



BEI

Bündnis Eine Welt
Schleswig-Holstein

www.bei-sh.org



Faire Kommunen in Schleswig-Holstein

Herausgegeben vom Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein (BEI),
in Zusammenarbeit mit dem Weltladen Heide e.V.

Redaktion: Markus Schwarz
Lektorat: Sandro Szczesny, Christina Bloch
Konzeption/Gestaltung: Maike Neu
Fotonachweis: TransFair e.V./Sean Hawkey: Titelseite (links, rechts mittig), S. 25;
Jürgen Hanika/Stadt Norderstedt: Titelseite (rechts oben), S. 4, 5, 6,
7, 8 (links), 9 (alle), 13, 14 (beide), 15, 16, 17 (beide), 24;
Mano Peters: Titelseite (rechts unten), S. 6, 11 (unten), 12, 22, 25;
Janine Streu/Lübeck und Travemünde Marketing GmbH: S. 8;
Stefanie Nowatzky: S. 11 (oben); TransFair e.V./Miriam Ersch: S. 21.

Mit finanzieller Unterstützung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, der BINGO!-Projektförderung Schleswig-Holstein und Fairtrade Deutschland.



Die Veranstaltungen, die dieser Broschüre zu Grunde liegen, wurden in Kooperation mit Fairtrade Deutschland, dem Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume des Landes Schleswig-Holstein und dem Städteverband Schleswig-Holstein ausgerichtet, sowie in 2014 in Zusammenarbeit mit der Stadt Norderstedt, dem Weltladen Norderstedt und 2015 mit der Stadt Meldorf, dem Verein Agenda 21 für Meldorf und dem Eine Welt Laden Meldorf durchgeführt.



Für den Inhalt sind die Herausgeber allein verantwortlich.
Abdruck und sonstige Publikation sind erwünscht, jedoch nur unter Angabe der Quelle gestattet.
© Dezember 2015, Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein, Kiel

Herausgeberadresse:



Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein e.V., BEI
Walkerdamm 1
24103 Kiel
Tel.: 0431 / 67 93 99-00
Fax: 0431 / 67 93 99-06
Mail: info@bei-sh.org



Einsatzstelle des BEI für den Promotor für
Fairen Handel, Nachhaltige Beschaffung
und Unternehmensverantwortung ist der
Weltladen Heide e.V.
Markt 28
25746 Heide

Fairer Handel im Land und vor Ort

Die Kampagne Fairtrade Towns in Schleswig-Holstein

– Bilanz und Einordnung 4

Wie verankere ich Fairen Handel dauerhaft in der Stadt?

Anfangen mit Positiven Beispielen 7

Angekommen?

Wie Akteure den Fairen Handel in Schleswig-Holstein wahrnehmen 11

Fairer Handel konkret

Fair in Schule und Ausbildung

Franz Maletzke 13

Engagement breiter aufstellen und besser planen

Ina Streichert 15

„bio-regio-fair“ - Fairer Handel in der Gastronomie und Hotellerie

Markus Schwarz 17

Partnerschaften und Fairer Handel

Katharina Desch 20

Fairer Handel im Stadtmarketing und „Nachhaltigem Tourismus“

Martin Weber 22

Zusammenfassung

Ausblick zum Fairen Handel in Schleswig-Holstein 24

Siegel-Übersicht 28

Weltladenlieferanten 30

Adressen für weitere Informationen 31

Kampagne Fairtrade Towns in Schleswig-Holstein

Bilanz und Einordnung

Der Faire Handel hat in Schleswig-Holstein bereits eine lange Tradition. Schon vor der Jahrtausendwende führte das damalige Ministerium für Umwelt, Natur und Forsten des Landes Schleswig-Holstein die Agenda21-Aktion „Von Küste zu Küste handeln wir fair“ durch. Von 1999 bis 2004 folgte dann die Kampagne „Fair kauft sich besser“, welche zum Beispiel die erste landesweit organisierte „Faire Woche“ hervorbrachte.

Viel Bildungsarbeit und Sensibilisierung war mit diesen Aktionen und Kampagnen verbunden, Weltläden in Schleswig-Holstein leisten zudem seit mehr als 30 Jahren Aufklärungs- und Öffentlichkeitsarbeit und mit ihrem Verkauf von fair gehandelten Produkten einen zentralen Beitrag zur Verbesserung der Lebensbedingungen in Ländern des Globalen Südens.

Als 2009 die Kampagne „Fairtrade Towns“ in Deutschland startete, dauerte es entsprechend nicht lange bis sich auch in Schleswig-Holstein mehrere Städte auf den Weg machten, diesen Titel zu erhalten. Kiel und Norderstedt waren die ersten Kommunen, welche die Auszeichnung im Lande anstrebten, **2011** war es dann jedoch die **Hansestadt Lübeck**, die mit einer breit angelegten Aktivgruppe von engagierten BürgerInnen, Vereinen, Geschäften und Einrichtungen die Politik davon überzeugte, den letzten Schritt zu gehen und sich der Kampagne ebenfalls anzuschließen. Die Gruppe in der Hansestadt setzte sich zusätzlich das Ziel, die erfolgreichen Aktionen und Anregungen auch an andere Kommunen und Engagierte im Land weiterzugeben.

Seit Mai 2012 unterstützt das Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein als Eine-Welt-Landesnetzwerk das Vorbringen des Fairen Handels im Rahmen eines neuen Projektes. Entwicklungspolitische Themen – u.a. der Nachhaltige Konsum – werden im Land „promotet“ und in die Fläche getragen. Gruppen und Einrichtungen, die sich diesbezüglich engagieren, können seit dem noch intensiver unterstützt und miteinander vernetzt werden.

So konnte im Oktober 2012 eine Konferenz in Kiel zu „Fairen Städten“ in Schleswig-Holstein mit dem Landesumweltministerium angeregt und durchgeführt werden. Schon hier zeigte sich, dass die Idee, sich als Faire Kommune auszeichnen zu lassen und sich an anderen Beispielen zu orientieren, Früchte trug. Eckernförde und die Gemeinde Neudorf-Bornstein erhielten kurze Zeit später – im Herbst 2012 – die Auszeichnungen für ihre Aktivitäten zum Fairen Handel.

Der Wunsch, sich über das eigene Engagement und das Zusammenbringen lokaler Akteure für den Fairen Handel noch stärker auszutauschen, zeigte sich auch beim Fachtag „Eine Welt in Schleswig-Holstein“ im Oktober 2013 in Eckernförde, als der Faire Handel in Kommunen des Landes in einer Arbeitsgruppe diskutiert wurde.



Begrüßung beim Netzwerktreffen 2014 in Norderstedt durch Ina Streichert

Über Newsletter des BEI, gegenseitige Besuche der Gruppen und Berichte entstanden weitere Verbindungen zwischen engagierten Menschen, welche das Bild von vielen „Fairen Kommunen“ in Schleswig-Holstein weiter vergrößerten. Auch wurde die Idee geboren, neben kleineren Treffen und digitalen Verteilern auch den direkten Austausch der knapp 20 Gruppen und Initiativen im Land herzustellen – ein Netzwerktreffen sollte her und konnte in Norderstedt 2014 das erste Mal realisiert werden.

Neben dem persönlichen Austausch steht auch im Vordergrund, die Stärke der Gemeinschaft dieser so vielen engagierten BürgerInnen und Einrichtungen zu zeigen. „Faire Kommunen“ verdeutlichen, dass es sehr wohl möglich ist, sich in „klammen“ Städten für Gerechtigkeit, Miteinander und globale Verantwortung einzusetzen – und sich in diesen Zeiten in unserer „Einen Welt“ nicht auseinanderdividieren zu lassen.

Sichtbar-machen des Engagements für Fairen Handels

In der Beschäftigung mit der Frage von nachhaltigem Konsum ist die Auseinandersetzung mit Fairem Handel vor Ort immer nur ein Anfang. Durch eine Fairtrade Town-Aktion werden Diskussionen angeregt, Ernährungs- und Einkaufsgewohnheiten hinterfragt und Vorurteile widerlegt. Weitere Schritte und Themen können durch die Kampagne angeregt oder ergänzt werden.

Hierbei immer wieder globale Zusammenhänge aufzuzeigen und kontinuierlich neue Partner zu gewinnen, führt zu einer festen Verankerung des Fairen Handels und einem globalen Verständnis in den Städten des Landes. Die Vielfalt von Beispielen, wie dies gelingen kann, ist erstaunlich: Ende 2014 gab es elf, Ende 2015 bereits 14 ausgezeichnete „faire“ Kommunen¹, insgesamt knapp 25 Gruppen, von Großstädten bis zu kleinen Gemeinden –

faszinierend und ermutigend wie global-gerechter Handel in diesen Orten thematisiert wird.

Als Eine Welt Landesnetzwerk freuen wir uns, so viele Menschen zusammenzubringen, die das Bewusstsein für die Eine Welt in ihren Kommunen schärfen und praktisch, kreativ und gemeinsam umsetzen. Fairer Handel schafft eine Verbindung von uns als KonsumentInnen im Globalen Norden zu den ProduzentInnen im Globalen Süden. Durch den Kauf fair gehandelter Produkte haben wir direkten Einfluss darauf, dass sich die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Menschen in sogenannten Entwicklungsländern verbessern – es ist praktische Entwicklungszusammenarbeit.

Die Kampagne Fairtrade Towns schafft es, dies sichtbar zu machen – lokal und nun auch landesweit.

Zusammenarbeit für neue Ideen und das Bewältigen von Herausforderungen

Die mittlerweile existierende Vernetzung der Kommunen in Schleswig-Holstein hilft, den Herausforderungen zu begegnen und sich gegenseitig Anregungen und Unterstützung zu geben.

Nicht nur: wie fange ich an und wie bekomme ich mehr Mitstreiter, sondern eben immer öfter auch: wie geht es eigentlich weiter: wie will ich bzw. wie wollen wir, dass Fairer Handel in einer Kommune verankert ist? Reicht uns eine Urkunde oder ist dies nicht erst der Anfang - hinzu einer Selbstverständlichkeit von fairem Kaffee, Tee und Blumen bei öffentlichen Veranstaltungen und in den Geschäften vor Ort?

Neben diesen praktischen oder perspektivischen Fragen, sind auch die Veränderungen innerhalb des Fairen Handels zu berücksichtigen. Der Faire Handel ist divers, unterliegt selber Veränderungsprozessen, erfährt Kritik und Nachfragen aus den Medien. Immer mehr sogenannte „Siegel“ preisen sich damit, nachhaltig, ja sogar Fair zu sein. Immer schwieriger wird es dadurch die eigentlichen Grundzüge des Fairen Handels zu erklären und die Chancen und Leistungen zu sehen, welcher er eröffnet.

Der Faire Handel ist **kein Allheilmittel** und auch nicht die Patentlösung für die Überwindung von Armut und Hunger. Aber es setzt einen alternativen Ansatz dem real existierenden Welthandelssystem entgegen. Ein Handel, der auf Augenhöhe, langfristig, vertrauensvoll und gerecht gestaltet ist.

Natürlich gibt es auch hierbei unterschiedliche Wege, diesen Fairen Handel zu erreichen bzw. zu beschreiten.

Über **anerkannte Lieferanten** und Händler, welche ausschließlich mit fairen Produkten handeln, sich umfassenden Kontrollen als Unternehmen unterwerfen und nachweisen, dass sie internationale Standards einhalten. Über **Siegel** – allen voran über das Fairtrade-Siegel – gibt

Kampagne Fairtrade Towns in Schleswig-Holstein

Bilanz und Einordnung

es einen zweiten Weg Produkte zu erkennen, die nach den Prinzipien des Fairen Handels hergestellt wurden. Auch hierauf kann man vertrauen und auch hier gibt es wie bei jedem Zertifizierungssystem Anpassungen, Veränderungen und Verbesserungen.

Mit diesen Entwicklungen Schritt zu halten, während man selbst gerade versucht Politiker oder die Stadtverwaltung von fairen Produkten zu überzeugen, ist in der Tat eine Herausforderung.

Diese Grundzüge, diese Grundideen des Fairen Handels zu verstehen, mag oftmals für Gruppen komplex sein, aber genau darüber kann auch erst eine Diskussion entstehen, Erläuterungen vermittelt und auch ein Verständnis in der Bevölkerung geschaffen werden. Umso wichtiger, bei diesen Herausforderungen zusammenzuarbeiten und von Erfahrungen, Argumentationen und Beispielen zu profitieren.

Dies war der Ausgangspunkt für landesweite Netzwerktreffen der Fairtrade Towns in Schleswig-Holstein.



Eröffnungsplenum Netzwerktreffen 2014

Unter dem Titel „Faire Kommunen in Schleswig-Holstein“ konnte am 14. November 2014 das erste Vernetzungstreffen des Landes im Norderstedter Rathaus realisiert werden. 54 Teilnehmer_innen nutzten den Tag zum inhaltlichen Austausch bei anregenden Diskussionen und zur Positionsbestimmung für das gesamte Land Schleswig-Holstein in Bezug auf die Kampagne Fairtrade Towns. Die Überlegungen einen Austausch aller Fairtrade Towns im Land zu organisieren, starteten dabei bereits im Jahr 2013. Anstoß gab ein Seminar im Bildungszentrum für Natur und Umwelt in Flintbek zur sozialgerechten Beschaffung. Dort wurde aus Sicht der Kommunen und Kirchen diskutiert, wie faire Produkte den Weg in öffentliche Verwaltungen und Einrichtungen finden, ohne gegen Haushaltsgrundsätze und Vergaberecht zu verstoßen. Markus

Kampagne Fairtrade Towns in Schleswig-Holstein

Bilanz und Einordnung

Schwarz vom Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein, und Franz Maletzke, Michael Lamprecht und Ina Streichert als Vertreter der Steuerungsgruppe der gastgebenden Fairtrade Stadt Norderstedt organisierten in 2014 daraufhin die Veranstaltung zur Vernetzung der „Fairen Kommunen“.

Mit den positiven Ergebnissen und ausdrücklichen Wunsch der Teilnehmer_innen des Treffens in Norderstedt regelmäßige Austauschveranstaltungen in dieser Form zu organisieren, erklärten sich bereits auf der Veranstaltung in Norderstedt mehrere Städte bereit, die kommenden Netzwerktreffen auszurichten.

Am 13. November 2015 lud Meldorf anlässlich des eigenen 750-Jahr-Stadt-Jubiläum die Fairen Kommunen Schleswig-Holsteins zu sich ein. Die Organisation übernahm wiederum Markus Schwarz vom BEI, in enger Abstimmung mit Bürgermeisterin Anke Cornelius-Heide, Ingrid Hemke vom Verein Agenda 21 für Meldorf, Elfriede Clasen vom Eine Welt Laden Meldorf, sowie Heiner Wedemeyer vom Kirchenkreis Dithmarschen.



Begrüßung Anke Cornelius-Heide Meldorf 2015

Als Kooperationspartner konnten bereits zu Beginn der Veranstaltungsidee das Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume des Landes Schleswig-Holstein, sowie der Städteverband Schleswig-Holstein gewonnen werden.

Auch Fairtrade Deutschland als Ausrichter der Kampagne „Fairtrade Towns“ unterstützte die Veranstaltung maßgeblich.

Als Teilnehmer_innen-Kreis der Treffen wurden sowohl die bereits ausgezeichneten Kommunen als auch diejenigen Städte und Gemeinden eingeladen, welche sich in Schleswig-Holstein auf dem Weg zur Auszeichnung befinden.



Markus Schwarz bei der Präsentation der Diskussionspunkte beim Netzwerktreffen 2014

In dieser Broschüre fasst Markus Schwarz vom BEI die Erkenntnisse der beiden ersten Netzwerktreffen, in Norderstedt 2014 und Meldorf 2015, zusammen. Die zentralen Punkte der Arbeitsgruppen der beiden Treffen wurden von den jeweiligen Moderator_innen erfasst.

¹ Ausgezeichnete Städte (Stand: Dezember 2015): Lübeck, Eckernförde, Gemeinde Neudorf-Bornstein, Kellinghusen, Kiel, Eutin, Norderstedt, Gemeinde Blunk, Meldorf, Heide, Kaltenkirchen, Bad Oldesloe, Rendsburg, Gemeinde Stockelsdorf.

Wie verankere ich Fairen Handel dauerhaft in der Stadt?

Anfangen mit positiven Beispielen

Der Nutzen von Netzwerken besteht darin, dass Mitglieder dieses „Netzes“ erstens gemeinsam stärker sein und zweitens von einander profitieren können. Die organisierten Netzwerktreffen der „Fairen Kommunen“ in Schleswig-Holstein sind in dieser Hinsicht eine Möglichkeit, die vielen Beispiele von Aktivgruppen zusammenzutragen und auszutauschen, welche „erste Schritte“ oder positiven Beispiele hilfreich sind, Fairen Handel und Nachhaltigen Konsum in einer Kommune zu verankern. Der Rückblick auf die Erfahrungen in Schleswig-Holstein soll hier zusammengefasst werden.

Kriterien und Standards kennen

Faire Kommune zu werden bedeutet sich für den Fairen Handel in seiner Umgebung einzusetzen und andere davon zu überzeugen. Dies kann über die Mitarbeit und das Engagement in einer Fairhandelsgruppe oder lokalen Weltladen starten oder im/über den eigenen Betrieb, Geschäft oder Einrichtung. Mit der Kampagne Fairtrade-Towns kann dieses einzelne Engagement gebündelt und exemplarisch dargestellt werden. Wichtigster erster Schritt, sich für den Fairen Handel in seiner Kommune stark zu machen, ist entsprechend sich mit den Grundzügen der Idee, der Kampagne und seinen Kriterien auseinanderzusetzen. Dies umfasst u.a. die unterschiedlichen Wege des Fairen Handels nachzuvollziehen und wie diese – im Rahmen der Kampagne – in Form von Nachweisen und Siegeln beschriftet werden. Die geführten Diskussionen bei den Netzwerktreffen in Schleswig-Holstein und auch bei einzelnen Auftakt- und Auszeichnungsveranstaltungen in den Städten und Gemeinden zeigen, dass die Veränderungen im Fairen Handel, kritische Medienberichte, und neue Produktgruppen die Auseinandersetzung mit diesen Fragen immer wieder zu einer Herausforderung machen.



Lisa Herrmann Diskussion 2014

2014 zeigte die Diskussion auf einem „Heißen Stuhl“ mit Lisa Herrmann als Kampagnenleiterin von Fairtrade Towns, dass viele Fragen immer wieder neu auftauchen, sei es die Diskussion, welche Kriterien bei Fairtrade-Mischprodukten angelegt werden (alles, was es fair gibt, muss auch fair sein. Und das mindestens 20 Prozent!) oder die Regelungen der Fairhandelsimporteure zum sogenannten „Mengenausgleich“².

Informationen zu diesem Thema finden sich in erster Linie auf den Seiten der Fairhandels-Organisationen in Deutschland, allen voran bei Fairtrade Deutschland, dem Forum Fairer Handel und auch dem Weltladendachverband. Neben dem ausdrücklichen Hinweis von Lisa Herrmann, sich bei Fragen zu Fairtrade und den Fairtrade-Town-Kriterien jederzeit bei ihr zu melden, kann auch auf einen „Heißen Stuhl“ von Dieter Overath in 2014 hingewiesen werden, der als Geschäftsführer von Fairtrade Deutschland in einem Live-Chat Rede und Antwort gestanden hatte. Dieser ist unter: <http://www.fairtrade-deutschland.de/nc/top/live-chat-overath/> nachzuhören.

Voneinander lernen in Schleswig-Holstein

Die Auseinandersetzung und vor allem Umsetzung dieser vielen Diskussionen findet oftmals bereits in anderen Gruppen im Lande statt. Die unterschiedlichen Siegel und Nachweise, welche für den Fairen Handel stehen, sind z.B. im Stadt-„Fairführer“ der Steuerungsgruppe der Fairen Stadt Lübeck sehr gut aufgelistet.

Wie erkenne ich fair gehandelte Produkte?

Die Frage, was Fairer Handel ist und was nicht, ist strittig. Wir haben das übernommen, was das Forum Fairer Handel festgelegt hat und was auch für die Kampagne Fairtrade Towns gilt.

Danach sind fair gehandelte Produkte

- Produkte von anerkannten Lieferanten. Das sind die Mitglieder der World Fair Trade Organization (WFTO) sowie zusätzlich diejenigen, die vom Weltladendachverband im "Lieferantenkatalog" anerkannt sind, also GEPA, El PUente, dwp, BanaFair, Clobo, Contigo, usw. und
- Produkte mit anerkanntem Produktsiegel. Das sind das Fairtrade-Siegel, das Naturland-Fair-Siegel, sowie die Fair-Zertifizierungen durch Ecocert und IMO ("Fair for life")

Alle anderen erfüllen nicht die international anerkannten Kriterien des Fairen Handels, sowie sie von WFTO und FLO erarbeitet und gegenseitig akzeptiert wurden. Die Kriterien der o.g. anerkannten Lieferanten sind oft anspruchsvoller als die von Fairtrade.

Produkte mit anerkannten Produktsiegeln:

Die Leistungen folgender Importeure des Fairen Handels gehen über die Standards des Fairtrade-Siegels hinaus:

Dies zeigt wie sehr eine neue Aktivgruppe auf dem Weg zu einer Fairen Kommunen von anderen Beispielen profitieren kann. Lübeck ist dabei besonders hervorzuheben: Als erste Fairtrade-Stadt in Schleswig-Holstein hatte es

Wie verankere ich Fairen Handel dauerhaft in der Stadt?

Anfangen mit positiven Beispielen

sich die Gruppe zur Aufgabe gemacht, auch andere Städte und Aktive zu motivieren. So war u.a. eine Delegation der zweiten SH-Fairtrade-Stadt Eckernförde gleich zu Beginn ihrer Anstrengungen zu Besuch in Lübeck, um sich Anregungen zu holen. Ähnliche Treffen folgten mit umliegenden Städten und Gemeinden, wie z.B. aus Blunk oder Stockelsdorf, oder auf landesweiten Veranstaltungen wie 2012 in Kiel.

Auch die Aktivgruppe aus Kaltenkirchen holte sich anfänglich Anregungen beim Weltladen in Norderstedt, die Kampagne in Meldorf begann ihrerseits mit einer Diskussionsveranstaltung zu/mit den Erfahrungen aus Eckernförde.

Der gegenseitige Besuch und Austausch ist neben den jährlichen landesweiten Treffen eine große Stärke der Fairhandelsgruppen in Schleswig-Holstein und sollte genutzt und ausgebaut werden.

Konstante Aufmerksamkeit für Fairen Handel erzeugen

Bezüglich der Möglichkeiten, welche Aktionen zur Öffentlichkeitsarbeit zum Fairen Handel genutzt werden können, gibt es ebenfalls viele Erfahrungen aus anderen Städten oder auch von Weltläden, die zum Teil seit mehr als 30 Jahren Kampagnen und Aktionen durchführen oder daran teilnehmen. Die „Faire Woche“ als bundesweiter Aktionszeitraum (in jedem Jahr Ende September) ist dabei nur das hervorstechendste Ereignis und immer wieder Anlasspunkt für Aktionen zum Thema. Viele andere Aktionsideen lassen sich vor Ort sehr gut identifizieren, sowie weitere Anregungen auf den Seiten von Fairtrade-Towns finden.

Beispielhaft in Schleswig-Holstein ist hierbei wiederum Lübeck⁴ zu nennen. Deren Konzept, konstant **Anlässe zu schaffen**, über das Thema zu berichten, hatte Horst Hesse von der Steuerungsgruppe der Fairtrade-Stadt Lübeck 2014 in Norderstedt vorgestellt.



Horst Hesse, Fairtrade Steuerungsgruppe Lübeck, in Norderstedt 2014

Sei es die Übergabe eines Aufklebers, die Veröffentlichung eines neuen Flyers oder eines Betriebes, welches faire Produkte ins Angebot aufnimmt – die Berichterstattung über diese vielen kleinen Aktionen bringt die Kampagne und die Idee des Fairen Handels in einer Stadt und Region zum Vorschein. Die Darstellung dieser Aktionen in kleinen Berichten in der Lokalzeitung oder auch nur auf einer Internetseite der Stadt oder Steuerungsgruppe macht das vielfältige Engagement erst deutlich und gibt Inspiration für andere Gruppen.

Die Einbindung der Stadtpolitik, z.B. bei einer Rosenaktion mit dem/der Bürgermeister_in oder auch lokaler Unternehmen und Geschäften führt dazu, dass mögliche andere Akteure gewonnen werden können.

2014 gelang es der Gruppe in Lübeck sogar, zusammen mit dem lokalen Stadtmarketing, auf dem Internationalen Hansetag eine Konferenz zu „Fairer Handel – Faire Hanse“ durchzuführen und zudem einen „**bio-regio-fair**“-Markt auf die Beine zu stellen, inklusive eines Fairtrade-Brunchs für die Gäste der Stadt und die Lübecker_innen.



„Fair-Bio-Regional-Markt“ an der Obertrave beim Internationalen Hansetag in Lübeck, Mai 2014

Themen verknüpfen, breiter aufstellen

Das Beispiel des bio-regio-fair-Marktes in Lübeck verdeutlicht, dass die Aktivitäten rund um das Thema Fairer Handel sehr gut mit weiteren Themen der Nachhaltigkeit bzw. nachhaltigen Konsum verknüpft werden kann. Im Bereich der Gastronomie und Einzelhandel sind die Zusammenhänge zu einem bewussteren Umgang mit Lebensmitteln am deutlichsten zu sehen.

Die Diskussion um Nachhaltigen Konsum kann zudem auch gut in Zusammenarbeit mit lokalen **Schulen** geführt werden – das Fach Verbraucherbildung bietet hier gute Anknüpfungspunkte und durch die Möglichkeit, auch eine Fairtrade-School zu werden weitere Chancen der Öffentlichkeitsarbeit in der Stadt.

Ein weiteres Thema, welches sich an eine Kampagne zur

Wie verankere ich Fairen Handel dauerhaft in der Stadt?

Anfangen mit positiven Beispielen

Fairtrade-Stadt anschließen lässt, ist die Forderung an die Stadt und deren Verwaltung nicht nur bei dem Einkauf von fair-gehandelten Kaffee, Zucker oder Tee auf Soziale Standards zu achten, sondern auch bei möglichst allen Produkten. **Nachhaltige Beschaffung** kann für die strategische, nachhaltige Ausrichtung einer Stadt eine erhebliche Rolle spielen und kann neben dem Einkauf „fairer“ Produkte auch Aspekte wie Energieeffizienz und Umweltverträglichkeit bei eingekauften Waren und Dienstleistungen bedeuten. Die Stadt Norderstedt erarbeitete bereits 2008 eine Dienstanweisung zu Nachhaltiger Beschaffung, welche für die gesamte Stadtverwaltung gilt. Mithilfe eines „Nachhaltigkeits-Checks“, welcher für jedes Projekt / Vorhaben der Stadt ausgefüllt werden kann, wird unter den Mitarbeiter_innen für mehr Nachhaltigkeit beim öffentlichen Einkauf sensibilisiert.



Ina Streichert, Stadt Norderstedt

Strukturen bilden

Neben den vielen Möglichkeiten, Aufmerksamkeit für Fairen Handel in der Kommune zu schaffen, ist aber genauso wichtig, die Aktivitäten zu planen und strukturiert vorzugehen. Die Einrichtung einer Aktiv- oder Lenkungsgruppe ist dabei nur der Anfang. Die Steuerungsgruppen in Eutin konnte hierbei 2014 vorstellen, dass auch die Organisation von „**Visionstreffen**“ und genaue Abfragen an die Mitstreiter, wie viel Kapazitäten innerhalb der Gruppe überhaupt zu Verfügung stehen, enorm wichtig sind, um den Erfolg der Kampagne vor Ort zu gewährleisten.

Pläne für das anstehenden Jahr zu schmieden oder sich explizit umzuschauen, mit welchen Interessierten oder Partnern entsprechende Aktionen durchgeführt werden könnten, sind Möglichkeiten neue Mitstreiter zu finden und sich auch nicht zu viel vorzunehmen. Die **regelmäßigen** – möglicherweise auch nur kleinen – **Aktionen** führen letztendlich zu einer Konstanz in der Aufmerksamkeit für das Thema, die jährliche Teilnahme der Gruppe

und Stadt an der „Fairen Woche“ ist meist schon ein sehr guter Anfang.

Gelingt es, auch Einrichtungen der Stadt bzw. Mitarbeiter dieser mit in die Aktivitäten der Stadt einzubinden oder zu motivieren, sind weitere, strukturierte Aktionen möglich. Sabrina Bock vom Eckernförder Touristik & Marketing GmbH berichtete 2014 von den drei Elementen, welche das Stadtmarketing für die Fairtrade-Town Eckernförde beinhaltet, und für alle anderen Städte durchaus aufgegriffen werden könnten:



Jutta Harter von der Stadt Eutin, in Norderstedt 2014



Sabrina Bock vom Eckernförder Touristik & Marketing GmbH, auf Podium beim Netzwerktreffen 2014

Erstens ist ein **Mitmacheffekt** bei den Interessierten und Bürger_innen zu erzeugen, welcher z.B. mit einem Schulwettbewerb zum Design einer Stadtschokolade und/oder -T-Shirts gelingen kann und in Eckernförde 2014 durchgeführt wurde. Zweitens ist das (angesprochene) **dauerhafte Auftauchen** des Themas in der Stadt sehr wichtig. Neben einige Materialien wie Flyern ist dies in Eckernförde z.B. durch die Kooperation mit dem „Green-Screen“-Naturfilmfestival gelungen, bei dem seit 2014

Wie verankere ich Fairen Handel dauerhaft in der Stadt? Anfangen mit positiven Beispielen

auch das Thema Fairtrade vertreten ist. Hierbei an vielen Ecken der Stadt das Thema unterzubringen führt langfristig zu einer Verankerung des Themas. Drittens sei aber natürlich auch die „**Basisarbeit**“ wichtig, also konstante Treffen abzuhalten und auch die Politik immer wieder über die Aktivitäten auf dem Laufenden zu halten, und auch Themen wie Nachhaltige Beschaffung als Forderung an weiteres Engagement der Stadt anzusprechen.

Je nach den Ressourcen der Aktiven und Ehrenamtlichen vor Ort kann man sich an diesen drei Kernpunkten für die langfristige Verankerung von Fairem Handel in der Stadt andernorts orientieren.

Mutiger werden

Mit den vielen Möglichkeiten, den Fairen Handel vor Ort zu thematisieren, und auch den vielen Beispielen aus anderen Städten besteht zudem die Chance die Politik und Geschäfte vor Ort noch stärker auf das Thema aufmerksam zu machen – und sie an ihre Verantwortung zu erinnern. Die Idee des Fairen Handels und des Nachhaltigen Wirtschaftens – gerade vor Ort – ist seit Jahrzehnten eine Vision, welche von zivilgesellschaftlichen Organisationen wie Weltläden, Fairhandelsgruppen oder Eine-Welt-Netzwerke gefordert wird. Sich als Gruppe vor Ort für dieses Thema stark zu machen und Menschen und Politiker davon zu begeistern und in Form einer Kampagne zu einer Urkunde zu schaffen, ist eine große Bestätigung dieses jahrelangen Engagements.

Um diese Entwicklung weiter zu verankern, muss aber auch (weiterhin) die Forderung aufgestellt werden, die Verantwortung für die Arbeits- und Lebensbedingungen von Produzent_innen im Globalen Süden auch mit Leben und Überzeugung zu vertreten. Hier bei Wirtschaft und Verwaltung immer wieder mutig nachzufragen, unter welchen Bedingungen Produkte hergestellt worden sind, ist und bleibt eine Herausforderung für die jeweiligen Engagierten vor Ort.

Die Anregungen anderer Aktiven diesbezüglich aufzunehmen und sich gegenseitig zu ergänzen, führt am Ende hoffentlich dazu, dass in noch viel mehr Kommunen der Gedanke des Fairen Handels nicht mehr wegzudenken ist.

1 Neuer Fairtrade-Standard seit 2011, genaue Beschreibung hier: <http://www.fairtrade-deutschland.de/nc/top/news/detailseite-news/article/regeln-fuer-schokolade-eis-co/> .

2 Extra-Themenseite zur Diskussion im „Mengenausgleich“ bei Fairtrade Deutschland: <http://www.fairtrade-deutschland.de/ueber-fairtrade/was-macht-fairtrade/fairtrade-standards/standards-mengenausgleich/> . Das Forum Fairer Handel hat 2014 ein Positionspapier zur Möglichkeit des „Mengenausgleichs“ im System von Fairtrade International veröffentlicht, welches weitere Erläuterungen und Entwicklungsmöglichkeiten darstellt.

3 In seinen unterschiedlichen Versionen und mit weiteren Anregungen zu finden auf: <http://www.fairtrade-stadt-luebeck.de/>

4 Die Lübecker Steuerungsgruppe unterhält zudem einen Internet-Blog, auf dem die vielen Aktionen der letzten Jahre sehr gut nachvollziehbar zusammengetragen sind: <http://www.fairtrade-stadt-luebeck.de/>



Durch mittlerweile mehr als ein dutzend ausgezeichnete Fairtrade-Towns in Schleswig-Holstein und vielen Aktionen vor Ort in den Kommunen, ist auch das Bewusstsein für Fairen Handel bei vielen Organisationen, Einrichtungen sowie der Wirtschaft und Politik zu spüren.

Landesregierung unterstützt Engagement für stärkeres Bewusstsein gegenüber Produktionsbedingungen

Bereits beim Netzwerktreffen 2014 honorierte Staatssekretärin **Silke Schneider** aus dem Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume des Landes Schleswig-Holstein (MELUR) sichtlich beeindruckt die vielen Beispiele und Ideen für mehr Fairness in den Kommunen des Landes.

Die Kampagne und das Engagement so vieler Bürger_innen für den Fairen Handel bringe gelungen zum Ausdruck, dass die Diskussion um den Wert von Lebensmitteln und Waren in den Regionen Schleswig-Holsteins geführt wird. Wie viel Bürger_innen und Konsument_innen bereit seien für Lebensmittel und Waren auszugeben, und welche Produktionsbedingungen damit akzeptiert würden – diese Fragen trafen auf Produkte aus der Region genauso zu, wie auf global produzierte Güter und müssten immer wieder aufs Neue geführt werden. Der Faire Handel biete hier einen Weg an, gerechte Arbeits- und Lebensbedingungen zu gewährleisten. Durch die Diskussion mit den Teilnehmer_innen des Treffens in Norderstedt nahm die Staatssekretärin erfreut die Idee eines „Fairen Bundeslandes“ mit in ihre weitere Arbeit und bestätigte, dass dies durchaus Charme hat, gerade angesichts der so vielen Aktivitäten von so vielen Engagierten im Land, welche sie ermutigte, ihre Arbeit so engagiert und bunt fortzuführen.

Politik sieht Fairen Handel als Aufgabe und mit Potential

2015 unterstrich Thomas Losse-Müller als Chef der Staatskanzlei des Landes Schleswig-Holstein, dass Fairer Handel und nachhaltiger Einkauf für die Landesregierung kein „nice-to-have“ sind, sondern eine Verpflichtung mit gutem Beispiel voranzugehen. „Unser Handeln und unser Konsum haben globale Folgen. Niedrige Preise müssen irgendwo in der Lieferkette erwirtschaftet werden. Es trifft – und das wissen wir längst – häufig die Schwachen am Ende der Kette.“ Deshalb stelle die Landesregierung kontinuierlich Einkäufe von Produkten um: Die Küstenschützer des Landes tragen beispielsweise bereits sozial- und öko-gelabelte Wetterjacken. Dass auch viele Initiativen in den Kommunen den Fairen Handel vor Ort nachhaltig stärken, ist gut und kann die Welt verändern.

Und auch Landrat Jörn Klimant betonte in seinem Grußwort beim Netzwerktreffen in Meldorf 2015, dass auch

Angekommen? Wie Akteure den Fairen Handel in Schleswig-Holstein wahrnehmen



Staatssekretärin Silke Schneider mit Franz Maletzke (Weltladen Norderstedt) beim Netzwerktreffen 2014, Eröffnung der Ausstellung „Ich bin Fairer Handel“ des Weltladens Norderstedt in Zusammenarbeit mit dem Fotoclub Norderstedt



Landrat des Kreises Dithmarschen Jörn Klimant beim Netzwerktreffen 2015

von Seiten des Landkreises zwar bereits einiges getan würde, aber noch Potential vorhanden sei, noch mehr dafür zu tun, den Fairen Handel in der Region Dithmarschen zu stärken. Mit Projekten wie dem „Zukunftshaus Westküste“, mit dem das Schleswig-Holsteinische Landwirtschaftsmuseum von BUND, Stiftung Mensch, Feinheimisch und dem Kreis Dithmarschen in eine Bildungseinrichtung für nachhaltige Entwicklung transformiert werden soll, ist hierbei ein spannender Schritt getan und eröffnet Anknüpfungspunkte.

Angekommen?

Wie Akteure den Fairen Handel in Schleswig-Holstein wahrnehmen

Faire Produkte als Profilierungsmöglichkeit

Dass es weitere und viel versprechende Anknüpfungspunkte für Fairen Handel und lokale Fairtrade-Stadt-Initiativen gibt, zeigte sich deutlich bei der Podiumsdiskussion in Meldorf 2015: Peter Bartsch, Ehrenpräsident der Dehoga Schleswig-Holstein und Inhaber des Konzert- und Ballhauses Tivoli in Heide, sieht bei Fairem Handel immer noch Handlungsbedarf in seinen Reihen, gerade beim Angebot von fair-gehandeltem Kaffee. Oft fehlten hier noch Informationen zu Lieferanten oder dem Angebot. Er schlug den Fairtrade-Town-Aktiven jedoch vor, hierbei noch offensiver auf die lokalen Mitglieder seines Verbandes zuzugehen und sie beispielsweise bei einer Regional- oder Jahrestagung mit Verkostungen auf den Geschmack zu bringen. Die Betriebe seien durchaus aufgeschlossen und könnten mit mehr Informationen zu fair gehandelten Produkten zu einer weiteren Verbreitung und zu einem Imagegewinn für die Betriebe beitragen.



Podiumsdiskussion beim Netzwerktreffen 2015 in Meldorf, Von links nach rechts: Hans-Martin Bohac (HV Nord), Lisa Hermann (Fairtrade), Martin Weber (BEI, Moderator), Arne Warns (Wirtschafts- u. Verkehrsverein Meldorf), Peter Bartsch (Dehoga)

Arne Warns vom Wirtschafts- und Verkehrsverein Meldorf und Inhaber eines Familienunternehmens mit Einzelhandelsortiment in Meldorf sieht sich auch gegenüber nachfolgenden Generationen moralisch in der Pflicht, Fairhandelsprodukte zu führen. Auch wenn viele Produkte im Angebot seines Geschäfts nicht aus Ländern des Globalen Südens kämen, ließe sich hier mit Informationen über die Bandbreite an fair-gehandelten Produkten weitere aufnehmen. Weltläden seien – besonders in Meldorf – diesbezüglich natürlich die Hauptanlaufstellen für Kunden des Fairen Handels.

Hans-Martin Bohac, Umweltreferent beim Handelsverband Nord, hob die Leistungen des traditionellen Einzelhandels hervor, ohne die der Fairhandelsumsatz im Jahr

2014 nicht erstmals über die 1 Milliarde-Euro-Grenze gesprungen wäre. Er würdigte dabei auch die Initiative der Nichtregierungsorganisationen, deren Anstoß den Einzelhandelsmarkt für den Fairen Handel erst geöffnet habe. Die meisten größeren Märkte und Ketten führen mittlerweile Fairtrade-Produkte. Problem für viele Handelsunternehmen sei hier – laut Bohac – aber aktuell noch die Mengennachfrage, die über Fairtrade oft noch nicht abgedeckt werden könne. Lisa Hermann, als Fairtrade-Towns-Kampagnenleiterin mit auf dem Podium 2015, bestätigte die grundsätzliche Einschätzung der Mengenlage, beklagte aber gleichzeitig den Missstand einzelner Akteure in der Lieferkette, den Erzeugern in Übersee Erzeugnisse nicht zu Fairtrade-Konditionen abzunehmen. Der Handel könne noch weitaus mehr tun und die Nachfrage erhöhen.

Fairer Handel ist angekommen und kann noch mehr

Insgesamt zeigt sich durch diese Entwicklung, dass sowohl vor Ort als auch landesweit der Faire Handel und die Fairen Kommunen verstärkt wahrgenommen werden. Neben Supermärkten, versuchen auch immer mehr kleinere Geschäfte ebenfalls fair-gehandelte Produkte ins Angebot aufzunehmen. In einigen Städten – wie z.B. in Eckernförde – bilden diese kleinen Läden oft die Grundlage für die Verankerung von Fairness in der Innenstadt und werden verstärkt hervorgehoben. Eine gleiche Entwicklung könnte sich bei Gastronomiebetrieben vollziehen und von lokalen Aktiven noch viel stärker in die Kampagnen vor Ort eingebunden werden. Die Auflistung von Geschäften und Betrieben mit fair-gehandelten Produkten ist hierbei besonders hilfreich und auch die Nutzung anderer Materialien wie Faire Stadtführer oder Aufkleber für beteiligte Geschäfte.

Die Politik unterstützt den Gedanken des Fairen Handels bereits und kann hier als Vorreiter den Weg dahin weisen, dass die Beachtung von Umwelt- und Sozialstandards für alle Wirtschaftsteilnehmer in Zukunft eine verpflichtende Bedeutung spielen wird. So können engagierte Fairhandelsakteure in den Kommunen dazu beitragen, faire Handelsbedingungen in Schleswig-Holstein nicht nur ankommen, sondern selbstverständlich werden zu lassen.

In einer großen Arbeitsgruppe mit mehr als 25 Teilnehmer_innen wurden 2014 Beispiele vorgestellt und diskutiert, wie der Faire Handel im Bildungsbereich in den Kommunen Schleswig-Holsteins noch stärker verankert werden kann. Im Rahmen der Kampagne Fair Trade Town ist dieses Kriterium formal relativ leicht zu erfüllen, ist doch globales Lernen bereits lehrplanmäßig verankert. Nach der Vorstellung der Projekte wurden Fragen gestellt und es wurde intensiv diskutiert.

Fairtrade-Schools

Thomas Gotthardt, Lehrer am Gymnasium Harksheide in Norderstedt, der ersten Fairtrade-School Schleswig-Holsteins, berichtete ausführlich über den Weg des Gymnasiums Harksheide zur Anerkennung am 2. Juli 2014. Mittlerweile sind auch weitere Schulen im Lande anerkannt und mehrere andere haben sich auf den Weg gemacht, darunter das Lessing-Gymnasium in Norderstedt. Albert Röhl vom Weltladen TOP 21 in Elmshorn, der mit TransFair in Köln, Träger der Fairtrade-Schools-Kampagne, kooperiert, stellte die Kriterien vor, die zu erfüllen sind, um den Titel zu erhalten. Zudem bietet TOP 21 interessierten Schulen in Schleswig-Holstein Beratung zu dem Thema an. Die Anwesenden hielten Fairtrade-Schools für einen geeigneten Weg, das Fundament des Fairen Handels in den Kommunen zu sichern. Die Bewerbung Fairtrade-Schools und Fairtrade-Towns lassen sich gut kombinieren.

Kontaktadressen zum Thema Fairtrade Schools:
Albert Röhl, Weltladen TOP 21 Elmshorn:
weltladen.top21@t-online.de
<https://www.fairtrade-schools.de/>

Fairer Handel konkret Fair in Schule und Ausbildung



Albert Röhl vom Weltladen TOP 21 in Elmshorn

Fair Trade Points

Fair Trade Points sind rollbare, kompakte Verkaufstresen für Schulen, mit deren Hilfe Schülerinnen und Schüler in Pausen, bei Schulfesten und anderen Schulveranstaltungen fair gehandelte Produkte aus dem globalen Süden verkaufen können und handlungsorientiert projektartig den Fairen Handel kennenlernen. In Norderstedt gibt es drei Fair Trade Points. Seit 2007 im Lessing-Gymnasium, in der Horst-Embacher-Gemeinschaftsschule und im Gymnasium Harksheide. Entstanden und eingerichtet wurden die FTPs auf Initiative von LehrerInnen unter Mithilfe des Weltladens TOP 21 und des Weltladens in Norderstedt.

Weitere Infos dazu beim Weltladen TOP 21 Elmshorn:
weltladen.top21@t-online.de

Um zu einer Fairtrade-School ausgezeichnet zu werden müssen folgende fünf Kriterien erfüllt sein:

- ✓ **Kriterium 1**
Gründung eines Fairtrade-Schulteams bestehend aus Lehrerinnen, Lehrern, Schülerinnen, Schülern, Eltern sowie weiteren Interessierten.
- ✓ **Kriterium 2**
Erstellen eines Fairtrade-Kompasses, der vom Rektor/der Rektorin unterzeichnet werden muss.
- ✓ **Kriterium 3**
Verkauf und Verzehr von fair gehandelten Produkten an der Schule.
- ✓ **Kriterium 4**
In mindestens zwei Klassenstufen muss in mindestens zwei unterschiedlichen Fächern der Faire Handel im Unterricht behandelt werden.
- ✓ **Kriterium 5**
Mindestens einmal im Schuljahr muss es eine Schulaktion zum Thema Fairtrade geben.

Fairer Handel konkret

Fair in Schule und Ausbildung

Weltläden als außerschulische Lernorte

Fast alle Weltläden verstehen sich als außerschulische Lernorte für den Fairen Handel – je nach personellen und räumlichen Möglichkeiten. Mehrere Weltläden sind von der Landesregierung NUN-zertifiziert („norddeutsch und nachhaltig“). Franz Maletzke stellte ein Modul vor, mit dem der Weltladen Norderstedt etwa zwanzig Mal im Jahr Kindergartengruppen, Schulklassen von der Grundschule bis zu Abiturienten, Referendaren und LehrerInnen Nachhaltigkeit und Fairen Handel näher bringt.

Nach einer Schokoladenprobe („Geschmackssinn“) werden die TeilnehmerInnen über den Fairen Handel informiert („Kopf“), es wird ein Nachhaltigkeitsspiel durchgeführt („Hand“) und natürlich wird durch anschaulicher Bilder und das persönliche Engagement der Weltladenmitarbeiter die affektive Ebene angesprochen („Herz“).

Lernkoffer zu verschiedenen Nachhaltigkeitsthemen können ausgeliehen werden. Politische Veranstaltungen, Lesungen und Konzerte unter den Schirmen vor dem Weltladen vervollständigen das Konzept für Bildung für Nachhaltiger Entwicklung (BNE) des Weltladens Norderstedt. Es wurde angeregt, dass die Mitarbeit von jungen Menschen im Rahmen der Ökologischen Freiwilligendienste des Landes Schleswig-Holsteins möglich ist.

Weitere Informationen hierzu beim Weltladen Norderstedt (Eine Welt für Alle e.V.): info@ewfa.de, bzw. Franz Maletzke: fmaletzke@gmx.de

Nachhaltige Schülerfirmen

Sven Oliver Martin stellte das Netzwerk Nachhaltige Schülerfirmen vor. Das Nasch-Netz unterstützt Schulen und regionale Aktionen, um globale Themen der Nachhaltigkeit zu entdecken und umzusetzen. Ziel des Netzwerkes ist es, in Schleswig-Holstein (und darüber hinaus) Akteure in der Bildung für nachhaltige Entwicklung und des Globalen Lernens zusammenzubringen. Sie beraten und begleiten praktisch vor allem Lehrer_innen, Schüler_innen, Vereine, Verbände, Institutionen, Unternehmen. Sie führen Unterrichtseinheiten durch, organisieren Exkursionen zu nachhaltigen Lernorten, beteiligen sich an Projektwochen. Schwerpunkte sind nachhaltiger Konsum und Fairer Handel.

Weitere Informationen zum „Nasch-Netz“ bei Sven-Oliver Martin: somartin@naschnetz.de

FABI – Wir suchen Deutschlands fairsten Azubi

Die Ausbildungsleiterin und eine Auszubildende der Firma BLUME 2000 berichteten von der Teilnahme an dem Wettbewerb im Jahr 2014, den Fairtrade Deutschland jedes



Franz Maletzke vom Weltladen Norderstedt, Netzwerktreffen 2014



Diskussion in Arbeitsgruppe 2014

Jahr durchführt. Mit Kreativität soll der Faire Handel auch in Supermärkten erlebbar gemacht werden. Die Auszubildenden von Blume 2000 haben in ihrer Firma, in Zusammenarbeit mit Schulen, mit dem Weltladen, der Stadt Norderstedt und einem großen Einkaufszentrum mehrere Aktionen erfolgreich zum Thema ‚Blumen im Fairen Handel‘ durchgeführt. Die Auszubildenden von BLUME 2000 haben mit ihrem Projekt im Frühjahr 2015 den ersten Preis des Wettbewerbs 2014 (2500 €) gewinnen können.

Weitere Informationen zu den Aktivitäten der Azubis bei Blume 2000 bei Ina Reinders, Corporate Responsibility Managerin: ireinders@blume2000.de
Informationen zum Wettbewerb „FABI“ finden sich auf den Seiten von Fairtrade Deutschland:

<http://www.fairtrade-deutschland.de/nc/top/news/detailseite-news/article/fairste-azubis-geehrt/>

Franz Maletzke

Fairer Handel konkret

Engagement breiter aufstellen und besser planen

Der Workshop „Steuerungsgruppenarbeit planen und sich breiter aufstellen – Agenda 21 reloaded?“ wurde beim Netzwerktreffen 2014 in Norderstedt durchgeführt und mit drei Impulsen aus Eutin, Meldorf und Norderstedt in Form einer offenen Gesprächsrunde gestaltet.

1.) Die Steuerungsgruppe aus Eutin berichtete zu Beginn über den Entstehungsprozess der Fairtrade Town Kampagne in der Stadt.

Ein Antrag einer Bürgerin in der offiziellen Einwohnerversammlung markierte den Start der Aktivitäten in Eutin. Es folgten Visionstreffen unter der konkreten Fragestellung „Wie wollen wir leben?“ und brachte so engagierte Menschen und Handlungsfelder zusammen.

Einen hohen Stellenwert hatte bis heute die **Verbindlichkeit der monatlichen Treffen**. Dazu trug die Auseinandersetzung um gemeinsam getragene Werte wie z.B. Offenheit, Toleranz, Nachhaltigkeit bei. Das man gleich zu Beginn der Zusammenarbeit in Diskussionsprozessen eine intensive Auseinandersetzung über Werte anstieß, trägt wahrscheinlich heute noch zum Erfolg aller Aktivitäten bei, die grundsätzlich zusammen geplant werden.

Die Gruppe berichtete weiter, dass es wichtig ist sich jeweils **realistische Ziele** zu stecken und darauf konsequent hinzuarbeiten. Neben den geforderten „Pflichtveranstaltungen“ (um erneut den Titel Fairtrade Town zu erreichen) gibt es auch immer vorausschauende Überlegungen für das Folgejahr.

Geändert hat sich im Laufe der Arbeit, dass aus ehemals „innerem Kreis“, „mittlerem Kreis“ und „äußerem Kreis“ mit unterschiedlichen Aufgaben heute eine Zusammenarbeit ALLER geworden ist. Die Projekte werden über Parteiinteressen und Konfessionen hinweg durch Privatpersonen und deren ehrenamtlichen Engagements getragen.

Die Verwaltung Eutin unterstützt durch eine Ansprechpartnerin in der Kommune diese wertvolle ehrenamtliche Arbeit.

Aktionen können unterschiedlich finanziert werden – müssen aber nicht grundsätzlich Geld kosten. Spenden, Verkäufe von Eintrittskarten zu Veranstaltungen oder auch Finanzierungsanteile direkt von Fairtrade Deutschland ermöglichen zahlreiche Projekte. Für einige Einzelmaßnahmen sind auch Fördermittel direkt bei der Stadt Eutin zu erhalten.

Öffentlichkeitsarbeit wurde durch die Stadt Eutin mit einem zusammen aufgestellten Pressefahrplan betrieben. Berichte hierzu sind auf den kommunalen Internetseiten abrufbar.

2.) Für Meldorf berichtete 2014 die Bürgermeisterin Anke Cornelius-Heide vom Start der Fairtrade Towns Initiative über den **„Nachhaltigen Stadtentwicklungsprozess“**. Mit der Bewerbung um das Bürgermeisteramt wurde von Frau Cornelius-Heide die „citta slow“-Kampagne in Meldorf auf die Tagesordnung gesetzt. Dabei handelt es sich um eine internationale Vereinigung für lebenswerte Städte. Handlungsfelder sind u.a.

- ✓ Nachhaltige Umweltpolitik
- ✓ Schonung der Ressourcen
- ✓ Erhalt der Kulturlandschaft
- ✓ Charakter der Stadtgeschichte – u.a. auch Pflege und Erhalt regionaltypischer Herstellungsweisen und Gerichte
- ✓ Förderung der Direktvermarktung
- ✓ Gastfreundschaft und „angepasstes“ Brauchtum mit Bewusstseinsbildung

Der Fokus lag dabei immer auf **Regionaler Wertschöpfung**. Über diesen Weg wurde durch Frau Cornelius-Heide auch die Fairtrade Town - Initiative in den kommunalen Diskussionsprozess eingebracht.

Ein großer Gewinn für Meldorf lag in der „cittaslow“-Prozess-Begleitung durch die Fachhochschule Westküste (Schwerpunkt Stadtentwicklung). Bei Veranstaltungsdurchführung und Moderation übernahm die Fachhochschule einen wesentlichen Anteil.

Frau Cornelius-Heide berichtete über ein spezielles Beispiel für die Einbindung des Themas Fairtrade in Meldorf: 2015 wird in Meldorf die 750-Jahr-Feier stattfinden. Alle Teilnehmer_innen, die Projekte oder Arbeiten präsentieren möchten, müssen sich vorher mit einem kleinen Steckbrief bewerben. Dieser greift Themen wie z.B. Ressourcenschutz oder auch Einsatz von Fairtrade-Produkten auf. So wird der Gedanke Fairen Handels aktiv auf der 750-Jahr-Feier verankert.

Weitergehende Informationen über die Initiative „citta slow“ finden sich im Internet unter: www.cittaslow-deutschland.de oder www.citta-slow.de



Diskussion in Arbeitsgruppe, Netzwerktreffen 2014

Fairer Handel konkret

Engagement breiter aufstellen und besser planen

3.) Die Stadt Norderstedt berichtet über den Auftakt der Fairtrade Town – Initiative, welche über einen politischen Beschluss der Stadtvertretung gestartet wurde. Daraus resultierend ergab sich die Schwierigkeit, alle Aktivitäten nur mit einem Weltladenvertreter und einem Vertreter des Norderstedt Marketingvereins zu starten. Bis heute ist es die größte Herausforderung mit einer relativ kleinen, aktiven Gruppe alle Aktivitäten zu planen und durchzuführen.

Das **Agenda-Büro** unterstützt durch Dienstleistungen wie Einladung und Protokolle der Sitzungen, Moderation, kostenfreie Raumnutzung im Rathaus und „kleine Bewirtung“ bei allen Sitzungen/Veranstaltungen. Drucksachen können über die Hausdruckerei in Auftrag gegeben werden.

Monetäre Unterstützung erfolgt i.d.R. zu gleichen Anteilen zwischen Norderstedt Marketing, Weltladen und Agenda-Büro. Das Kampagnenbüro Fairtrade Towns hat sich an 2 Veranstaltungen in 2014 beteiligt.

Einige Veranstaltungen sind 2014 mit dem in Norderstedt ansässigen Lizenznehmer BLUME 2000 durchgeführt worden (Faire Rosenaktion zum Weltfrauentag, Faires Frühstück im Rahmen einer Projektwoche an der ersten Fairtrade School in Norderstedt bzw. Schleswig-Holstein).

Alle Aktivitäten werden jeweils über die städtische **Pressekonferenz** (für alle Zeitungen der Region und den örtlichen TV Sender NOA 4) angekündigt. Im Internet gibt es sowohl auf den Homepages der Steuerungsgruppen-Mitglieder als auch auf der Seite www.die-lernende-region.de Berichte nachzulesen.

Da im Titel des Workshops die Frage auftauchte, ob die Aktivitäten auch „... Agenda 21 reloaded?“ lauten könnte, stellt Ina Streichert vom Agenda-Büro das freiwillige Kommunikationsinstrument des „Nachhaltigkeits-Checks“ vor. Dieser Check kann für jedes Projekt / Vorhaben ausgefüllt werden und dient als Argumentationshilfe für Nachhaltigkeit im Sinne eines Gleichklanges von Umweltverträglichkeit, sozialer Gerechtigkeit und wirtschaftlicher Machbarkeit.

Der Nachhaltigkeits-Check wurde als Anlage der Auswertung der Veranstaltung 2014 beigefügt. Weitere Informationen finden sich unter: <http://www.norderstedt.de/Leben-Wohnen/Leben/Agenda-21>

Als **Fazit** des Workshops wurde festgehalten, dass der jährliche Austausch als bereichernd empfunden wird. Es gab neue Impulse insbesondere aus der Workshop-Situation, die als Prozess-belebend empfunden wurden.

Die Gruppe regte an, Folgetreffen in unterschiedlichen Orten/bei unterschiedlichen Gastgebern stattfinden zu lassen.



Ina Streichert bei Vorstellung der Arbeitsergebnisse

Fairtrade aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu betrachten (Kommunen, Marketing, Einzelhandel, Hotellerie, Gastro, Schule) und vielfältige Themenfelder anzusprechen sahen die Workshopteilnehmer_innen als einen außerordentlichen Gewinn an.

Anregungen und Wünsche für zukünftige Treffen:

- ✓ Ausbau des Moduls „Heißer Stuhl“ mit kontroversen / strittigen Themen
- ✓ Aufbau eines InterNet(z)-Werk durch das BEI (nutzbar von allen Fairtrade Towns)
- ✓ Innovative Anregungen für eine „echte“ (belebende) Vernetzung
- ✓ Überlegungen, die Metropolregion Hamburg einzubinden
- ✓ Welche Themenfelder wären für Wirtschaftsvertreter_innen von Interesse – Angebot z.B. im Vorfeld mit dem Einzelhandelsverband Nord e.V. erarbeiten
- ✓ Einbau eines Blocks „Warenkundliche Kenntnisse im Fairen Handel“

Folgende Kommunen erklärten sich bereits in dieser Runde 2014 bereit, als mögliche Gastgeber für die nächsten Vernetzungstreffen mitzuwirken:

- 2015 zur 750-Jahr-Feier – Meldorf (Ansprechpartnerin: Anke Cornelius-Heide)
- 2016 zur Landesgartenschau – Eutin (Ansprechpartner/innen: Steuerungsgruppe)
- 2017 Heide
- 2018 Lübeck (Ansprechpartner: Horst Hesse)
- 2019 zur 100-Jahr-Feier im Landhaus Schulze-Hamann-Blunk (Ansprechpartnerin: Frau Schulze-Hamann)

Ina Streichert

Fairer Handel konkret

„bio-regio-fair“

Fairer Handel in Gastronomie, Cafés und Hotels

Das Thema, wie fair-gehandelte Produkte in der Gastronomie und Hotellerie vor Ort integriert werden und wie Fairtrade-Town-Gruppen diesbezüglich einen Beitrag dazu leisten können, ist immer wieder eine konstante Herausforderung. Von allen zu erfüllenden Kriterien der Kampagne ist dieses Feld meist das schwierigste. Bereits beim Treffen 2014 in Norderstedt diskutierten im Workshop 1 „Fairer Handel in Gastronomie und Hotellerie“ die Teilnehmer_innen anhand von zwei Beispielen über Möglichkeiten gastronomische Betriebe für den Fairen Handel zu gewinnen. 2015 folgte ein Workshop zu „bio-regio-fair“ und die Möglichkeiten darüber mehr fair-gehandelte Produkte in die Gastronomie zu bekommen.

Zunächst sollen die beiden Inputs der Positivbeispiele von 2014 vorgestellt werden, zur Integration des Fairen Handels in einem Restaurant, sowie in einem Hotel.

Positivbeispiel: Angela Schulze-Hamann, Landhaus Schulze-Hamann – Fairtrade-Gemeinde Blunk

Als ersten Input stellte Angela Schulze-Hamann 2014 die Bemühungen der Fairtrade-Gemeinde Blunk vor und wie sie in ihrem Landhaus Schulze-Hamann Produkte aus dem Fairen Handel verwendet.

Die Gemeinde Blunk hat ca. 580 Einwohner_innen, liegt im Kreis Segeberg, besitzt zwei Gaststätten und ist unter anderem wegen des Landhauses seit März 2014 als „Fairtrade Gemeinde“ ausgezeichnet.¹

Frau Schulze-Hamann berichtete, dass das Landhaus bereits seit Gründung des Verbandes „**Feinheimisch**“ Mitglied ist und damit schon seit mehreren Jahren auf regionale und selbst-hergestellte Produkte setzt. Dies ist auch Vorgabe des Verbandes, welcher sich dem Erhalt der Schleswig-Holsteinische Küche verschrieben hat, sowie der nachhaltigen Produktion von Lebensmitteln.

Wichtig und hilfreich, diese Merkmale bzw. Einstellung zu Lebensmitteln zu kommunizieren (und damit auch einen höheren „Preis“ zu rechtfertigen), ist dabei oft das „**Storytelling**“. Produkte und deren Herkunft kann man als Gastronom sehr gut benennen und auch in der Speisekarte die Eigenschaften beschreiben (Herkunft, biologischer Anbau etc). Dies stellt einen direkten Kontakt zu Produzent_innen her und vermittelt dem Gast ein Gefühl von Vertrautheit und Heimatgefühl.

Seit 2008 geht das Landhaus auch bei anderen Produkten diesen Weg und hat auf Fairen Handel umgestellt. Produkte wie Schokolade, Bananen, Kaffee, Tee und Gewürze werden fair-gehandelt verwendet. Auch hier wird ein Bezug zu den Hersteller_innen aufgezeigt und kommuniziert. Seit 2009 ist der Betrieb zudem bio-zertifiziert

und setzt somit auch hiermit ein Zeichen für nachhaltigen Genuss.

Gerade in ländlichen Regionen ist für Gastronom_innen die Devise, attraktiv zu sein bzw. bleiben zu müssen, um neue Gäste zu gewinnen. Das Erzählen von Geschichten und der bewusste und faire Umgang mit Lebensmitteln ist dabei besonders wichtig.

Daher wäre der Rat an andere Kommunen, gezielt die Gastronomiebetriebe anzusprechen, die bereits Nachhaltigkeit als Thema ernst nehmen und sich damit profilieren können/wollen - „**Kleine**“ Betriebe sind da prädestiniert als „Große“, die dafür meist nicht empfänglich sind.

Weitere Informationen zum Landhaus Schulze-Hamann unter: <http://www.landhaus-schulze-hamann.de/> bzw. Direkt bei Angela Schulze-Hamann: info@landhaus-schulze-hamann.de

Der Anbau- und Händlerverband „Feinheimisch“ hat sich die bessere Vermarktung regionaler und biologisch-hergestellter Produkte aus Schleswig-Holstein zum Ziel gesetzt.

Weitere Informationen und eine Auflistung der Mitgliederbetriebe findet sich unter: <http://www.feinheimisch.de/> Die Beteiligung am Netzwerktreffen 2015 in Meldorf durch Markus Huber als Geschäftsführer von Feinheimisch musste kurzfristig abgesagt werden, zeigt aber deutlich, dass beim Verband eine große Aufgeschlossenheit vorhanden ist, die auch vor Ort genutzt werden kann.



Angela Schulze-Hamann



Heike Schüttler

Positivbeispiel: Heike Schüttler, Hotel an der Marienkirche in Lübeck

In Lübeck – als erste Fairtrade-Town in Schleswig-Holstein (November 2011) – beteiligt sich auch das Hotel an der Marienkirche als eines von zwei Hotels seit 2014 an der Kampagne für mehr Fairen Handel in der Stadt. Im Hotel werden Kaffee (Gepa), Tee, Kakao und Weine aus

Fairer Handel konkret

„bio-regio-fair“

Fairer Handel in Gastronomie, Cafés und Hotels

dem Fairen Handel eingesetzt. Größtenteils bezieht man diese über einen Großhändler in Kaltenkirchen – Grell Naturkost².

In Lübeck konnten im Zuge der Fairtrade-Town-Kampagne vor allen Dingen viele Cafés in der Innenstadt gewonnen werden. Über den schon 2012 aufgelegten „fairen Stadtplan“ konnten die Betriebe mit fair-gehandelten Produkten ausgezeichnet und bekannter gemacht werden. Das Gewinnen von Hotels für den Fairen Handel war jedoch schwieriger. Über die Dehoga hatte man die Hotellerie zu einer Informationsveranstaltung eingeladen und wollte Händler und Lieferanten vorstellen (Contigo und Gega). Leider waren dann „nur“ noch ein weiteres Hotel (neben dem Hotel an der Marienkirche), die Presse und das Stadtmarketing gekommen.

Gerade die „Ketten“-Hotels sind schwer zu gewinnen, da deren Angebot von der Zentrale gesteuert wird. Auch hier wäre das Ansprechen und Gewinnen von kleineren, eigenständigen Hotels eine geeignete Möglichkeit mehr Partner und Positivbeispiele zu gewinnen.

Wichtig ist zudem immer das „Weitertragen durch Präsentieren“. Der Stadtplan in Lübeck wurde mittlerweile zum vierten Mal aufgelegt und spricht weitere Gastronomiebetriebe und Hotels sukzessive an. Auch in Eckernförde, welche ebenfalls die Idee eines „fairen Stadtführers“ aufgriff, konnte eine Art Schneeball-Effekt festgestellt und Cafés wollten zum Teil unbedingt aufgenommen werden. Es müsse verdeutlicht werden – durch dieses Präsentieren und durch Positivbeispiele – dass man auch damit bei den Gästen „punkten“ kann. Ähnliches gilt für das Integrieren von Regionalen Produkten, oder auch Aktionen und Produkte von Initiativen wie „Viva con Aqua“³.

Weitere Informationen zum Hotel an der Marienkirche: <http://www.hotel-an-der-marienkirche.de/>

Diskussion

Welche Herausforderungen bestehen?

Wissensdefizit unter Gastronomen/Hotelbesitzer (z.B. über die Profilierungsmöglichkeiten mit fair-gehandelten Produkten)

- Wissensdefizit, dass es nicht „nur“ Kaffee anzubieten gibt, sondern weitere fair-gehandelte Produkte durchaus sinnvoll eingeführt werden können (z.B. Limonade, Eis, Wein o.ä.) Einige Gastronomen schrecken davor zurück, nur für fair-gehandelte Produkte noch einen zusätzlichen Lieferanten/Bezugsquelle anfahren bzw. nutzen zu müssen
- Immer noch verbreitet ist die Vorstellung, dass „faire“ Produkte zu teuer seien. Es fehlt das Wissen um die wirklichen (oft minimalen) Preisunterschiede (Beispiel Kaffee: ca. 3 Cent pro Tasse) Das Vermarktungspotential wird nicht gesehen. Oftmals wird von Gastronomen gefragt, „warum soll man das auch noch machen...“

- › Frage des „Preises“ müsste zudem dahingehen, dass man mit der Auszeichnung von fair-gehandelten Produkten auch einen höheren Preis verlangen könnte (wenn man damit auch eine „Geschichte“ verbinden kann, bzw. das „Präsentieren“ des Bewussten Essens ins Zentrum rückt).
- Es sollten nur diejenigen Gastronom_innen und Hotelbetreiber_innen im Rahmen einer „Fairtrade-Town-Kampagne“ angesprochen werden, wenn diese das Thema auch authentisch vermitteln können. Es gilt die „richtigen“ Leute/Betriebe anzusprechen, die nicht auf „Masse“ setzen, sondern das bewusste Essen/Konsumieren in den Vordergrund stellen

Ideensammlung: Was könnte Gastronomen für den Fairen Handel bewegen?:

- „Faire“ Stadtpläne/-führer mit Cafés und Hotels, die bereits fair-gehandelte Produkte im Angebot haben
 - › Beispiele: Lübeck, Eckernförde, Heide
 - › hierbei zu beachten: Finanzierungskonzept entwickeln und Kriterien aufstellen, wer aufgenommen werden soll (z.B. nur bei Rücksendung eines Fragebogens)
- Initiierung und Etablierung eines „Stadt-Kaffees“, welcher im Einzelhandel verkauft und von Gastronomen genutzt werden könnte
 - › Beispiele: Kiel, Lübeck, Meldorf, Norderstedt, Kaltenkirchen, Henstedt-Ulzburg, u.v.m.
- über Händler wie „Fairhandeln“⁴ oder „Chania Coffee“⁵ Möglichkeit Kaffeepackungen individuell zu gestalten
- Konkrete Rezept-Ideen an die Hand geben
 - › mit einem anschaulichen Beispiel gelingt es oft leichter, Gastronomen für die Bandbreite fair-gehandelter Produkte zu überzeugen
 - › Rezepte finden sich u.a. in den entsprechen Heften zu den Fairen Wochen⁶ sowie in Kombination mit regionalen Produkten auf den Seiten der Kampagne „7 Wochen mit...“⁷
- „Fair-Kostungen“, um Vorurteile zu überwinden, z.B. auf einem Weihnachtsmarkt oder anderen Veranstaltungen/Anlässen
 - › möglicherweise auch zu einem „Stammtisch“ einladen oder dort „fair-kosten“

Fairer Handel als Chance für die Gastronomie

Die Arbeitsgruppe 2014 kam deutlich zu dem Schluss, dass der bewusste Genuss von Lebensmitteln ein „Zukunftsmarkt“ ist, sich die Nachfrage dahingehend ändern wird und Gastronomen diese Änderung und die Einführung von fair-gehandelten Produkten als Chance zu präsentieren ist.

Diesem Fazit stimmte 2015 auch Peter Bartsch als Ehren-

präsident der Dehoga Schleswig-Holstein auf der Podiumsdiskussion des Treffens in Meldorf zu. Viele Betriebe seien durchaus aufgeschlossen, bräuchten oftmals noch mehr Informationen, aber könnten durch den Kontakt von Fairtrade-Town-Gruppen mit lokalen Dehoga-Verbänden sensibilisiert werden.

Noch 2014 war die Einbindung der Dehoga als Ziel des Workshops ausgerufen worden, ebenso wie Beispiele weiterzutragen v.a. über „Fair-Kostungen“.

Faire Produkte bei „Lust auf regionale Vielfalt“

Ein Beispiel für diese Veranstaltungen, mit denen Lust auf faire Produkte gemacht wurde, konnte 2015 von Stefan Schütt als kaufmännischer Geschäftsführer des Christian Jensen Kollegs (CJK) in der Arbeitsgruppe vorgestellt werden. Das CJK als Bildungs- und Tagungszentrum achtet bei seiner Bewirtung seit mehreren Jahren verstärkt auf eine möglichst „nachhaltige“ Ernährung: ca. 60% der Produkte sind heute bereits biologisch, regional oder fair angebaut. Auch wenn das Bildungszentrum der Nordkirche hierbei nicht mit einem Gastronomiebetrieb verglichen werden kann und auch dort Kunden_innen durchaus preissensibel sind, wird diese Ausrichtung durch die Gäste deutlich honoriert.

Neben der Beisteuerung einiger Rezepte zum Kochbuch der Nordkirche „Mahlzeit, Gemeinde“, in dem gezeigt wird, dass öko-faires und klimafreundliches Kochen für viele Menschen einfach und schmackhaft sein kann,⁸ sticht besonders eine Aktion des CJK hervor: Seit 2014 veranstaltet das Zentrum Veranstaltungsabende „Lust auf regionale Vielfalt“⁹, bei denen Menüs mit bio-regio-fairen Lebensmitteln von 2 Köchen zubereitet werden, Marktstände der Erzeuger/Lieferanten weitere Informationen vermitteln und die Gäste ein schönes Essen genießen können.

Da die Nachfrage nach den Eintrittskarten jeweils sehr groß war und auch 2016 wieder stattfinden wird, kann die Nachahmung solcher Abende auch in anderen Städten empfohlen werden. Entsprechende interessierte regionale Aussteller und Produzent_innen (z.B. über Feinheimisch) lassen sich sicherlich in jeder Region finden.

Welche Schritte müssen getan werden?:

- Bessere Informationsmaterialien zu den Möglichkeiten, fair-gehandelte Produkte im Betrieb zur Verfügung stellen
 - › Der Außer-Haus-Gastro-Service von Fairtrade Deutschland¹⁰ (bzw. auch von der GEPA¹¹) bietet derzeit schon einen guten Überblick für interessierte Betriebe, ebenso der Einkaufs-Guide „Taste!“ von Fairtrade Deutschland¹²
- Mehr Zusammenarbeit mit lokalen Dehoga-Verbän-

Fairer Handel konkret

„bio-regio-fair“

Fairer Handel in Gastronomie, Cafés und Hotels

den, bzw. lokal mehr Aktionen mit Tourismusverbänden, Regional-/Stadtmarketing verknüpfen

- Biocafés/Hofcafés als Multiplikatoren ansprechen und regionale Händler für Fairen Handel gewinnen, Fokussierung auf den Marketing-Aspekt bzw. den Imagegewinn, der mit Fairen Produkten einher geht („Zukunftsmarkt“)
- „kleinere“, „überzeugte“ Gastronom_innen und Hotelbesitzer_innen für den Fairen Handel gewinnen – also diejenigen „die wollen“

Die Diskussionen bei den Netzwerktreffen zeigen, wie vielfältig die Herausforderungen bei der Gewinnung von Gastronom_innen für den Fairen Handel ist. Größtes Problem ist dabei, immer wieder aufs Neue Restaurants und Hotels über die Möglichkeiten fair-gehandelter Produkte zu informieren. Eine gewisse „Penetranz“ ist – auch bei geringen ehrenamtlichen Kapazitäten – hierbei besonders gefragt. Die Gastronomie und Hotellerie in Schleswig-Holstein wird sich bezüglich dieser Themen in den kommenden Jahren verändern müssen. Unter dem Stichwort „Nachhaltiger Tourismus“ entstehen gerade in der Kulinarik mehr Möglichkeiten für Gastronom_innen mit „bio-regio-fair“ Imagegewinne zu erzielen. Fairtrade-Towns und die lokal aktiven Gruppen können diesen Weg aufzeigen und Angebote unterbreiten.

Markus Schwarz

- 1 Ein Beitrag zu den Bemühungen vor Ort findet sich auch bei Sat1-Regional: <http://www.sat1regional.de/aktuell/article/blunk-ist-die-kleinste-fairtrade-gemeinde-schleswig-holsteins-140609.html>
- 2 <http://www.grell.de>
- 3 <http://www.vivaconagua.com/>
- 4 Fairhandeln vermarktet u.a. den Kielkaffee, den Lübeckkaffee, sowie weitere regionale Marken wie den Probsteikaffee
- 5 Chania Coffee hat in Zusammenarbeit mit den Fairtrade-Städten Kaltenkirchen und Henstedt-Ulzburg jeweils eigenständige Stadtkaffees kreiert, <http://chaniacoffee.de/>
- 6 <http://www.fairtrade-deutschland.de/top/materialien/download/#c3573>
- 7 <http://www.7wochenmit.info/rezepte.html>
- 8 <http://www.umwelt-nek.de/mahlzeit-gemeinde/>
- 9 Hinweise zum Abend 2015 hier: <http://www.christianjensenkolleg.de/events/lust-auf-regionale-vielfalt-kreatives-aus-der-meisterkueche/>
- 10 <http://www.fairtrade-deutschland.de/fuer-unternehmen/service/ausser-haus-markt/>
- 11 <http://www.gepa-ausserhaus.de/p/>
- 12 <https://www.fairtrade-deutschland.de/top/materialien/ahm-einkaufsfuehrer/>

Fairer Handel konkret

Partnerschaften und Fairer Handel

Der Workshop zu Partnerschaftsarbeit und deren Verbindung zu Fairem Handel wurde beim Netzwerktreffen 2015 in Meldorf durchgeführt und umfasste einen Impuls zu einer Schulpartnerschaftsgruppe und wie diese das Thema Fairen Handel behandelt, sowie ein Bericht zu einem Partnerschaftskaffee, welcher in Kaltenkirchen aus einem Projekt entstanden ist.

Schulpartnerschaft zwischen der Karagwe und dem Schulzentrum Heide-Ost

Referent_innen: Frau Bendfeldt, Herr Wolpmann, 3 Schülerinnen

Die Gemeinschaftsschule und das Gymnasium im Schulzentrum Heide-Ost pflegen seit 2006 eine schulübergreifende Partnerschaft mit der Karagwe Secondary School, einer privaten Internatsschule der Diözese Karagwe der Evangelisch-Lutherischen Kirche im Nordwesten Tansanias an der Grenze zu Uganda und Ruanda.

Ziele der Partnerschaft sind v.a. Perspektivenwechsel, interkulturelle Bildung, miteinander und voneinander Lernen, Erweiterung von Sprachkenntnissen. Die Schulpartnerschaft wird als Bildungsauftrag verstanden. Es findet keine Projektförderung statt. Man will eine Partnerschaft auf Augenhöhe.

Der Fokus der Partnerschaft liegt auf der persönlichen Begegnung. Bei den regelmäßigen gegenseitigen Austauschbesuchen arbeiten die Schüler_Innen immer an einem gemeinsam festgelegten Thema, zu dem beide einen Bezug haben wie Kaffee, Wasser und erneuerbare Energien.

Bei der Begegnungsreise im Oktober 2015 in Tansania lag der Schwerpunkt auf dem Thema Kaffee und Fairer Handel. Die Reisegruppe hat sich vor Ort die Kaffeeproduktion und -verarbeitung angeschaut und sich zum Fairen Handel informiert. Obwohl die besuchten Kooperative Kaffee über den Fairen Handel verkauft, ist der Begriff des Fairen Handels bei den Schüler_Innen der Partnerschule wie auch bei den Arbeiter_Innen der Kooperative bzw. der Fabrik nicht wirklich bekannt. Wunsch der Schüler_Innen ist es, hier wie in Tansania zu informieren und für den Fairen Handel zu werben.

Die Partnerschaft der Schule verlangt zudem viel ehrenamtliches Engagement. Sie ist nicht Bestandteil des Unterrichts. Die Schulpartnerschaft wird über eine Tansania-AG organisiert.¹ Für die Mitarbeit in der AG werden keine Stunden angerechnet. Die Lehrkräfte bekommen lediglich 1h/Woche für die Partnerschaftsarbeit, sie basiert also im Wesentlichen ebenfalls auf ehrenamtlicher Arbeit. Die Gruppe kooperiert mit bzw. wird u.a. gefördert/unterstützt von ENSA, KED, BINGO, Spender_Innen und der Ökumenischen Arbeitsstelle Dithmarschen.

Fairer Handel - Kaki-Kahawa, der Kaltenkirchen-Kaffee

Referent: Eberhard Rönsch, Steuerungsgruppe Fairtrade-Stadt Kaltenkirchen

Die Stadt Kaltenkirchen ist seit 2014 Fairtrade-Stadt. Ein wichtiges Fairhandlungsprodukt ist dabei der Kaltenkirchen-Kaffee, der Kaki-Kahawa. Dieser Kaffee wird über den gemeinnützigen Verein KEDOVO e.V.² bezogen und u.a. im Eine-Welt-Laden und Café der VHS-Kaltenkirchen angeboten. KEDOVO, wie auch die Partnerorganisation in Kenia, wurde 2013 von Muthonie Schneidewind gegründet, als in Kaltenkirchen der Fairtrade-Town-Prozess lief. Ziel von KEDOVO ist es, zu einer nachhaltigen Entwicklung und einer Verbesserung der Lebensbedingungen in der kenianischen Partnerregion, der Heimat von Muthonie Schneidewind, beizutragen. KEDOVO unterstützt die PartnerInnen im Bildungs- und Gesundheitsbereich, fördert unternehmerische Aktivitäten und einkommensschaffende Maßnahmen. Außerdem bietet KEDOVO deutschen Freiwilligen die Möglichkeit der Mitarbeit in den verschiedenen Projekten vor Ort in Kenia. Eine wichtige Aktivität ist die Förderung der Landwirtschaft, z.B. durch Schulungen zum ökologischen Landbau oder zur Verbesserung der Subsistenzwirtschaft, vor allem auch eine bessere Kaffeevermarktung durch einen direkten, partnerschaftlichen Handel. Dieser läuft ohne Zwischenhändler direkt über KEDOVO und der kenianischen Partnerorganisation bzw. den KaffeeproduzentInnen. KEDOVO importiert den Rohkaffee, organisiert das Rösten und Abpacken sowie die Auszeichnung des Kaffees. Der Kaffee kann direkt über KEDOVO oder über den Weltladen bezogen werden. Er kann in kleinen oder größeren Mengen gekauft und auf Wunsch mit einem individuellen Label versehen werden, wie z.B. Kaki-Kahawa, der Kaltenkirchen-Kaffee.



Der „Kaki-Kahawa“, der Kaltenkirchen-Kaffee, Bild: <http://kedovo.blogspot.de/>

Fairer Handel konkret

Partnerschaften und Fairer Handel

Die Vermarktung funktioniert. Als schwierig erwies sich allerdings, eine realistische Preisgestaltung, da der Kaffee in der Regel in kleineren Mengen gekauft, veredelt und verkauft wird. Letztlich basiert die Arbeit von KEDOVO auf einem erheblichen ehrenamtlichen Engagement. Seit längerem ist es ein Wunsch von KEDOVO, eine Schule in Kaltenkirchen und Umgebung zu finden, die eine Schulpartnerschaft mit einer Schule in der Partnerregion eingehen möchte. Trotz mehrerer Anfragen konnten noch keine hiesige Schule für eine Partnerschaft gefunden werden.

Partnerschaft & Fairer Handel

Beide, die Partnerschaftsgruppen wie auch der Faire Handel haben partnerschaftliche Beziehungen - der Faire Handel über Produkte, die Partnerschaftsgruppen durch ihre direkten, persönlichen Kontakte.

Die Schulpartnerschaft des Schulzentrums Heide Ost mit der Karagwe Secondary School bietet gute Anknüpfungspunkte an den Fairen Handel. Auf den regelmäßigen Begegnungsreisen kann dieses Thema besonders gut am Beispiel von Kaffee bearbeitet werden, der in der Partnerregion angebaut wird. Darauf aufbauend kann weiter zu diesem Thema gearbeitet und dafür geworben werden. Auch die Partnerschaftsgruppe KEDOVO thematisiert den Fairen Handel. Über Inlandsarbeit und Informationen zum Fairen Handel hinaus, setzten sie den Fairen Handel um über die Direktvermarktung von Kaffee, dem Hauptverkaufsprodukt der PartnerInnen. Im Gegensatz zum allgemeinen Fairen Handel, ist KEDOVO nicht nur Fairhandelspartner, sondern auch über persönliche Beziehungen und Projekte mit den Partner_Innen verbunden.

Hier zeigen sich zwei positive Beispiele, wie Partnerschaft und Fairer Handel verbunden werden können. Dies ist jedoch keine Selbstverständlichkeit, sondern scheint eher ein Glücksfall zu sein.

Von außen geforderte Partnerschaften oder eine von außen verordnete Beschäftigung mit dem Thema Fairer Handel bzw. die Verbindung von beidem erscheint nicht möglich und auch nicht sinnvoll.

Sicher gibt es nicht viele Produkte, die über Direktvermarktung von Partnergruppe zu Partnergruppe fair-marktet werden können. Durch gemeinsames Überlegen mit den Partner_innen könnten aber vielleicht doch geeignete Produkte für den Fairen Handel identifiziert werden. Auf jeden Fall aber kann man den Fairen Handel zum Thema machen, wie das Schulzentrum Heide-Ost deutlich zeigt. Sicher ist es von Vorteil, aber nicht zwingend erforderlich, dass in der Süd-Partnerregion Produkte für den (Fairen) Handel produziert werden.

Um Erfolge wie in den beiden o.g. Beispielen zu erreichen und Bereiche Partnerschaftsarbeit und Fairer Handel zusammenzubringen, bedarf es einer großen Offenheit, ei-



Bild: Fairtrade Germany / Miriam Ersch

ner guten Kommunikation unter den Akteur_innen, der Bereitschaft zur Vernetzung, dem Informationsaustausch, der gegenseitigen Sensibilisierung für die jeweiligen Themen/Inhalte uvm. Eine wesentliche Grundvoraussetzung ist dabei das ehrenamtliche Engagement.

Katharina Desch

1 Weitere Informationen auch über den Blog: <https://tansaniaprojekt.wordpress.com/>

2 <http://www.kedovo.org/>

Einen Überblick über Partnerschaftsgruppen in Schleswig-Holstein und weitere Informationen gibt es unter: <http://partnerschaften-weltweit.de/>

Fairer Handel konkret

Fairer Handel im Stadtmarketing und „Nachhaltigem Tourismus“

Diesen Workshop beim Netzwerktreffen in Meldorf 2015 leitete Lisa Herrmann als Kampagnenleiterin bei TransFair e.V. mit einem Impulsvortrag über „Faires Stadtmarketing“ ein.

Zwei Erfahrungsberichte von Helge Haalck (Dithmarschen Touristik) und Albert Röhl (Steuerungsgruppe Fairtrade Stadt Elmshorn) rundeten den Workshop ab.

1. Lisa Herrmann, Fairtrade Deutschland:

Lisa Herrmann referierte¹ über die vielfältigen Möglichkeiten, den Gedanken des Fairen Handels in der Stadt und deren Marketing zu verankern. Dies führt zur stärkeren Sichtbarkeit und Außenwirkung einer „Fairen Kommune“. Ein Engagement als Fairtrade-Town kann dabei auf unterschiedlichen Ebenen eine Erweiterung für das Stadtmarketing mit sich bringen:

- ✓ Steigerung der Attraktivität der Stadt als Wirtschaftsstandorts, Wohnort, Einkaufsort, oder auch touristische Destination
- ✓ Aufbau, Korrektur und Pflege eines Stadtimages
- ✓ Schaffung und Erhöhung eines überregionalen Bekanntheitsgrades
- ✓ Steigerung der Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit der Stadt
- ✓ Förderung der Zusammenarbeit wichtiger Akteure der Stadt



Lisa Herrmann referiert über die vielfältigen Möglichkeiten, den Gedanken des Fairen Handels zu verankern.

Um diese unterschiedlichen Bereiche abzudecken und entsprechende Module anzubieten, Marketing für den Fairen Handel umzusetzen, bietet TransFair e.V. verschiedene Instrumente an, welche von den Fairtrade-Städten und -Gemeinden genutzt werden können, u.a. die Nutzung des Kampagnen- und individuell angepassten Logos, sowie deren Verbreitung und Nutzung auf Websites und in Sozialen Medien. Auch können Aufkleber, Stempel und Fahnen dazu genutzt werden, das Engagement in der Stadt noch deutlicher sichtbar zu machen. Etliche Broschüren, Flyer und Aufsteller befinden sich ebenfalls im



Fairer Handel konkret

Fairer Handel im Stadtmarketing und „Nachhaltigem Tourismus“

Angebot, welches über die Kampagnenseite der Fairtrade Towns abgerufen werden kann.

Allgemein bieten sich viele Möglichkeiten, das Engagement für den Fairen Handel zu visualisieren, sei es durch lokale Kreationen (Stadtkaffees, -schokoladen, T-Shirts, Einkaufsbeutel u.v.m.) oder der Sichtbarmachung bei Veranstaltungen der jeweiligen Kommune (Stadtfeste, Weihnachtsmärkte, Neujahrsempfänge o.ä.).

Für jede Kommune sind hier eigene Möglichkeiten zu finden, wie diese Anregungen und Materialien vor Ort genutzt werden können.

ANGEBOT: Das BEI lässt sich von Lisa Herrmann ein Sortiment an Kampagnen-Materialien in 50-facher Ausführung zentral nach Kiel schicken. Teilnehmende der Veranstaltung in Meldorf können diese beim BEI abrufen. Für kleinere Projekte darf man gerne das BEI kontaktieren, um Wege der Realisierung zu finden.

Das Angebot an Fairtrade-Town-Materialien ist einsehbar unter: <https://www.fairtrade-towns.de/materialien/>

2. Helge Haalck, Leiter der Marketing Abteilung, Dithmarschen Touristik e.V.

Helge Haalck sieht den Fairen Handel bzw. die Idee der Fairtrade-Towns im Tourismus-Marketing in der Region bisher als Marke wenig genutzt. Es findet seiner Meinung nach noch zu wenig Zusammenarbeit zwischen den Akteuren statt und bisher wurden noch keine Schnittstellen entwickelt.

Zunächst klärt er die ca. 25 Teilnehmer_innen über den Aufbau des Tourismus in Schleswig-Holstein auf.

Im Tourismusmarketing hierzulande sind allgemein 3 Ebenen zu unterscheiden:

1. Landesebene (TASH)
2. TMO-Zone (Tourismusmanagement Organisation)
3. LTO-Ebene (Lokale Tourismusorganisationen; Dithmarschen Touristik ist als 5. LTO anerkannt, von insgesamt 21)
4. Einzelorte

Die Aufgaben lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. Regionsweites/r Gästemanagement, Qualität & Zertifizierung
2. Regionsweites/r Marketing & Vertrieb
3. touristische Infrastruktur in der Region

Das Thema „**Nachhaltigkeit**“ im Tourismus wird heute bereits eingebunden in die Tourismus Strategie 2025 des Landes SH. Das gilt auch für den Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer, Weltnaturerbe Wattenmeer, Nationalpark-Partner und im Projekt Nachhaltigkeits- und

EE-Scouts im nordsee*-Tourismus. Helge Haalck sieht dieses Thema im allgemeinen und Fair Trade im besonderen am besten aufgehoben über das Thema **Kulinarik**, da hier alle Leistungsketten beteiligt sind.

Er empfiehlt den lokalen Akteuren (Fairtrade-Städte), dieses mit in die Kommunikation (Prints etc.) zu integrieren. Eventuell bietet sich die Gelegenheit im Urlaubsmagazin 2017 einen Beitrag aufzunehmen, der kurz und knapp regionale und faire Produkte am Besten im Rahmen des Lifestyles „Entschleunigung“ in den Mittelpunkt setzt.

3. Albert Röhl, Weltladen TOP21, Steuerungsgruppe Fairtrade Stadt Elmshorn

Albert Röhl berichtet von seinen Aktivitäten über die Fairtrade Schools. Gerne bietet er diesbezügliche Beratungen an.

Martin Weber

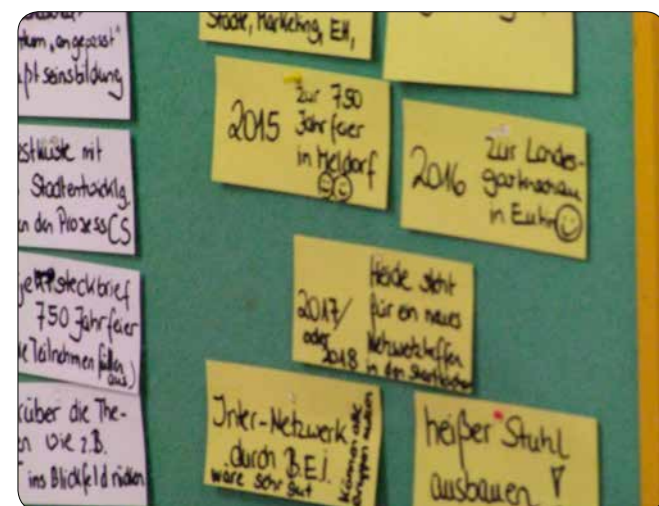
¹ Die mitgebrachte Power Point Präsentation konnte leider nicht geöffnet werden. Lisa Herrmann hat sie uns dankenswerterweise zur Verfügung gestellt, die ab Seite 18 auf Stadtmarketing und Öffentlichkeitsarbeit eingeht.

Zusammenfassung und Ausblick zum Fairen Handel in Schleswig-Holstein

Als sich gegen Ende des Jahres 2013 die Idee konkretisierte, die vielen Gruppen und bereits ausgezeichneten Städten und Gemeinden als „Fairtrade Towns“ zu einer gemeinsamen Veranstaltung zu laden, war kaum abzusehen, dass so viele Engagierte aus allen Teilen des Landes zu solch einem Treffen kommen würden. Die Veranstaltung 2014 in Norderstedt hat alle – Ausrichter wie Teilnehmer_innen – mehr als begeistert. Das Treffen in Meldorf 2015 fortzuführen und neben den Fairhandelsakteuren aus den Kommunen auch noch weitere Politiker_innen, Gastronomieverbände, Tourismusvertreter_innen, Nationalpark Wattenmeer-Partner und Vertreter_innen des Einzelhandels als Teilnehmer_innen zu begrüßen, zeigte eines ganz deutlich: Der Faire Handel ist in den Kommunen Schleswig-Holstein stark vertreten!

Erkenntnisse

Als eines der wichtigsten Ergebnisse der Treffen in Norderstedt und Meldorf kann die Wichtigkeit des Austausches der Gruppen untereinander festgehalten werden. Raum für diesen herzustellen ist enorm wichtig und viele Teilnehmer_innen wünschten sich für diesen bei den Treffen sogar noch mehr Zeit und Kapazitäten. Dass dieser Wunsch nach gegenseitiger Beratung und Unterstützung so groß ist, zeigte sich vor allen Dingen dadurch, dass sich bereits 2014 in Norderstedt mehrere Städte anboten, weitere Netzwerktreffen in den Folgejahren zu organisieren: In Eutin wird das Treffen im September 2016 (in Verknüpfung mit der Landesgartenschau) stattfinden und viele weitere interessierte Städte in den kommenden Jahren folgen – ein deutliches Zeichen, dass diese Gemeinschaft der Fairen Kommunen in Schleswig-Holstein weiter bestehen bleiben will.



Erkenntnisse auf Stellwand beim Netzwerktreffen 2014

„Zwischen den Treffen“: Regionale Zusammenkünfte

Aufgrund der großen Resonanz und der steigenden Zahl an lokalen Aktivgruppen, sowie den Erfahrungen, sich als Fairtrade-Stadt-Gruppen auch gegenseitig zu besuchen, ist auch die Anregung aufzugreifen, möglicherweise mehrere regionale Treffen zwischen den mittlerweile etablierten landesweiten Zusammenkünften zu organisieren. Ein einziges Austauschtreffen im Jahr reicht kaum noch aus, um alle interessanten Themen zu besprechen. Auch könnten so auch regionale Besonderheiten und Zusammenhänge verknüpft werden, wie z.B. die Zusammenarbeit an der Westküste mit dem Nationalpark Wattenmeer. Die Absprache von mehreren Fairen Kommunen in einem Kreis könnte zudem die Diskussion über einen „fairen“ Landkreis ergeben, den es in Schleswig-Holstein noch nicht gibt. Neue Gruppen und Interessierte hätten zudem die Möglichkeit, schneller den Anschluss zu finden, sich mit den Aktiven in der Umgebung auszutauschen.

Wirkungsvoller Austausch und Beispiele

Mit diesem Austausch geht einher, dass auch positive Beispiele und erfolgreiche Projekte und Aktionen sich verbreiten und in anderen Städten weiterentwickelt oder angepasst werden. Viele Antworten existieren bereits, viele Informationen sind vorhanden. Hier voneinander zu profitieren, ist entscheidend. Gerade bezüglich der langfristigen Verankerung des Themas in der Stadt sind und bleiben immer wieder neue Wege und Beispiele von großer Bedeutung. Das Eingehen auf bestimmte Themengebiete auf den landesweiten Netzwerktreffen erwies sich als gewinnbringend. Die steigende Zahl an „Fairtrade Schools“ geht auch auf die intensive Diskussion in Norderstedt 2014 zurück, wie Fairer Handel und Eine-Welt-Themen in Schule und Ausbildung getragen werden können. Dass Schüler_innen und Lehrer_innen aus Büsum nach dem direkten Austausch mit den Kolleg_innen in Norderstedt dem Vorbild der ersten ausgezeichneten Schule in Schleswig-Holstein folgten und selbst Ende 2015 ausgezeichnet wurden, verdeutlicht die Wirkung dieser Treffen und der Begegnungen. Auch in anderen Themenbereichen, in denen noch einiges Entwicklungspotential besteht – in erster Linie die Ansprache und Gewinnung von Gastronomie und Hotellerie – konnten die Treffen wichtige Anregungen bringen und zudem Unterstützung von der Landesebene der Dehoga in Aussicht gestellt werden – eine Forderung, welche aus dem Treffen 2014 abgeleitet wurde.

Zusammenfassung und Ausblick zum Fairen Handel in Schleswig-Holstein



Diskussionen am Rande des Netzwerktreffens 2015 in Meldorf



Kakao, Bildnachweis: TransFair e.V., Sean Hawkey

BEI als Plattform und landesweiter Impulsgeber

Neben den nötigen Strukturen für die Aktivitäten für Fairen Handel vor Ort, versucht das BEI diesem Engagement für faire Handelsbeziehungen auf Landesebene eine Stimme zu geben. Mit dem Austausch von Neuigkeiten und Informationen, als konstanter Ansprechpartner und mit der Organisation dieser Netzwerktreffen ist dies bereits gelungen. Eine noch stärkere Öffentlichkeitsarbeit für die Mitgliedsgruppen des BEI und (meist darin mitarbeitend) den Aktivgruppen für Faire Kommunen kann hier noch mehr von diesem vielfältigen Aktionen zeigen, welche es in diesem Land gibt. Hierfür eine Plattform zu sein ist und bleibt das Ziel des BEI, ebenso wie der Einsatz gegenüber der Politik die Forderung aufzustellen, den Worten auch Taten folgen zu lassen und ein Vorbild für nachhaltigen und fairen Einkauf zu werden.

Mit den landesweiten Netzwerktreffen der Fairen Kommunen in Schleswig-Holstein ist damit bereits ein wichtiger Schritt gegangen worden. Beispiele und Engagement sichtbar machen, Erfahrungen austauschen, Antworten auf gleiche Fragen suchen und finden, sowie feststellen, dass man nicht alleine ist, dass es in der Nachbargemeinde Gleichgesinnte gibt, dass Projekte woanders gelangen – sich dies bewusst zu machen, hilft manchmal schon so viel. Und bewirkt so viel. Auf dass sich viele Menschen motiviert fühlen, in ihren Kommunen ein Zeichen für Fairness in der Welt zu setzen.

Faire Kommunen in Schleswig-Holstein



Faire Kommunen in Schleswig-Holstein

Darstellung der Aktivgruppen, welche sich an der Kampagne Fairtrade-Towns beteiligen.
(Stand: Dezember 2015)

- Roter Punkt:**
Interessierte machen sich auf den Weg, Aktivgruppe ist vorhanden
- Gelber Punkt:**
Ein Beschluss der Stadt liegt vor, eine Steuerungsgruppe ist/wird gebildet
- Grüner Punkt:**
Die Gemeinde/ Stadt ist als „Fairtrade-Town“ ausgezeichnet!

In folgender Reihenfolge:

- | | |
|-------------------------------|--------------|
| 1. Lübeck | seit 11/2011 |
| 2. Eckernförde | seit 10/2012 |
| 3. Gemeinde Neudorf-Bornstein | seit 11/2012 |
| 4. Kellinghusen | seit 07/2013 |
| 5. Kiel | seit 09/2013 |
| 6. Eutin | seit 11/2013 |
| 7. Norderstedt | seit 01/2014 |
| 8. Gemeinde Blunk | seit 03/2014 |
| 9. Meldorf | seit 03/2014 |
| 10. Heide | seit 05/2014 |
| 11. Kaltenkirchen | seit 07/2014 |
| 12. Bad Oldesloe | seit 06/2015 |
| 13. Rendsburg | seit 07/2015 |
| 14. Gemeinde Stockelsdorf | seit 12/2015 |

Welche Siegel werden akzeptiert?

Um sicherzustellen, dass die Produkte, die in **Fairtrade-Towns** verkauft und ausgeschrieben werden, wirklich „fair“ sind, müssen diese nachweislich die Kriterien des Fairen Handels einhalten. Der Nachweis darüber kann über **zwei Wege** geschehen, die jeweils für die Erfüllung der Fairtrade Towns-Kriterien akzeptiert werden: Über Produktsiegel, welche einzelne Waren auszeichnen und bei denen die Einhaltung der Standards des Fairen Handels unabhängig kontrolliert wird. Hier ist in erster Linie das Fairtrade-Siegel von TransFair zu nennen. Des Weiteren erfüllen auch Produkte von anerkannten Lieferanten die Standards des Fairen Handels, in erster Linie alle Mitglieder der World Fair Trade Organization (WFTO) sowie alle Lieferanten, die der Konvention der Weltläden gerecht werden. Alle Firmen von der Liste der anerkannten Weltladen-Lieferanten werden ebenfalls von Fairtrade Towns akzeptiert!

Produkt-Siegel

Das Siegel für Fairen Handel

„Als unabhängige Initiative handelt TransFair e.V. nicht selbst mit Waren, sondern vergibt das Fairtrade-Siegel für fair gehandelte Produkte auf der Grundlage von Lizenzverträgen. Inzwischen nutzen mehr als 240 Firmen das Fairtrade-Siegel. Die Kriterien für die Vergabe des Siegels entsprechen den internationalen Standards von Fairtrade International (FI), welche die Einhaltung der Standards entlang der Handelskette durch die **unabhängige Zertifizierungsorganisation** FLO Cert GmbH kontrolliert.“

Weitere **Produkt-Siegel**, welche mittlerweile den internationalen Standards des Fairen Handels entsprechen, sind: IMO („Fair for life“), „EcoCert“ und auch „Naturland FAIR“

ALLE anderen „Siegel“ (wie z.B. „Rainforest Alliance“, „AC“ oder „UTZ“) erfüllen **nicht** die weitreichenden Standards des Fairen Handels!

Anerkannte Lieferanten

Mitglieder der World Fair Trade Organisation WFTO

„Importorganisationen, die den Prinzipien des Fairen Handels folgen, kaufen von Kleinbauern-Zusammenschlüssen oder Unternehmen mit sozialer sowie ökologischer Verantwortung in den Entwicklungsländern Produkte, die dann in Deutschland verkauft werden. Das geschieht nach partnerschaftlichen Prinzipien wie z. B. langfristige Handelsbeziehungen und Möglichkeiten der Vorfinanzierung, die den Partnern im Süden Planungssicherheit bieten. Gemeinsam mit Produzenten-Organisationen haben sie sich international in der WFTO (World Fair Trade Organization) zusammen geschlossen, der internationalen Dachorganisation von **Fair-Handels-Organisationen**.

Die WFTO hat ein Monitoring-System entwickelt, das die Einhaltung gemeinsamer Standards überwacht.“

Mittlerweile können Mitglieder der WFTO das dazugehörige Logo auch auf Produkte verwenden, bzw. Weltläden für ihr gesamtes Geschäft. Das Logo bestätigt, dass das Unternehmen oder Geschäft ausschließlich mit fair gehandelten Produkten handelt.

Die größten Importorganisationen- und Händler sind:



Neben den großen Fair-Handels-Importeuren, die in der WFTO organisiert sind, gibt es in Deutschland eine Vielzahl von kleineren Importorganisationen, die manchmal nur Kontakte zu einer ProduzentInnengruppe haben. Viele dieser Importorganisationen zählen zu den Pionieren des Fairen Handels in Deutschland.¹ Viele Städtekaffees gehen auf diese direkten Kontakte zu ProduzentInnengruppen zurück, wie z.B. der Heidelberger Partnerschaftskaffee oder in Schleswig-Holstein der Kielkaffee und der Lübeckkaffee.

Der Weltladen-Dachverband bemüht sich diese große Bandbreite von Händlern zu erfassen und gibt mit seinem **Katalog anerkannter Weltladen-Lieferanten** den Weltläden eine Einkaufsempfehlung an die Hand. Die Fair-Handels-Importeure werden darin bewertet, inwieweit sie der Konvention der Weltläden gerecht werden und dies mit einem Prüfungsverfahren regelmäßig kontrolliert wird. Diese Händler und Importeure erfüllen ebenso die Kriterien des Fairen Handels, gehen zum Teil sogar über sie hinaus. Die Händler nutzen meist nicht das Fairtrade-Siegel auf ihren Produkten, können und sollten aber als anerkannte Lieferanten bei der Erfüllung der Fairtrade-Town-Kriterien berücksichtigt werden!

Neben den oben schon erwähnten großen Fair-Handels-Importeuren werden kontinuierlich neue Lieferanten und Organisationen als anerkannte Lieferanten akkreditiert, u.a. so bekannte wie Globo, Contigo, Regenwaldladen, Banafair und el rojito. Die aktuelle vollständige Liste anerkannter Weltladen-Lieferanten wird ständig aktualisiert und ist im Internet einzusehen.

Direktlink (Dezember 2015): <http://www.weltladen.de/de/die-anerkannten-weltladen-lieferanten-menu-3886.html>

Bezugsquellen:

Die wichtigsten Bezugsquellen von fair gehandelten Produkten in Schleswig-Holstein sind in erster Linie Weltläden, die über ein vielfältiges Angebot von Waren verfügen (von Kaffee bis hin zu Schmuck) und zudem oft als Bildungspartner und für weitere Informationen kontaktiert werden können². Daneben gibt es auch Händler, welche mit größeren Mengen handeln, in erster Linie das Süd-Nord-Kontor in Hamburg (auch mit Online-Shop) und das „Weltlager“ in Ellerhoop, oder auch „FairHandeln“ in Kiel (Kaffee, Tee, Kakao). In der Produktdatenbank³ von Fairtrade finden sich weitere Anbieter.

Definition des Fairen Handels

„Fairer Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Durch bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte für benachteiligte ProduzentInnen und ArbeiterInnen - insbesondere in den Ländern des Südens - leistet der Faire Handel

einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung. Fair Handels-Organisationen engagieren sich - gemeinsam mit VerbraucherInnen - für die Unterstützung der ProduzentInnen, die Bewusstseinsbildung und die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels.“

Fair-Handels-Produkte werden nach diesen Grundsätzen hergestellt und gehandelt – wo immer möglich, durch glaubwürdige, unabhängige Kontrollsysteme bestätigt.

Kerngrundsätze des Fairen Handels

- ✓ Marktzugang für marginalisierte ProduzentInnen
- ✓ Fairer Handel als „Sozialvertrag“
- ✓ Nachhaltige und faire Handelsbeziehungen
- ✓ Sensibilisierung der VerbraucherInnen und politische Arbeit im Interesse der ProduzentInnen („Advocacy“)
- ✓ Aufbau von Fähigkeiten und Stärkung der Organisationen („Capacity Building und Empowerment“)

¹ Die „MITtelamerikanische KAffee Im- und Export GmbH“ (MITKA) bspw. importiert seit den 1980er Jahren Kaffee aus Mittelamerika für Händler wie el puente, dwp oder FairHandeln!, welche diesen in Deutschland vermarkten.

² Eine Übersicht der Weltläden in Schleswig-Holstein findet sich unter: <http://www.weltladen.de/schleswig-holstein/de/weltlaeden-in-schleswig-holstein.html>

³ <http://www.fairtrade-deutschland.de/produkte/produkt Datenbank/>



Stand 28. Mai 2015



Bereits nach dem neuen Verfahren anerkannt (nach Zeitpunkt der Anerkennung)



Noch nach dem alten Verfahren anerkannt (Alphabetische Sortierung)



Ausländische Lieferanten (nach Zeitpunkt der Anerkennung)



Weitere Informationen rund um den Fairen Handel finden sich auf folgenden Internetseiten:

Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein (BEI)

Neben aktuellen Informationen zum Fairen Handel in Schleswig-Holstein, finden sich auf der Website des BEI als entwicklungspolitisches Landesnetzwerk auch Hinweise zu Fördermöglichkeiten für das Engagement vor Ort.
<http://www.bei-sh.org>

Kampagne Fairtrade-Towns

Auf der zentralen Website zur Kampagne von Fairtrade Deutschland finden sich die Kriterien zur Kampagne, Positivbeispiele, Materialien und weitere Informationen zu Aktionen von Fairtrade Deutschland.
<http://www.fairtrade-towns.de/>

Forum Fairer Handel

Der Zusammenschluss der wichtigsten Importorganisationen des Fairen Handels, dem Weltladen-Dachverband sowie einiger Siegelorganisationen stellt Bildungs- wie Informationsmaterialien zur Verfügung und führt Aktionen und Kampagnen auf Bundesebene durch.
<http://www.forum-fairer-handel.de/>

In Kooperation mit TransFair e.V. und dem Weltladen Dachverband, organisiert das Forum jedes Jahr Ende September die Faire Woche, den bundesweiten Aktionszeitraum zum Fairen Handel. Diese findet 2016 zum 15. Mal statt – vom 16. bis 30. September 2016.
<http://www.faire-woche.de>

Weltläden in Schleswig-Holstein

Weltläden sind seit mehr als 30 Jahren die zentralen Akteure des Fairen Handels in Deutschland. Als Fachgeschäfte des Fairen Handels sind sie „anders als andere“ und sind wichtige Bildungsakteure. Eine Übersicht der Weltläden in Schleswig-Holstein findet sich hier:
<http://www.weltladen.de/schleswig-holstein>

„daara“

Der Wegweiser für Globales Lernen in Schleswig-Holstein bietet einen reichen Überblick über Bildungsmaterialien zu globalen Themen und wie diese in den Schulunterricht integriert werden können. Auch eine Auflistung von Referent_innen ist hier zu finden.
<http://www.daara.de/>

Taste – Fairtrade Deutschland

Das Portal von Fairtrade Deutschland bietet einen Überblick über die Möglichkeiten von Gastonomen und Hoteliers fair-gehandelte Produkte in ihr Sortiment aufzunehmen.
<http://taste.fairtrade-deutschland.de/>

Außer-Haus-Service Gepa

Auch die GEPA als größter Fairhandels-Importeur in Deutschland unterstützt Großkund_innen und Gastronomiebetriebe bei der Umstellung auf fair-gehandelte Produkten im Angebot.
<http://www.gepa-ausserhaus.de/p/>

Kampagne für Saubere Kleidung

Die Kampagne für Saubere Kleidung setzt sich für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie ein. Die Trägerorganisationen führen regelmäßig Aktionen und Kampagnen durch, einen Überblick und Bildungsmaterialien finden sich unter:
<http://www.saubere-kleidung.de/>

Siegelklarheit

Die Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) hat im Auftrag der Bundesregierung ein Portal für die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten im Einkauf erstellt. Es hilft dabei, Umwelt- und Sozialsiegel besser zu verstehen und sich beim nachhaltigen Einkauf besser zurecht zu finden.
<http://www.siegelklarheit.de/>



BEI

Bündnis Eine Welt
Schleswig-Holstein

BEI Bündnis Eine Welt
Schleswig-Holstein e.V.

Walkerdamm 1
24103 Kiel

Fon 0431/67 93 99-00

Fax 0431/67 93 99-06

E-Mail: info@bei-sh.org

www.bei-sh.org