und Gesellschaft.

www.bdkj.de

dung bei Konsumentinnen und Konsumenten, dass sie mit ihrem Handeln für ein bisschen mehr Gerechtigkeit in der Welt sorgen können. Sie können selbst Teil einer Verbesserung sein. Gerade für junge Menschen ist diese Wirksamkeit des eigenen Handelns ein wichtiger Faktor für ihr Aufwachen. Außerdem vermittelt der faire Handel ein Gefühl für eine weltweite Zusammengehörigkeit. Es geht nicht darum, wie wir hier und die da leben, sondern darum, wie wir es alle zusammen schaffen, dass die Welt ein besserer Ort wird.

Als Aktive aus der Jugendarbeit Ende der 1960er Jahre begannen, Kaffee aus Nicaragua zu importieren, hatten sie zweierlei im Sinn: Sie wollten ein Bewusstsein dafür schaffen, dass hinter jedem Produkt ein Mensch steht, der es anbaut oder herstellt und sie wollten

tätig solidarisch sein und Menschen helfen, die in Ländern der damals so genannten „Dritten Welt“ leben. Diese Pionierinnen und Pioniere des fairen Handels haben es geschafft, dass sich heute viele Menschen nicht mehr damit abfinden, dass das T-Shirt aus der Boutique und das Geld aus dem Automaten kommen. Sie fragen nach, wollen mehr wissen und setzen mit ihrem Konsum und Nicht-Konsum ein politisches Zeichen. Jedoch besteht der faire Handel heute nicht mehr nur aus Überzeugungstätterinnen und Überzeugungstätern. Für viele ist er die Möglichkeit, ihr schlechtes Gewissen durch einen kleinen Aufpreis zu lindern. Denn unbestritten ist, dass sich in der heutigen Informationsgesellschaft niemand mehr davon freimachen kann, zu wissen oder mindestens zu ahnen, welche negativen Auswirkungen der eigene Konsum auf andere Menschen und die Umwelt hat. Es ist also nichts verwerflich daran, dass sich nicht jeder und jede politisch engagiert in diesem Bereich. In der Zukunft des fairen Handels ist es wichtig, dass sowohl politische Arbeit als auch Marktrelevanz dazu führen, dass fairer Handel breiter, stärker und damit auch alltäglicher und gewöhnlicher wird.

Die Akteurinnen und Akteure des fairen Handels müssen sich ihrer Stärken bewusst sein, aber gleichzeitig erkennen und akzeptieren, dass andere Herangehensweisen an den fairen Handel legitim und bereichernd sein können. Der faire Handel muss einladen, nicht abgrenzen, er muss gestalten, nicht gleichmachen. Es geht darum, dass trotz aller kleinen Reglementierungen und Kriterien das Große und Ganze immer wieder in den Blick genommen wird: die Verwirklichung von Menschenrechten weltweit, der Anspruch jedes Menschen auf ein würdevolles Leben, auf gesellschaftliche Teilhabe und Selbstentfaltung in einer lebensförderlichen Umwelt. Zu dieser Erreichung kann der faire Handel beitragen.



Wolfgang Ehrenlechner,
Bundesvorsitzender des Bundes
der Deutschen Katholischen Jugend
(BDKJ)



Beide Bilder: BDKJ Bundesstelle

BROT FÜR DIE WELT E.V. MIT FAIREINTEN KRÄFTEN EIN BLICK ZURÜCK, EIN BLICK NACH VORN

Es war eine Zeit der Umbrüche und der großen und der kleinen Anfänge. Am 9. November 1989 fiel die Berliner Mauer. Vier Tage später fand beim Kirchlichen Entwicklungsdienst ein erstes Treffen statt, aus dem letztlich der Verein TransFair hervorgehen sollte. Es war kein Zufall, dass dieser Stein von den Kirchen ins Rollen gebracht wurde. Der faire Handel war von Beginn an ein ökumenisches Projekt. 1970 initiierten die Jugendverbände der katholischen und der evangelischen Kirche gemeinsam mit Brot für die Welt und Misereor die „Aktion Dritte Welt Handel“ und hoben damit den fairen Handel aus der Taufe. Unzählige Menschen haben sich seitdem engagiert und füllen die Fairhandels-Bewegung mit Leben. Sie verkaufen im Weltladen, nach dem Gottesdienst oder auf dem Gemeindefest Waren von Kleinproduzentinnen und -produzenten aus dem globalen Süden und leisten Bildungsarbeit zu den ungleichen Kräfteverhältnissen im Welthandel. Fairer Handel möchte „Hilfe zur Selbsthilfe“ leisten und ist ein praktischer Beitrag zu mehr weltweiter Gerechtigkeit. Die christliche Botschaft gab und gibt ihm Wurzeln und Flügel. Flügel, um sich immer wieder selbst zu hinterfragen und im Sinne der Partner im globalen Süden neue Wege zu suchen. Der Aufbruchstimmung nach dem Ende des Kalten Krieges gaben die Scorpions mit „Wind of Change“ eine Hymne. Der Schwung des Wandels erfasste auch den fairen Handel. Zwar hatte er beeindruckenden Rückhalt in der eigenen Bewegung, doch gesamtgesellschaftlich gesehen war seine Bekanntheit noch sehr gering. Ein Vertreter des Evangelischen Entwicklungsdienstes lud daher am 13. November 1989 Kolleginnen und Kollegen aus anderen kirchlichen Organisationen ein. Ziel war es, Möglichkeiten zu finden, den fairen Handel bekannter zu machen und damit noch mehr Kleinproduzentinnen und -produzenten im Süden von gerechten Löhnen und besseren Arbeitsbedingungen profitieren zu lassen. In den Niederlanden war kurz zuvor bereits ein Gütesiegel für fair gehandelte Produkte mit großem Erfolg auf den Markt gebracht worden. Und auch in Deutschland waren sich alle Beteiligten des Treffens einig: Wenn es gelänge, Fairhandels-Produkte auf breiter Basis in den Einzelhandel zu bringen, könnten noch mehr Menschen von der Idee erreicht und dafür gewonnen werden. Aus dem ersten Treffen ging die „Aktion Kleinbauernkaffee“ hervor. Aus dieser entstand 1991 ein Verein, der ein Jahr später in TransFair umbenannt wurde. Die Finanzierung der Anfangszeit wurde von den kirchlichen Hilfswerken gestemmt, der Misereor-Mitarbeiter Klaus Piepel wurde erster Vorsitzender. Mit Dieter Overath war bald ein ebenso kreativer wie hartnäckiger Geschäftsführer gefunden, der TransFair schnell auf die Erfolgsspur führte.

Niemand aus dem Kreis derer, die sich 1989 trafen, hätte wohl gedacht, dass ihre Idee einmal so reiche Früchte tragen würde. Heute, mehr als ein Vierteljahrhundert später, hat TransFair zahlreiche Herausforderungen gemeistert und beeindruckende Erfolge erzielt. Der Verein ist Teil einer weltweiten Bewegung, in der Menschen auf allen Kontinenten mit vereinten Kräften daran arbeiten, gerechtere Handelsbedingungen und Chancen für alle zu schaffen. Es ist alles andere als eine Selbstverständlichkeit, dass der größte Teil der Deutschen das Fairtrade-Siegel kennt und ihm vertraut. Es ist beeindruckend, welche Zahl von Menschen vom fairen Handel direkt oder indirekt profitiert. Und doch: Bei allen Erfolgen sind die Herausforderungen nicht kleiner geworden. Beim Marktanteil fair gehandelter Waren ist noch deutlich Luft nach oben. Von der Liberalisierung des Welthandels profitieren wettbewerbsstärkere Staaten des

**Brot
für die Welt**

Als weltweit tätiges Entwicklungswerk der evangelischen Kirchen in Deutschland ist Brot für die Welt in mehr als 90 Ländern rund um den Globus aktiv. Gemeinsam mit lokalen Partnern hilft das Entwicklungswerk armen und ausgegrenzten Menschen, aus eigener Kraft ihre Lebenssituation zu verbessern.

www.brot-fuer-die-welt.de

Nordens und große, transnational agierende Unternehmen deutlich mehr als viele Staaten des globalen Südens und insbesondere ihre kleinbäuerlichen Produzentinnen und Produzenten. Der Schutz der Menschenrechte steht im globalen Konkurrenzkampf multinationaler Konzerne immer wieder auf dem Spiel und der Klimawandel stellt vor allem die Kleinproduzentinnen und Kleinproduzenten im globalen Süden vor gewaltige Herausforderungen. Das Motto des Jubiläums lautet: „Handel neu denken“. Zu diesem Vorhaben können wir alle Beteiligten nur ermutigen. Die vordringlichsten Aufgaben des fairen Handels liegen weiterhin darin, die Position der am meisten Benachteiligten zu vertreten und zu stärken, mit ihnen gemeinsam die Herausforderungen der Zukunft anzugehen und sich politisch und durch Informationsarbeit für mehr Gerechtigkeit im Welthandel einzusetzen. Diese Aufgaben sind aktueller denn je.



Grüne Woche Berlin, 2017: Übergabe der Studie „Verändert der Faire Handel die Gesellschaft?“ an Bundesentwicklungsminister Dr. Gerd Müller durch Dieter Overath, TransFair und Klaus Seitz, Brot für die Welt (Studie im Auftrag von TransFair, Servicestelle Kommunen in der Einen Welt/ Engagement Global, Forum Fairer Handel, Brot für die Welt und Misereor), © Hermann Bredehorst/Brot für die Welt

Wir sind überzeugt, dass es dem Verein TransFair – wie auch in der Vergangenheit – in Zukunft bestens gelingen wird, neue Herausforderungen rechtzeitig zu erkennen, neue Wege zu finden und zu beschreiten und dabei nie das Mandat zu vergessen, dass ihm die Gründungsorganisationen seinerzeit mit auf den Weg gegeben haben. Herzlichen Glückwunsch zu einem Vierteljahrhundert des beharrlichen und erfolgreichen Bohrens dicker Bretter! Und Gottes Segen und eine glückliche Hand für die Bewältigung der Herausforderungen von heute und morgen.



Pfarrerin Dr. h.c. Cornelia Füllkrug-Weitzel, Präsidentin von Brot für die Welt

AUF DEM WEG ZU GEMEINSAMEN ZIELEN

5 FRAGEN AN ISABELL ULLRICH

TransFair: Frau Ullrich, was läuft schief in unseren globalen Lieferketten?

Isabell Ullrich: Den Zielen Profit und Marktmacht wird viel zu viel Gewicht gegeben, während die Rechte der Menschen in den Lieferketten und der Umwelt immer nur dann eine Rolle spielen, wenn sie dem Profitstreben nicht im Wege stehen. Die Konzerne, Politiker*innen und Konsument*innen am Ende der Lieferkette müssten sich viel mehr für die Bedingungen am anderen Ende interessieren und sich ihrer globalen Verantwortung bewusst werden.



Die Christliche Initiative Romero (CIR) setzt sich seit 1981 für Arbeits- und Menschenrechte in Ländern Mittelamerikas ein. Schwerpunkt ihrer Arbeit ist die Unterstützung von Basisbewegungen und Organisationen in Nicaragua, El Salvador, Guatemala und Honduras sowie die Kampagnen- und Bildungsarbeit in Deutschland.

www.ci-romero.de

TF: Die CIR beteiligt sich an der Kampagne „SUPPLY CHA!NGE“, eine Kampagne für eine fairere Lebensmittelversorgung in Supermärkten und Discounter, die den Dialog über Probleme in den Lieferketten anstoßen will. Welche positive Rolle könnte denn der Lebensmitteleinzelhandel in einem Veränderungsprozess spielen?

I.U.: Supermärkte und Discounter haben eine riesige Vormachtstellung beim Verkauf von Lebensmitteln und aus dieser Macht erwächst eine große Verantwortung. Orangensaft zum Beispiel wird zu zwei Dritteln als Eigenmarken der Supermärkte verkauft. Die europäischen Lebensmittel-Einzelhandelsketten diktieren damit indirekt die Arbeitsbedingungen für Millionen von Arbeiter*innen

weltweit und tragen im Fall Orangensaft in Brasilien erheblich zur Umweltverschmutzung durch Pestizide bei. Statt des günstigsten Preises könnten sie von ihren Lieferanten auch die Einhaltung von Menschen- und Umweltschutzrechten fordern.

TF: Und der faire Handel? Was hat der dem großen Ungleichgewicht entgegenzusetzen?

I.U.: Er greift das Problem von der anderen Seite her an. Die großen Konzerne zu bewegen ist die eine Sache. Fairer Handel zeigt, angefangen bei einzelnen Kooperativen, dass es möglich ist, die Rechte von Kleinbauern und Bäuerinnen in den Vordergrund zu stellen und ihnen Zugang zum Markt zu ermöglichen. Von einer kleinen bewusst konsumierenden Gruppe ausgehend, werden menschen- und umweltrechtliche Kaufkriterien so zum Trend. Auf dem Weg dorthin müssen aber viele Kompromisse gemacht werden. Wir sehen unsere Aufgabe darin, diesen Prozess kritisch zu begleiten und daran zu erinnern, dass ein erster Schritt lobenswert ist, das eigentliche Ziel – ein würdiges Leben für alle – aber noch nicht erreicht.

TF: Sowohl die CIR als auch TransFair legen ein besonderes Augenmerk auf die Textillieferkette. Was ist die Besonderheit in diesem Sektor und wo sehen Sie besondere Gemeinsamkeiten in den Forderungen und Lösungsansätzen von CIR und TransFair?

I.U.: Die Besonderheit bei Kleidung im Vergleich mit Bananen oder Kaffee ist die Komplexität der Lieferkette. Vom Baumwollanbau bis zur Ladentheke liegen unzählige über den Globus verteilte Arbeitsschritte. Es ist ein mutiger Schritt von TransFair, mit dem neuen Textilstandard die gesamte Lieferkette in den Blick zu nehmen. Existenzsichernde Löhne und würdige Arbeitsbedingungen entlang der Lieferkette sind auch unser Ziel. Auch hier sehen wir uns als konstruktiv-kritische Begleiterin bei der Frage, wie man dieses gemeinsame Ziel erreicht. Zwei Dinge sind uns dabei besonders wichtig: Die großen Marken müssen wirklich anfangen, Verantwortung zu tragen und sie nicht nur nach unten durchreichen. Und für die Konsument*innen muss am Ende klar sein: Produziert dieses Unternehmen wirklich fair, oder hat es nur einige wenige öko-faire Teile im Angebot, um sich einen ethischen Anstrich zu verleihen?



Aus der Kampagne für faire Supermärkte SUPPLY CHA!NGE, Foto: Joerg Farys

TF: Was ist der besondere Ansporn für die CIR, als Mitgliedsorganisation bei TransFair aktiv zu sein? Und wünschen Sie sich für die zukünftige Zusammenarbeit mit TransFair?

I.U.: Wir wünschen uns fruchtbaren Austausch, Dialog und eine gute Zusammenarbeit auf dem Weg zu gemeinsamen Zielen: Eine Bindung aufzubauen zwischen den Menschen in Europa und dem globalen Süden, und wirkungsvolle Mechanismen zu schaffen, die allen – auch zukünftigen Generationen – ein gutes Leben ermöglichen.



Isabell Ullrich, Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Christliche Initiative Romero (CIR)

INTERVIEW MIT MANFRED HOLZ

MITBEGRÜNDER VON TRANSFAIR E.V. UND FAIRTRADE-EHRENBOTSCHAFTER

In der Geschichte des fairen Handels spielt Manfred Holz eine herausragende Rolle, er ist ein Mann der ersten Stunde in der Fairtrade-Bewegung und war als Vertreter des VEHEMENT e.V./ NEWI Gründungsmitglied von TransFair. Während seines langjährigen Engagements u.a. als Vorstandsmitglied von TransFair e.V. in den Jahren 2007-2011 war ihm besonders die Vernetzung der verschiedenen Akteure der Eine Welt Arbeit ein Anliegen. Seit 2011 ist Manfred Holz Fairtrade-Ehrenbotschafter. 2011 wurde er außerdem für sein unermüdliches und ehrenamtliches Engagement mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet.

TransFair: Wie haben Sie die Gründungsfeier von TransFair erlebt?

Manfred Holz: Ein ganz spannendes Abenteuer mit unterschiedlichen Akteuren aus 20 Organisationen (u.a. Entwicklungshilfe, Kirchen, Umwelt und Bildung). Es herrschte am 10.06.1992 eine gute Aufbruchstimmung: endlich ein einheitliches Siegel sowie verbindliche Standards zum fairen Handel. Aus dem sogenannten „alternativen Handel“ entstand so der „faire Handel“.

TF: Auf welche Hindernisse und Widerstände ist TransFair am Anfang gestoßen?

M.H.: Der faire Handel hatte ein relativ gutes Ansehen in der Bevölkerung. Leider kauften die Konsumenten trotzdem recht selten faire Produkte (O-Ton: „zu teuer“ oder „schmeckt nicht“). Dafür aber wurde TransFair von Wohlwollen umzingelt!

TF: Wie hat sich die Resonanz auf den fairen Handel im Laufe der Zeit verändert?

M.H.: Die Produktpalette wurde von Jahr zu Jahr vielfältiger und umfangreicher, die Abwehrmechanismen etwas geringer. Plötzlich waren faire Bananen, Kaffee, Tee, O-Saft und Süßigkeiten in aller Munde! Die hohen Steigerungsraten von Jahr zu Jahr sprechen für sich.

TF: Was waren die Höhepunkte Ihrer langjährigen Arbeit für den fairen Handel?

M.H.: Ganz klar die jährliche „Faire Woche“ (seit 2001) und die Kampagnen Fairtrade-Towns, Fairtrade-Schools und Fairtrade-Universities. Dadurch hat sich der faire Handel mittlerweile seines Image entledigt, nur für eine relativ kleine Bevölkerungsgruppe gut informierter und „Eine Welt“-bewusster Menschen reserviert zu sein.

TF: Gab es auch Tiefschläge und was konnten Sie aus Ihnen schöpfen?

M.H.: So manche schlecht und unvollständig recherchierten Berichte in den Medien haben uns immer wieder ein Stückchen zurückgeworfen und zudem endlose Diskussionen erzeugt. Aber das hat uns dann im Endeffekt eher stärker und selbstbewusster gemacht. Dem Vorstand ist es meistens gelungen, die eine oder andere Aussage wieder zu korrigieren und richtigzustellen.

TF: Ist eine gute Streitkultur wichtig für den Erfolg eines Vereins?

M.H.: O ja! Obwohl so manche Energien einiger Akteure meiner Meinung nach manchmal besser in die ein oder andere Aktion und Kampagne zum fairen Handel eingesetzt worden wären, als immer wieder über Themen wie „wer ist fairer, besser und nachhaltiger“ oder über die „guten“ oder „bösen“ Anbieter in Deutschland zu diskutieren.

TF: Handel neu denken – was stellen Sie sich konkret darunter vor?

M.H.: Die großen Global Player müssen endlich noch mehr faire Produkte in den Bereichen Lebensmittel und Textilien offensiver anbieten und bewerben. Gleichzeitig dürfen die Konsumenten aber nicht nur über Nachhaltigkeit reden. Fairer Handel lebt nur vom Handeln!

TF: Wie sehen Sie die Rolle der Mitgliedsorganisationen für die Zukunft?

M.H.: Fairtrade ist weiterhin der Versuch, Elend und somit unter anderem auch Fluchtursachen aktiv zu bekämpfen, bevor diese entstehen. Dabei müssen die Kommunen, die Kirchen und unsere Mitgliedsorganisationen noch größere Verantwortung übernehmen, um eine glaubwürdige Vorbildfunktion zu leisten. Außerdem wünsche ich mir für die nächsten 25 Jahre weiterhin eine so gute und erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Geschäftsstelle und allen im fairen Handel Beteiligten.



Manfred Holz,
Mitbegründer von TransFair e.V.
und Fairtrade-Ehrenbotschafter

DEUTSCHES INSTITUT FÜR ÄRZTLICHE MISSION E.V. (DIFÄM)

EINE KULTUR DER NACHHALTIGKEIT FÖRDERN

Die Ressourcen unserer Welt sind begrenzt. Die Schere zwischen Arm und Reich klafft immer weiter auseinander. Schlechte Lebens- und Arbeitsbedingungen, verunreinigtes Wasser und Unterernährung sind für Millionen Menschen bitterer Alltag. Kriege und Naturkatastrophen verschärfen die weltweite Armutssituation. Längst nicht alle Menschen in unserer Einen Welt haben eine gute Gesundheitsversorgung. Viele Menschen sterben, weil sie das Geld für die medizinische Behandlung nicht aufbringen können, die nächste Gesundheitsstation zu weit entfernt ist oder weil es kein medizinisches Personal gibt und lebenswichtige Medikamente fehlen. Das Deutsche Institut für Ärztliche Mission e.V. (kurz Difäm) setzt sich deshalb seit seiner Gründung im Jahr 1906 mit lokalen Partnern für eine nachhaltige Gesundheitsversorgung in wirtschaftlich armen Regionen ein, vor allem für benachteiligte, gefährdete und bedürftige Menschen.

Doch selten haben Missstände eine einzige Ursache, und selten gibt es eine einheitliche Lösung für sie. Deshalb unterstützt das Difäm als Mitglied des Vereins TransFair die Idee des fairen Handelns: Mit unserer bundesweiten Bildungs- und Sammelinitiative Die Handy-Aktion – fragen. durchblicken. handeln! weisen wir auf die globalen Zusammenhänge unseres Konsums hin. Und gehen dabei der Frage nach, wie wir unsere Welt gerechter, wie unseren Lebensstil nachhaltiger und zukunftsfähiger für die nächsten Generationen gestalten können.

GEMEINSAM FÜR WELTWEITE GERECHTIGKEIT

Jährlich werden in Deutschland 35 Millionen neue Mobiltelefone gekauft. Wenn aber ein Handy über einen deutschen Ladentisch geht, hat es schon zahlreiche Produktionsstufen in vielen Ländern durchlaufen, was kaum einem Käufer bewusst ist. Wer nun hinter die glänzende Fassade der modernen Kommunikationstechnologie schaut, wird unter anderem mit unmenschlichen Bedingungen in den Minen der Demokratischen Republik Kongo konfrontiert. Gewalt und Armut dominieren den Abbau von Rohstoffen in vielen Minen im Ostkongo. Was kaum ein Verbraucher weiß: Für die Rohstoffe, die später in den Handys landen, müssen Kinder in hundert Meter Tiefe graben – und das tagelang. Sie verdienen, wenn überhaupt, nur einen Hungerlohn, bekommen kein Essen, schuften ohne Schutzkleidung. Bewaffnete Milizen oder kongolesische Soldaten kontrollieren den Abbau. Sie besetzen mit Waffengewalt die Minen, verlangen Schutz- und Wegezölle. Wer sich wehrt, wird gefoltert oder getötet. Dorfbewohner werden aus ihren Dörfern vertrieben, Mädchen und Frauen verschleppt, vergewaltigt und als

Sexsklavinnen missbraucht. Oft dienen die Gewinne der Finanzierung von Waffen. Viele Menschen sind traumatisiert. Vor allem Kinder sind mangel- oder unterernährt und leiden unter armutsbedingten Krankheiten. Doch der Zugang zu einer guten Gesundheitsversorgung ist oft nicht möglich.

Neben der Rohstoffförderung bergen auch Produktion und Entsorgung der Geräte Abgründe. In asiatischen Zulieferfirmen und bei Auftragsfertigern arbeiten vor allem junge Menschen ohne jeden arbeits- und menschenrechtlichen Schutz. Geht ein Handy kaputt oder entspricht es nicht mehr dem neuesten Stand, entsorgt es der Verbraucher oft achtlos. Die Folgen sind 5.000 Tonnen Elektroschrott pro Jahr. Viele ausrangierte Geräte landen auf Müllhalden in Entwicklungsländern, wo Kinder und Jugendliche die Bestandteile herausholen und dabei giftigen Dämpfen ausgesetzt sind.



Das Deutsche Institut für Ärztliche Mission e.V. (Difäm) ist ein gemeinnütziger Verein, der sich seit über 100 Jahren für Gesundheit in der Einen Welt einsetzt. Als Organisation für weltweite christliche Gesundheitsarbeit stärken wir Gesundheitsdienste durch die Zusammenarbeit mit Partnern in Kirchen, Gesundheitseinrichtungen und Nichtregierungs-Organisationen.

www.difaem.de

Unser Konsum hat weltweite Auswirkungen. Alle Nutzerinnen und Nutzer von Mobiltelefonen tragen Verantwortung für ihr Konsumverhalten. Angefangen mit einer Handy-Sammelaktion des Difäm und der Kreissparkasse Tübingen und einer folgenden bundesweiten Mitmachaktion des Difäm, des Zentrums für Entwicklungsbezogene Bildung (ZEB) der Landeskirche Württemberg und dem Entwicklungspädagogischen Informationszentrum (EPIZ) in Reutlingen ist „Die Handy-Aktion – fragen.durchblicken.handeln!“ heute eine Gemeinschaftsaktion vieler verschiedener Organisationen aus Kirche und Zivilgesellschaft und macht auf die sozialen, menschenrechtlichen, gesundheitlichen und ökologischen Auswirkungen der Produktion technischer Geräte, vor allem von Mobiltelefonen aufmerk-

sam. Sie zeigt auf, wie Geräte repariert und länger genutzt werden können. Mit dem Fairphone und der Fairen Computermouse stehen erste IT-Geräte zur Verfügung, die den Weg zu mehr Gerechtigkeit und einen verbesserten Schutz von Mensch und Natur eröffnen.

Mit der Sammlung ausrangierter Handys und deren Zuführung in ein geordnetes Recycling durch die Deutsche Telekom wird die Thematik in Schulen, Gemeinden, an öffentlichen und kirchlichen Orten sichtbar gemacht. In diesem Rahmen können Bildungsveranstaltungen organisiert werden: Filmische Einblicke in die Minen und Fabriken sowie Rollenspiele vermitteln beispielsweise die Realität, die hinter den Geräten steht. Und unsere Referenten zeigen auf, was junge Menschen im globalen Süden erleben, aber auch was sie tun, um ihre Lebens- und Arbeitssituation zu verbessern und wie wir sie dabei unterstützen können.

AUFKLÄRUNG RETTET LEBEN

Mit dem Erlös der Sammelaktion wird unter anderem die Gesundheitsarbeit des Difäm im Ostkongo unterstützt. Viele Gesundheitseinrichtungen sind zerstört oder kaum erreichbar und schlecht mit Medikamenten und medizinischem Material ausgestattet. Ein weiteres Problem ist die Abwanderung einheimischer Fachkräfte. Hebammen, Ärzte und Pflegepersonal verlassen den Kongo aufgrund der schwierigen Arbeitsbedingungen. Wo der Staat oft nicht mehr funktioniert, stellen Kirchen Bildungsstätten und Gesundheitseinrichtungen und arbeiten für Versöhnung und Wiederaufbau. Die Tübinger Organisation für weltweite christliche Gesundheitsarbeit unterstützt seine kirchlichen Partner im Kongo beim Aufbau und bei der Stärkung lokaler Gesundheitssysteme, wobei Prävention und Behandlung von Infektionskrankheiten sowie nichtübertragbarer chronischer und vernachlässigter Krankheiten und die Gesundheit von Müttern und Kindern im Fokus der Arbeit stehen. Hierfür fördert das Difäm unter anderem die Aus- und Weiterbildung von Fachkräften und Gesundheitshelfern, den Bau, die Ausstattung und fachliche Beratung von Gesundheitseinrichtungen, die Versorgung und Qualitätskontrolle von Medikamenten sowie die HIV-Aufklärung von Jugendlichen.

Obwohl HIV und Aids ein großes Problem im Land darstellen, ist Sexualität nach wie vor ein Tabuthema. Aufklärung, besonders für Jugendliche in der Pubertät, findet so gut wie nicht statt. Fehlendes Wissen über Prävention sowie die Folgen einer Infektion begünstigen die Ausbreitung des Virus und tragen zur Stigmatisierung der Betroffenen bei. Gemeinsam mit seinen lokalen Partnern engagiert sich das Difäm daher besonders für gefährdete Jugendliche, schafft Zugang zu HIV-Tests und Therapiemöglichkeiten und fördert die Ausbildung von Multiplikatoren für die Aufklärung an Schulen und in Gemeinden.

PARTNERSCHAFTLICHE ZUSAMMENARBEIT

Ein grundlegender Wandel zu einer zukunftsfähigen und gerechten Lebens- und Wirtschaftsweise gelingt nur dann, wenn er von vielen Menschen getragen wird und an verschiedenen Stellen ansetzt. Aber nur wer gesund ist, kann arbeiten, seine Familie ernähren und aktiver Teil seiner Gesellschaft sein. Gesundheit ist gleichzeitig Ziel, Voraussetzung und Ergebnis nachhaltiger Entwicklung. Deshalb setzt sich das Difäm als Träger der Tropenlinik Paul-Lechler-Krankenhaus in Tübingen und der Akademie für Globale Gesundheit und Entwicklung für einen gleichberechtigten Zugang zu qualitativ hochwertiger und bezahlbarer medizinischer Versorgung und eine faire Wirtschaftsweise ein – lokal wie weltweit.

Wir wünschen unseren Kolleginnen und Kollegen von TransFair alles Gute zum Jubiläum und danken für ihr Engagement für den fairen Handel. Nur durch die gemeinsamen Anstrengungen und eine starke zivilgesellschaftliche Stimme können wir politische Entscheidungen beeinflussen und damit langfristige und nachhaltige Veränderungen in der Gesellschaft bewirken.



Anna Buck,
Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Instituts für Ärztliche Mission e.V.

Gemeinsam mit lokalen Partnern verbessert das Difäm die Gesundheitsversorgung in vernachlässigten Regionen, Ursula Kohler, Difäm



Gesundheit ist gleichzeitig Ziel, Voraussetzung und Ergebnis von Entwicklung, Dr. Gisela Schneider, Difäm

DEUTSCHE PFADFINDERSCHAFT SANKT GEORG (DPSG)

DER FAIRE HANDEL UND DIE DPSG

Fairer Handel hat in der Deutschen Pfadfinderschaft Sankt Georg (DPSG) eine lange Tradition. Schon in den 1970er Jahren haben die konfessionellen Jugendverbände den fairen Handel in Deutschland maßgeblich mit initiiert. Viele Ortsgruppen der Pfadfinder, genannt Stämme, haben sich in den vergangenen Jahrzehnten für den fairen Handel stark gemacht. Sei es durch den Verkauf fair gehandelter Produkte, die Selbstverständlichkeit von fairem Kaffee in der Leiterrunde oder der spielerischen Vermittlung des Themas an unzählige Kinder und Jugendliche. Auch bei TransFair sind wir engagiert als Mitglied, welches immer wieder zusammen mit den anderen Jugendverbänden Anträge in die Mitgliederversammlung eingebracht hat. Seit 2009 ist die DPSG auch im Vorstand des Vereins vertreten und seit 2015 im Aufsichtsrat.

Mit unserem Grundverständnis als Pfadfinder treten wir für ein faires und gerechtes Miteinander ein. Somit ist für viele Stämme bewusster Konsum selbstverständlich. Manche achten daher besonders darauf, wenn es zum Beispiel um den Einkauf für das Sommerlager geht. Andere wiederum kaufen möglichst günstig ein, um mit einem niedrigen Beitrag allen Kindern ein unvergessliches Sommerlager zu ermöglichen. Natürlich kennen auch nicht alle Gruppen und Stämme die globalen Zusammenhänge unserer Lieferketten und viele Kinder und Jugendliche haben auch bei den Pfadfindern noch nichts vom fairen Handel gehört. Deshalb und weil es in Jugendverbänden oft auch eine hohe Fluktuation an Mitgliedern gibt, ist es wichtig, das Thema fairer Handel neben korrelierenden Themen wie Globalisierung, Umweltschutz und Kinderrechten immer wieder auf die Agenda zu setzen. Der Bundesarbeitskreis Internationale Gerechtigkeit der DPSG hat sich insbesondere dem Thema fairer Handel verschrieben und macht regelmäßig Angebote innerhalb des Verbands zum diesem Thema, z.B. in Form einer Multiplikatorenschulung. Auch in einigen Diözesen gibt es Arbeitskreise zu internationaler Gerechtigkeit, die das Thema vor Ort in die Stämme tragen.

MEILENSTEIN FAIRE KLUFT

Besonders stolz sind wir auf die die Einführung der fairen Kluft, dem traditionellen Pfadfinderhemd mitsamt Halstuch aus Fairtrade-Biobaumwolle im Jahr 2011. Hier haben wir zusammen mit TransFair Aufkleber und Flyer beigelegt, so dass die Träger der Kluft mittlerweile alle wissen, was das besondere an dem Stoff und dem Fairtrade-Siegel ist. Aus Sicht der DPSG ist eine klare und verständliche Siegelstruktur wichtig, um den Jugendlichen eine verlässliche

Orientierung zu geben. Die Einführung der fairen Kluft bedurfte vieler Diskussionen und teilweise Überzeugungsarbeit, denn das Thema war im Verband umstritten, da sich durch die Umstellung



Die Deutsche Pfadfinderschaft Sankt Georg (DPSG) wurde 1929 gegründet und ist mit rund 95.000 Mitgliedern der größte katholische Pfadfinderverband und gleichzeitig einer der größten Kinder- und Jugendverbände in Deutschland. Pfadfinden ermutigt Kinder und Jugendliche dazu, Verantwortung für sich, ihre Mitmenschen und ihre Umwelt zu übernehmen. Schritt für Schritt erlernen sie politisches Verhalten durch aktive Mitbestimmung. Über die Grenzen hinaus setzen sich die Pfadfinderinnen und Pfadfinder für internationale Gerechtigkeit ein.

www.dpsg.de

auf Fairtrade- und Biobaumwolle der Preis deutlich erhöht hat. Das Preisargument ist in einem Jugendverband sehr wichtig, denn die Kluft muss sich jeder leisten können. Schließlich hat sie auch den Sinn, dass weniger Unterschiede aufgrund des Äußeren gemacht werden. Mit Artikeln in unserem Mitgliedermagazin, Veranstaltungen und einer großen Kleidertauschbörse im Pfingstlager haben wir dazu angeregt, die Kluft als Aufhänger für die Beschäftigung in den Gruppenstunden mit fairer Kleidung, textilen Lieferketten und Wegwerfmode zu nehmen. Inzwischen haben wir auch einen Sozialpreis und eine Tauschbörse eingerichtet, damit unsere Kluft von allen getragen werden kann und lange verwendet wird. Der Einsatz hat sich also gelohnt! Darüber hinaus hat sich unser Lieferant extra für unsere Kluft zertifizieren lassen und stellt jetzt eine ganze Kollektion von Berufsbekleidung aus Fairtrade-Baumwolle her. Auch der Versandhandel der DPSG, das Rüsthaus, hat neben der Kluft auch bei allen Neuproduktionen von T-Shirts auf Fairtrade umgestellt und Nachhaltigkeit zum Thema gemacht.



Auszeichnung des ersten Fairtrade-Scout-Stamms, Bild: Ralf Adloff, DPSG

FAIRTRADE SCOUTS

Um den fairen Handel noch stärker in die Untergliederungen zu transportieren, haben wir 2015 zusammen mit Misereor und TransFair die Kampagne Fairtrade Scouts gestartet. Hier können alle Stämme mitmachen und sich nach Erfüllung von fünf Kriterien als Fairtrade-Stamm auszeichnen lassen. Bis Ende 2016 wurden drei Stämme ausgezeichnet, acht weitere haben sich angemeldet und viele weitere haben vor Ort angefangen, die Kampagne als Aufhänger zu nehmen, sich mit fairem Handel zu beschäftigen oder das ohnehin vorhandene Engagement nach außen zu tragen.

Für die Zukunft haben wir uns vorgenommen, dass alle Kinder und Jugendlichen in der DPSG sich mit dem fairen Handel beschäftigen. Dazu setzen wir weiter auf die Kampagne Fairtrade Scouts und hoffen über diesen Weg unsere Mitglieder zu motivieren, sich immer wieder mit dem Thema auseinanderzusetzen und – wie es sich für Pfadfinder versteht – auch entsprechend zu handeln. Wir wünschen uns also viele Fairtrade Scouts-Stämme und haben für 2017 schon einiges vorbereitet. Insbesondere haben wir uns Bananen als Aufhänger ausgesucht und unser Maskottchen Boris Banane leitet Kinder und Jugendliche durch fertig ausgearbeitete Gruppenstunden zum Thema Fairtrade-Bananen.

DIE ZUKUNFT DES FAIREN HANDELS

Für die Zukunft im fairen Handel allgemein wünschen wir uns natürlich, dass bestenfalls der gesamte Welthandel fair werden wird. Das heißt, dass wir den eingeschlagenen Weg weitergehen. Gerade in den letzten 25 Jahren hat TransFair mit dem Fairtrade-Siegel sicher mehr erreicht, als wir anfangs zu träumen gewagt haben. Dennoch ist selbst beim ersten Produkt, dem Kaffee, der Anteil von Fairtrade am gesamten Handel trotz riesiger Erfolge und vielen profitierenden Produzenten noch verschwindend gering.

Wie machen wir also den Welthandel fair? Der Konsument ist und bleibt dabei ein wichtiger Ansatzpunkt und ein Siegel am Produkt eine wichtige Orientierung, dennoch muss das Bewusstsein für den fairen Handel weiterhin geschärft werden. Durch Bildungsarbeit wollen wir vor allem bei den Kindern und Jugendlichen am Ball bleiben und versprechen uns weiterhin Erfolge, denn die Zielgruppe in den Jugendverbänden ist meist schon für dieses Thema sensibilisiert. Aber auch Firmen müssen ihren Handel fair und ohne Verletzung von Menschenrechten gestalten. Die Stellschrauben sind hier weit aus größer. Von daher begrüßt die DPSG es, wenn sich Fairtrade, wie in den letzten Jahren schon geschehen, für neue Formen der Zusammenarbeit mit Unternehmen öffnet. Allerdings darf es hier



Faire Kluft, Bild: Christian Schnaubelt, DPSG

nicht die Industrie sein, die die Bedingungen diktiert und vor allem müssen die Fairtrade-Standards die Basis sein. Nicht zuletzt ist es auch die Politik, die sich für faire Handelsbedingungen einsetzen muss und diese insbesondere von den Unternehmen einfordern und bestehende Initiativen wie Fairtrade fördern sollte.



Dr. Frank Eichinger,
Koordinator der Kampagne
Fairtrade Scouts und Mitglied im
Aufsichtsrat von TransFair



Eva-Maria Kuntz,
Mitglied im Bundesarbeitskreis
Internationale Gerechtigkeit
der DPSG

FRIEDRICH-EBERT-STIFTUNG E.V. (FES)

GEMEINSAM EINE GERECHTE WELTWIRTSCHAFT SCHAFFEN

Die Friedrich-Ebert-Stiftung ist bereits seit den 1960er Jahren in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit engagiert. Ein weites Netz von Auslandsbüros betreut Projekte in Entwicklungsländern, unterstützt von den Kontinentalreferaten in Deutschland. Kernziele sind dabei die Förderung von Demokratie, die Stärkung der Menschenrechte und die Verwirklichung von sozialer Gerechtigkeit. Mit dem Ende der Blockkonfrontation 1989 und dem rasanten Anstieg des globalen Handels richtete die Stiftung den Blick auch auf die internationalen Handelsstrukturen. 1989 war das internationale Kaffeeabkommen gescheitert und der Kaffeepreis ins Bodenlose gefallen. Existenzvernichtung und Flucht in die großen Städte waren für viele Kleinbäuerinnen und Kleinbauern die Folge. Projekte der Friedrich-Ebert-Stiftung zur Bekämpfung der ländlichen Armut waren stark gefährdet. Auch deshalb gründete die Stiftung zusammen mit anderen Organisationen aus dem kirchlichen und entwicklungspolitischen Umfeld 1993 den Verein TransFair. Ziel war es, den Produzenten selbstbestimmte Entwicklung durch Zahlung eines existenzsichernden Mindestpreises für Kaffee zu ermöglichen.

Heute blickt die Friedrich-Ebert-Stiftung auf 25 Jahre gemeinsames Engagement für einen fairen Handel zurück. Dabei wurde viel erreicht: Der Umsatz mit fair gehandelten Produkten hat sich vervielfacht und die Produktpalette und Verfügbarkeit wurden stark ausgeweitet. Neben die Stärkung von Kleinbauernkooperativen sind Mindeststandards für lohnabhängig Beschäftigte und Arbeiterinnen und Arbeiter getreten. Bei der Ausarbeitung des neuen Fairtrade-Textilstandards war die FES neben anderen Organisationen am Beratungsprozess beteiligt. Dieser soll Arbeitsbedingungen,

Gesundheit und Rechte von Arbeiterinnen und Arbeiter stärken, existenzsichernde Löhne sichern, Effizienz, Produktivität wie auch Transparenz steigern und spezielle Anforderungen in puncto Umweltschutz und unternehmerisches Handeln in der Textilbranche durchsetzen. Die von TransFair und weiteren Organisationen in Auftrag gegebene und mit finanzieller Unterstützung von der FES erstellte Studie „Verändert der Faire Handel die Gesellschaft?“ weist einen Trend hin zu einem veränderten Bewusstsein und Verhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher sowie eine insgesamt gestiegene Bedeutung sozialer Nachhaltigkeit in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft nach. Das alles war kein Selbstläufer, sondern ist dem jahrelangen tatkräftigen Engagement von TransFair, seinen Mitgliedsorganisationen und Unterstützern zu verdanken.

Der Grundgedanke von TransFair ist die Sensibilisierung der Verbraucherinnen und Verbrauchern in den Industrieländern für die Situation der Rohstoffproduzentinnen und -produzenten in den Entwicklungsländern und die Hoffnung auf die Bereitschaft der Verbraucherinnen und Verbraucher, einen angemessenen Preis für Produkte zu zahlen. Dieser Ansatz war bislang sehr erfolgreich, muss aber zukünftig verstärkt um einen politischen Ansatz ergänzt werden. Denn die Verantwortung für faire Handelsbeziehungen kann nicht vornehmlich bei den Konsumentinnen und Konsumenten oder dem Handel liegen. So wichtig das Engagement privater Akteure ist, es ist eine Aufgabe der Politik, die ordnungspolitischen Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass Handel das Wohl der Menschen in den Industrie- und den Entwicklungs- und Schwellenländern fördert.

Ein grundlegender Schritt wäre eine bessere Repräsentation der Interessen von Entwicklungsländern in handelspolitischen Lenkungsstrukturen. Im Fairtrade-System haben die Produzentenorganisationen 50 Prozent des Stimmrechtes und sind damit gleichberechtigt – dieses partnerschaftliche Modell sollte für den gesamten Welthandel gelten. Zentrale handelsrelevante Entscheidungen treffen heute exklusive Foren wie die G7, die G20 oder die OECD, ohne dass die Länder des globalen Südens ihre Positionen hinreichend artikulieren können. Zudem besteht die Gefahr, dass (geplante) Handelsabkommen wie CETA, TTIP oder TPP Entwicklungsländer von einer gerechten Partizipation am Welthandel abkoppeln. Als sogenannte „Mega-regionals“ gefährden Abkommen wie TPP und TTIP überdies Sozial- und Umweltstandards sowie die Souveränität und den



Die Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) ist die älteste politische Stiftung Deutschlands. Als parteinahe Stiftung orientiert sich ihre Arbeit an den Grundwerten der Sozialen Demokratie: Freiheit, Gerechtigkeit und Solidarität. Als gemeinnützige Institution agiert sie unabhängig und möchte den pluralistischen gesellschaftlichen Dialog zu den politischen Herausforderungen der Gegenwart befördern.

www.fes.de



Gewerkschaftsseminar zu informeller Ökonomie, FES (Mali im September 2015)

Handlungsspielraum demokratisch legitimierter Entscheidungsträger – und stellen zudem die zentrale Rolle der WTO als Regelsetzer im Welthandelssystem infrage. Gleichzeitig ist ein starkes multilaterales Forum notwendig, damit die Anliegen insbesondere ärmerer Länder Gehör finden und effektiv adressiert werden können.

Sicherlich: Derart gravierende, systemische Herausforderungen sind nicht von heute auf morgen zu beheben. Aber gemeinsam können wir zu einer gerechteren Weltwirtschaft beitragen. Dafür setzen wir uns mit unseren Partnern wie TransFair ein – weltweit.



Dr. Robert Philipps,
Leiter Verbraucherpolitik/Mittelstand
Abt. Wirtschafts- und Sozialpolitik der
Friedrich-Ebert-Stiftung

GLOBAL NATURE FUND (GNF)

SOZIALE VERANTWORTUNG UND UMWELTSCHUTZ – UNTRENNBAR MITEINANDER VERBUNDEN

Der Global Nature Fund (GNF) ist seit 2015 Mitglied von TransFair. Als internationale Umweltorganisation setzt sich der GNF für den Schutz der Natur als Grundlage für eine nachhaltige Entwicklung ein. GNF ist eine „kleine“ Organisation, d.h. wir können nicht alle Bereiche des Naturschutzes abdecken, sondern konzentrieren uns insbesondere auf die Herausforderungen zum Schutz der Seen und anderer Wasserressourcen, zum Erhalt der Biodiversität und zum Schutz des Klimas und unterstützen die Entwicklung und Umsetzung von pragmatischen Lösungen.

Alle drei Handlungsfelder sind miteinander verknüpft und von existentieller Bedeutung für die Landwirtschaft und damit für die Lebensmittelbranche. Seit dem Start der „European Business and Biodiversity“-Kampagne in 2010 arbeiten GNF und seine kompetenten Partner u.a. daran, die Akteure der Lebensmittelbranche zu motivieren, ihren Beitrag zum anhaltenden dramatischen Verlust der biologischen Vielfalt zu analysieren und negative Wirkungen kontinuierlich zu reduzieren.

An Informationen und Erfahrungen fehlt es nicht: Eine Vielzahl von Studien und Pilotprojekten zeigt auf, welche Maßnahmen ergriffen werden müssten, um die Landwirtschaft von ihrem unrühmlichen ersten Platz als Zerstörer von Biodiversität zu holen. Leider werden die Erkenntnisse bisher nicht oder nur unzureichend in die Praxis übernommen – die Frage ist also, wie man die positiven Ansätze schneller und umfassend in die Fläche bringen kann.

Neben gesetzlichen Vorgaben greift die Lebensmittelbranche auf zahlreiche Standards und Labels zurück, um eine bestimmte Qualität des Produkts bzw. der Produktionsweise zu garantieren. Alleine für den deutschen Markt gibt es über 100 Standards und Labels. Eine Analyse von 19 Standards in 2013 hat ergeben, dass zahlreiche Standards Lücken haben bezüglich ihrer Kriterien zum Schutz der Biodiversität oder existierende Kriterien deutliche Verbesserungspotentiale aufweisen. Wenn die wichtigen Standards für die Lebensmittelbranche motiviert werden können, ihre Biodiversitäts-Performance zu verbessern, würde sich das direkt auf die zertifizierten landwirtschaftlichen Betriebe auswirken und vorhandene Biodiversität besser schützen bzw. mehr Potentiale für biologische Vielfalt schaffen.

Das internationale Projekt „Biodiversität in Standards für die Lebensmittelbranche“ hat sich genau dieses Ziel auf die Fahnen geschrieben. Gemeinsam mit Standardorganisationen und Unternehmen erarbeiten wir Empfehlungen für verbesserte Kriterien zum

Schutz der biologischen Vielfalt auf den landwirtschaftlichen Betrieben. Da Kriterien bzw. die Maßnahmen dahinter nur dann wirksam sind, wenn sie auch gut umgesetzt werden, bieten wir Standardorganisationen und Unternehmen Trainingsmodule für Berater und Zertifizierer sowie Produkt- und Qualitätsmanager an. Bislang ist Biodiversität kein Thema bei Schulungen und in Leitfäden. Das soll sich bis Ende 2019 ändern.



Der Global Nature Fund (GNF) ist eine internationale Stiftung für Umwelt und Natur, die staatlich unabhängig ist und ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke verfolgt. Gegründet wurde der GNF im Frühjahr 1998 mit dem Zweck der Förderung des Natur- und Umweltschutzes. Ein wichtiges Ziel ist es, den Schutz der biologischen Vielfalt stärker in der Wirtschaft zu verankern.

www.globalnature.org

Das Fehlen von Monitoring ist ein weiteres Defizit, das wir bearbeiten. Keiner der Standards überprüft derzeit seine tatsächlichen Wirkungen bezüglich des Schutzes der biologischen Vielfalt. Ein standardübergreifendes Monitoring soll in Zukunft Audit-Daten mit Relevanz für Biodiversität analysieren und Quantität und Qualität von proaktiven Maßnahmen wie z.B. das Anlegen und Pflegen von ökologischen Strukturen (Hecken, Baumgruppen, Teiche, Blühstreifen etc.) erfassen.

Last not least wollen wir eine Branchen-Initiative für mehr Schutz der Biodiversität im Lebensmittelsektor auf den Weg bringen.

Durch den Import von landwirtschaftlichen Produkten trägt Europa wesentlich zum Verlust der Biodiversität in anderen Ländern bei. Die Studie „International trade drives biodiversity threats in developing nations“ (2012) belegt, dass ca. 30 % der Tier- und Pflanzenarten aufgrund des internationalen Handels gefährdet sind. Umgekehrt sind gerade auch die Kleinbauern betroffen, wenn Ökosysteme zerstört werden und die sogenannten Ökosystemleistungen wie die Regulierung des Wasserhaushalts oder der Erhalt der Boden-

fruchtbarkeit fehlen. Deshalb gehören die Standards für den fairen Handel zur Zielgruppe der Initiative „Biodiversität in Standards für die Lebensmittelbranche“.

Fairtrade hat sich schon an der ersten Initiative (2012-2014) intensiv beteiligt und unterstützt auch das aktuelle europaweite Projekt. Die Fairtrade-Kriterien wurden mit der Brille der Biodiversität analysiert und Vorschläge für die Verbesserung gemacht. Gemeinsam arbeiten GNF und Fairtrade an einem Leitfaden für Berater und Zertifizierer zur Verbesserung des Schutzes der Biodiversität auf Fairtrade-zertifizierten Betrieben in Westafrika. Weiterhin sind Schulungen zu allen Biodiversitätsaspekten für die Berater und für zertifizierte Betriebe in Westafrika geplant.

Natürlich hoffen wir, dass weitere Nachhaltigkeitsstandards – ebenso wie Qualitäts- und Bio-Standards – dem guten Beispiel von Fairtrade folgen und sich für mehr und effektiveren Schutz der Biodiversität engagieren.

Fairen Handel neu denken? Als Umweltorganisation haben wir das Schubladendenken längst abgelegt: Soziale Verantwortung und der Schutz von Umwelt und biologischer Vielfalt sind eng miteinander verknüpft – beispielsweise der Schutz der aquatischen Ökosysteme und damit der Wasserressourcen, die für Landwirtschaft und als Lebensgrundlage unersetzlich sind. Oder die Biodiversität, die auch die Vielfalt der Ökosysteme beinhaltet und ohne die unsere Ökosysteme nicht funktionieren. Alle Standards der Lebensmittelbranche – ebenso wie die Sourcing Guidelines der Unternehmen

– müssen angemessene Sozial- und Umweltstandards einfordern und überprüfen sowie die Wirkungen regelmäßig evaluieren. Die Lebensmittelbranche entlang der gesamten Lieferkette muss einen signifikanten und messbaren Beitrag leisten, um den Verlust der biologischen Vielfalt zu stoppen.

Schon als der GNF vor fast zwanzig Jahren gegründet wurde, gab es die Forderung der Umweltschützer nach der Internalisierung der Kosten für Umweltschutz und soziale Verantwortung. Obwohl alle Akteure die Notwendigkeit sehen, ist bislang nichts passiert. Die realen Kosten abzubilden kann nur gelingen, wenn sich die Branche einig ist und alle die Preise entsprechend aufschlagen oder wenn der Staat die gesetzlichen Rahmenbedingungen ändert und damit die gleichen Spielregeln für alle schafft.

Weiter so wie bisher? Ist keine Option, denn wir haben nun mal keine drei Planeten, deren Ressourcen wir plündern können. Ban Ki-moon, Ex-Generalsekretär der United Nations sagte: „There is no Plan B, because there is no Planet B.“ Spätestens 2020 sollten Lebensmittelhersteller, der Handel und alle anderen Akteure sich auf einen Plan A geeinigt haben und diesen mit großen Schritten umsetzen!



Stefan Hörmann,
Leiter Unternehmen und Biologische
Vielfalt, Global Nature Fund

Blühstreifen (Bodensee-Stiftung)



EU LIFE Team (GNF), Fotos: GNF

DER FAIRE HANDEL: MIT KREATIVEN IDEEN UND GROSSER BEHARRLICHKEIT ZUM ERFOLG

Die Katholische Arbeitnehmer-Bewegung (KAB) ist gerne und überzeugt Mitglied im TransFair e.V. Denn wir wissen: In jedem Produkt, das konsumiert wird, steckt Arbeit. Arbeit von Menschen, die oftmals unter haarsträubend schlechten Bedingungen Produkte erzeugen, die dann unter höchst unfairen Bedingungen gekauft und verkauft, also gehandelt, werden. Diese skandalöse Ausbeutung von Menschen hat die KAB seit ihrer Gründung immer angeprangert und bekämpft, weil sie unserer Überzeugung nach die grundlegenden Rechte der Menschen und die Prinzipien der katholischen Soziallehre verletzt.



Die Katholische Arbeitnehmer-Bewegung ist ein starker Sozialverband, in dem etwa 125.000 Männer und Frauen bundesweit organisiert sind. Die KAB Deutschlands steht für die Gestaltung einer gerechten und solidarischen Gesellschaft, in der allen Menschen die gesellschaftliche Teilhabe und Teilnahme ermöglicht wird. Orientierung bieten dabei die Prinzipien der Kirchlichen Sozialverkündigung, nach denen der Mensch und nicht die Wirtschaft im Mittelpunkt der politischen Entscheidungen zu stehen hat.

www.kab.de

Wir tun dies auch immer schon im Zusammenschluss mit anderen kirchlichen, gewerkschaftlichen und bürgerschaftlich engagierten Gruppen. Von daher war mit dem steigenden Bewusstsein für internationale Arbeitszusammenhänge und die damit verbundene weltweite Ausbeutung von Mensch und Natur die Mitgliedschaft bei TransFair e.V. ein folgerichtiger Schritt. Die 25-jährige Geschichte

des TransFair e.V. zeigt, dass dieses Bewusstsein bei immer mehr Menschen erreicht wird und diese mit ihren bewussten Kaufentscheidungen für Fairtrade-Produkte daraus ganz praktische Konsequenzen ziehen.

Ich kann mich sehr gut erinnern, wie wir in den Anfangsjahren von vielen Menschen und im „normalen Handel“ verlacht und als Spinner betrachtet wurden. Diese Zeiten sind vorbei: Der faire Handel ist im Mainstream angekommen und kann dort bestehen. Das ist gut so und auch ein großer Erfolg. Erreicht wurde dieser Erfolg durch unzählige ehrenamtliche und hauptamtliche Aktive, die mit kreativen Ideen und großer Beharrlichkeit immer wieder neu für den fairen Handel warben und kämpften. Erreicht wurde dies nicht zuletzt dadurch, dass sich eine bunte Mischung aus kirchlichen, politischen und gesellschaftlich engagierten Gruppen für diese Idee zusammenschlossen und dabei ihre jeweiligen Stärken einbrachten. Ich kenne kein anderes Bündnis, das eine solche Breite beinhaltet.

Erreicht wurde also ganz viel, doch zu erreichen wäre sicher noch viel mehr: Wir müssen weiterhin kämpfen um bessere, menschenwürdigere Arbeitsbedingungen – überall auf der Welt.

Das wünsche ich mir deshalb für die Zukunft des fairen Handels und des TransFair e.V.: weiterhin Mut und Kreativität in der Werbung für fairen Handel und bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen; eine hörbare Stimme sein für die Marginalisierten in der globalen Wirtschaft; laut und lästig die Verantwortlichen in Politik und Wirtschaft mit den Konsequenzen ihrer Entscheidungen zu konfrontieren und zum Umdenken zu bewegen; den eingeschlagenen Weg konsequent weitergehen; sich weiter im Mainstream zu bewegen und dabei die tragenden Werte und Überzeugungen nicht zu vergessen.

Die KAB gratuliert dem TransFair e.V. und ruft ihm zu: „Vorwärts! Wir stehen erst am Anfang!“ (Kardinal Joseph Cardijn, Gründer der Christlichen Arbeiterjugend, CAJ)



KAB bei der TTIP/CETA-Demonstration am 17.09.16 in Köln, Bild: Heike Honauer/KAB Münster

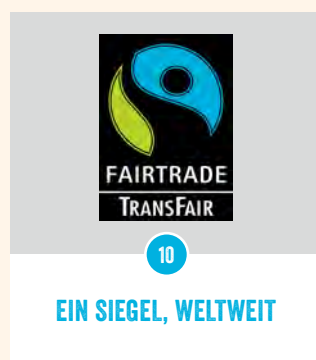
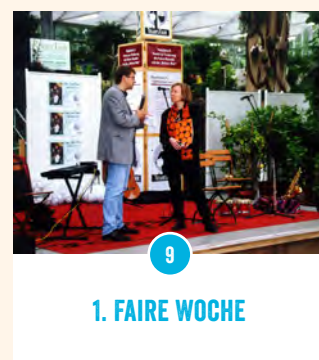
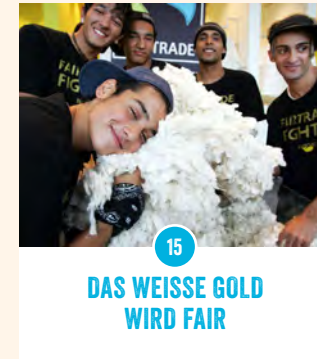
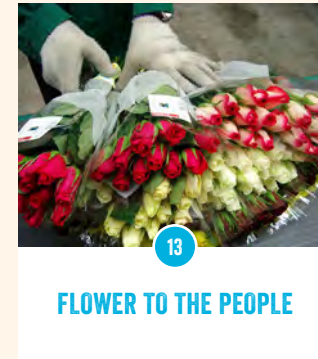


Hermann Hölscheidt,
Geschäftsführung Diözesanverband
der KAB Münster

25 MOMENTE



Im Juni 1991 gründete eine Gruppe engagierter Partner den Verein „Arbeitsgemeinschaft Kleinbauernkaffee e.V.“ mit dem Ziel den Handel mit Kaffee zu fairen Bedingungen zu fördern. Schon ein Jahr später, 1992, wurde der Verein in TransFair e.V. umbenannt. Seitdem ist viel passiert: Wir laden Sie ein auf eine Zeitreise bestehend aus 25 ausgewählten Momenten der TransFair-Geschichte. Momente, denen alle das Ziel der Gründerorganisationen gemein ist: durch fairere Handelsbedingungen die Lebens- und Arbeitssituation möglichst vieler Kleinbauern und Beschäftigter auf Plantagen im globalen Süden verbessern, fair gehandelte Produkte aus der Nische holen und im klassischen Lebensmitteleinzelhandel einer breiten Verbraucherschicht anbieten.



Hintergrundinformationen zu den 25 Momenten finden Sie auf unserer Homepage:
➔ WWW.FAIRTRADE-DEUTSCHLAND.DE

25 JAHRE UNERMÜDLICHER EINSATZ FÜR DEN FAIREN HANDEL

Zu allererst: Herzlichen Glückwunsch, liebes TransFair-Team für 25 Jahre unermüdlischen Einsatz für den fairen Handel. Natürlich auch ein großes Dankeschön für die bisherige konstruktive Zusammenarbeit. Als Mitgliedsorganisation von TransFair sind wir von Anfang an dabei und haben in den letzten 25 Jahren gemeinsam einiges erlebt. Besondere Projekte waren die Zusammenarbeit bei Garbsen Fairtrade-Town und die Befragung unter den Kirchengemeinden der Hannoverschen Landeskirche. 2011 interviewten wir die Gemeinden im Hinblick auf deren Konsum von fair gehandeltem Tee und Kaffee. Das Ergebnis der Umfrage zeigte deutlich, dass der faire Handel in den Gemeinden ein Begriff ist. Überaus positiv war auch, dass bereits eine Mehrheit von zwei Dritteln der Gemeinden Fairtrade-Kaffee bzw. -Tee ausschenken.



Der Kirchliche Entwicklungsdienst (KED) der ev.-luth. Landeskirchen in Braunschweig und Hannovers fördert entwicklungspolitische Bildung in Kirchengemeinden, kirchlichen Einrichtungen und in Gruppen durch Beratung und finanzielle Unterstützung. Die Beratung, Förderung und entwicklungspolitische Bildung für Studierende, insbesondere aus Entwicklungsländern, ist ein weiterer Schwerpunkt in der Arbeit des KED.

www.ked.landeskirche-hannovers.de

Denken wir zurück, prägt besonders die Überzeugungsarbeit bei Weltläden und Gemeinden unsere Erinnerungen an die Anfangszeit. Da hier die Gründung von TransFair skeptisch und vielmals ablehnend betrachtet wurde, waren wir unermüdlisch unterwegs, um für Akzeptanz zu werben. Viel Positives hat sich seitdem getan. Einige Weltläden und Initiativen versuchen aber gerade mit der Abgrenzung von TransFair sich zu profilieren. Dass das Hauptziel des fairen

Handels, nämlich die Unterstützung der Kleinbauern, ein Gemeinsames ist, versuchen wir demgegenüber in den Vordergrund zu stellen.

Unsere Bildungs- und Projektarbeit in Kirchengemeinden, kirchlichen Einrichtungen als auch mit Studierenden zum fairen Handel wird künftig engagiert weitergehen. Der faire Handel bietet eine gute Möglichkeit sich im Bereich der Eine-Welt-Arbeit zu engagieren, so dass es Spaß macht. Die Umsetzung ökofairer Beschaffung in Gemeinden, die Gestaltung von Kaffee-Ausschänken mit Studierenden, als auch der Wunsch nach Informationen zu TransFair sind Belege dafür. Bei Vorträgen oder im Einzelgespräch werden etwa Mengenausgleich und Fairhandels-Kriterien lebhaft diskutiert. An dieser Stelle nochmals ein Dankeschön. Den Austausch mit Ihnen, als auch die Bereitstellung von Info-Materialien, schätzen wir in unserer Kommunikation mit Gemeinden sehr.

Dass TransFair im Bewusstsein angekommen ist und sich das Logo immer größerer Bekanntheit erfreut, merken wir bei unserer Arbeit. Noch führt der faire Handel aber ein Nischendasein. Um ihn anders, zukunftsgerichtet zu denken, braucht es den Blick auf diejenigen, die die Idee des fairen Handels auch über Deutschland hinaus mittragen und diejenigen, die hier tagtäglich günstig in Masse konsumieren.

Die gemeinsame Aufgabe für die kommenden Jahre ist es daher, Bildungsarbeit bei jungen Leuten zu machen, die sich bisher noch nicht mit TransFair auseinandergesetzt haben. Diese zu begeistern und Argumente für die Umsetzung des fairen Handels im Alltag zu bringen, ist eine herausfordernde und wichtige Aufgabe. Herausfordernd, weil hier nicht zwingend wiederholt wird, was ohnehin schon bekannt ist. Und wichtig, da starke Fairtrade-Absätze nur von einer breiten Bevölkerung umgesetzt werden können. Unsere künftigen KED-Projekte sprechen diese Gruppe verstärkt an und binden Berufsschüler und -schülerinnen als wichtige Konsumenten und Multiplikatoren des Fairhandels-Gedanken mit ein.

Neben dem Gewinn eines Massenmarktes in Deutschland ist es enorm wichtig, das Bewusstsein junger internationaler Studierender



KED-Mitarbeiter Andreas Kurschat im Gespräch mit einem Studierenden beim Hochschulsportfest in Hannover, Foto: KED

zu wecken. Dass auch sie – besonders in den Herkunftsländern – die Prinzipien des fairen Handels aktiv unterstützen und TransFair bei Konsumenten und Produzenten bekannter machen, sind uns wichtige Anliegen und gleichzeitige Empfehlungen an TransFair.

Unser Wunsch für die zukünftige Zusammenarbeit ist es, verstärkt Kooperationen mit TransFair und den anderen Mitgliedsorganisationen einzugehen. Wir alle setzen uns für den fairen Handel ein. So unterschiedlich unsere Projekte wie auch Zielgruppen sind, gibt es doch immer wieder Anknüpfungspunkte. Der Austausch hilft, schwer zugängliche Adressaten zu erreichen oder Themenschwerpunkte zu bestimmen, um so gemeinsam mehr zu bewegen. Wir würden gerne die Umsetzung in der öffentlichen Beschaffung voranbringen. Erfahrungen von anderen Mitgliedsorganisationen waren hilfreich für uns, um Anlaufschwierigkeiten zu identifizieren und Lösungen zu finden.



Dr. Cornelia Johnsdorf,
Beauftragte für den Kirchlichen
Entwicklungsdienst



Maureen Scholz,
Beratung für ausländische Studierende
(BaSt) und Entwicklungsbezogene
Bildung (EB)

VERANTWORTUNG FÜR SCHÖPFUNG UND GERECHTIGKEIT

Die Katholische Frauengemeinschaft Deutschlands (kfd) – Bundesverband e.V., mit rund 500.000 Mitgliedern größter katholischer Frauenverband der Bundesrepublik, bekennt in ihrem Leitbild: „Wir engagieren uns für gerechte, gewaltfreie und nachhaltige Lebens- und Arbeitsbedingungen in der Einen Welt.“

Seit dem Gründungsjahr 1992 ist die kfd Mitglied von TransFair. Schon damals war das Thema „Politik mit dem Einkaufskorb“ in allen kfd-Gruppen und auf allen Ebenen der kfd präsent – so etwa in der von Frauenverbänden getragenen Kampagne „Keine Früchte aus Südafrika“. Hier waren es die kfd-Mitglieder in den Kirchengemeinden, die die ersten „Eine-Welt-Verkäufe“ nach Gottesdiensten und bei Veranstaltungen durchführten.

Das Engagement der kfd-Frauen für fairen Handel ist vielfältig: als Botschafterinnen für die Idee des fairen Handels innerhalb des eigenen Verbandes, durch den Verkauf von fair gehandelten Produkten in den Kirchengemeinden oder als Mitglieder von Aktionsgruppen. Sie organisieren faire Frühstücke, befördern die Idee der Fairtrade-Städte in ihren Kommunen und sind regelmäßig in der Fairen Woche aktiv. Frauen in der kfd interessieren sich dafür, woher Waren kommen und unter welchen Bedingungen sie produziert werden – sie nehmen ihre Verantwortung für Schöpfung und Gerechtigkeit ernst.

Dies geht zurück bis ins Jahr 1993. Damals initiierte die kfd gemeinsam mit den ökumenischen Schwestern aus verschiedenen Konfessionen die Aktion „TransFair-Kaffee in die Supermärkte“. Daraus entwickelte sich eine eigene Marke: Fair gehandelter Kaffee aus kontrolliert biologischem Anbau zweier Kleinbauernkooperativen in Mexiko werden vom Bundesverband und den Diözesanverbänden Freiburg, Köln, München-Freising, Münster, Osnabrück, Paderborn, Speyer, Trier sowie dem Landesverband Oldenburg seit 2003 als „kfd-Kaffee“ über „El Puente“ vertrieben.

Aktuell engagiert die kfd sich besonders im Bereich faire Textilien. Gerade hier ist es dringend erforderlich, die Fertigung entlang der gesamten Produktionskette mit einem glaubwürdigen, transparenten und vertrauten Siegel fair zu gestalten. Dafür setzen sich TransFair und die kfd mit vielen Aktiven der Zivilgesellschaft auch im „Bündnis für nachhaltige Textilien“ ein. Hier ist das neue Fairtrade-Siegel für Textilien ein erster großer Schritt. Künftige Herausforderung wird sein, ein solches Siegel zu etablieren: ein Gewinn gleichermaßen für bewusste Konsumentinnen wie für die Kleinbäuerinnen, die die Rohstoffe liefern, und die Textilarbeiterinnen, die einen existenzsichernden Lohn erhalten. Grundlegende Arbeitsrechte müssen endlich auch in diesem Sektor Wirklichkeit werden.

Dass TransFair Frauenrechte fördert und Fragen der Nachhaltigkeit berücksichtigt, wird bereits an vielen Produkten deutlich. Doch Textilien sind und bleiben eine Großbaustelle. Die Zukunft muss daher in der Ausweitung des Fairtrade-Siegels auf mehr Produkte auch außerhalb des Lebensmittelbereiches liegen. So gilt es zu überprüfen, inwieweit eine faire Palmölproduktion zu gewährleisten wäre und fair gehandelte Kosmetikprodukte den Weg in die Drogerie- und Supermarktregele fänden.



Die Katholische Frauengemeinschaft Deutschlands ist mit einer halben Million Mitgliedern der größte Frauenverband und der größte katholische Verband Deutschlands. Sie bietet ein Forum für Initiativen im politischen Raum, in das jede Frau Vorschläge einbringen kann, die Gesellschaft mitzugestalten. Ihr Ziel ist es u.a., die gleichberechtigte Beteiligung von Frauen an Entscheidungen in Gesellschaft, Kirche, Politik und Wirtschaft durchzusetzen.

www.kfd-bundesverband.de



kfd-Bundesversammlung 2016 © kfd/Kay Herschelmann

Der bewusste Blick auf gerecht gestaltete Frauenarbeitsplätze und eine Verknüpfung der Gerechtigkeit mit der Nachhaltigkeitsfrage sind Anliegen der kfd. Frauenrechte zu fördern, wie in den Fact sheets beschrieben, ist wichtig. Und der kfd ist daran gelegen, dass TransFair weiter wächst und weiterhin für glaubwürdiges faires Handeln steht.

„Zukunft: nachhaltig und geschlechtergerecht“ heißt das Projekt, das die kfd 2017 für zwei Jahre startet und mit dem sie sich der Frage widmet: Wie wollen wir künftig leben? Ein starkes Engagement für und mit TransFair ist dazu ein wichtiger Baustein. Unsere Vision ist jedoch, dass TransFair sich selbst überlebt, weil alle Waren im Supermarkt und Internet fair gehandelt und nachhaltig produziert sind.



Anni Rennock,
kfd-Bundesvorstand, Sprecherin des
Ständigen Ausschusses „Hauswirtschaft und Verbraucherthemen“

BEIM FAIREN HANDEL STEHT DER MENSCH IM MITTELPUNKT

WAS HABEN WIR GEMEINSAM ERREICHT?

Als langjähriges Mitglied freuen wir, die Katholische Landjugendbewegung Deutschlands e.V. (KLJB), uns durch TransFair e.V./ Fairtrade Deutschland einen starken Partner an unserer Seite zu haben. TransFair unterstützt unser Engagement für den fairen Handel durch vielfältige Kanäle und Arten. So sind es zum einen wichtige und hilfreiche Informationsmaterialien, wie Broschüren und Flyer, die wir in unserem Verband streuen und bewerben. Die Faire Woche ist darüber hinaus ein zentrales Datum in unserem Jahreskalender, zu dem jeweils gemeinsam mit KLJBlerinnen und KLJBlern eine Aktion umgesetzt wird. Viele bunte Fotoaktionen sind hieraus entstanden. Neben dem Verbreiten von Informationen und der Teilnahme an Aktionen, freuen wir uns aber auch mit TransFair einen Partner auf Augenhöhe zu haben. So war die KLJB mit an der Gestaltung und Formulierung des neuen Textilstandards beteiligt. Wir freuen uns, dass der Startschuss für diesen neuen Standard gesetzt ist und das Engagement für faire Produktion in diesem Bereich weiter vorangetrieben wird. Denn so ist der KLJB neben Produkten, wie fair gehandeltem Kaffee oder Kakao, insbesondere auch eine faire und transparente Wertschöpfungskette in der Baumwollproduktion ein Kernanliegen. Die KLJB und TransFair teilen gemeinsame Werte, was sich auch in der Unterstützung gleicher externer Initiativen, wie beispielsweise des internationalen Kongresses „Global Peasants' Rights“, der Unterstützung der Rechte von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern im Frühjahr 2017 ausdrückt. Wir freuen uns gemeinsam mit TransFair für den fairen Handel und damit einen gerechteren Handel und eine gerechtere Welt einzutreten.

WAS STELLEN SIE SICH FÜR DIE GEMEINSAME ZUKUNFT DES FAIREN HANDELS VOR?

Die KLJB möchte dazu beitragen, die Gesellschaft, die Kirche, die Politik und insbesondere Jugendliche für den fairen Handel zu sensibilisieren und zum Handeln zu motivieren. Sie tritt als demokratischer katholischer Jugendverband für die Einhaltung der Menschenrechte ein. Der faire Handel leistet hierzu einen wichtigen Beitrag: Er fordert und fördert ein gerechteres und menschenrechtsbasiertes Wirtschaften, bei dem neben ökonomischen Kriterien ethische und moralische Normen als Maßgabe für Entscheidungen von HandelspartnerInnen dienen. Der faire Handel stellt in seiner Umsetzung den Menschen in den Mittelpunkt und erkennt ihn dabei als Träger von Rechten an. Für die KLJB geht fairer Handel über die Ansätze von zertifizierenden Organisationen hinaus. Fairer Handel ist eine Alternative zum derzeit bestehenden Welthandel

und macht deutlich, dass es möglich ist, sozial gerecht, ökologisch verträglich und wirtschaftlich tragfähig zu handeln. Der faire Handel ist für uns mit anderen Konzepten wie Regionalität oder Ernährungssouveränität vereinbar. Konkret stellen wir u.a. folgende Forderungen an den fairen Handel:

• Der Welthandel muss gerecht werden!

Das Konzept des fairen Handels stellt für uns nicht nur einen Nischenmarkt dar, sondern eine echte Alternative zum bestehenden wirtschaftlichen System. Es ist uns ein Anliegen, über ungerechten Welthandel aufzuklären und den fairen Handel voranzutragen.

• Fairer Handel braucht konsequente Zertifizierung!

Anstelle einer weiteren Diversifizierung der Siegel fordern wir Transparenz und Übersichtlichkeit für VerbraucherInnen. Es ist uns ein Anliegen, dass zertifizierende Organisationen untereinander in Dialog treten und eine gemeinsame Position entwickeln. Die Standards des fairen Handels dürfen durch zunehmenden Einbezug von Großunternehmen nicht gelockert werden.

• Die Förderung kleinbäuerlicher Strukturen muss Ziel des fairen Handels sein!

Der faire Handel soll (Klein-)BäuerInnen als wichtigste Zielgruppe fördern und vor der Zertifizierung von Plantagen prüfen, ob diese kleinbäuerliche Strukturen möglicherweise verdrängen könnten. In diesem Fall muss die Zertifizierung entzogen oder nicht gewährt werden. Neben neuen sollen auch traditionelle Anbaumethoden berücksichtigt und ihr Erhalt gefördert werden.

• Der faire Handel hat einen Bildungsauftrag – auch im globalen Süden!

Das Wissen über die Wirkungsweise des fairen Handels soll bei den ProduzentInnen als Bestandteil des Zertifizierungsprozesses wirksam und nachhaltig überprüft werden und ggf. geeignete Bildungsmaßnahmen angeboten werden. Durch konkrete Kampagnen und die Etablierung von Handelspartnerschaften soll der aktive Ausbau des Süd-Süd-Handels unterstützt werden.

WIE WÜRDEN SIE DEN FAIREN HANDEL NEU DENKEN?

Fortwährende Entwicklungen im Bereich des fairen Handels stellen uns vor die Herausforderung, unsere Haltung immer wieder zu überdenken und unsere Position als Jugendverband neu zu benennen. Nicht zuletzt durch die stetige Ausweitung, den steigenden Absatz von fair gehandelten Produkten und die damit einhergehenden Veränderungen innerhalb der Standards und Kriterien stellt sich die Frage, wie fairer Handel letztlich sein muss, um den Kriterien fairen und gerechten Handels noch zu entsprechen. Es ist somit an

Aktion zu „Fairen Bananen“ an einem KLJB-Aktionswochenende zum Thema „Fairer Handel“



Der KLJB-Bundesvorstand setzt sich schon seit vielen Jahren aktiv für fairen Handel ein, Fotos: KLJB



Gruppenbild des KLJB-Aktionswochenendes „Fairer Handel“, Foto: KLJB



Seit 1947 vertritt die Katholische Landjugendbewegung Deutschlands e.V. (KLJB) die Interessen junger Menschen in ländlichen Räumen und engagiert sich für eine aktive und lebendige Kirche. Gemäß ihren Leitlinien gestalten KLJBlerinnen und KLJBler die Zukunft der Gesellschaft mit und setzen sich für eine gerechte und zukunftsfähige Welt ein und für Solidarität mit Menschen auf der ganzen Welt.

www.kljb.org

der Zeit auch neue Konzepte und Gedanken hinzuzunehmen, wie beispielsweise die Anwendung des fairen Handels auch auf den globalen Norden. Insbesondere im Hinblick auf eine gesamte faire Wertschöpfungskette eines Produktes können hier neue Kooperationen zwischen globalem Süden und Norden interessant sein und die Produktpalette erweitern. Darüber hinaus sollten bisherige „Au-

ßen-seiter-Produkte“ wie metallische Rohstoffe in die Zertifizierung mitaufgenommen werden, um auch in diesem Bereich das Angebot zu vergrößern und Alternativen anzubieten.

Mit unseren Forderungen möchten wir somit zeigen, was noch alles getan werden muss. Sie sollen Mut machen, neue Wege zu gehen, möchten den fairen Handel weiterdenken und weiterführen. Unsere Visionen von einem neuen Wirtschaften sollen nicht nur geträumt, sondern auch gelebt werden. Denn letztendlich funktioniert fairer Handel nur dann, wenn jede und jeder ihren/seinen Beitrag dazu leistet. Fangen wir also heute damit an!



Stefanie Rothermel,
Bundesvorsitzende KLJB

KINDERNOTHILFE E.V.

DER FAIRE HANDEL ALS INSTRUMENT ZUR NACHHALTIGEN ARMUTSBEKÄMPFUNG

Die Kindernothilfe ist Gründungsmitglied von TransFair und setzt sich neben der Verbesserung der Lebenssituation von benachteiligten Kindern auch für eine soziale, gesellschaftliche und wirtschaftliche Veränderung der Strukturen ein, um so Armut nachhaltig zu bekämpfen.

Durch Projekte der Armutsbekämpfung, besonders mit Selbsthilfegruppen, kann die Kindernothilfe den fast zwei Millionen unterstützten Kindern und Familien weltweit nicht nur vage Hoffnung, sondern eine reale Lebensperspektive geben. Die Verbindung von oftmals biologischem Anbau, fairem Handel und Armutsbekämpfung ist uns als Kindernothilfe ein besonderes Anliegen. In lokalen Selbsthilfegruppen lernen Familien zum Beispiel nachhaltige Anbaumethoden. Die Ernten fallen besser aus und sie können mehr landwirtschaftliche Produkte verkaufen. Dadurch haben die Familien mehr Geld zur Verfügung: Jetzt können ihre Kinder in die Schule gehen, statt mitarbeiten zu müssen.



Seit über 55 Jahren unterstützt die Kindernothilfe als christliches Kinderhilfswerk weltweit Kinder in Not und setzt sich für ihre Rechte ein. Das Ziel der Kindernothilfe ist erreicht, wenn sie und ihre Familien ein Leben in Würde und mit guten Zukunftsperspektiven führen können – ohne Armut, Elend und Gewalt.

www.kindernothilfe.de

Die Wirksamkeit dieses Ansatzes zeigt sich in der Erfolgsgeschichte eines ehemaligen Projektpartners der Kindernothilfe auf den Philippinen: PREDA setzt den fairen Handel von Mangos als ein Instrument zur Armutsbekämpfung ein. Bauern erhalten darüber einen gerechten Preis für ihre Produkte. Diese Form der Armutsbekämpfung hat viele positive Aspekte, wie z.B. eine gesündere Ernährung. Indirekt wird dadurch auch die Kinderprostitution bekämpft, da oft die große Armut und Verzweiflung Eltern dazu treibt, ihre Kinder an Nachbarn zu verkaufen, um den Lebensunterhalt der Familie zu sichern. Durch den fairen Handel können mittlerweile 80% der Kosten

des Projektes getragen werden, so dass die finanzielle Unterstützung der Kindernothilfe nicht mehr nötig ist.

FAIRER KAFFEE FÜR EINE FAIRE CHANCE

Es war ein Experiment, auf das sich eine Handvoll äthiopischer Frauen einließ: Sie gründeten im Jahr 2002 eine der ersten Selbsthilfegruppen. Seitdem ist viel passiert – die Frauen vor Ort haben ihr Leben selbst in die Hand genommen. Hilfe zur Selbsthilfe – ein Konzept, das wirkt. Allein in der Region Oromia im Südwesten Äthiopiens gibt es inzwischen über 120 Selbsthilfegruppen, von denen etwa 1.700 Frauen und 3.200 Kinder profitieren.

Durch den Verkauf des Kindernothilfe-Kaffees mit einem Spendenanteil wird die Selbsthilfegruppen-Arbeit unseres Partners in der Region Oromia unterstützt. Die Frauen erhalten spezielle Trainings und Workshops, bei denen sie bessere Anbau- und Düngemethoden kennenlernen und erlernen – neben dem Schreiben, Lesen, Rechnen und Bilanzieren – ein Handwerk. Nur die Mütter, die auf die Einkünfte ihrer Kinder verzichten können, werden die Kinder auch in die Schule schicken statt zur Arbeit. Kinderarbeit ist ein weitverbreitetes Problem, das ohne diese Verbesserung der Lebensbedingungen von einer Generation zur nächsten weitergegeben wird.

Gedion ist fünf Jahre alt. Er wohnt mit seinen zwei älteren Geschwistern und einer Cousine in einer Stadt der Region Oromia, Äthiopien. Das Haus, in dem sie leben, ist ein Steinhaus. Zwar haben die Fenster und Türen noch keine Scheiben, aber die Familie ist stolz: Denn sie sind auf einem guten Weg. Gedions Mutter kam vor einigen Jahren zur Selbsthilfegruppe. Gemeinsam entwickelten die Frauen eine Geschäftsidee: Gedions Mutter verkaufte Gewürze und Getreide und legte den Verkaufserlös der einzelnen Produkte in zehn verschiedene Schachteln, um zu sehen, was den besten Profit erwirtschaftet. Heute hat sie einen kleinen Laden vor der Tür ihres eigenen Hauses. Die Ladentheke der kleinen Holzhütte zeigt zur Straße. Früher reichte das Geld noch nicht einmal für zwei Mahlzeiten am Tag und schon gar nicht für das Schulmaterial. Heute gehen die Kinder zur Schule und können sogar jeden Tag eine gefüllte Frühstücksdose mitnehmen.

Mit Unterstützung der Selbsthilfegruppe hat Gedions Mutter einen Wasseranschluss in den Garten legen lassen. Nun verkauft sie Wasser an ihre Nachbarn, die darüber sehr froh sind, da sie das Wasser sonst von weither holen müssten. Gedion und seine Brüder sind stolz auf ihre Mutter, die hart für die Zukunft ihrer Kinder arbeitet.

Gedions Mutter hat jetzt einen kleinen Laden vor der Tür ihres eigenen Hauses, Foto: Kindernothilfe



Gedion lebt mit seiner Familie in der Region Oromia in Äthiopien, Foto: Kindernothilfe



Dr. Angelica Schwall-Düren auf der Fairhandels-Messe in Dortmund (2010), Foto: Kindernothilfe

TRANSFAIR UND KINDERNOTHILFE

Für uns in der Geschäftsstelle der Kindernothilfe in Duisburg ist der faire Handel ein wichtiges Instrument der Armutsbekämpfung und bietet für Menschen hier eine einfache Möglichkeit, etwas durch den Kauf von fairen Produkten positiv zu verändern. Mit Freude haben wir seit der Gründung von TransFair die Entwicklungen begleitet und sehen, dass der Wirkungsgrad von Fairtrade stark gestiegen ist, dass Produzenten auf politischer Ebene Gehör verschafft wird und dass die Kleinbauern, wie auch die Beschäftigten, stark vom Wachstum des Marktes profitieren. Mit dem Blick auf und dem Verbot der ausbeuterischen Kinderarbeit werden Kinderrechte gestärkt und Ausbeutung bekämpft.

Der faire Handel ist in der Geschäftsstelle der Kindernothilfe fest verankert. Neben dem Fairen Kiosk gibt es im Jahreszyklus unterschiedliche Veranstaltungen, wie z.B. das faire Frühstück in der Fairen Woche oder das faire Mittagessen, bei dem Kolleginnen und Kollegen ein faires Buffet mit Selbstkreiertem erstellen. Daneben gibt es auch besondere Highlights, wie ein Faires Frühstück mit Bärbel Höhn 2004, mit Dietmar Bär 2006 in der Geschäftsstelle oder ein Faires Frühstück im Rathaus der Stadt Duisburg mit Liveschaltung auf die Philippinen, sowie ein Faires Frühstück 2010 mit Dr. Angelica Schwall-Düren, Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes NRW und dem Schwerpunkt-

thema „fares Gold“, mit Beteiligung der Schmuck-Designerin Sonja Thiemann, in der Staatskanzlei Düsseldorf.

Wurde der „Nica-Kaffee“ zu Anfang aus Überzeugung nur in kleiner Dosis getrunken, um Bauchschmerzen zu vermeiden, so stehen die Produkte des fairen Handels heute für Genuss und Qualität! Produkte aus dem Süden, die nach sozialen Kriterien fair gehandelt und möglichst umweltschonend produziert wurden.

Wir freuen uns mit TransFair über die vielen Erfolgsgeschichten und wünschen, dass diese erfolgreiche Arbeit für Menschen im Süden, und die Verwirklichung ihres Rechts nach einer gerechten Bezahlung, noch viel mehr Menschen erreicht und auch hier noch mehr Menschen vom bewussten fairen Handel(n) überzeugt.



Pastor Dietmar Boos, Referat Bildung und Öffentlichkeitsarbeit, Kindernothilfe

BISCHÖFliches HILFSWERK MISEREOR E.V. FAIRER HANDEL VON ANFANG AN!

Die Gründung des Vereins Arbeitsgemeinschaft Kleinbauernkaffee am 24.06.1991 – im Jahr danach schon TransFair e.V. – war eine Konsequenz aus der wirtschaftlichen Situation von Kaffeebauern Ende der achtziger Jahre. Die Weltmarktpreise für Kaffee waren stark gefallen und die kaffeeproduzierenden Partner des fairen Handels waren darauf angewiesen, deutlich mehr Ware zu fairen Preisen abzusetzen. Strategisches Ziel war es, die Prinzipien des fairen Handels bekannter zu machen und neue wirtschaftliche und gesellschaftliche Akteure außerhalb von Kirche und Weltläden für den fairen Handel zu gewinnen. So platzierte GEPA ihren Kaffee bereits ab 1989 im Lebensmitteleinzelhandel. Zudem orientierten sich die Gründer des neuen Vereins, zu denen auch MISEREOR gehörte, an den Konzepten der 1988 in den Niederlanden gegründeten „Max Havelaar“-Siegelinitiative. Nach dem Prinzip „Wandel durch Handel“ sollte der Verein „den Handel mit Kaffee zu fairen Bedingungen aus dem Anbau der Kleinbauern [...] fördern und stärken, ohne selbst diesen Handel zu betreiben“, heißt es in der Gründungssatzung.

Nach einem Vierteljahrhundert können wir heute feststellen, dass diese Entscheidung richtig war. Der faire Handel ist inzwischen insbesondere am Fairtrade-Siegel allgemein erkennbar und erreicht Verbraucherinnen und Verbraucher aus allen Bevölkerungsschichten. Er bietet vielen Unternehmen eine zuverlässige Alternative zum herkömmlichen Handel, der soziale Kosten in seinem Geschäftsmodell leider häufig nicht berücksichtigt.

Einige klassische Prinzipien des fairen Handels sind trotz schwieriger Rahmenbedingungen weitgehend erhalten geblieben, darunter die Mindestpreise als Schutz gegen Preisschwankungen, langfristige Verträge, zusätzliche Prämienzahlungen und die Gewährleistung der Vereinigungsfreiheit.

Es ist so gelungen, einige Grundlagen der christlichen Sozialethik wie die des gerechten Lohns „von der Predigt in die Praxis“ zu überführen. Inzwischen sind neben die Kirchen weitere Akteure getreten, die Verantwortung für den fairen Handel übernommen haben. Im Jubiläumsjahr der Reformation soll aber nicht unerwähnt bleiben, dass der faire Handel auch ein ökumenisches Erfolgsprojekt ist. Die enge Zusammenarbeit von MISEREOR und Brot für die Welt ist ein Geschenk. Es gibt wenige vergleichbare Handlungsfelder der Kirchen, die eine so dauerhafte und gute gemeinsame Gestaltung aufweisen.

Für die Zukunft brauchen wir weiter Hartnäckigkeit und langen Atem. Zwar ist die Zahl der Lizenznehmer von Fairtrade Deutschland kräftig angewachsen. Die Absätze und Umsätze des fairen

Handels in Deutschland sind trotzdem insgesamt nach wie vor niedrig. Wir wünschen uns von den Handelsunternehmen mehr Engagement, damit der Absatz Fairtrade-zertifizierter Produkte eine deutliche Steigerung erfährt.

Ein Blick hinüber in die Niederlande zeigt, dass es „Luft nach oben“ gibt: So hat der niederländische Supermarkt Plus/Sperber 100 % faire Bananen, 100 % faire Ananas und 100 % faire Eigenmarken bei Tee, Kaffee und Schokolade in seinem Sortiment. Kundinnen und Kunden wissen das zu schätzen.

Wir erwarten von den Kaufleuten, dass sie in verantwortlicher Weise am Wirtschaftsleben teilnehmen und neben dem Wohl ihres Unternehmens auch das gesellschaftliche globale Wohl im Blick haben. Das erfordert in einem komplizierten Marktumfeld über verlässliche Instrumente zu verfügen, die gutes Wirtschaften und die Beachtung sozialer Folgen ermöglichen. Fairtrade macht dazu Angebote, bietet Unterstützung und Beratung und soll auch in Zukunft als Instrument zur Verfügung stehen.

MISEREOR
IHR HILFSWERK

Als Hilfswerk unterstützt Misereor zahlreiche Spenden- und Hilfsprojekte auf der ganzen Welt und setzt sich für die Ärmsten der Armen ein. Unabhängig von Hautfarbe, Herkunft, Geschlecht und Religion setzt sich Misereor für die Menschen ein, denen das Recht auf ein Leben in Würde, Freiheit und ausreichender und gesunder Versorgung verwehrt bleibt – seit 1958 mit über sieben Milliarden Euro in über 106.000 Projekten.

www.misereor.de

Wir müssen feststellen, dass sich im Lauf der Zeit ein Verständnis oder Wahrnehmungswandel eingestellt hat. Fairtrade als Organisation unterliegt zuweilen der Versuchung, den Eindruck zu wecken, selbst Händler von Kaffee, Tee oder Blumen zu sein. Es sind aber die Unternehmen und Lizenznehmer, die den Handel gestalten, ausweiten, Wertschöpfung mehrten und ihre Geschäfte verantwortlich führen müssen.



Gerardo Alberto de León, Exportmanager von FEDECOCAGUA, Guatemala und Wilfried Wunden, MISEREOR, mit der ersten fairen Kaffeepackung Deutschlands. © Thomas Kuller/MISEREOR

Auch MISEREOR ist dieser Versuchung in der Vergangenheit kurz unterlegen. Im Jahr 1973 importierten wir fünf Tonnen des ersten fairen Kaffees von der Kooperative FEDECOCAGUA aus Guatemala nach Deutschland und verkauften ihn in Gemeinden und Aktionsgruppen. Eine gute Initiative, die wir aber gerade aus den genannten Gründen schnell in andere Hände gegeben haben.

Fairtrade sollte sein Marketing und seine Steuerungsfunktion nicht an der Vermarktung von Verbrauchsgütern ausrichten, sondern eine beratende und bewusstseinsbildende „Dienstleistung“ zur Verfügung stellen. Dazu gehört auch die Weiterentwicklung des Instruments Fairtrade im ökonomisch-sozialen Sinne.

Wir wünschen uns auch in Zukunft einen fairen Handel, der Partei ergreift für jene, die keinen Zugang zu gerechten und menschenwürdigen Handelsbedingungen haben. Auch wenn Fairtrade mangelnde ordnungspolitische Rahmenbedingungen im internationalen Handel nicht verändern kann, bleibt es eine Aufgabe, Ordnungspolitik und Rechtssicherheit für international tätige Unternehmen weiterhin einzufordern.

In einer globalisierten Welt geht es heutzutage in allen Gesellschaften um die soziale Frage, denn Hunger und Überfluss, Armut und

Reichtum befinden sich in allen Teilen der Welt nahe beieinander. Auch die ökologischen Folgen unseres Konsums müssen den fairen Handel stärker umtreiben. Das zukünftige Konsumverhalten der Menschen in China oder Indien wird für unsere Welt entscheidend sein. Es darf uns nicht wundern, wenn sie sich für einen Lebensstil entscheiden, der so wenig nachhaltig ist, wie der von uns gelebte.

Wie wollen wir leben? Und wie können alle leben? Dürfen wir alles, was wir können? Fragen wie diese werden auch in Zukunft den fairen Handel begleiten und herausfordern.



Thomas Antkowiak, Geschäftsführer des Bischöflichen Hilfswerks MISEREOR und Vorsitzender der Gesellschafterversammlung der GEPA – The Fair Trade Company

FAIRER HANDEL: AKTUELL WIE NIE!

WAS HABEN WIR GEMEINSAM ERREICHT?

Als bei der Gründung der NEWI im Jahr 1990 die Themen und das Motto der zukünftigen Arbeit festgelegt wurden, ahnte wahrscheinlich keine*r der Beteiligten, dass die globalen Fragen eher zu- als abnehmen würden.

Die NEWI hat schon von Anfang an den fairen Handel in den Mittelpunkt ihrer Arbeit gerückt. Dazu bedurfte es eines offenen Dialogs mit Verwaltung und Politik, sowie einer breiten ökumenischen Aufstellung. Schon vor 26 Jahren, im Mai 1991, zogen im Neusser Rathaus fair gehandelter Kaffee und Tee ein. *Wer seiner Zeit voraus ist, ist auch nach Jahren noch aktuell!* Alle kommunalen Bemühungen rund um den fairen Handel mündeten schließlich darin, dass die Stadt Neuss 2009 zweite Fairtrade-Stadt bundesweit und erste Fairtrade-Town in NRW wurde. Ein Jahr später 2010 wurde dann der Rhein-Kreis Neuss erster Fairtrade-Kreis Deutschlands.

Ein eigenes Projekt in einem Land des globalen Südens wollte die NEWI als Eine-Welt-Netzwerk der Neusser Organisationen, Kirchen und Initiativen nicht übernehmen, sondern sich eher auf die Öffentlichkeits- und Informationsarbeit vor Ort konzentrieren. Als kleine lokale Gruppe waren wir Gründungsmitglied von TransFair und sahen in der Siegelinitiative den einzigen erfolgversprechenden Weg, den fairen Handel in die Supermärkte und damit den Verbrauchern nahezubringen. Denn nur so wird Entwicklungspolitik mit dem Einkaufskorb gemacht.

Nicht bremsen, sondern hupen, wenn es um die Sache geht! – Das hat unser Verein bei vielen Gelegenheiten oder öffentlichen Auftritten gezeigt. Natürlich dank des engagierten NEWI-Vorstandes, unserer Mitglieder und der hauptamtlichen Promotorinnen, aber auch durch die professionelle Unterstützung von TransFair.

Was auf lokaler Ebene im Rahmen von Eine-Welt-Wochen und zu besonderen Anlässen klappte, findet man heute – fachlich qualifiziert – in den bundesweiten Kampagnen auch bei TransFair wieder: Faire Woche, Fairtrade-Schools, Fairtrade-Towns, Rosen zum Valentins- oder Muttertag, Faire Kamelle im Karneval u.a.m.

Das Engagement für den fairen Handel bei Politik und Verwaltung ist nach wie vor ein wesentlicher Faktor. Kommunen und Regionen nehmen Verwaltung und Bürger*innen mit und das Vorbild prominenter Unterstützer hat ebenfalls die Aufmerksamkeit der

Konsumenten erregt. Die Unterrichtsbesuche von Ehrenamtlern oder Multiplikatoren in den Gründerjahren haben nach der politischen Arbeit von NGOs dazu geführt, dass Globales Lernen in den Kernlehrplänen der Länder verankert ist und z.B. die Kampagne Fairtrade-Schools eine sehr gute Basis an interessierten Schulen vorfindet. Die Zahlen der bundesweit ausgezeichneten Fairtrade-Towns und Fairtrade-Schools sprechen für sich.



Die Neusser-Eine-Welt-Initiative e.V. (NEWI) ist ein gemeinnütziger Zusammenschluss von rund 30 Weltläden, kirchlichen Arbeitskreisen und Institutionen, lokalen Initiativen und Ortsgruppen bundesweiter Organisationen aus der Eine-Welt-Arbeit. Das 1990 gegründete Netzwerk versteht seinen Vereinszweck u.a. in der Förderung und Vernetzung der Eine Welt Arbeit und der Entwicklungszusammenarbeit sowie der Förderung internationaler Gesinnung, der Toleranz auf allen Gebieten der Kultur und der Völkerverständigung sowie das Eintreten für die fundamentalen Menschenrechte.

www.newi-ev.de

Die tollen Kampagnen und Specials von TransFair lieferten vielen lokalen Akteuren des fairen Handels wirkliche Steilvorlagen für eigenes Engagement. Unsere Beobachtung ist, dass sowohl Bildungs- als auch Öffentlichkeitsarbeit zu diesen Themen eine große Wirkung zeigen. Faires Engagement wird immer jünger und frischer in Bezug auf Ideen und Umsetzung.

DIE GEMEINSAME ZUKUNFT DES FAIREN HANDELS

Gemeinsam, d.h. auf wirklicher Augenhöhe, müssten Produkte auch in den Erzeugerländern verarbeitet und eigenständig vermarktet werden. Der globale Süden deckt uns schon heute den Tisch und zieht uns an. Die Gesellschaften der Industrienationen müssen die Teilung des Profits endlich akzeptieren.



2009 – Coffee Day-Wette (3.000 Tassen FT-Kaffee) in Neuss gegen Bürgermeister Herbert Napp – Foto in der Neusser Innenstadt, Foto: NEWI

Und die Konkurrenz zwischen den Anbietern bzw. Akteuren von fair gehandelten Produkten auf dem deutschen Markt sollte ein Ende finden, dafür haben Verbraucher gar kein Fair-ständnis. Der stete Zuwachs der Umsätze von Fairtrade-gesiegelten Produkten zeigt doch, dass der Supermarkt der richtige Kanal zur Einkaufswelt der Verbraucher ist.

Allerdings wird trotz gutem Informationsstand das Verbraucherhandeln noch zu stark von Marken und letztendlich natürlich vom Preis bestimmt. Dort sollte man vielleicht noch einmal besonders ansetzen. Lebensmittelskandale der Vergangenheit haben bei vielen Kunden zu einem geänderten Konsumverhalten geführt, sie fordern einen transparenten, nicht nur preisorientierten Herstellungsprozess, z.B. von unbelasteten Lebensmitteln oder nachhaltiger Produktion. Eine Tracking-Nummer für Herstellungs- und Lieferprozesse könnte eine Lösung sein und die Wirtschaft zum Umdenken veranlassen. Verbraucher können einem Produkt durch ihre Wahl völlig autark die „Rote Karte“ zeigen.

DEN FAIREN HANDEL NEU DENKEN

Der faire Handel sollte u.a. politischer werden! Es sollte für ein Unternehmen keine Option sein, günstigster Anbieter auf dem Markt

zu sein, wenn daran prekäre Verhältnisse bei der Schöpfung von Rohstoffen und bei der Produktion hängen. Es darf auch nicht nur eine Frage der Barmherzigkeit sein, wenn es ums Überleben geht. Die Ursachen für Migration, Flucht oder Rebellion geben zu denken. Noch bevorzugen wir zu sehr nationale Strukturen, als global vernetzter Weltbürger muss aber jedermann lernen, auch global zu denken, bevor es uns teuer zu stehen bekommt.

Die Soziale Frage des 19. Jahrhunderts wurde u.a. durch Sozialreformer und die Bildung von Gewerkschaften gelöst. Beantwortet wurde die Frage damit aber nur in Europa. In den Ländern des globalen Südens fehlen noch die eigenständige, stabile Unternehmerschaft, der Mut Arbeitnehmervereinigungen zu gründen und die nicht korrumpierbare Politik. Diese Felder der gesellschaftlichen Entwicklung müssen vor Ort finanziell gestärkt werden. Denn nur ein Land, das die großen Herausforderungen der Ernährung und Sicherheit bewältigt, kann über Bildung, Soziales und Wirtschaft nachdenken. Ohne diese Eckpfeiler wird auch die bisherige Entwicklung des fairen Handels vielleicht stagnieren.

Ein weiterer, schwer kalkulierbarer Faktor ist der Klimawandel. Wenn Meeresspiegel ansteigen, Wetterextreme sich häufen und (Über-) Leben in manchen Teilen der Welt unmöglich wird, brechen für



2014 – Weltfrauentag in Neuss, Ausgabe von Fairtrade-Rosen an Passantinnen, Übergabe von Fairtrade-Sträußen an Neusser Prominente, hier: Bundesgesundheitsminister Hermann Gröhe

viele Menschen Lebens- und Anbauräum weg. Es werden Wanderbewegungen ausgelöst und es kommt an anderer Stelle zu neuen Engpässen. Wir müssen weltweite, gerechte und wirksame Klimaschutzmaßnahmen schnellstens umsetzen. Die Agenda 2030 mit den UN-Zielen sollte uns Auftrag und Verpflichtung sein für die Bewahrung der Erde für alle Menschen. Es hängt alles mit allem zusammen.

Unser Fazit ist ganz pragmatisch: Fairer Handel ist aktuell wie nie, aufhören können wir vorläufig nicht. Wir nicht und auch und gerade TransFair nicht.

Auf weitere Jahre guter Zusammenarbeit mit wirksamen, innovativen Maßnahmen und Aktionen.



Gisela Welbers,
Vorstandsvorsitzende NEWI e.V.

OIKOCREDIT

OIKOCREDIT UND DER FAIRE HANDEL – EINE ERFOLGREICHE PARTNERSCHAFT

Den fairen Handel und Oikocredit verbindet eine langjährige, erfolgreiche Partnerschaft. Seit über 30 Jahren setzt sich die internationale Genossenschaft Oikocredit nicht nur für die Grundsätze des fairen Handels ein, sondern unterstützt diesen Sektor auch direkt mit Kapital. Mit Darlehen und Eigenkapitalbeteiligungen fördert Oikocredit den Auf- und Ausbau von Unternehmen und Genossenschaften, die wirtschaftlich benachteiligten Menschen dauerhafte Verdienstmöglichkeiten bieten. Diese wiederum profitieren auf vielfache Weise von der Fairtrade-Zertifizierung: Faire Preise geben Planungssicherheit, Erzeuger erhalten besseren Zugang zu wichtigen Absatzmärkten, und Gemeinschaften profitieren von der Fairtrade-Prämie.

PARTNERSCHAFTEN FÜR ALTERNATIVES WIRTSCHAFTEN

In den vergangenen Jahren haben sich immer mehr Oikocredit-Partner nach den Standards der Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) zertifizieren lassen. Damit belegen sie ihre nachhaltigen und transparenten Produktions- und Handelsverfahren und werden wettbewerbsfähiger. Oikocredit unterstützt diese Partner mit mittel- und langfristigen Krediten, Kreditlinien und Kapitalbeteiligungen. Mit dem bereitgestellten Kapital können etwa Genossenschaften die Ernte ihrer Mitglieder vorfinanzieren, Transport- und Lagerkapazitäten ausbauen oder Produktionsanlagen errichten. Um die Vertriebswege zu stärken, finanziert Oikocredit auch einige Fairhandels-Organisationen, die faire Produkte nach Europa oder Nordamerika importieren und dort verkaufen.

Einige der zertifizierten Kleinbauernorganisationen und Unternehmen, die Oikocredit finanziert, exportieren ihre Erzeugnisse auch nach Deutschland. Fair gehandelter Zucker und Kaffee, Kleidung aus Bio-Baumwolle, Kosmetikprodukte und vieles mehr – Hunderte Produkte von Oikocredit-Partnern sind in Weltläden, Supermärkten oder online erhältlich. So schließt sich der Kreis alternativen Wirtschaftens, der Finanzierung, Herstellung, Zertifizierung und Handel miteinander verbindet.

HERAUSFORDERUNGEN GEMEINSAM MEISTERN

Neben Finanzierungen bietet Oikocredit den Partnern auch Beratung und Schulungen: von Weiterbildungen durch lokale Experten im Marketing über Workshops zu ökologischen Anbaumethoden bis hin zu Schulungen zum Umgang mit Naturkatastrophen. Denn kleinbäuerliche Produzenten in Ländern des globalen Südens sind vom Klimawandel besonders betroffen. Dies wird etwa am Beispiel

von Kaffee deutlich. 80 Prozent des Kaffees weltweit wird von kleinen Betrieben produziert, unter anderem in Mittel- und Südamerika. In den vergangenen Jahren ging die Kaffee-Produktion in lateinamerikanischen Ländern deutlich zurück. Allein in Peru sank sie um bis zu 20 Prozent – hauptsächlich aufgrund klimabedingter Pilzkrankheiten wie Kaffeerost. Damit Partner solchen Herausforderungen begegnen können, unterstützt Oikocredit sie mit Kapital zu fairen Konditionen, beispielsweise mit variablen Rückzahlungen im Falle von Ernteausfällen. Mit Angeboten für Beratung und Schulungen hilft Oikocredit den Partnern, sich auf veränderte klimatische Bedingungen einzustellen und Widrigkeiten besser abzufedern. In diesem Bereich sehen wir gute Chancen für eine vertiefte Zusammenarbeit mit TransFair. Wir sind zuversichtlich, dass wir vor dem Hintergrund unserer langjährigen Partnerschaft auch in Zukunft gemeinsam positive Impulse geben werden.

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH UND WEITER SO!

25 Jahre TransFair! Dazu gratulieren wir von Oikocredit ganz herzlich. Ein Vierteljahrhundert setzt sich das Team von TransFair mit Unterstützung der Mitglieder für einen gerechten Handel und damit für eine alternative Form des Wirtschaftens ein. Diese Beharrlichkeit hat zu beeindruckenden Erfolgen geführt und das



Die internationale Entwicklungsgenossenschaft Oikocredit zählt zu den Pionieren für nachhaltige Geldanlage und ist einer der größten nichtstaatlichen Finanzierer des fairen Handels. Oikocredit finanziert soziale Unternehmen in über 70 Entwicklungs- und Schwellenländern, Investitionsschwerpunkte sind neben dem fairen Handel und der Landwirtschaft auch Erneuerbare Energien sowie das inklusive Finanzwesen mit Mikrofinanz.

www.oikocredit.de

Fairtrade-Siegel in Deutschland zu einem der bekanntesten und vertrauenswürdigsten Produktsiegel gemacht. Wir freuen uns, dass wir als TransFair-Mitglied dazu beitragen durften. Für uns ist die



Iris Esperanza López ist Geschäftsführerin der zu COCAFCAL gehörenden Firma Flor del Campo. Diese wurde 2006 von sechs Frauen gegründet, um Arbeitsplätze vor Ort zu schaffen. Heute arbeiten 28 Frauen für Flor del Campo. Ein Teil der Kaffeeernte wird von ihnen geröstet, gemahlen und verpackt und direkt auf dem honduranischen Markt verkauft. Foto: Oikocredit



Die COCAFCAL-Mitarbeiterin Yuli Yulisa Tabora Paz teilt ihr Wissen mit dem Bauern José Francisco Villaha. Die Qualitätsingenieurin leitet das Labor von COCAFCAL, das rein organische Düngemittel entwickelt, die die Qualität des Kaffees verbessern und der Pilzkrankung Kaffeerost entgegenwirken. Sie ist auch für Weiterbildungen der Genossenschaftsmitglieder verantwortlich. Foto: Oikocredit

Mitgliedschaft aber auch darüber hinaus ein Gewinn: Wir schätzen den offenen und sachlichen Austausch mit dem kompetenten Team von TransFair wie auch mit den anderen Mitgliedern im Rahmen von Mitgliederversammlungen und Tagungen. So sehen wir zuversichtlich in die Zukunft und sagen: Weiter so!



*Matthias Lehnert,
Geschäftsführer Oikocredit
Deutschland*

BEISPIEL FÜR EINEN OIKOCREDIT-PARTNER: COOPERATIVA CAFETALERA CAPUCAS LIMITADA, HONDURAS

- Kaffeebauerngenossenschaft für fairen Bio-Arabica-Hochlandkaffee
- 1985 gegründet mit 55 Mitgliedern; inzwischen 800 Mitglieder
- Unterstützung der Mitglieder bei der Nassaufbereitung und Trocknung des Kaffees, Begleitung von Zertifizierungsprozessen und Angebot landwirtschaftlicher Schulungen
- Eigenes Labor zur Erforschung von Kaffee-Krankheiten
- Umsetzung lokaler Sozialprojekte wie Frauengruppen und Gemeindehilfen
- 2016 mit dem Fairtrade Award ausgezeichnet
- Oikocredit-Partner seit 2010
- Darlehen von Oikocredit für die Neupflanzung von Kaffeesetzlingen und zur Unterstützung der Mitglieder, deren Kaffeepflanzen vom Kaffeerost befallen sind

„WIR SCHULEN DIE KAFFEEBAUERN, UM IHRE DENKWEISE ZU ÄNDERN. WIR BEGANNEN NUR MIT ORGANISCHEN PRODUKTEN ZU ARBEITEN UND HABEN AUF CHEMISCHE MITTEL VERZICHTET.“

– Yuli Yulisa Tabora Paz, COCAFCAL

FAIRER HANDEL BEENDET AUSBEUTUNG VON KINDERN

Es ist staubig und schwül in der Halle, das Surren der Spinnmaschinen erfüllt den Raum. In langen Reihen stehen Spindeln aller Farben, die von Mädchen kontrolliert und neu bestückt werden. Rajeshwari ist eine von ihnen. Mit 14 Jahren begann sie mit der Arbeit in der Spinnerei, gemeinsam mit 15 Mädchen aus ihrer Gegend. Wie in der Region üblich, schloss sie mit dem Manager einen Dreijahresvertrag. Ein typischer Fall im so genannten Sumangali-Scheme, das eine moderne Form der Sklaverei darstellt, da Mädchen insbesondere aus besonders armen Familien in Knebelverträge einwilligen, um ihren Brautpreis zu erarbeiten. Etwa 260.000 von ihnen gibt es in Indien. Sie leben unter unvorstellbaren Bedingungen. Im Fall von Rajeshwari mussten sich 200 Mädchen 8 Toiletten teilen, das Essen war oft verdorben und einen Wasseranschluss gab es nicht. In den Spinnereien sind die Mädchen praktisch rechtlos, müssen täglich mindestens 12 bis 16 Stunden arbeiten und erfahren oft Gewalt. Rajeshwari verdiente 26 Cent pro Tag, nach drei Jahren sollte sie 380 Euro erhalten. Nach Ablauf dieser Zeit erklärt ihr der Manager jedoch, dass sie weitere sechs Monate arbeiten müsse. Das Mädchen hatte keine Wahl und willigte ein. Einen Lohn für die zusätzlichen sechs Monate erhielt sie nicht.

die Lieblingsjeans, das Smartphone und auch das Auto – auch in diesen Produkten verbirgt sich oft verheerende Ausbeutung. Nach Schätzungen der Internationalen Arbeitsorganisation aus 2013 arbeiten etwa 168 Millionen Mädchen und Jungen zwischen fünf und 17 Jahren weltweit, rund 85 Millionen von ihnen unter gefährlichen und ausbeuterischen Bedingungen – so wie etwa Rajeshwari. Oft ist es die extreme Armut ihrer Familien, die sie dazu zwingt, einen Beitrag zum Familieneinkommen zu leisten.

Nicht jede Form von Kinderarbeit ist aus Sicht der Kinder zu ächten, denn viele von ihnen sind stolz, ihrer Familie zu helfen oder sich durch ihr Einkommen die Schulbücher finanzieren zu können. Ausbeuterische Arbeit, die Kinder physisch, psychisch oder emotional schädigt, kann hingegen keinesfalls toleriert werden. Bildung und Ausbildung sind oftmals der Ausweg aus der verheerenden Situation. Doch auch faire Arbeitsbedingungen sind für die Verbesserung der Lebensumstände der Kinder zentral. Das gilt besonders auch für die Arbeitsplätze ihrer Eltern, die mit einem höheren Einkommen nicht auf den Zuschuss ihrer Sprösslinge angewiesen wären. Oft sind sie arbeitslos, weil ihre Arbeitsgeber sie entlassen und stattdessen ihre Kinder als noch billigere Arbeitskräfte einstellen.

Es ist ein großer Verdienst von TransFair und seinen Mitgliedsorganisationen, dass der Zusammenhang zwischen Armut und Kinderarbeit in den letzten 25 Jahren durch unermüdliche Aufklärungsarbeit in das Bewusstsein der Konsumenten gerückt ist. An Schulen, in Städten, Vereinen und Kirchengemeinden wird der faire Handel mittlerweile thematisiert und ist vielerorts bereits Bestandteil des Beschaffungswesens. Der steigende Umsatz fair gehandelter und gesiegelter Produkte zeigt, dass viele VerbraucherInnen Kinderarbeit vermeiden wollen und bereit sind, dafür auch geringfügig höhere Preise zu zahlen. TransFair hat ausbeuterischer Kinderarbeit in den letzten 25 Jahren auf mehreren Ebenen entgegengewirkt. Auf lokaler Ebene hat der faire Handel in den Produktionsländern enorm dazu beigetragen, fair bezahlte Arbeitsplätze für Erwachsene zu schaffen, die es ihnen nun ermöglichen, ihre Kinder zur Schule zu senden. Gleichzeitig konnten durch die Förderung von Kooperativen Absatzmärkte und Arbeitsbedingungen verbessert werden. Auf nationaler Ebene rückt die große Bedeutung fairer Arbeitsplätze in das Sichtfeld der Politik und führt vielfach dazu, dass auch staatliche Stellen dazu übergehen, das öffentliche Beschaffungswesen fair auszurichten. Auf internationaler Ebene weiß mittlerweile ein Großteil der Konsumenten, dass ihre Kaufentscheidung Auswirkungen auf die Lebensumstände der produzierenden ArbeitnehmerInnen hat. Viele greifen zu gesiegelten Produkten, um sicherzustellen,

dass der Lohn des Produzenten wenigstens zum Überleben reicht. Doch nicht nur den KonsumentInnen, auch den global agierenden Konzernen hat TransFair gezeigt, dass die Kontrolle der Arbeitsbedingungen entlang der gesamten Lieferkette möglich ist. Wir wissen, welche Baumwollplantagen, Spinnereien, Färbereien und Nähereien hinter den T-Shirts in unseren Geschäften stecken und können Einfluss nehmen, um die Rechte der ArbeitnehmerInnen zu verwirklichen und ausbeuterische Kinderarbeit zu verhindern.

Dabei hat auch TransFair seit seiner Gründung eine beeindruckende Entwicklung vollbracht. Was mit dem Verkauf fairer Produkte in Dritte Welt-Läden, Straßenständen sowie bei Festen und in Fußgängerzonen begann, hat mittlerweile Einzug in die Regale der Supermärkte gehalten. terre des hommes war von Anfang an dabei und hat an der Erarbeitung von Standards und Siegeln wie RUGMARK für Teppiche und dem Flowerlabel für Blumen mitgewirkt. Unvergessen bleibt die Überreichung des 1,5 millionsten Teppichs mit RUGMARK-Siegel aus Indien durch die terre des hommes-Schirmherrin Dagmar Berghoff. 1999 überreichte die langjährige Tagesschausprecherin den Jubiläumsteppich auf der Domotex, der weltweit größten Teppichmesse in Hannover, um den globalen Kampf gegen illegale Kinderarbeit voranzutreiben. Es war ein langer und teils mühsamer Weg, aber der sichtbare Erfolg ist Bestätigung und Ansporn zugleich, den fairen Handel weiter in die Welt zu tragen. Die Vision, die Rechte von ArbeitnehmerInnen weltweit zu verbessern und ausbeuterische Kinderarbeit zu verhindern, ist dabei nie aus dem Blickfeld geraten.

Dies ist auch in Zukunft wichtig. Um den fairen Handel weiter salonfähig zu machen, sollte das Sortiment fair gehandelter Produkte weiter ausgebaut und zugänglich gemacht werden. Dabei ist es wichtig, immer wieder den fairen Handel und sein globales Wirken aufzuzeigen. TransFair ist dabei nicht nur Wissensvermittler, sondern mobilisiert gegen Handelsungerechtigkeit, schließt Lizenzverträge mit Handelspartnern und zertifiziert mit dem Fairtrade-Siegel faire Produkte. Eine stärkere Einmischung in politischen Debatten rund um die menschenrechtliche Verantwortung von Unternehmen, existenzsichernde Löhne und faire Arbeitsbedingungen weltweit sowie der lautstarke Protest bei Menschenrechtsverletzungen werden in unserer globalen Welt zukünftig immer wichtiger, um die Rechte der ArbeitnehmerInnen einzufordern. Im Idealfall geschieht das unter Mitwirkung der Betroffenen – denn die arbeitenden Mädchen und Jungen wissen ganz genau, was ihre Situation verbessern kann.

Veränderung ist möglich, das haben TransFair und seine Mitgliedsorganisationen in den letzten Jahren gezeigt. Auch Rajeshwari hatte Glück. Sie landete schließlich bei CARE-T, einer lokalen Organisation, die sich mit Unterstützung von terre des hommes und C&A für die Sumangali-Mädchen einsetzt. Heute macht sie eine Ausbildung zur Schneiderin und möchte sich später selbstständig machen. Insgesamt konnten seit Beginn der Arbeit vor Ort rund 10.000 Mädchen aus dem Sumangali-Scheme befreit werden – heute gehen sie zur Schule oder machen eine Berufsausbildung. Dieser Erfolg spornt an: Das Projekt wird fortgesetzt und ausgebaut.



Antje Ruhmann,
Referentin für Kinderrechte,
terre des hommes Deutschland e.V.



terre des hommes Deutschland e.V. wurde 1967 von engagierten Bürgerinnen und Bürgern gegründet, um schwer verletzten Kindern aus dem Vietnamkrieg zu helfen. terre des hommes ist unabhängig von Regierungen, Wirtschaft, Religionsgemeinschaften und Parteien und fördert weltweit und in Deutschland über 400 Projekte für ausgebeutete und benachteiligte Kinder. In Deutschland engagieren sich Freiwillige in 120 Orten mit terre des hommes ehrenamtlich für Kinder in Not.

www.tdh.de

Die Textilien, die unter Mitwirkung von Mädchen wie Rajeshwari hergestellt werden, füllen oftmals die Regale der Geschäfte hierzulande. Für VerbraucherInnen kaum ersichtlich, steckt ausbeuterische Kinderarbeit hinter vielen unserer Kleidungsstücke. Und nicht nur darin. Der Kaffee am Morgen, der Schokoriegel zwischendurch,

DIE VERBRAUCHER INITIATIVE E.V.

KRÄFTIG FEIERN. SCHLAGKRÄFTIGER HANDELN.

Mehr Produktgruppen mit mehr Produkten, ausdifferenziertere Vertriebswege, gestiegene Umsätze, viele prominente Unterstützer, höhere Siegelbekanntheit – der faire Handel blickt auf erfolgreiche Jahre zurück. Doch bei aller verständlichen Euphorie in den letzten Jahren stellt sich die Frage, ob der faire Handel für die Herausforderungen der Zukunft richtig aufgestellt ist.

Wer hätte damals gedacht, dass der 1991 gegründete Verein „AG Kleinbauernkaffee e.V.“ 25 Jahre später eine schlagkräftige Siegel-Organisation sein würde. Dies ist eine bemerkenswerte Leistung und ein gutes Beispiel dafür, dass sich eine politische Idee am Markt behaupten kann. Natürlich könnte der faire Handel auch in den nächsten Jahren so weiter machen – die Zahlen werden weiter steigen, weitere Erfolgsmeldungen werden verkündet.

Die beeindruckenden Entwicklungen der letzten Jahrzehnte dürfen nicht über die Herausforderungen hinwegtäuschen. Einige Beispiele: Nach wie vor ist „fairer Handel“ begrifflich nicht geschützt. Ob Siegel, Marke oder Einkaufsort – mit verschiedenen, durchaus konkurrierenden Strategien wird versucht, Verbraucher zum Kauf fair gehandelter Produkte zu motivieren. Es muss leider bezweifelt werden, dass die Weltläden als „Fachgeschäfte“ des fairen Handels wirklich zukunftsfähig aufgestellt sind. Weiterhin fehlt eine schlagkräftige Organisation, die jenseits persönlicher Befindlichkeiten und partikularer Interessen im Sinne der Menschen im Süden handelt und dies in eine breite Öffentlichkeit transportieren kann. Und zur Ehrlichkeit gehört auch, dass der faire Handel – allen Erfolgen zum Trotz – weiter Nische ist und absehbar auch bleiben wird.

HERAUSFORDERUNGEN

Die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen bei uns ändern sich: Der Gedanke der Globalisierung wird verstärkt hinterfragt. Stärkere Entsolidarisierung macht sich breit, mit Auswirkungen nicht nur in Deutschland. Die persönliche Individualisierung schreitet voran. Verbraucher haben mehr Möglichkeiten bei der Auswahl von Unternehmen, Produkten und Bezugswegen. Ältere Verbraucher, veränderte Haushaltsgrößen und geänderte Konsumgewohnheiten sind weitere Trends. Skandalisierende Medienberichte, die Möglichkeit zum direkten Austausch in den sozialen Netzwerken und ein allgemeiner Vertrauensverlust betreffen auch die Fairtrade-Akteure.

FOKUS VERBRAUCHER

Verbraucher haben Macht, sie entscheiden über den Erfolg oder Misserfolg von Unternehmen und Produkten. Sie entscheiden über den Vertriebsweg – online oder stationärer Handel ist immer mehr die Frage. Diese Macht wird angesichts gesättigter oder gar rückläufiger Märkte weiter wachsen. Der multioptionale, vagabundierende und preisfixierte Verbraucher ist Realität – wenn man sich die Gesamtheit der Verbraucher anschaut.

Die Qualität von Lebensmitteln löst den Preis als wichtigstes Kriterium ab. Höhere Ausgaben für bio, fair und regional bedeuten reale Marktveränderungen. Sie belegen die Veränderungen im persönlichen Wertigkeitsranking und damit im individuellen Ausgabenmanagement von Verbrauchern. Doch wer mehr Geld vom Kunden haben will, muss einfach, prägnant und leicht nachvollziehbar vermitteln können, worin der entsprechende Mehrwert – hier des fairen Handels – besteht.

Befragungen weisen darauf hin, dass Verbraucher auch in einer scheinbar beliebigen Gesellschaft vermehrt auf Werte setzen. Punktuelle Trends wie „regional“, „ohne Kinderarbeit“ und „Tierwohl“ sind Beispiele für starke Werte. Die Herausforderung ist allerdings, dass die Masse der Verbraucher nicht sofort auf jede Informations- und Werbeaktion mit einer Änderung ihrer jahrelangen Einkaufsgewohnheiten reagiert. Ein weiteres Problem ist der Wettbewerb der unterschiedlichen Themen um Aufmerksamkeit und das Handeln der Konsumenten. Und noch schwieriger ist es, wenn in der Nische des fairen Handels verschiedene Ansätze oder Produktsiegel mit beschränkten Etats um die Aufmerksamkeit der Verbraucher buhlen.



Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. ist der im Jahr 1985 gegründete Bundesverband kritischer Verbraucherinnen und Verbraucher. Der gemeinnützig anerkannte Verband engagiert sich in der ökologischen, gesundheitlichen und sozialen Verbraucherarbeit und verfolgt das Leitbild eines mündigen, verantwortlichen und informierten Konsumenten.

www.verbraucher.org

ERKENNBARKEIT

Ein Thema in diesem Zusammenhang sind die unterschiedlichen Labels. Die ohnehin bestehende Siegelflut – mehr als 1.000 verschiedene Zeichen existieren in Deutschland – verwirrt die Konsumenten, wie eine repräsentative Untersuchung der VERBRAUCHER INITIATIVE zeigt. 72 % der Verbraucher sind verwirrt über die Labelvielfalt. Besonders die jüngere Zielgruppe tut sich mit dem Instrument der Labels schwer. Dabei sind sie als schneller Rat eigentlich genau das richtige Angebot in einer reizüberfluteten Mediengesellschaft. Eine Verringerung der Siegelzahl ist aus Konsumentensicht nicht nur beim fairen Handel wünschenswert. Ein Ausweg könnte ein Co-Labeling sein. Die Kombination von bekannten Labels wie dem Fairtrade-Zeichen mit Eigenmarken oder -labels z. B. von Handelsunternehmen bietet für beide Beteiligten Vorteile. Dies gilt genauso für starke Marken wie die GEPA wie für erfolgreiche Handelsmarken wie Pro Planet der REWE Group.

Tatsächlich bleibt die Vermittlung komplexer Inhalte und Hintergründe in einer reizüberfluteten Mediengesellschaft eine Herausforderung. Nicht leichter wird diese Kommunikation durch das Gegenüberstehen von oft idealisierenden Vorstellungen über die Wirkung des fairen Handels auf Seiten der Verbraucher mit den Anforderungen und Realitäten in den Ländern des Südens. Diese „gefühlten Erwartungen“ können Verbraucher allerdings nicht selbst überprüfen. Die Veränderungen in der Lieferkette delegieren sie an die „Profis“. Verbraucher erwarten, dass sie die bestehenden Probleme lösen und dies nachvollziehbar vermitteln. Konsumenten möchten dann lediglich entscheiden, was sie davon kaufen.

Transparenz, Rückverfolgbarkeit und Berichte über Erfolge und auch Misserfolge etc. müssen daher auch zukünftig Elemente einer guten Kommunikation sein. Der faire Handel als Teil einer einheitlicheren Nachhaltigkeitskommunikation wäre für Verbraucher sinnvoll und hilfreich, setzt aber ein entsprechendes Denken der Akteure voraus.

EINKAUFSWEGE

Auch bei Lebensmitteln werden sich die Einkaufswege ändern. Zwar wird diese Produktgruppe in Deutschland bisher nur selten im Netz bestellt. Längst aber laufen hierzulande Versuche mit

Zustelldiensten, auch Amazon wird 2017 Lebensmittel ausliefern. Die Herausforderung besteht darin, ob und wie fair gehandelte Produkte in dem beschränkten Online-Angebot zu bestellenden Waren vorkommen.

Der stationäre Handel bleibt – so die KPMG-Studie „Trends im Handel 2025“ – erste Anlaufstelle für Konsumenten. Notwendig sind allerdings Investitionen, um gegenüber digitalen Wettbewerbern mithalten zu können. Die Herausforderung heißt, „Erlebniswelten“ zu schaffen und die technische Vernetzung voranzutreiben. Und damit taucht die Frage auf, welche Erlebniswelten und Services der faire Handel am Einkaufsort – sowohl im Supermarkt wie in seinen eigenen Fachgeschäften – bieten kann.

Der bestehende Trend zur Außerhaus-Verpflegung wird sich zukünftig verstärken. Neben „Coffee to go“ wird sich ein stärkeres Bedürfnis nach gesundem, schnellem „Snacking“ von Obst und Gemüse entwickeln. Längst sind flächendeckend faire Kaffeestände an Flughäfen, Bahnhöfen oder Shoppingcentren genauso wie Shop-in-Shop-Angebote mit fairen Produkten in Warenhäusern überfällig.

UTOPIE

Mein Wunsch für die Zukunft ist deshalb eine Weiterentwicklung des fairen Handels nach dem Motto „Alleine geht weniger, in Allianzen geht mehr“.



Georg Abel,
Bundesgeschäftsführer der
VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.

DEUTSCHE WELTHUNGERHILFE E.V.

EIN BLICK IN DIE GLASKUGEL

4 FRAGEN AN MATHIAS MOGGE

TransFair: 2015 haben die Vereinten Nationen die Nachhaltigkeitsziele, kurz SDGs, verabschiedet. Welche Erwartungen und Hoffnungen knüpft die Welthungerhilfe an die SDGs?

Mathias Mogge: Die Ziele sind wesentlich ambitionierter als die Millenniumsentwicklungsziele. Sie vereinen Umweltziele, soziale und wirtschaftliche Ziele unter einem Dach. Positiv ist, dass sie nun für alle Länder gelten, nicht nur für die armen. Da die Ziele in einem breiten, zweijährigen Konsultationsprozess entwickelt wurden und dabei nicht nur die Politik, sondern auch die Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Privatwirtschaft aller UN-Länder die Möglichkeit hatten, sich einzubringen, erwarten wir, dass diese Länder Hand in Hand an der Umsetzung arbeiten. Viele Ziele, wie beispielsweise die vollständige Überwindung von Hunger, sollen bis 2030 erreicht werden. Damit liegt eine gemeinsame Agenda 2030 vor. Diese muss systematisch umgesetzt werden und dafür benötigen wir robuste, messbare und realistische Indikatoren. Die Geschwindigkeit der Hungerreduktion muss sich verdreifachen, wenn wir das wirklich schaffen wollen. Das geht nur mit mehr politischem Willen und deutlich mehr Mitteln.



Die Welthungerhilfe ist eine der größten privaten Hilfsorganisationen in Deutschland, politisch und konfessionell unabhängig.

Bereits seit 1962 leistet sie Hilfe aus einer Hand: von der schnellen Katastrophenhilfe bis zu langfristig angelegten Projekten der Entwicklungszusammenarbeit. Dabei ist das Grundprinzip die Hilfe zur Selbsthilfe. Damit werden gemeinsam mit lokalen Partnerorganisationen Strukturen von unten gefördert und die Erfolge in der Projektarbeit langfristig gesichert. Darüber hinaus wird Öffentlichkeits- sowie beratende Politikarbeit geleistet. So setzt sich die Welthungerhilfe für die Veränderung der Verhältnisse, die zu Hunger und Armut führen ein.

Seit der Gründung förderte die Welthungerhilfe 8.120 Auslandsprojekte mit rund 3,03 Milliarden Euro, davon 5.746 Selbsthilfeprojekte.

www.welthungerhilfe.de

TF: Die Beendigung von Hunger und Armut sind die ersten beiden Punkte auf der Liste der 17 SDGs und zugleich Themen, die die Welthungerhilfe und TransFair in ihrer Zielsetzung eng verbinden. Welche Stärken sollten die beiden Organisationen bündeln, um diesen Zielen gemeinsam näher zu kommen?

M.M.: Wir wissen, dass die Lage auf dem Land besonders schlimm ist. Dort leben drei Viertel aller Hungernden. Fast alle produzieren selbst Nahrung. Als Kleinbauern bewirtschaften sie mit ihren Familien allerdings nur kleine Felder, im Durchschnitt gerade einmal 1,6 Hektar, das entspricht etwa zwei Fußballfeldern. Ebenfalls häufig von Hunger betroffen sind Hirten, die als Nomaden immer weniger Weideflächen zur Verfügung haben, sowie Indigene Völker, die sich traditionell von Waldfrüchten und anderen gesammelten Pflanzen ernähren, aber oft von ihrem Land vertrieben werden. Auch Landlose, die zu niedrigen Löhnen als Tagelöhner arbeiten müssen, sind stark von Hunger bedroht. Die Welthungerhilfe unterstützt daher vor allem Projekte im Bereich der ländlichen und regionalen Entwicklung. Hierbei stehen sowohl die Unterstützung der Kleinbauern als auch die soziale und wirtschaftliche Entwicklung ländlicher Räume im Vordergrund. Hier gibt es Anknüpfungspunkte mit TransFair: Wichtig ist, dass die Menschen- und Landrechte der Bäuerinnen und Bauern nicht verletzt werden, sie faire Preise für ihre Produkte erhalten und internationale Arbeits- und Sozialstandards eingehalten werden. Die Veredelung und somit Wertschöpfung der Rohstoffe muss möglichst im Land stattfinden und die Gewinne der Güter auch der lokalen Bevölkerung zugutekommen.

Gerade in der kleinbäuerlichen Landwirtschaft, wo zahlreiche Familien lediglich knapp 1,6 Hektar Land bewirtschaften und dabei oftmals extremen Witterungsbedingungen oder anderen Unsicherheiten ausgesetzt sind, ist es wichtig, dass sich Kooperativen und Gemeinschaften bilden, um gemeinsam bessere Qualität, bessere Standards und Mengenstabilität und somit bessere Preise zu erzielen. Hierbei unterstützen sowohl die Welthungerhilfe als auch TransFair die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern.

TF: Wo sehen Sie darüber hinaus Anknüpfungspunkte zwischen der Welthungerhilfe und TransFair, die man ausbauen könnte?

M.M.: Die Welthungerhilfe ist bereits seit 2007 Mitgliedsorganisation bei TransFair. Zum Beispiel in Sierra Leone unterstützen wir gemeinsam Kleinbäuerinnen und Kleinbauern bei der Produktion und



Frauen aus der von der Welthungerhilfe unterstützten Kooperative in Kenema, Sierra Leone, sortieren schadhafte Kakaobohnen aus. Die Kooperative ist Partner von TransFair. © Rosenthal/Welthungerhilfe

dem Verkauf von Kakaobohnen zu fairen Preisen. Die Kakaowälder von Sierra Leone bieten wohlschmeckende Sorten aus lokaler Produktion. Zu Beginn war die Qualität noch schwankend, aber viele Bauern haben sich zu Kooperativen zusammengeschlossen, um bessere Standards und gute Preise zu erzielen. Die Welthungerhilfe unterstützt die Bäuerinnen und Bauern dabei, Methoden des Anbaus, der Trocknung und Fermentierung umzusetzen. TransFair kann durch Zertifizierung ein Gütesiegel schaffen, das den Verbrauchern Konsum mit gutem Gewissen ermöglicht und helfen kann sicherzustellen, dass die Menschen vor Ort einen fairen Preis für ihre Arbeit erhalten und Arbeits- und Sozialstandards eingehalten werden. Dies ist natürlich auch in anderen Sektoren als dem klassischen Kakao- und Kaffeeanbau denkbar.

Die Welthungerhilfe tritt dafür ein, dass Sozialstandards und verantwortliche Lieferketten eingehalten werden. Sowohl TransFair als auch die Welthungerhilfe können sich mit ihrer Advocacy-Arbeit dafür einsetzen, dass internationale Sozialstandards konsequent beachtet werden!

TF: Wagen Sie einen Blick in die Glaskugel mit uns! Wo sehen Sie den fairen Handel im Jahr 2025 und in welcher Verbindung steht er mit der Welthungerhilfe?

M.M.: Die nachhaltigen Entwicklungsziele gelten, wie zu Beginn erwähnt, für alle Länder! Wenn wir bis 2030 tatsächlich den Hunger beenden, Ernährungssicherheit erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern wollen, dann müssen wir nicht nur weiter-

hin die kleinbäuerliche Landwirtschaft fördern und „farming as a business“ verstehen, sondern auch hier vor Ort in Deutschland und Europa unser Konsumverhalten überdenken und ändern. Fair gehandelte Produkte dürfen dann in Zukunft kein Nischenprodukt mehr bleiben, sondern müssen die Regel, zum Beispiel auch bei der öffentlichen Beschaffung, geworden sein. Bis 2025 sollte es normal sein, zu hinterfragen, woher jedes einzelne Lebensmittel oder Produkt kommt, wer es unter welchen Umständen und wo produziert hat und wie sie oder er in welcher Höhe dafür vergütet wurde. Wenn die Welthungerhilfe Kleinbäuerinnen und Kleinbauern weiterhin dabei unterstützt, bessere Qualität und stabile Mengen zu erzeugen, somit konkurrenzfähig zu sein sowie Zugang zu nationalen und internationalen Märkten fördert und TransFair bei transparenten Lieferketten und einer fairen Vermarktung hilft, können wir bereits bis 2025 entscheidende Schritte in Richtung **ZERO HUNGER BIS 2030** erreicht haben!



Mathias Mogge,
Vorstandsmitglied
der Welthungerhilfe

AUCH WIR UNTERSTÜTZEN TRANSFAIR

KURZDARSTELLUNG WEITERER MITGLIEDSORGANISATIONEN



Die Aktion-Arme-Welt-Stiftung ist entstanden aus der Überzeugung, dass die Reichtümer der Erde und die Erträge der menschlichen Arbeit nicht gerecht verteilt sind und dass jeder angesichts der weltweiten Folgen zum persönlichen Handeln aufgefordert ist.

Die Stiftung ist aus einem privaten Förderkreis hervorgegangen, der seit 25 Jahren Projekte wie die Einrichtung von Schulen und Gesundheitsdiensten, den Bau von Staudämmen u.a. unterstützt und sich beim Aufbau fairer Handelsstrukturen engagiert. Um dieser Arbeit eine langfristige und nachhaltige Perspektive zu geben, wurde die Aktion-Arme-Welt-Stiftung gegründet.

Die Stiftung unterstützt Projekte in Asien, Afrika, Lateinamerika, Ozeanien und in Europa, die zum Aufbau gerechter Nord-Süd-Beziehungen beitragen – zum Beispiel durch Fairen Handel.

www.aaw-stiftung.org



Die Casa Alianza Kinderhilfe Guatemala e.V. ist eine unabhängige und gemeinnützige Kinderhilfsorganisation, die sich für den Schutz gefährdeter Kinder und Jugendlicher in Guatemala engagiert. Etwa 750 Unterstützerinnen und Unterstützer sorgen für die Bereitstellung der Mittel, um junge Menschen vor Menschenhandel und sexueller Ausbeutung zu bewahren. Auch viele Schulen überall in Deutschland engagieren sich.

Bei Vorträgen in ganz Deutschland macht Casa Alianza deutlich, dass Menschenrechtsverletzungen durch Armut provoziert werden. Als marktwirksames Instrument gegen die Verarmung in Mittelamerika steht der faire Handel im Mittelpunkt.

www.casa-alianza.de



Die CDA vertritt innerhalb der Christlich Demokratischen Union Arbeitnehmerinteressen. Aber sie ist mehr als eine Lobbyorganisation für abhängig Beschäftigte. Auf christlich-sozialer Grundlage hat sie zugleich einen allgemeinpolitischen Anspruch. Gerechtigkeit für Kinder und Familien, für Rentner und für Menschen mit Behinderungen gehören ebenso zu ihren Zielen wie Menschenrechte und menschenwürdige Arbeitsbedingungen weltweit – zum Beispiel durch Fairen Handel.

www.cda-bund.de



Die DAHW leistet – unabhängig von politischen oder konfessionellen Überzeugungen – nachhaltige Hilfe für kranke und ausgegrenzte Menschen in Entwicklungs- und Schwellenländern. Hilfsprojekte der DAHW richten sich nach den Bedürfnissen vor Ort und umfassen eine sehr große Bandbreite: von der Unterstützung einzelner Krankenhäuser über die Ausbildung des staatlichen Gesundheitspersonals bis hin zur Förderung von Behinderten und Ausgestoßenen. In den Projekten arbeitet die DAHW mit Kirchen, anderen Hilfsorganisationen oder mit staatlichen Gesundheitsbehörden zusammen. Im Mittelpunkt der Arbeit steht die Hilfe für Opfer der Armutskrankheiten in Asien, Afrika und Südamerika. Die DAHW unterstützt Fairtrade, da der Faire Handel die Ursachen der Armut in den Ländern des Südens bekämpft und so dazu beiträgt, Armutskrankheiten wie Lepra, Tuberkulose oder Buruli Ulcer einzudämmen.

www.dahw.de



Der DGRV – Deutscher Genossenschafts- und Raiffeisenverband e. V. – ist der Spitzenverband der deutschen Genossenschaftsorganisation. Der genossenschaftliche Verbund ist mit über 20 Millionen Mitgliedern die mitgliederstärkste Wirtschaftsorganisation in Deutschland. Gemeinsam seine Ziele besser zu erreichen als im Alleingang, das ist der Grundgedanke einer jeden Genossenschaft. Eine genossenschaftliche Kooperation bietet sich immer dann an, wenn das Verfolgen eines wirtschaftlichen Ziels die Leistungsfähigkeit des Einzelnen übersteigt, zugleich aber die selbständige Existenz gewahrt werden soll. Mit Hilfe eines gemeinschaftlich betriebenen Unternehmens wird die wirtschaftliche Tätigkeit der Genossenschaftsmitglieder ergänzend unterstützt. Man tritt gemeinsam am Markt auf, etwa um günstige Absatz- und Beschaffungskonditionen zu erlangen oder aber betriebliche Funktionen effizienter und qualitativ besser ausüben zu können. Dies gilt im Norden wie im Süden: Der Großteil der weltweit über 1000 Fairtrade-Produzentenorganisationen ist genossenschaftlich organisiert.

www.dgrv.de



Das Forum Eine Welt – unter dem Vorsitz von Heidemarie Wiczorek-Zeul – berät die SPD in Fragen der Globalisierung, Friedens- und Entwicklungspolitik. Die Globalisierung so zu gestalten, dass alle Menschen auf der Welt von ihr profitieren, ist für das Forum Eine Welt eine zentrale Aufgabe. Deshalb will es die Notwendigkeit, die Eine Welt sozial und gerecht zu gestalten, ins Bewusstsein der Menschen tragen, soziale Gerechtigkeit schaffen und globale Armut bekämpfen, Globalisierung sozial und ökologisch gestalten und den Frieden nachhaltig sichern.

Mit dem Engagement in den regionalen Foren Eine Welt bietet sich Einzelnen die Möglichkeit, einen Beitrag für eine sozialere und gerechtere Welt zu leisten. Die Foren Eine Welt sind offen für alle Interessierten. Denn: Eine Welt beginnt vor Ort.

www.spd.de/spd_organisationen/internationalepolitik/Forum_Eine_Welt



Die Gemeinschaft Katholischer Männer und Frauen ist ein Mitglied des Bund Neudeutschlands, einem nach dem Ersten Weltkrieg gegründeten Verband der katholischen Jugendbewegung.

Die KMF ist seit 1997 Mitglied bei TransFair, organisiert Kongresse, Tagungen und Werkwochen zu aktuellen Themen wie Klimawandel oder Globalisierung und trägt im Rahmen ihrer Aktionen den Fairen Handel in ihre Netzwerke.

www.kmf-net.de



Die Katholische Landvolkbewegung (KLB) Deutschland ist eine Bildungs- und Aktionsgemeinschaft. Sie fördert die Begegnung, führt Aktionen durch, tritt ein für die Entfaltung und Förderung der Persönlichkeit, die bereit und fähig ist, in Kirche, Staat, Gesellschaft und Beruf Verantwortung zu übernehmen. Sie wirbt im Geiste des Evangeliums für eine lebendige Kirche, für die Stabilität der Familien auf dem Lande, für lebenswerte und liebenswerte Dörfer, für eine zukunftsfähige Landwirtschaft, eine glaubwürdige Schöpfungsverantwortung und eine solidarische Welt. Zur KLB gehört der Internationale Ländliche Entwicklungsdienst: Ländliche und dörfliche Entwicklungshilfe in Lateinamerika, Afrika und Asien. Über diesen unterstützt die KLB Selbsthilfebewegungen, Partnerschaften und Projekte im Sinne der internationalen Solidarität des Katholischen Landvolks.

www.klb-deutschland.de



Das Kolpingwerk Deutschland ist ein katholischer Sozialverband mit bundesweit über 240.000 Mitgliedern in mehr als 2.500 Kolpingsfamilien. Es ist Teil des Internationalen Kolpingwerkes und des Kolpingwerkes Europa. Im Sinne Adolph Kolpings will der Verband Bewusstsein für verantwortliches Leben und solidarisches Handeln fördern. Als demokratisch verfasster katholischer Sozialverband nimmt das Kolpingwerk aktiv gesellschaftliche und politische Mitwirkungsmöglichkeiten wahr. Schwerpunkte des Handelns sind dabei die Arbeit mit und für junge Menschen, unser Engagement in der Arbeitswelt, das Zusammenwirken mit und der Einsatz für Familien und für die Eine Welt. Dabei setzt sich das Kolpingwerk Deutschland auch für Fairen Handel und nachhaltigen Konsum ein.

www.kolping.de



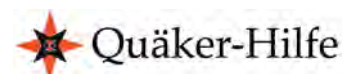
Die KAS ist eine politische Stiftung, die bundesweit in zwei Bildungszentren und 16 Bildungswerken aktiv ist. Die Auslandsbüros der KAS betreuen weltweit mehr als 200 Projekte in über 120 Ländern. National und international setzt die Stiftung sich durch politische Bildung für Frieden, Freiheit und Gerechtigkeit ein. Die Festigung der Demokratie, die Förderung der europäischen Einigung, die Intensivierung der transatlantischen Beziehungen und die entwicklungspolitische Zusammenarbeit, unter anderem in Form der Förderung des Fairen Handels, sind die besonderen Anliegen der KAS.

www.kas.de



Das Nord-Süd-Netz des DGB Bildungswerks setzt sich dafür ein, dass Menschen- und Gewerkschaftsrechte, soziale Mindeststandards, Kernarbeitsnormen und nachhaltiges Wirtschaften überall auf der Welt erhalten und ausgebaut werden. Seit drei Jahrzehnten arbeiten das Nord-Süd-Netz mit Gewerkschaftsprojekten und Initiativen in Entwicklungs- und Transformationsländern in Lateinamerika, Asien, Südosteuropa und dem südlichen Afrika. Es unterstützt seine Partner bei der Planung zukunftsfähiger Entwicklungsstrategien und fördert „Capacity Building“ (Weiterqualifizierung von Entscheidungsträgern). In der gewerkschaftlichen Solidaritätsarbeit und entwicklungspolitischen Lobbyarbeit in Deutschland organisiert das Nord-Süd-Netz Kampagnen sowie Seminare, Fachtagungen, Konferenzen und Workshops. Im Rahmen der Themen Stärkung von Menschen-, Arbeitnehmer- und Gewerkschaftsrechten, Durchsetzung internationaler sozialer Mindeststandards und Nachhaltiges Wirtschaften bringt das Nord-Süd-Netz den Fairen Handel in seine Netzwerke.

www.nord-sued-netz.de



Die »Religiöse Gesellschaft der Freunde« (so der offizielle Name der Quäker) steht außerhalb der christlichen Großkirchen und ist eine reine Laiengemeinschaft, ohne Priester oder andere geistliche Würdenträger sowie ohne hierarchisch-zentralistische Struktur. Quäker setzen sich aktiv für die Beseitigung der Ursachen von Armut, Krankheit, Gewalt, Benachteiligung und Heimatlosigkeit ein. Die Quäker verstehen sich als Anwalt der Menschen, deren Stimme nicht gehört wird. Das Ziel ihres Engagements ist es, eine internationale Ordnung zu erreichen, die alle Menschen in Würde, Sicherheit und Freiheit leben lässt. Der Quäker-Hilfe e.V. ist Gründungsmitglied von TransFair und setzt sich seit 20 Jahren aktiv für die Förderung des Fairen Handels ein.

www.quaakerhilfe.de



TransFair – Verein zur Förderung des Fairen Handels in der Einen Welt e.V.
Remigiusstraße 21 · 50937 Köln

Telefon: +49 221 94 20 40 0
Fax: +49 221 94 20 40 40

info@fairtrade-deutschland.de
www.fairtrade-deutschland.de

Redaktion: Claudia Brück (V.i.S.d.P.), Michaela Reithinger, Alexandra Spaeth
Layout: zeter & mordio, Köln · Druck: Klimaneutral durch Thiekötter, Münster
Geschäftsführender Vorstand: Dieter Overath, Claudia Brück, Detlev Grimmelt
Aufsichtsratsvorsitzender: Heinz Fuchs



TransFair e.V. wurde 1992 mit dem Ziel gegründet, benachteiligte Produzentengruppen in Entwicklungsländern zu unterstützen. Der gemeinnützige Verein wird von 31 Mitgliedsorganisationen getragen. Als unabhängige Organisation handelt TransFair e.V. nicht selbst mit Waren, sondern setzt sich dafür ein, den Handel mit fair gehandelten Produkten und Rohstoffen zu fördern und mehr Bewusstsein für nachhaltigen Konsum zu erreichen.

www.fairtrade-deutschland.de

TransFair gehört zum internationalen Verbund Fairtrade International e.V., in dem Fairtrade-Organisationen aus 25 Ländern und die drei kontinentalen Produzentennetzwerke zusammengeschlossen sind. Fairtrade International entwickelt die international gültigen Fairtrade-Standards.

www.fairtrade.net

Alle beteiligten Akteure entlang der Lieferkette werden regelmäßig von FLOCERT GmbH kontrolliert. Die Gesellschaft arbeitet mit einem unabhängigen und weltweit konsistenten Zertifizierungssystem nach den Anforderungen der Akkreditierungsnorm ISO 17065 (DIN EN 45011).

www.flocert.net