

Fair einigt uns! Ökumene leben: Fairer Handel

Der Faire Handel informiert auf dem Ökumenischen Kirchentag

Der gemeinsame Auftrag aller Christen, für weltweite Gerechtigkeit einzutreten, hat in den 70er Jahren die katholischen und evangelischen Jugendverbände zusammen mit den kirchlichen Hilfswerken dazu veranlasst, die ersten Fair-Handels-Aktivitäten in Deutschland durchzuführen.

Heute ist aus dem Fairen Handel eine breite Bewegung geworden, die sich nicht nur den Vertrieb fairgehandelter Produkte, sondern vor allem auch die Informations- und Bildungsarbeit zur Aufgabe gemacht hat. Um Geschichte und Bedeutung des Fairen Handels in der Ökumene Rechnung zu tragen, initiieren die kirchlichen Akteure eine Aktion zum Ökumenischen Kirchentag in Berlin. Sie besteht aus Plakaten, einem Flyer mit Informationen, Hintergründen und Zielen des Fairen Handels, sowie kleinen Schokoladentafeln.

Die Aktion wird in Kooperation der Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend (aej), dem Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ), dem Evangelischen Entwicklungsdienst (EED), der gepa, MISEREOR und TransFair-Deutschland durchgeführt.

An möglichst vielen Ständen werden die Werbeträger sichtbar sein. Es sind bisher mehr als 10.000 öko-faire Frühstücke in den Gemeinden,

die die Teilnehmer(innen) verköstigen, bestellt. Außerdem gibt es an den Ständen

der angegliederten Verbände fairgehandelten Kaffee und Tee.



MISEREOR
DAS HILFSWERK

EED
Evangelischer
Entwicklungsdienst

Brot
für die Welt

gepa
Fair Handelshaus

TransFair
FAIRTRADE

BDKJ & aej

Be a blessing – Jugendprogramm „Gut leben und Fair handeln“

Phantasievoll, kreativ und bunt möchte sich der Faire Handel im Zentrum Jugend darstellen. Mit einem Workshop-Programm und Happening-Aktionen machen die Weltläden gemeinsam mit der Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend (aej) und dem Bund der Deutschen katholischen Jugend (BDKJ) auf sich aufmerksam.

Hierbei handelt es sich um Aktionen an vier Orten auf dem Außengelände des Tempodroms. Mit verschiedenen Aktionen und Spielen werden Aspekte des Fairen Handels vorgestellt.

Von Donnerstag bis Samstag findet an diesem besonderen Berliner Ort das Programm für Jugendliche und junge Erwachsene statt. Errichtet auf dem Gelände des ehemaligen Anhalter Bahnhofs, ist es der zentrale Veranstaltungsort. Hier befindet man sich an der Nahtstelle des ehemaligen Ost- und Westteils der Stadt, unweit des neuen Potsdamer Platzes. Zum Zentrum gehören außerdem noch die Kirchen St. Clemens und St. Lukas. Im Wechsel zwischen der Großen und Kleinen Arena finden inhaltliche und kulturelle Veranstaltungen statt.

weiter auf Seite 2

„Gut leben – Fair handeln“

Jugendprogramm am Ökumenischen Kirchentag

Aktionen auf dem Außengelände: Großprojekte mit Jugendlichen, die symbolisch die Forderung nach einem gerechten Welt-handel darstellen. Außerdem treten hier Theater- und Zirkusgruppen auf:

- ▶ Von Jugendlichen für Jugendliche – Jugendliche erklären Fairen Handel (Weltladen Mainz)
- ▶ „Scharfe Sache – Fairer Handel“ Aus der Welt der Gewürze – vom Pfeffersack zum Weltladen (Weltladen Leipzig)

- ▶ Die Kaffee Krise in Lateinamerika (Frente Solidario)
- ▶ Es war einmal ein Traum – die Theatergruppe Preda stellt sich vor
- ▶ Zirkus Barbarella – Welt-handel – Fairer Handel
- ▶ Knollnase für Eine Welt – ein Comic - Workshop

Kontakt: Andrea Milcher, Weltladen Dachverband, E-Mail: a.milcher@weltlaeden.de

Tel 06131 / 6 89 07 84

Mit einem Extra-Programm für Jugendliche im Kreuzberger Tempodrom am früheren An-

halter Bahnhof präsentieren sich die Jugendverbände zum Ökumenischen Kirchentag. Auch die Entwicklungspolitik kommt hier nicht zu kurz.

„Wir machen uns die Welt, wie sie uns gefällt“

Am Samstag, 31.05.2003, von 10:30 Uhr bis 13:45 Uhr wird mit Jugendlichen, NRO-Vertretern aus Nord und Süd und Politikern diskutiert, was Globalisierung für Jugendliche hier und in anderen Teilen der Welt bedeutet, und vor allem welche Möglichkeiten und Instrumente es zur aktiven Mitgestaltung von Globalisierung gibt. Mitwirkende sind u.a.: Berliner Compagnie, Klaus Werner (Autor des „Schwarzbuch Markenfirmen“/Wien), Gernot Mittler (Landesminister der Finanzen Rheinland Pfalz), Thilo Hoppe, (Entwicklungspolitischer Sprecher der Grünen im Bundestag), Josefa Rivera (Frauenorganisation MEC/Nicaragua), Maria Böttcher (KSJ Trier).

Aktionen zur Vertiefung verschiedener Themen gibt es in den anschließenden Workshops:

- ▶ Ernährung auf der Welt, wie sie uns gefällt (KLJB, FIAN)
- ▶ „Skrupellos&Co – the dark

side of the label“ (KSJ Trier)

- ▶ „Alle anders – Alle eins“ (Ökumenische Werkstatt Bethel, Mauritiushaus, Niederndodeleben). Partnerschaftsarbeit – ein Beitrag zur Globalisierung von unten?

- ▶ Kleider machen Leute - Leute machen Kleider. Models gesucht. ... Casting für die „total-global-fashion-show“ (Gemeindedienst für Mission und Ökumene)

Weitere wichtige Programmpunkte aus der „Einen Welt“:

- ▶ Phantasievoll und bunt präsentiert sich der Faire Handel mit dem Workshop und Aktionsprogramm „Gut leben – Fair handeln“ des Weltladen Dachverbands gemeinsam mit aej und BDJ auf dem Außengelände des Tempodroms. Zeit: Do, 29. Mai bis Sa, 31. Mai, von 10:00 – 18:00 Uhr
- ▶ Im Außengelände des Tempodroms gibt’s den Aktionsstand „Stoppt die Biopiraten“ der Misereor/BDJ Jugendaktion 2003! Zeit: Do, 29. Mai bis Sa, 31. Mai, jeweils 10 – 18 Uhr

Berlin rockt für die Eine Welt!

Mit Rock, Soul und Pop gegen Armut und Ungerechtigkeit!

Sich gemeinsam mit **Dirk Zöllner, Joy Denalane** und **Fury in the Slaughterhouse** mit

„Die kriegerischen Handlungen im Irak sind so gut wie eingestellt“ – mit diesen Worten ist der Irakkrieg 2003 als nahezu beendet erklärt. Diese Worte beschönigen jedoch in gleichem Maße die Grausamkeiten eines Krieges wie „humanitäre Katastrophe“ und „friendly fire“. Vielleicht liegt es an solchen verharmlosenden Vokabeln, dass wir immer mehr abstumpfen hinsichtlich von Gewalt und Krieg.

Einmal mehr wurde uns gezeigt, wie wichtig Gerechtigkeit unter den Völkern für die gesamte Menschheit ist. Die US-Regierung setzt auf ihre alleinige Weltmacht und schert sich nicht um den unbedeutenden Rest. Umso dringender ist es, dieser Vorherrschaft zu widersprechen. Ob bei den WTO-Verhandlungen, im Kampf gegen die Patentierung von Grundnahrungsmitteln oder im Klimaschutz.

Was diesem Krieg folgt, ist noch lange nicht absehbar. Die „humanitäre Katastrophe“ oder deutlicher ausgedrückt, das unendliche Leid der Menschen in Kriegsgebieten, stellen eine Herausforderung für uns dar.

Lesen Sie in dieser Ausgabe unter anderem das konkrete „Fairhandels-Programm“ des Ökumenischen Kirchentages. Welche Maßnahmen für ein erfolgreiches Marketing im Fairen Handel ergriffen werden müssen, erfahren Sie im Hintergrund. Darüber hinaus gibt es einen vorläufig letzten Beitrag im Rahmen der Kolumne „gender und Fairer Handel“. Die Kampagne „wir handeln fair.nrw.“ wird einen Reader herausgeben, in dem die bereits erschienenen Artikel und weitere zusammengefasst werden. Wir werden Sie darüber informieren.

Viel Spaß bei der Lektüre

Andis Jansen-Garz

IMPRESSUM: Herausgeber: Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend (aej), Otto-Brenner-Str. 9, 30159 Hannover, Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ) Bundesvorstand, Carl-Mosterts-Platz 1, 40477 Düsseldorf, Bischöfliches Hilfswerk Misereor e.V., Mozartstr. 9, 52064 Aachen und Evangelischer Entwicklungsdienst e.V. (EED), Ulrich-von Hassell-Str. 76, 53123 Bonn • **Redaktion:** Gundis Jansen-Garz, Blaufärberweg 15, 46244 Bottrop-Kirchhellen, Telefon: 0 20 45/40 84 65, Fax: 0 20 45/8 21 82, E-Mail: weltundhandel@t-online.de • **Satz & Layout:** Hermann Giesen, jugendhaus düsseldorf e.v. • **Abonnement, Gesamtherstellung und Vertrieb:** jugendhaus düsseldorf, Wirtschaftliche Geschäftsbetriebe, Postfach 32 05 20, 40420 Düsseldorf, Tel.: 02 11/46 93-0, Fax: 02 11/46 93-1 72 • **Druck:** B.O.S.S. Druck und Medien GmbH, Kleve • Welt & Handel erscheint alle drei Wochen, 16 Ausgaben pro Jahr • **Preis:** Jahresabonnement € 15,00 incl. MwSt und Versand. • **Kündigung:** Sechs Wochen zum Quartalsende • Namentlich oder mit einem Namenskürzel versehene Artikel stellen nicht unbedingt die Meinung der Herausgeber und der Redaktion dar. • Diese Publikation wird gefördert mit Mitteln des Evangelischen Entwicklungsdienst (EED) und Misereor.

Verantwortlich für das Jugendprogramm zeigen sich die Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend (aej), der BDKJ-Bundesvorstand, die Evangelische Jugend Berlin-Brandenburg, der BDKJ-Diözesanverband Berlin, das Erzbischöfliche Jugendamt Berlin und das Gemeindejugendwerk Berlin-Brandenburg. Nähere Informationen zum Jugendprogramm: www.jugend.oekt.de Die Internetseite des gesamten Ökumenischen Kirchen-tag sich unter www.oekt.de

Fairer Handel verschafft Frauen einen Platz am internationalen Markt

Das Beispiel SHARE in Tamil Nadu, Indien



Fairer Handel bedeutet die Schaffung von Marktchancen zu faireren Bedingungen. Der moderne Markt als eine Institution beinhaltet ein Wertesystem, das mit der kulturellen Kodierung vieler traditionellen Gesellschaften nicht übereinstimmt.

Rock, Pop und Soul für eine gerechte Globalisierung stark machen, darum dreht es sich bei „**Berlin rockt für die eine Welt**“! Aufmerksamkeit schaffen und zum Handeln aufrufen, das kann man auch durch gute Musik und jede Menge Groove! Dies beweisen Misereor, Brot für die Welt, BDKJ und aej mit ihrem Jugendkonzert vor dem Brandenburger Tor am Freitagabend um 19:00 Uhr!

Konkret geht es darum, auf die verheerende Verbreitung und Auswirkung von Aids in den sogenannten Entwicklungsländern aufmerksam zu machen sowie Politik und Wirtschaft aufzufordern, Verantwortung zu übernehmen.

Camp Fair

Gesamtdeutsches Weltladentreffen

Vom **28. Mai bis 1. Juni** laden der Weltladen-Dachverband, das Weltladentreff Ost und die Berliner Weltläden zu einem gemeinsamen Treffen der Weltläden ein - inklusive Unterbringung und Workshop-Angeboten. Der Ökumenische Kirchentag ist Endpunkt und Ziel der Aktionen rund um dieses Weltladentreffen.

In Lehnitz bei Berlin steht für etwa 250 Teilnehmer ein Tagungsort zur Verfügung. Hier

findet ein Seminar-Programm für Weltladenmitarbeiter(innen) statt, hier ist der Ausgangspunkt für alle anderen Aktionen auf dem Kirchentag, und hier begegnen sich Weltladenmitarbeiter(innen) und tauschen ihre Erfahrungen aus. Im Camp Fair werden jeden Tag insgesamt neun Workshops mit Themen wie „Agenda-Kaffees – Zukunft des fairen Kaffeehandels“, „Neue Mitarbeiter gewinnen – aber wie?“ oder „Einsatz der entwicklungspolitischen Medien“ angeboten. Das Abendprogramm bietet unter anderem Kultur und Lagerfeuer.

Weitere Infos und Anmeldung bei: Vorbereitungsgruppe CampFair 2003, Lutz Heiden, Baobab Infoladen Eine-Welt, Tel 030 / 44 04 230 68, Fax 030 / 44 35 90 66, E-Mail: campfair@baobab-infoladen.de

Wem gehört die Arbeit? – Wem gehört das Leben?

Eine Podiumsdiskussion und Vorträge zum aktuellen Thema der MISEREOR-Fastenaktion werden im Zentrum Eine Welt am **Freitag, 30. Mai**, in der Zeit von 10.30 Uhr bis 13 Uhr angeboten. Veranstalter sind Brot für die Welt, INKOTA und MISEREOR.

Es ist wichtig, dass Menschen diese Übergänge aus eigenem Antrieb machen und dabei wählen, welche Werte und Methoden sie verwerfen und annehmen. Die Berücksichtigung dieses Prinzips hat schon viele Erfolgsgeschichten auf der Welt hervorgebracht. Der Erfolg von Frauen, die in SHARE arbeiten, ist eine davon.

Mehr als 30 Prozent der indischen Bevölkerung lebt unter der Armutsgrenze, davon sind ungefähr 70 Prozent Frauen. 94 Prozent der berufstätigen Frauen arbeiten im informellen Sektor. In diesem Umfeld arbeitet SHARE (Self-Help Association for Rural Education and Employment), eine nicht-staatliche, säkulare Non-Profit-Gesellschaft, die 1992 von Frauen gegründet wurde und geleitet wird. Das Projektgebiet liegt am Rand von Vellore, einer Stadt circa 150 km westlich von Chennai, in Süd-Indien. SHARE arbeitet in 40 Dörfern mit ungefähr 4.000 Frauen aus landlosen bäuerlichen Haushalten zusammen. Das hauptsächliche Gremium innerhalb der Organisation setzt sich aus Handwerkerinnen zusammen, die überwiegend Palmblätter und Sisal in Kunsthandwerke verarbeiten und daraus Matten weben. Dieses Gremium („General Body“) hat die ultimative Entscheidungsgewalt über die Ziele, Programme und Arbeitsweise von SHARE. Es

wählt für die Umsetzung ein ausführendes Komitee, in dem der Geschäftsführer die Schlüsselrolle einnimmt. Neben dieser formalen Struktur gibt es ein Beratungsgremium, in dem die unterschiedlichen Ebenen vertreten sind und einen Projektleiter, der insgesamt für die Umsetzung verantwortlich ist. Ungefähr 600 Arbeiterinnen in den SHARE-Werkstätten verdienten 1995/1996 einen Gewinn von RS. 1,079,962. Eine interne Auswertung ergab, dass das Einkommen der Mitglieder um 30 bis 50 Prozent anstieg.

Obwohl die Organisation vor allem an der Sicherung der Arbeitsplätze von ihren Mitgliedern interessiert ist, geht sie auch auf die Gemeinden zu, in denen sie arbeitet. Sie hat Selbsthilfegruppen in jedem Dorf aufgebaut. Die Selbsthilfegruppen zielen auf die Spar- und Kreditbedürfnisse der Frauen in den Dörfern. SHARE betreibt auch ein Lernzentren für Kinder und Kindergärten, stellt Stipendien für Mädchen bereit, unterstützt Gesundheitseinrichtungen und stellt Brunnen für Trinkwasser bereit.

SHARE erzielte, seit es eine unabhängige Organisation wurde, schnell wachsende Verkaufs- und Mitgliedszahlen, zum Einen, da die Organisation Waren in sehr guter

weiter auf Seite 6

Marketing im Fairen Handel

VERBRAUCHER INITIATIVE stellt Ergebnisse vor

Anfang Februar stellte die VERBRAUCHER INITIATIVE die Ergebnisse ihres Projektes „Fairer Handel in Deutschland“ vor, das sie im Frühjahr 2002 vom damaligen Fair Trade e.V. übernommen hatte. Auf einer zweitägigen Fachtagung Anfang März in der Evangelischen Akademie Iserlohn wurden die in europäischen Nachbarländern erhobenen Daten inte-

ressiert aufgenommen und es gelang, eine echte Aufbruchsstimmung in Hinblick auf die kommenden Aktivitäten für den Fairen Handel in Deutschland zu erzeugen. Volkmar Lübke, der in diesem Projekt mit der inhaltlichen Arbeit betraut war, gibt einen Überblick über einige Highlights der Veranstaltung.

Der Faire Handel in Deutschland ist durch eine breite Palette an Konzeptionen, Organisationen und Umsetzungen gekennzeichnet. Diese Vielfalt kann auf der einen Seite sehr positiv sein – insbesondere dort, wo sie feste Verankerungen und Anbindungen an regionale Strukturen ermöglicht. Auf der anderen Seite führt sie aber auch zu einem uneinheitlichen Bild in der Öffentlichkeit, ggf. auch zu Doppelarbeit oder gar Konkurrenzen. Bereits im Jahr 1999 wurde als Ergebnis eines Projektes des Fair Trade e.V. ein Handbuch veröffentlicht, das einen Überblick über die zahlreichen Öko- und Fair Trade Initiativen in Deutschland bot („Im Zeichen der Nachhaltigkeit“).

Nach diesem ersten Schritt kam die Idee auf, den entsprechenden Ansätzen durch gemeinsame Marketing-Strategien zu einem verbesserten Marktauftritt und erhöhten Absätzen zu verhelfen. Zu diesem Zweck wurde ein vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und dem Umweltbundesamt gefördertes Projekt mit dem Titel „Fairer Handel in Deutschland - Wege in die Zukunft. Marketingstrategien zur Förderung von fair gehandelten Produkten in Deutschland“ ins Leben gerufen. Nachdem der Fair Trade e.V. im März 2002 seine Arbeit eingestellt hatte, übernahm die VERBRAUCHER INITIATIVE

diesen Projektauftrag und führte ihn bis zum März 2003 erfolgreich zu Ende.

Bereits die Referentenliste für die Tagung in Iserlohn spiegelte wider, wie viele Aspekte das Thema „Fairer Handel“ berührt, waren doch allein drei Ministerien beteiligt. Deren Ressorts hatten sich zum Jahresende 2002 über die Aufteilung der Zuständigkeiten und zukünftige Aktivitäten beim Fairen Handel abgestimmt. Das Bundesministerium für Umwelt, Natur-

der Legislaturperiode förderwürdig sind. Das BMU und das Umweltbundesamt (UBA) haben in den letzten Jahren bereits zahlreiche Maßnahmen gefördert, bei denen insbesondere die Integration von ökologischen Aspekten und Elementen des Fairen Handels eine Rolle spielten. Vom Ansatz her wurde jeweils Wert darauf gelegt, möglichst alle mit dem Gegenstandsbereich befassten gesellschaftlichen Gruppen an einen Tisch zu bringen. Dementsprechend

ternetportal OekoFair.de (Nachfolgeportal des Internetauftrittes oeko-fair-trade-net.de), die Marketingstrategien für den Fairen Handel, die Markteinführung des neuen Transfair-Siegels, den Mesbestand für die Fairtrade Labelling Organisation International (FLO), das Informationssystem label-online.de und den Infopool „Nachhaltigkeit im Einzelhandel“.

Einen wichtigen Platz auf der Tagung nahmen die Erfahrungen aus europäischen Nachbarländern ein. In einigen Ländern wurden in den letzten Jahre enorme Umsatzerfolge mit fair gehandelten Produkten erzielt, in anderen blieb der Absatz eher konstant oder nahm sogar ab. Dies bedurfte einer Prüfung auf die Übertragbarkeit auf den deutschen Markt. Insbesondere Großbritannien, Österreich, die Schweiz und Frankreich verzeichnen in den vergangenen Jahren deutliche Umsatzzuwächse. Eine Analyse nach Warengruppen zeigt, dass ein großer Teil des weltweiten Erfolges auf Verkaufszuwächsen beim Kaffee und vor allem bei den fair gehandelten Bananen zurückzuführen ist. (Siehe Abb. 1)

Hier liegt auch ein Hauptproblem für die Fair-Händler in Deutschland: Aufgrund von Naturkatastrophen und Seuchen wurden die bereits in den deutschen Markt eingeführten Bananen mit dem Transfair-Siegel wieder zu-



Abb. 1

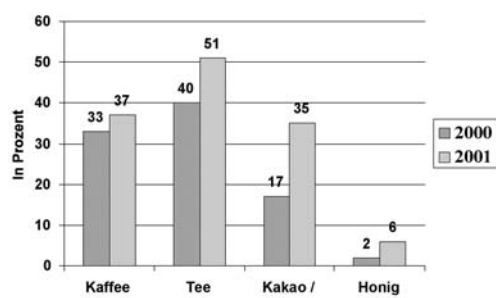
schutz und Reaktorsicherheit (BMU) als Förderer der Maßnahme stellte noch einmal dar, dass mit der Koalitionsvereinbarung und dem Bekenntnis zu nachhaltigen Konsummustern eine klarer nationaler Rahmen gesetzt sei, der auch dem Fairen Handel seinen Platz im Felde der Maßnahmen sichert, die in

konnte sich Herr Dr. Büchner vom BMU, auch gut vorstellen, in Zukunft einen „Runden Tisch“ zum Thema Fairer Handel ins Leben zu rufen.

Frau Seifert vom Umweltbundesamt belegte noch einmal das seit 1997 bestehende Engagement des UBA in diesem Bereich konkret, indem sie bisherige Projekte vorstellte: Das Handbuch „Im Zeichen der Nachhaltigkeit“, das In-

Abb. 2

Bioanteil bei TransFair – Produkten - Deutschland



Fairer Handel in Deutschland

Die Verbraucher Initiative e.V.

rückgenommen. Hier wird vor 2004 kaum mit einer Wiedereinführung gerechnet. Der Kaffee leidet vor allem unter dem großen Preisabstand, den er angesichts der ins Bodenlose gefallen Weltmarktpreise seit langer Zeit aufweist.

In Hinblick auf Beispiele für eine gelungene Distributionspolitik bildete der Beitrag von Jean Marie Krier von der österreichischen ARGE Weltläden einen Höhepunkt der Veranstaltung. In Österreich sind 64 der 78 Weltläden Mitglied im Dachverband ARGE Weltläden und haben in den letzten Jahren aufgrund einer konsequenten Professionalisierung ihrer Arbeit einen beständigen Aufschwung erfahren. Fast staunend mussten einige deutsche Zuhörer vom Geist der Kooperation erfahren, der in unserem Nachbarland zwischen Weltläden, Siegelorganisationen, Importeuren und der Vertriebschiene Supermärkte zu herrschen scheint. Dies zeigte sich besonders, seit Transfair Österreich eine landesweite Kampagne durchführt, die anteilig vom Außenministerium, den Transfair-Mitgliedsorganisationen, der EU sowie Spenden- und Sponsoring-Beiträgen getragen wird. Es ist damit gelungen, sogar Kino- und TV-Spots zu schalten und landesweit zu

plakatieren (siehe Abb. 3). Alle Fairtrade-Organisationen profitieren von dieser professionellen Kampagne und melden beeindruckende Absatzerfolge.

Wie finden wir die richtige Strategie?

Der zweite Teil der Tagung war der Debatte um die einschlagende Strategie gewidmet. Zunächst stellte Klaus Wilmsen, Umweltschutzbeauftragter und Abteilungsdirektor Qualitätssicherung der Firma Karstadt Warenhaus AG, seine Sicht des Fairen Handels dar. Mit dem frühen Engagement für Rugmark-gesiegelte Teppiche und zahlreiche Sonderaktivitäten für fair gehandelte Produkte ist Karstadt seit langem ein Protagonist des Fai-

ren Handels. Angesichts des Zögerns vieler anderer Handelshäuser könne er ab und an auch nur noch fast verzweifelt an die Kollegen appellieren kann, doch bitte bei den Promotionen mitzumachen. Dies wird wohl nur gelingen, wenn dem Handel glaubwürdig die Möglichkeit zur Realisierung von bestehenden Nachfragepotenzialen vermittelt werden kann. In Österreich war dazu die Botschaft der bevorstehenden Kampagne über die Massenmedien natürlich eine große Hilfe. Um diesen erfolgreichen Weg nachvollziehen zu können, bedarf es allerdings einer motivierenden und finanziellen Initialzündung, wie sie die deutschen Fairtrade-Organisationen aus eigener Kraft nicht aufbringen können. Der Botschaft, dass in Österreich das Startkapital vom Außenministerium stammt, kam natürlich auch in Iserlohn große Bedeutung bei.

Weiterhin wurde als notwendig herausgearbeitet, dass ein gemeinsames kommunikatives Dach entwickelt werden muss, um die sehr verwirrenden unterschiedlichen Auftritte des Fairen Handels langfristig zu überwinden. Dies gilt sowohl für die vielen einzelnen Akteure des Fairen Handels, als auch für die unterschiedlichen

Landeskampagnen, die alle über einen eigenen Slogan, eine eigene Leitidee und unterschiedliche Gestaltungsregeln verfügen.

Wie geht es weiter?

Die abschließenden Beiträge von Ludwig Nellinger aus dem Verbraucherministerium und Reinhard Palm aus dem Entwicklungsministerium machten deutlich, dass sich in Zukunft auch diese beiden Ministerien der Förderung von Projekten des ökofairen Handels widmen wollen, wobei das Entwicklungsministerium als Anknüpfungspunkt das Programm zur Armutsbekämpfung sieht, das Verbraucherministerium das Thema „Nachhaltiger Konsum“. Die anwesenden Akteure des Fairen Handels verstanden diese günstigen Zeichen der Zeit sofort und diskutierten noch auf der Tagung darüber, wie man angesichts der Möglichkeit einer Anschubfinanzierung kooperativ an die Umsetzung der anstehenden Aufgaben gehen könnte.

Als nächstes wurden Diskussionstermine im Umfeld des neu entstandenen „Forums Fairer Handel“ vereinbart, das hier seine mögliche Funktion erproben kann. Die VERBRAUCHER INITIATIVE bietet an, dabei weiterhin als Träger für übergreifende Koordinations- und Kommunikationsaufgaben Funktionen zu übernehmen, da sie auch in den kommenden Jahren als unabhängiger Verbraucherverband und „ehrlicher Makler“ zwischen den unterschiedlichen Ansätzen ihren Beitrag zu weiteren Erfolgen des Fairen Handels liefern möchte.

Volkmar Lübke, Mitglied im Bundesvorstand der VERBRAUCHER INITIATIVE und seit 2001 Betreuer des Projektes „Fairer Handel in Deutschland“



Abb. 3

Foto: Jean Marie Krier, Salzburg

Faire Vielfalt

Erstes Kaffeeforum in Düsseldorf

„Dieser Kaffee ist nicht nur fairgehandelt, er schmeckt auch klasse“. Mit diesen Worten eröffnete NRW-Umweltministerin Bärbel Höhn das erste NRW-Kaffeeforum am 3. April in Düsseldorf. Fairgehandelter Kaffee überzeugt durch erstklassige Qualität und biologischen Anbau, so die Ministerin.

Zu Erfahrungsaustausch, Diskussion und Genuss trafen sich rund 250 Teilnehmerinnen und Teilnehmer im Landeskirchenamt der Evangelischen Kirche im Rheinland. Im Mittelpunkt der Diskussion standen der Faire Handel und die Agenda-Städtecaffees. Eingeladen hatten der Eine-Welt Beauftragte der Landesregierung NRW, Dr. Thomas Fues und die Kampagne „Wir handeln fair.NRW.“.

Der Kaffeeweltmarkt ist bekanntermaßen in der Krise. Um entsprechend darauf reagieren zu können, muss mehr fairgehandelter Kaffee abgesetzt werden. Der Marktanteil für fairen Kaffee in Deutschland liegt seit Jahren nicht über der Ein-Prozent-Marke.

Um dies zu ändern, muss es zu einem Zusammenwirken aller relevanten gesellschaftlichen Gruppen kommen. Diese Feststellung war Tenor der Veranstaltung. „Wir brauchen



Foto: Jeannette Zachäus

eine Allianz für soziale Gerechtigkeit in dieser Welt“, sagte Bärbel Höhn. Wichtig sei es, mehr Einzelhändler, Großverbraucher und Kantinen als Multiplikatoren zu gewinnen und die Informationen an mehr Menschen zu geben. Mit den Städtecaffees sei eine tolle Aktion entwickelt worden, mit der es gelungen sei über das Zugehörigkeitsgefühl zu einer Stadt oder Region das Interesse zum Fairen Handel zu wecken. Mittlerweile können in 57 Städten in NRW Kaffeeliebhaber ihren fairen Kaffee genießen. Die passenden Pendanten zu den

überregionalen Kampagnen „Pottcafé“, „Rheinische Affaire“ und „Niederrheincafé“ bilden die vielen Städtecaffees an Rhein, Ruhr und Weser.

„Die heutige Veranstaltung – das zeigt nicht zuletzt das enorme Interesse – ist ein wichtiger Schritt zur Verwirklichung unserer gemeinsamen Vision, drei Prozent Marktanteil im Jahr 2010 für den fairen Kaffee zu erreichen“, schloss Dr. Thomas Fues am Ende der Tagung. Er wolle sich dafür einsetzen, dass die Landesregierung in diesem Bereich ein Vorreiterrolle übernehme.

Fortsetzung von Seite 3

Qualität produziert und zum Anderen, da das Ausmaß an Selbsthilfe für ausländische Handelsgesellschaften sehr attraktiv ist. Die Produktionseinheiten von SHARE sind in 27 Zentren auf den Dörfern verteilt.

„Einkommen ist ein wichtiger Faktor für Veränderung. Aber es ist nicht der einzige“. Dies ist in wenigen Worten ausgedrückt, die Meinung der Frauen von SHARE. Ein Vergleich der Einkommen von SHARE mit den sonst üblichen Arbeitslöhnen zeigt, dass die Arbeit in SHARE sich wegen

des Einkommens allein nicht lohnt. Viele Frauen erreichen über ihre Arbeit andere Ziele. Einige von ihnen sind beispielsweise Entscheidungsträgerinnen ihrer Panchayats (Kommunalverwaltung) in den sonst von Männern dominierten Dörfern.

Für die SHARE Produzentinnen bedeutet der Ausbau ihrer Fähigkeiten, dass sie ihr Leben kontrollieren und über ihre Arbeit selbst entscheiden können. Die Verbesserung beispielsweise von Design, der Qualität, des Finanzmanagements etc. ist für sie eine Folge der Selbstständigkeit. Vielleicht ist dieses Vorgehen nicht effizient im Sinne der Produktion, vor allem weil es nicht geplant wird. Aber es hat sich als eine hilfreiche Methode herausgestellt, weil die Frauen die Verbesserungen mittels des Erfahrungslernen verinnerlichen konnten.

Nishant Pandey, OXFAM- Indien



Weltladentag 17. Mai 2003

Sattmacher gesucht

Beim Europäischen Weltladentag geht es in jedem Jahr darum, die Unterstützung der Verbraucher(innen) für die Forderungen des Fairen Handels einzuholen. Bisher geschah das mit Hilfe von Postkarten, Food Boxen und anderen Mitteln. Auch in diesem Jahr wurden Aktionen entwickelt, die die Neugier von Verbraucher(inne)n und Medien wecken können: Fotos für das Recht auf Nahrung.

Auch die Produzenten im Fairen Handel sind in der typischen Situation aller Kleinbauern im Süden: Die Regeln des Welt Handels bedrohen ihre Existenz und gefährden ihr Recht auf Nahrung. Das Leitmotiv der Aktion soll das zeigen: Der leere Teller, den die Produzenten in Händen halten

und mit dem auch die Gäste fotografiert werden sollen. Der Appell richtet sich an Gäste beim Weltladentag. Sie sollen sich mit den Kleinbauern solidarisch erklären, indem auch sie sich mit einem leeren Teller fotografieren lassen. Als Informationsgrundlage dienen die Materialien, die der Weltladen-

Sinnlich und fair:

Genussgarten eröffnet auf der Landesgartenschau

Ein sinnlicher Rundgang führt in die Welt der Genussmittel Kaffee, Kakao und Bananen. Wie kamen sie nach Europa? Unter welchen Bedingungen werden sie produziert? Was leistet der Faire Handel?

Die grenzüberschreitende Landesgartenschau NRW in Gronau und der niederländischen Stadt Losser bietet auf einem Rundgang diese Informationen. Nicht nur der Kaffeeparcours, bei dem die Besucher(innen) selbst in die Rolle der Kaffeepflanzer schlüpfen, sondern auch Riechproben und Fühlkästen vermitteln die Besonderheit und Exotik der Früchte. Besonders für Kinder und Jugendliche gibt es viele Aktionsmöglichkeiten. Der Genussgarten ist Teil des „Grünen Klassenzimmers“ der LAGA 2003 und bietet für Schulklassen einen 90minütigen Workshop.

Im Genussgarten auf dem Gronauer Inselpark dreht sich alles um den Fairen Handel, die Klima-Entwicklung und

natürlich um eines: den Genuss. Und zwar um den Genuss für die Besucher. Die können dort nämlich fair gehandelte Produkte genießen, etwa eine Tasse dampfenden Kakao. Oder den Duft frisch gemahlener Kaffeebohnen riechen. Und das alles in einem überdimensionalen Gewächshaus, dem Herz des Genussgartens.

Doch beim kulinarischen Genuss bleibt es nicht: Während der LAGA wird die landesweite Kampagne „Wir handeln fair. NRW“ am Genussgarten Station machen. Eine Ausstellung vermittelt die Geschichte des Handels mit Kaffee, Kakao und Bananen und erklärt die Strukturen des weltweiten Handels mit diesen Produkten. **Weitere Informationen:** www.laga2003.de

Dachverband herausgegeben hat. Die Abzüge bzw. Ausdrucke der Fotos im Format 9x13 cm werden auf ein vorbereitetes Plakate geklebt und ins Schau-fenster oder auf Schautafeln geklebt. Dort ist auch Platz für die Namen der Gäste. Diese Fotoplakate können im Schau-fenster des Weltladens, am Stand in der Fußgängerzone oder überall, wo eine Aktion durchgeführt wird, ausgehängt werden und dokumentieren, wie die Aktion vorangeht. Jede/r, der/die sich fotogra-



fieren lässt, erhält zum Dank einen Anstecker (Pin) mit der Abbildung eines Tellers und dem Slogan „Ich bin ein SATTMACHER“. Denn die Unterstützung für die Forderungen der Weltläden bedeutet, sich dafür einzusetzen, dass andere Menschen satt werden.

Die Idee für den Weltladentag 2003: Fotos als Beitrag der Kunden und gute Werbung für die Produkte. Der Ansteck-Pin kann darüber hinaus als Wer-

WTO-Zeitplan nicht eingehalten:

Entwicklungsländer müssen weiter auf gerechteren Agrarhandel warten

Die Frist für die Einigung über ein neues Agrarabkommen bei der WTO in Genf ist Anfang April ergebnislos verstrichen: Die WTO steckt in einer ernststen Glaubwürdigkeitskrise. „Die Verhandlungen scheitern an der fehlenden Bereitschaft der Industrieländer, ernsthaft zu verhandeln und den Entwicklungsländern entgegen zu kommen.“

Damit werden die WTO und der multilaterale Prozess erheblich in die Kritik geraten. Die Zeit der internationalen Rücksichtnahme scheint zu Ende zu gehen, auch für die EU, die nicht bereit ist, ihre umstrittene Agrarpolitik zu reformieren. Die Doha-Verhandlungsrunde der WTO, die eine Entwicklungsrunde sein sollte, hat sich festgefahren“, kritisierte Rainer Engels, Kampagnenleiter von Germanwatch.

„Für Entwicklungsländer ist der derzeitige Entwurf für ein neues Agrarabkommen unannehmbar. Während Industrieländer ihre Landwirtschaft weiterhin hoch subventionieren dürfen, soll die kaum noch geschützte Landwirt-

schaft der Entwicklungsländer zu einer weiteren Zoll- und Subventionssenkung gezwungen werden - um bis zu 40%!“ ergänzte Marita Wiggerthale, Agrarreferentin bei Germanwatch.

Germanwatch begrüßt die Nichteinigung in Genf und die Fortführung der Verhandlungen in allen Bereichen und appelliert an die EU und die anderen Industrieländer, den eingeschlagenen Weg unbeirrt fortzusetzen und sich für eine multilaterale Gestaltung gerechter Weltwirtschafts- und Agrarverhältnisse einzusetzen. Das sei nötig als europäischer Beitrag zu einer Weltfriedensordnung.

Quelle: Germanwatch

begab genutzt werden. Eventuelle Kooperationen mit Fotoläden sind sicher auch möglich.

Alle Fotos nach Berlin !

Zielsetzung ist, dass mindestens 50.000 Fotos zusammen kommen. Diese Fotos sollen dann im Anschluss an den Ökumenischen Kirchentag an Verbraucherministerin Renate Künast überreichen.

Die Aktion SATTMACHER will möglichst viele Unterstützer für die Forderungen und zugleich viele neue Kunden für den Fairen Handel gewinnen. Sich für die Mitwirkung zu bedanken, ist aber nicht nur eine Sache der Höflichkeit. Es ist zugleich der Anknüpfungspunkt für das zweite Anliegen

der Weltläden: Die Werbung für fair gehandelte Produkte. Deswegen ist der Pin nicht das einzige Dankeschön: Die Importorganisationen Banafair, dritte-welt partner, EL PUENTE und gepa bieten verschiedene Probepäckchen fair gehandelter Produkte an, die mit dem Pin überreichen werden können.

Als Illustration des Themas wird eine Serie von drei Postern angeboten, auf denen Produzenten inmitten ihrer Produkte abgebildet sind - aber mit leerem Teller. Der Slogan dazu lautet: „Billiger Kaffee macht nicht satt – Fairer Handel schon“

Abbildungen und weitere Informationen gibt es unter www.weltlaeden.de

Netzwerke für Globales Lernen

Die Abschlusserklärung des Bildungskongresses „Netzwerke für Globales Lernen“, der Anfang November 2002 in Hannover stattgefunden hat, ist jetzt herausgekommen. Mehr als 120 Teilnehmer aus Bremen und Niedersachsen und aus Ländern des Südens sprachen drei Tage über die Verbesserungen der Rahmenbedingungen für Globales Lernen. Der Trägerkreis fasst die Ergebnisse, Erwartungen und Anforderungen in der Erklärung zusammen.

Bezug: Projektbüro Süd-Nord/VBN/VEN, Barnstorf, Tel 0 54 42/99 10 27, Fax 0 54 42/22 41, E-Mail: globales.lernen@vnb.de

Osnabrücker Fairführer neu erschienen

Vor drei Jahren erschien der bundesweit erste „Fairführer“ in Osnabrück. Die Herausgeber informierten damals über die Praxis und die Hintergründe des Fairen Handels. Der „Osnabrücker Fairführer“ fand reißenden Absatz und viel Nachahmer. Nun ist die zweite Auflage erschienen. Das Angebot fairgehandelter Waren hat sich inzwischen erheblich vergrößert. Ebenso ist die Anzahl der Verkaufsstellen um ein Vielfaches gesteigert. Der „Fairführer“ informiert aber auch über Entwicklungen und Hintergründe, Siegel und Fairhandelshäuser.

Erhältlich bei: SüdNord Beratung, Tel 0541 / 9 98 69 99, Fax 0541 / 2 02 24 15, E-Mail: suednord-osna@t-online.de

Neue Internetpräsenz

Der Verband Entwicklungspolitik (VENRO) präsentiert sich mit neuem Signet und einer

vollständig umgestalteten Internetseite.

Die VENRO-Website www.venro.org bietet in übersichtlicher und komplett überarbeiteter Form Themen- und Serviceangebote zur Arbeit und den Positionen des Verbandes. Sie ermöglicht den Zugang zu allen aktuellen VENRO-Publikationen und -Pressemittellungen. Die „Mitglieder-Datenbank“ liefert nicht nur Grunddaten, sondern auch die Tätigkeitsprofile und Länder, in denen sich die VENRO-Mitgliedsorganisationen im Rahmen ihrer jeweiligen Programm- und Projektarbeit engagieren.

Neues Stück der BERLINER COMPAGNIE

Terra! Terra! - Eine Sojabohne packt aus!

Masken, Songs, farbenprächtige Kostüme, Slapsticks und eine Handlung mit überraschenden Wendungen - die Zuschauer(innen) dürfen ein pralles Volkstheater mit Erkenntniswert erwarten. Es geht um Agrarexport, Landvertreibungen und Widerstand dagegen.

Der abenteuerliche Weg der Sojabohne „Sojaja“ beginnt mit ihrer Verführung durch „Mr. Agrobusiness“ Gift sowie der Trennung von ihrem Freund Schwarzböhrich, er endet mit einem glücklichen Wiedersehen der Liebenden. Weiter Informationen und Aufführungsdaten finden sich unter:

www.berlinercompagnie.de

Termine

10. Mai, Amperpettenbach Eigenimportmesse im FAIR Handelshaus Bayern

Die ursprünglich für den 5. April vorgesehene Eigenimportmesse musste verschoben werden und findet nun am 10. Mai von 10 - 14 Uhr im FAIR Handelshaus Bayern statt. Zeitgleich findet im Haus eine Genossenschaftsversammlung und eine Produktschulung zum gepa Schwerpunkt „Kakao“ statt. Aussteller, die Eigenimporte präsentieren möchten, melden sich bitte bei *Elisabeth Dersch* an. *Per Fax unter 0 81 33/67 44, per E-Mail: beratung@fairbayern.de.*

oder Tel 0 81 33/91 78 06

16./17. Mai, Wuppertal

In Gerechtigkeit investieren

„Echter Glaube reicht in die Kreisläufe der Wirtschaft“ – Anfang des 20. Jahrhunderts entschieden sich christlich geprägte Investoren in England und den USA, kein Geld mehr in sogenannte „sin-stocks“ – als Aktien von Unternehmen der Rüstungs-, Glücksspiel-, Pornographie- und Suchtmittelindustrie anzulegen. Ein zweitägiges Seminar soll Aufschluss in die komplizierten Sachverhalte geben.

Anmeldung und Info: Ökumenische Werkstatt der VEM, Tel 0202 / 8 90 04-810, Fax 0202/ 8 90 04-840, E-Mail: oewe-wup@vemission.org

22. Mai, Amperpettenbach

Lokale Agenda 21 und Fairer Handel – Für Interessierte aus Kirchengemeinden, Agenda- und Eine-Welt-Gruppen

Die Rio-Konferenz für Umwelt und Entwicklung 1992 hat die Lokale Agenda 21 begründet: Auch die Kommunen sollen Verantwortung für Zukunft und Nachhaltigkeit wahrnehmen. Vor Ort sind Antworten auf globale Fragen zu suchen. Welche Möglichkeiten es dafür gibt und welchen Beitrag dazu der Faire Handel leisten kann, ist Thema dieser Abendveranstaltung.

Information und Anmeldung: FAIR Handelshaus Bayern

24. Mai, München

„Wem gehört der Reis, der Mais ...?“

Das Eine-Welt-Handelstreffen des Diözesanrats der Katholiken in der Erzdiözese München, findet am 24. Mai in der *Münchener Geschäftsstelle* (Schrammerstrasse 3/VI) statt. Herwart Groll von Misioner berichtet über die Kampagne „Kein Patent auf Leben“. Am Nachmittag gibt es aktuelle Workshops rund um den Fairen Handel. Interessierte erhalten das Programm-Faltblatt beim *Diözesanrat München, Tel 0 89/21 37-1262 oder E-Mail: dioezesanrat@erzbistum-muenchen.de* Mitveranstalter sind das FAIR Handelshaus Bayern sowie Fairkauf Handelskontor München.