

WELTLADEN

1-2016

FAIR EINKAUFEN

IDEE

Interview mit Jean Ziegler

PRODUKT

BanaFair-Bananen:
Beliebtes Obst aus Ecuador

WIR

Wie funktioniert?
Bildungsarbeit im Weltladen

DU

Power-Smoothie mit Banane

The logo for Weltladen, featuring a stylized orange swirl icon to the left of the word "WELTLADEN" in a bold, orange, sans-serif font.

WELTLADEN



Liebe Leserin, lieber Leser,

wenn ich in meinem privaten Umfeld mit Menschen über Armut und ungerechte Strukturen weltweit spreche, empfinden viele eine große Ohnmacht angesichts des unvorstellbaren Leids und den vielschichtigen Herausforderungen. Jean Ziegler kämpft bereits seit Jahrzehnten gegen Hunger und Menschenrechtsverletzungen in der Welt – aktuell als Vizepräsident des Beratenden Ausschusses des UN-Menschenrechtsrats. Was ihn noch immer motiviert und ihm Hoffnung gibt, hat er in einem Interview für unser Magazin Anfang Februar erläutert.

Was er mir persönlich noch einmal deutlich gemacht hat: Aus seiner Sicht haben gerade WIR in Deutschland konkrete Handlungsmöglichkeiten, die Welt zu verbessern: Durch unser Konsumverhalten können wir direkt faire und ökologische Produktionsweisen fördern. Darüber hinaus können und sollten wir von unserer Stimme als Bürger/innen Gebrauch machen – einer Stimme, die in der Politik durchaus Gehör findet, wenn sie von vielen laut eingesetzt wird. Denn Deutschland sei nicht nur eine der größten Wirtschaftsmächte der Welt, sondern auch ein Land mit einer der lebendigsten Demokratien. Für Ziegler ist die „exemplarische Ausstrahlung der Weltläden“ dabei absolut wichtig. Denn sie zeigen, dass jede/r die Welt verändern kann. Also, fangen wir an bzw. machen wir weiter! Lesen Sie einen Auszug des Interviews ab Seite 12.

Was der Faire Handel im Bananenanbau bewirkt, können Sie auf den Seiten 6-8 erfahren. Die Fotografin und Journalistin Jutta Ulmer hat die Organisation UROCAL in Ecuador besucht, deren Bio-Bananen durch den Importeur BanaFair in Weltläden gelangen.

Auch der Faire Handel hinterfragt und entwickelt sich ständig weiter, z.B. hinsichtlich einer höheren Wertschöpfung in den Rohstoff-Ursprungsländern. Jens Klein von der Genossenschaft Café Chavalo beschreibt ab Seite 10 die Wirkungen und Herausforderungen lokaler Weiterverarbeitung. Außerdem zeigt er die vielen Positivbeispiele, die es im Fairen Handel schon gibt.

Ich wünsche Ihnen gute Inspirationen beim Lesen!

Nadine Busch

Nadine Busch

Bild: JobOlmo

 **IDEE**

10 Leitartikel
Made in Nicaragua

12 Außersicht
Interview mit Jean Ziegler,
Vizepräsident des Beratenden
Ausschusses des
UN-Menschenrats

IMPRESSUM

Ausgabe 1/Frühjahr 2018



Herausgeber
Weltladen-Dachverband e.V.
Ludwigsstr. 11, 55116 Mainz
06131-68907-80
info@weltladen.de
www.weltladen.de

<http://facebook.com/weltladendachverband>



Redaktion
Nadine Busch (v.i.S.d.P.),
Sarah Kreuzberg



Korrektorat
Steffi Krass



Grafik
Iris Christmann, Christian Mentzel
(cmuk)
Illustrationen: Christian Mentzel



Druck
Lokay e.K., klimaneutral gedruckt
Papier 100% FSC-Recycling



PRODUKT

06 **Transparenz**

BanaFair-Bananen:
Beliebtes Obst aus Ecuador

14 **Lieblingsprodukte**

Zehn Frühjahrsprodukte



WIR

04 **Neues und Termine**

Weltladentag am 12. Mai 2018
Weltladen-Logo modernisiert
Buch-Tipp: Das Prinzip Fairtrade

09 **Portrait**

Über den Tellerrand geblickt:
Ein Geschäft für Fairen Handel in
Shizuoka/Japan

18 **Wie funktioniert's?**

Bildungsarbeit im Weltladen



DU

16 **Rezept**

Power-Smoothie mit Banane

17 **Ernährung**

Alles Banane

Bananenbüschel (UROCAL, Ecuador)

Versand

Praunheimer Werkstätten
gemeinnützige GmbH Frankfurt a.M.

Bezug

in vielen Weltläden erhältlich
Jahresabo 12 € (Inland)
Bestellungen an
versand@weltladen.de
Weitere Konditionen (auch für
Weltläden) online unter
www.weltladen.de

Anzeigenkontakt

Weltladen-Dachverband e.V.
Nadine Busch
Ludwigsstr. 11, 55116 Mainz
06131-68907-92
marketing@weltladen.de
Erscheinungsweise: drei Mal jährlich

WELTLADENTAG AM 12. MAI 2018

Getrieben vom Streben nach grenzenlosem Wachstum geht es in der Wirtschaft häufig unfair zu. Auch deutsche Unternehmen sind immer wieder an Menschenrechtsverletzungen im Ausland beteiligt oder profitieren davon.

Wie sähe eine Welt aus, in der Unternehmen nicht mehr dem Profit, sondern den Menschen und dem Planeten verpflichtet sind? Der Faire Handel zeigt seit über 40 Jahren, dass ein anderes Wirtschaften möglich ist. Damit in Zukunft alle Unternehmen weltweit verantwortungsvoll wirtschaften, braucht es strengere Regeln. Unternehmen müssen gesetzlich dazu verpflichtet werden, entlang ihrer gesamten Lieferkette Menschenrechte und Arbeitsstandards einzuhalten.

So eine Verbindlichkeit zu schaffen, ist Aufgabe unserer Politik.

Daher starten Weltläden in ganz Deutschland zum Weltladentag am 12. Mai eine Unterschriftenaktion an die Mitglieder des Deutschen Bundestags. Mit der Aktion wollen das Forum Fairer Handel und der Weltladen-Dachverband darauf aufmerksam machen, dass sich Deutschland und 192 weitere UN-Mitgliedsstaaten im Rahmen der Nachhaltigen Entwicklungsziele dazu verpflichtet haben, sozial- und umweltverträgliche Produktionsweisen weltweit zu fördern. Unterzeichnen auch Sie in Ihrem Weltladen den Appell an die Bundestagsabgeordneten, damit die Ausbeutung von Mensch und



Umwelt durch Unternehmen endlich gestoppt wird. Weitere Informationen gibt es unter:

www.forum-fairer-handel.de/kampagne.

Jill Grabowitz
Weltladen-Dachverband e.V.
AG Kampagnen

Anzeige

FAIRTRÄUMTE SCHLAFANZÜGE
FAIR produziert aus
GOTS-zertifizierter Bio-Baumwolle

www.nepalaya.de +49 (0)7663 94 27 003

WELTLADEN-LOGO MODERNISIERT



Vielleicht haben Sie es schon bemerkt – die Weltläden haben ein modernisiertes Logo. Es löst das in den 90er Jahren entwickelte Logo ab und kommt frischer und klarer daher.

Alle Mitglieder des Weltladen-Dachverbandes können das Logo nutzen, entweder als „Standardlogo“ (s. Bild) oder als individualisiertes Logo, d.h. mit Zusatz eines Eigen- oder Ortsnamens. Durch die Nutzung des Logos bekennen sie sich zur „Konvention der Weltläden“. Diese formuliert das Selbstverständnis der Weltläden in Deutschland und die zentralen Kriterien, an denen Weltläden ihre Arbeit messen (u.a. Handelspraktiken und Arbeitsbedingungen).

Von Roopa Mehta, Geschäftsführerin bei Sasha (Fair-Handels-Organisation aus Indien), erreichte uns zur Logo-Modernisierung die Nachricht: „Weltläden sind unsere wichtigsten Partner. [...] Ich freue mich darauf, sie in 'neuem Look' zu sehen.“ Wir hoffen, das geht Ihnen genauso! Aus Gründen der Nachhaltigkeit werden nicht sofort alle Ladenschilder, Plakate, Flyer etc. ausgetauscht. Daher werden Sie in vielen Weltläden sicherlich auch noch eine Weile das alte Logo sehen.

Sarah Kreuzberg

BUCH-TIPP: DAS PRINZIP FAIRTRADE

Im September 2017 ist das neue Buch des Wirtschaftsjournalisten Caspar Dohmen erschienen: „Das Prinzip Fairtrade. Vom Weltladen in den Supermarkt.“ Auf 250 Seiten zeichnet der Autor die Entwicklung des Fairen Handels und insbesondere des Fairtrade-Systems in verschiedenen Ländern nach, streift aktuelle Debatten und beleuchtet Herausforderungen und Widersprüche. In seinem Fazit entwirft er die Vision eines globalen Weltladens, der als internationale Genossenschaft organisiert werden könnte und bei der Produzent/innen und Konsument/innen Anteile hätten. Und er mahnt eine stärkere Einmischung des Fairen Handels in politische Debatten an. Durch die Portraits vieler Akteure des Fairen Handels ist das Buch gut lesbar und bietet viele Informationen für Menschen, die mehr über den Fairen Handel wissen wollen.

Christoph Albuschkat
Weltladen-Dachverband e.V.
Faire Woche & Öffentlichkeitsarbeit



Anzeige

HANDWERK

.....
DIE NEUEN GEPA-HANDWERKSPRODUKTE
IN DEN FRÜHLINGSFARBEN INDIENS

**Alles blüht, es wird bunt.
Wir feiern die Farbe in ihrer Vielfalt.
Himmelblau, Terrakotta, Kanariengelb und
Türkis bestimmen unsere
Kollektion HOLLI.**



FRÜHJAHR / SOMMER 2018



www.gepa.de – facebook.com / fairtradecompany
GEPA - The Fair Trade Company
GEPA-Weg 1 / 42327 Wuppertal

GEPA®
Fair Trade since 1975



Bild: lobOlmo

BanaFair-Bananen: Beliebtes Obst aus Ecuador

Im Durchschnitt isst jede/r Deutsche zwölf Kilogramm Bananen pro Jahr. Die große Masse stammt von den Fruchtmultis Chiquita, Dole und Del Monte. Gerade mal zehn Prozent sind aus Fairem Handel, darunter Bananen der deutschen entwicklungspolitischen Non-Profit-Organisation BanaFair, die man in Weltläden kaufen kann. Sie werden in Ecuador von Bio-kleinbäuer/innen kultiviert und schmecken vorzüglich.

Mit einem Marktanteil von 30 Prozent ist Ecuador der größte Bananenexporteur der Welt. Vor allem in und um der Küstenstadt Machala befinden sich unendliche Bananenplantagen. Über ihnen kreisen morgens und abends Flugzeuge. Sie versprühen hochgiftige

Chemikalien, die die Bananen vor Bakterien, Schimmelpilzen und Insekten schützen sowie Unkraut vernichten sollen. Kultiviert wird ausschließlich die Bananensorte Cavendish. Bananenanbau in Ecuador ist Monokultur in Reinform.

Kleinbäuer/innen betreiben ökologischen Landbau

Yony Yanzaguano lebt in der Nähe Machalas. Sein Bananenfeld unterscheidet sich jedoch grundlegend von den Plantagen der Fruchtmultis. Auf seiner kleinen Finca



1. Bananenernte
2. Geerntete Bananenbüschel
3. Bananenbauer Yony Yanzaguano
4. Bananen müssen mindestens 14 Zentimeter lang und 27 Millimeter dick sein.



Bilder: iobOlmo

wachsen neben Bananenstauden auch Kakao-, Orangen- und Papayabäume. „Weil wir nach den Grundsätzen des ökologischen Landbaus arbeiten, bauen wir unsere Bananen in Mischkultur an. Trotzdem müssen wir den Boden düngen. Wir legen um jede Staude tote Pflanzenteile. Die verrotten und so erhält der Boden Nährstoffe. Das Unkraut jäten wir mit der Machete und wir gehen auch gegen Pflanzenkrankheiten und Schädlinge manuell vor“, doziert Yony stolz. Seine Bananen sind Naturland bio-zertifiziert und unter der Marke BanaFair in deutschen Weltläden erhältlich.

Bananen werden unreif geerntet

Etwa 30 Tage bevor man sie in Deutschland kaufen kann, werden BanaFair-Bananen in Ecuador geerntet. Jeden Montag herrscht auf Yonys Finca Hochbetrieb. Alle erwachsenen Familienmitglieder helfen, denn es ist Erntetag. Auf ihren Schultern tragen Yonys Söhne riesige, plastikummüllte, frisch geerntete Bananenbüschel zur Packstation. Dort entfernt Yony die Plastiksäcke, die die Fruchtstände während ihres Wachstums vor gierigen Vögeln und unansehnlichen Kratzern geschützt haben. Hervor kommen quietschgrüne, unreife Bananen! Yony schneidet pro Büschel eine der Länge nach auf. Wenn das Fruchtfleisch weiß und hart ist und nach Salatgurke riecht, ist die Qualität perfekt.

Bananen müssen mindestens 27 Millimeter dick sein

Nun zerteilt Yony die Büschel in Bündel mit vier bis acht Bananen und vermisst sie. Die Europäische Bananenverordnung regelt nämlich, dass die krummen Früchte mindestens 14 Zentimeter lang und 27 Millimeter dick sein müssen. Früchte, die zu kurz oder zu dünn sind, verkauft Yony für wenig Geld an DIANA Food in Machala. Das multinationale Unternehmen produziert Bananenpüree und

-flocken, die Lebensmittelhersteller weltweit zu Babynahrung, Milchscherzeugnissen und Getränken weiterverarbeiten. Seine für den Export geeigneten Bananen gibt Yony in ein Wasserbecken, um den Naturkautschuk abzuwaschen, der beim Zerteilen der Büschel aus den Schnittstellen getreten ist. Danach fischt seine Frau Eva die Bananen aus dem Wasser und besprüht sie mit einem organischen Fungizid, das das Eindringen von Keimen während des Transportes verhindern



Die Kampagne „Make Fruit Fair!“

Gemeinsam mit 17 anderen Organisationen setzen sich BanaFair und UROCAL im Rahmen der Kampagne „Make Fruit Fair!“ für die Umsetzung von Sozial- und Umweltstandards im Handel mit tropischen Früchten ein. Sie fordern Erzeuger, Lebensmittelindustrie und Handelsunternehmen auf, dafür zu sorgen, dass auf den Fruchtplantagen existenzsichernde Löhne bezahlt, Arbeits- und Gewerkschaftsrechte eingehalten sowie weniger hochgiftige Pflanzenschutzmittel eingesetzt werden. Vor allem an die Supermärkte wird appelliert, faire Preise an ihre Zulieferer zu entrichten. Gerade bei Bananen ist das wichtig, denn alle großen Einzelhandelsketten versuchen, mit günstigen Bananenpreisen Kund/innen in die Märkte zu locken! Schließlich sind die gelben Früchte süß, mineralstoffreich und nach Äpfeln das zweitbeliebteste Obst in Deutschland.

<http://makefruitfair.org>



1. Eva Yanzaguano fischt die Bananen aus dem Wasserbecken. 2. Schichten der Bananenkartons auf Paletten

soll. Zuletzt versieht sie die Bündel mit einem BanaFair-Aufkleber und verpackt sie in genormte Kartons zu je 18 Kilogramm.

BanaFair bezahlt einen fairen Preis

In Ecuador bewirtschaften etwa 3.800 Kleinbäuer/innen 26 Prozent der Bananen-anbaufläche. Mangels einer Alternative verkaufen die meisten ihre Exportbananen für einen geringen Preis an die Fruchtmultis. Anders ist das bei Yony, denn er ist Mitglied bei der Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral (UROCAL). Das Ziel UROCALs ist es, ihre Mitglieder bei der Vermarktung ihrer Bananen zu unterstützen und damit die Lebenssituation der Kleinbäuer/innen zu verbessern. Wichtigster Handelspartner ist BanaFair: Die deutsche Non-Profit-Organisation bezahlt einen fairen Bananenpreis, garantiert eine bestimmte Abnahmemenge und entrichtet pro Bananenkiste einen US-Dollar Fair-Trade-Prämie für Gemeinschaftsprojekte. „Mit der Fair-Trade-Prämie haben wir die Pflanzenvielfalt auf unseren Feldern vergrößert und Bewässerungssysteme angelegt. Bananen brauchen richtig viel Wasser und ich produziere nun ein Drittel mehr als früher. Es gibt auch eine Gesundheitsvorsorge für uns Bäuer/innen und ein Kreditprogramm, das mir bei der Fertigstellung meines Hauses geholfen hat. Außerdem haben wir für den Eigenverbrauch Gemüseärten angelegt“, erzählt Yony begeistert.

Bananen machen eine Art Winterschlaf

Montags ist nicht nur bei Yony Erntetag, sondern auch bei allen anderen UROCAL-Mitgliedern. LKWs transportieren die Bananen tagesgleich von den weit verstreuten Fincas in eine riesige Halle in Machala. Dort prüfen staatliche Kontrolleur/innen die Qualität der Früchte, bevor die Bananenkisten in Kühlcontainern zum Hafen in Guayaquil gebracht werden. Bananen gehören zu den Früchten, die nach der Ernte weiterreifen. Um den Reifungsprozess zu stoppen, werden die unreif geernteten Bananen in den Kühlcontainern bei 13,3 Grad Celsius in eine Art Winterschlaf versetzt. Die Überfahrt vom Guayaquiler zum Hamburger Hafen in riesigen Containerschiffen dauert drei Wochen. Dort werden die Container entladen, kontrolliert, auf LKWs verfrachtet und zur Reiferei Bratzler nach Karlsruhe gebracht.

BanaFair-Bananen reifen in Karlsruhe

Bratzler hat sich auf die Reifung von tropischen Früchten spezialisiert. Palettenweise kommen die BanaFair-Bananen in eine Reifekammer und werden 24 Stunden mit Ethylen begast, einem Pflanzenhormon, das Früchte ab einem bestimmten Reifegrad selbst produzieren. Außerdem wird die Temperatur auf 18 Grad Celsius hochgefahren: Stärke verwandelt sich zu Zucker. Innerhalb von vier bis acht Tagen werden aus den quietschgrünen Früchten knallgelbe Bananen und können ausgeliefert werden.

Gesund für Natur und Menschen

Natürlich sind die fair gehandelten Bio-Bananen im Weltladen teurer als konventionelle Bananen im Supermarkt. Man weiß aber, dass Kleinbäuer/innen wie Yony dank des Mehrpreises ein menschenwürdiges Leben führen können und der Bioanbau auf Mischkulturfeldern gefördert wird. Auch die Verbraucher/innen haben einen Benefit: Bio-Bananen sind pestizidfrei, während konventionelle Bananen Pestizidrückstände enthalten, die zum Teil sehr hoch und gesundheitlich bedenklich sind, wie ÖKO-TEST im Januarheft 2018 feststellt. Auf mehr als 600 Pestizide hin hat das Magazin die Bananen von 22 Anbietern untersucht. Darunter sind BanaFair-Bananen, die das Gesamturteil „sehr gut“ erhalten.

Jutta Ulmer (lobOlmo)

über lobOlmo

Jutta Ulmer und Michael Wolfsteiner (lobOlmo) sind freiberuflich als Fotografen, Journalisten und Vortragsreferenten tätig. Ihr Arbeitsschwerpunkt ist der Faire Handel und sie sind assoziierte Mitglieder der World Fair Trade Organization (WFTO). Jutta Ulmer hat UROCAL in Ecuador im Mai 2017 im Rahmen einer Pressereise besucht, zu der die Kampagne „Make Fruit Fair!“ eingeladen hatte. Weitere Informationen unter www.lobOlmo.de.

Über den Tellerrand geblickt: Ein Geschäft für Fairen Handel in Shizuoka/Japan

Shizuoka ist mit ca. 700.000 Einwohner/innen eine Großstadt an der Südostküste von Japans Hauptinsel. Sie ist u.a. bekannt für den knapp 3.800 Meter hohen größten Berg Japans und Vulkan Fuji, der in unmittelbarer Nähe der Stadt liegt. Dort betreibt Nahoko Imai, 52, seit acht Jahren das Geschäft für Fairen Handel „Teebom“. Es ist 15 Quadratmeter groß und liegt in einer guten Einkaufslage in der Innenstadt. Der Name stammt aus Sri Lanka und bedeutet so viel wie „Lass uns eine Tasse Tee trinken“.

WELTLADEN: Welche Bedeutung hat der Faire Handel in Japan?

Imai: In Japan ist der Begriff „Fairer Handel“ zwar meist bekannt, aber was sich dahinter verbirgt, wissen nur sehr wenige Japaner/innen. Der Verkauf von fair gehandelten Produkten ist verhältnismäßig gering. Der meiste Umsatz wird in Tokyo gemacht. Es gibt nur sehr wenige kleinere Städte, in denen man fair gehandelte Waren kaufen kann. In Kaufhäusern gibt es nur zum Valentinstag fair gehandelte Schokolade. Wir Inhaber/innen von solchen Fairhandelsgeschäften sind immer noch dabei, das Bewusstsein für Fairen Handel zu schaffen. Meist im persönlichen Gespräch, aber auch durch Veranstaltungen. Ich selber werde immer wieder vom lokalen Radio eingeladen, um über Fairen Handel zu berichten.

WELTLADEN: Was war Ihre Motivation, ein Geschäft für Fairen Handel zu gründen?

Imai: Mit Ende 20 war ich als Freiwillige in Sri Lanka in einem kleinen Dorf. Dort habe ich gemeinsam mit den Frauen verschiedene Stoffwaren hergestellt und verkauft. Die Frauen haben dadurch ihren Lebensunterhalt finanziert. Später habe ich erfahren, dass andere Unternehmen die Produkte kopiert haben und die Frauen nur noch sehr wenig Geld für ihre selbst hergestellten Stoffwaren bekamen und damit wieder um ihren Lebensunterhalt kämpfen mussten. Das hat mich sehr schockiert und jahrelang nicht losgelassen. Später habe ich auf einer Thailand-Reise das erste Mal vom Konzept des Fairen Handels gehört. Ich habe dann „Fair Trade“ in Samoa studiert und anschließend noch „Business“ in Australien, damit ich in Japan ein gut laufendes Fairhandelsgeschäft aufbauen konnte. Hier in



meinem Laden kann ich nun auch die Produkte aus dem Dorf in Sri Lanka verkaufen.

WELTLADEN: Was für ein Konzept steckt hinter „Teebom“?

Imai: „Teebom“ zeichnet sich besonders durch den selbst gerösteten Kaffee und das Teeangebot aus. Aber auch bei anderen Lebensmitteln achte ich sehr auf gute Qualität und hervorragenden Geschmack. Außerdem ist es mir wichtig, gute Beziehungen zu meinen Kund/innen zu haben, indem ich sie beispielsweise individuell berate.

WELTLADEN: Was für Produkte gibt es bei Ihnen zu kaufen?

Imai: Lebensmittel wie Kaffee, Tee, Schokolade und Gewürze, aber auch Kleidung, Taschen und Accessoires. Viele meiner Produkte habe ich mit Produzent/innen zusammen entwickelt.

WELTLADEN: Wonach wählen Sie die Lieferanten bzw. Produzent/innen aus?

Imai: Am Anfang habe ich über die World FairTrade Organization (WFTO) viele Kontakte bekommen. Mittlerweile kenne ich selbst viele Produzent/innen zum Beispiel in Indien, Sri Lanka, Peru und Ghana, von denen ich direkt bestelle. Die Projektleiter/innen kommen mich gelegentlich besuchen und gemeinsam schauen wir uns den Geschmack und die Vorlieben der Japaner/innen an und überlegen, welche neuen Produkte sich gut in Japan vermarkten lassen.

Das Interview führten Nadine Busch und Martina Süßmuth (Kontakt vor Ort und Übersetzung).



Made in Nicaragua

Kaffee, Kakao und Co. im Ursprungsland weiterzuverarbeiten, ist aufwändig, aber nicht unmöglich. Im Fairen Handel gibt es hierfür viele Positivbeispiele. Aufgrund der damit verbundenen Herausforderungen scheuen sich jedoch auch viele Fair-Handels-Importeure davor. Wenn sie sich dauerhaft damit begnügen, Rohstoffe aus dem Süden im Norden zu verarbeiten, verfehlt die Bewegung ihr Ziel. Importeure sollten ihre Handelspartner verstärkt dabei unterstützen, die lokale Weiterverarbeitung auszubauen und somit auch auf dem heimischen Markt erfolgreich zu sein. Nur so entstehen echte Perspektiven und unabhängige Produzent/innengruppen.

Bild: Café Chavalo



Daysi Mendez vom Kooperativenverband Tierra Nueva am traditionellen Trommelröster

Daysi Mendez sitzt vor einem Berg an Kaffeebeuteln. Beutel befüllen, abwiegen und verschweißen: Tausendfach wiederholt die junge Frau die gleichen Arbeitsschritte, um den Kaffee zu verpacken, den sie gerade erst selbst für die Kund/innen in Deutschland geröstet hat. Mendez arbeitet als Kaffeesommelière und Kaffeerösterin für den Kooperativenverband Tierra Nueva in Nicaragua. Im Export roher Kaffeebohnen ist der Verband inzwischen seit 20 Jahren aktiv. Der eigene Bio-Röstkaffee hingegen konnte bis vor kurzem ausschließlich auf dem lokalen Markt abgesetzt werden. Die Partnerschaft mit der Leipziger Genossenschaft Café Chavalo brachte Tierra Nevas Röstkaffee 2015 zum ersten Mal auch nach Deutschland.

Aktive Wirtschaftsförderung im Süden

Mehr Wertschöpfung im Globalen Süden ist ein Thema, das den Fairen Handel vom ersten Tag an begleitet. Für jede/n Ökonom/in ist die Sache klar: Wer nicht bloß Rohstoffe anbaut, sondern gleich deren Weiterverarbeitung übernimmt, steigert seine Erträge deutlich. Doch nicht allein der finanzielle Nutzen für die Kooperative macht den Ansatz attraktiv. Die Weiterverarbeitung vor Ort ist in der Regel zugleich ein Förderprogramm für den ländlichen Raum in den Ländern des Südens. Um Rohkaffee zu Röstkaffee zu veredeln, braucht es geschultes Personal, geeignete Technik und passendes Verpackungsmaterial. Jenseits der Großstädte entstehen in kleinen Städten

oder gar Dörfern qualifizierte Arbeitsplätze und moderne Infrastrukturen. Das schafft Perspektiven auch jenseits landwirtschaftlicher Tätigkeiten.

Neue Abhängigkeiten vermeiden

Der internationale Handel mag ein wichtiges Standbein und ein wertvoller Devisenbringer sein. Nachhaltige Entwicklung sollte jedoch nicht alleine in Abhängigkeit vom globalen Markt erfolgen. Global denken, lokal handeln: Was für hiesige Agenda-Prozesse gilt, lässt sich auch auf Märkte in Lateinamerika, Afrika und Asien übertragen. Die Partnerschaft mit Fair-Handels-Akteuren aus dem Norden kann wichtiger Impulsgeber und Katalysator sein, aber daraus sollten neue Möglichkeiten, keine neue Abhängigkeiten entstehen.

Herausforderungen annehmen

In der Praxis bringt die Weiterverarbeitung im Süden für Produzent/innen und Importeure gleichermaßen einige Herausforderungen mit sich. Möglichst nachhaltige Verpackungen sind oftmals kaum oder gar nicht vor Ort zu beschaffen, behördliche Anforderungen hierzulande verkomplizieren die Umsetzung manchen Projekts und das Damoklesschwert Mindesthaltbarkeitsdatum schwebt schon über jedem Produkt, bevor es in Deutschland angekommen ist. Eine gleichbleibende Produktqualität sicherzustellen und die lückenlose Verfügbarkeit zu gewährleisten, wird durch die Veredelung im Süden ebenfalls schwieriger. Denn Maschinen sind mitunter nicht auf demselben technischen Stand wie in Europa. Die

Importeure müssen ihren Bedarf sehr gut planen. Wenn die Verkaufszahlen über den Erwartungen liegen, lässt sich nicht kurzfristig nachproduzieren. Allein die Verschiffung nimmt mehrere Wochen in Anspruch und leere Regale sorgen für Unmut.

Fair-Handels-Importeure als Pioniere

Ein wenig unternehmerischen Mut braucht es also zweifellos, um sich darauf einzulassen, Lebens- und Genussmittel zu importieren, die im Ursprungsland weiterverarbeitet worden sind. Einige Fair-Handels-Akteure beweisen diesen Mut vom ersten Tag an. Importeure wie etwa fairafric in München, Kallari-Futuro in Tübingen oder die Kaffee-Kooperative in Berlin bauen mit ihrem Geschäftskonzept vollständig auf die Vermarktung von Schokolade und Kaffee, die im Ursprungsland weiterverarbeitet wurden. Sie investieren viel Zeit in den intensiven Kontakt zu ihren Partner/innen im Süden. Es müssen gemeinsame Rezepturen entwickelt, Qualitätsstandards definiert und immer wieder Anpassungen vorgenommen werden.

Bei Unternehmen wie der Berliner Fairhandelsgenossenschaft Ethiquable hat die Weiterverarbeitung in den Ursprungsländern seit jeher einen hohen Stellenwert: Jedes fünfte Produkt im Sortiment kommt bereits fertig verpackt in Europa an. Eine Voraussetzung dafür sind Rezepturen mit möglichst regionalen Zutaten. Denn Weiterverarbeitung vor Ort ist nur dann sinnvoll, wenn nicht erst Kakao aus Ecuador, Ananas aus Madagaskar, Milchpulver aus dem Allgäu und Zucker aus Paraguay zusammengebracht werden müssen. Weniger ist mehr: Das war auch der Ansatz des Unternehmens Cashew for You. In einer eigenen Cashew-Manufaktur in Nigeria werden die Cashews auf offener Flamme geröstet, von Hand geknackt und im Steinofen gebacken. Inzwischen ist das Sortiment gewachsen, sodass viele Produkte andernorts veredelt werden. Doch den Kern des Unternehmens bilden nach wie vor die Cashews, die in Nigeria angebaut und weiterverarbeitet werden.



Bild: Café Chavaló

Jens Klein (rechts) zu Besuch beim Kooperativenverband Tierra Nueva in Nicaragua

Moderne Kommunikation hilft enorm

Nun sind Cashews kein Kaffee und Nigeria ist nicht Nicaragua. Jedes Produkt und jede Region bringen natürlich andere Ausgangssituationen und Herausforderungen mit sich. Doch die Zeit steht nicht still und im Vergleich zur Situation zu Beginn der Fair-Handels-Bewegung vor 40 Jahren sind die Ausgangsbedingungen heute ungleich besser. Allein die verbesserten Kommunikationsmöglichkeiten erleichtern die Arbeit erheblich. Nicht für jede Kleinigkeit ist ein Besuch vor Ort nötig. E-Mails und Videokonferenzen sorgen dafür, dass Produzent/innenorganisationen und Importeure ständig miteinander in Kontakt stehen können.

Chance für den Fairen Handel

Unterschiedliche Qualitätsansprüche, logistische Herausforderungen und rechtliche Stolperfallen lassen sich nicht negieren. Aber sie lassen sich stemmen, was an den aufgeführten Beispielen deutlich wird. Jedes einzelne Projekt ist eine kleine Erfolgsgeschichte für sich. Aus hochwertigen Zutaten können europäische Manufakturen und Fabriken erstklassige Produkte herstellen. Das beweist die Vielfalt leckerer Produkte in den Weltläden. Nun liegt es an den Importeuren, ihr Sortiment nicht bloß mit immer neuen Produkten „Made in Europe“ auszubauen, sondern die Weiterverarbeitung im Ursprungsland verstärkt in den Fokus zu rücken.

Gerade derzeit erleben wir ein wachsendes Interesse an Produkten mit ursprünglichem Geschmack und Zutatenlisten, die nicht gleich Plakatwände füllen. Wenn sich diese Lust am Purismus mit dem wachsenden Bewusstsein für nachhaltigen Konsum und dem Wunsch nach Informationen über die Herstellung von Lebensmitteln paart, dann erwächst daraus eine große Chance für den Fairen Handel.

Fairer Handel ist kein Zustand, sondern ein fortlaufender Prozess, der stets hinterfragt, kritisch betrachtet und immer wieder neu erfunden werden muss. Die Grundüberzeugungen und Kriterien sind das Mindestmaß, dem unser Handeln gerecht werden muss. Sie bilden das Fundament des Fairen Handels, sind aber nicht das Ende der Fahnenstange. Vor 30 Jahren war der Import fair gehandelten Kakaos möglicherweise der einzig richtige Schritt, doch im Jahr 2018 darf es auch ruhig gleich die fertige Schokolade aus Afrika sein.

Jens Klein

ZUR PERSON

Jens Klein ist Vorstand der Café Chavaló eG. Die Leipziger Genossenschaft importiert fair gehandelte Bio-Produkte aus Nicaragua – unter anderem auch vor Ort gerösteten Kaffee. Der Kooperativenverband Tierra Nueva ist Café Chavalos wichtigster Handelspartner und ebenfalls Mitglied der Genossenschaft in Deutschland.

www.cafe-chavaló.de

Interview mit Jean Ziegler: „Die exemplarische Ausstrahlung der Weltläden ist absolut wichtig.“

Jean Ziegler, 83, ist Schweizer Soziologe, Buchautor und emeritierter Professor der Universität Genf. Von 2000 bis 2008 war er UN-Sonderberichterstatter für das Recht auf Nahrung. Heute ist er Vizepräsident des Beratenden Ausschusses des UN-Menschenrechtsrats. In seinen Büchern und Interviews findet der Globalisierungskritiker klare Worte. Sein aktuelles autobiographisches Buch trägt den Titel „Der schmale Grat der Hoffnung“, Verlag C. Bertelsmann. Anfang Februar 2018 hatten Nadine Busch und Steffen Weber vom Weltladen-Dachverband e.V. die Gelegenheit, Jean Ziegler in Frankfurt zu treffen. Lesen Sie hier einen Auszug des Interviews.

WELTLADEN: Seit vielen Jahrzehnten kämpfen Sie gegen Hunger, Armut und Menschenrechtsverletzungen in der Welt. Was ist Ihre Motivation und auch Ihre Hoffnung, immer noch so aktiv zu sein?

Ziegler: Wenn man einmal hungernde oder verhungerte Kinder gesehen hat, dann vergisst man das nicht. Sobald man kämpfen kann, muss man das tun. Dazu kommt, dass ich glaube, dass das Leben einen Sinn hat. Ich kann mir nicht vorstellen, dass ich durch einen reinen Zufall da bin. Alle fünf Sekunden stirbt ein Kind unter zehn Jahren an Hunger oder an den Folgen.

Der World Food Report sagt, dass eine Milliarde Menschen unterernährt sind. Der gleiche Bericht sagt, dass die Landwirtschaft, wie sie heute ist, problemlos 12 Milliarden Menschen ernähren könnte, also fast das Doppelte der Weltbevölkerung. Es geht nicht um einen objektiven Mangel, um fehlende Produktion, sondern um den fehlenden Zugang zu Nahrung, der fehlenden Kaufkraft und so weiter. Das ist die Evidenz. Immer mehr Menschen, vor allem die planetarische Zivilgesellschaft, die sozialen Bewegungen, wollen diese Welt nicht mehr akzeptieren, in der alle fünf Sekunden ein

Kind verhungert, das eigentlich ermordet wird. Es gibt keine Fatalität.

WELTLADEN: Wie können aus Ihrer Sicht die Hungerursachen bekämpft werden?

Ziegler: Der Hunger kann morgen früh in der Demokratie gestoppt werden, wenn die Menschen erwachen. Börsenspekulation mit Nahrungsmitteln treibt deren Preise in die Höhe. Die Frankfurter Börse funktioniert nicht im rechtsfreien Raum, sie hat ein Börsengesetz. Ein Artikel mehr „Börsengeschäfte mit Grundnahrungsmitteln sind verboten“ und Millionen Menschen wären innerhalb



Jean Ziegler und Nadine Busch (Redaktion WELTLADEN)

von zwei bis drei Monaten gerettet. Die Agrarminister/innen der EU kommen alle drei Monate zusammen und wir könnten den deutschen Agrarminister zwingen, dass er für die Aufhebung des Agrardumpings auf den Märkten in sogenannten Entwicklungsländern stimmt und Millionen wären gerettet. Der deutsche Finanzminister ist nicht vom Himmel gefallen, sondern regiert durch Delegation des souveränen Volkes, und wir könnten ihn zwingen, wenn er im September zur Generalversammlung des Weltagrarforums reist, einmal nicht für die Gläubigerbanken zu stimmen, sondern für die sterbenden Kinder – das heißt für die Total-Entschuldung der 50 ärmsten Länder der südlichen Hemisphäre. Das können wir und alles, was wir brauchen, ist einen Aufstand des Gewissens. Unser Gewissen ist total entfremdet durch die neoliberale Wahnidee. Die sagt, dass Marktkräfte nur Naturgesetzen gehorchen und nicht mehr menschlichem Willen. Alles, was wir tun können, sei, uns diesen Marktkräften zu unterwerfen. Die Selbstlähmung, die uns durch die neoliberale Wahnidee eingetrichtert wird, die bis in die Linke zur Entfremdung führt, die muss gebrochen werden. Es gibt keine Ohnmacht in der Demokratie.

WELTLADEN: Wie können der Faire Handel und die Weltläden dazu beitragen, diese Selbstlähmung zu brechen?

Ziegler: Alternativen aufzeigen. Zeigen, dass Handelsbeziehungen hergestellt werden können, bei der der nicaraguanische Bauer, der Honig produziert, überleben und das Gebrauchsinteresse hier befriedigt werden kann. Das ist möglich und das wird gezeigt durch die Weltläden, die Pionierleistungen erbracht haben. Auch wenn viele Frauen und Männer noch immer in den konventionellen Ladenketten einkaufen: Die exemplarische Ausstrahlung der Weltläden ist absolut wichtig. Sie ist entscheidend wichtig: Weltläden zeigen, dass die Bürger/innen die Welt verändern können, jede/r einzelne.

WELTLADEN: Was kann jede/r Einzelne/r konkret im Alltag tun?

Ziegler: Es gibt zwei Sachen, die jede/r Einzelne/r tun kann und muss: Durch das Konsumverhalten können wir die kanniba-

listische Weltordnung angreifen und stören: Zum Beispiel keine gentechnisch veränderten Nahrungsmittel kaufen. Sie sind ja durch das Vorsichtsprinzip in der EU deklariert, in Amerika gibt es das nicht; saisonale Lebensmittel kaufen, zum Beispiel Trauben aus Chile im Dezember ist eine Absurdität; in Weltläden einkaufen. Und dann aber als Staatsbürger/in komplementär gegen die unterdrückenden Strukturen vorgehen: Börsengesetz revidieren, Totalentschuldung der ärmsten Länder durchsetzen und so weiter. Das Grundgesetz gibt uns ja alle Waffen, sogar bis zum Generalstreik. Wir müssen uns nur bücken, sie aufheben und gebrauchen.

WELTLADEN: Im Fairen Handel haben wir zwei Hauptziele: Erstens, durch politischen Wandel eine gerechte Welthandelsordnung schaffen. Zweitens, faire Handelspartnerschaften anstreben und Produkte konsumieren, die unter fairen Bedingungen hergestellt wurden. Wie bewerten Sie die beiden Ziele, sind sie für Sie gleichwertig?

Ziegler: Beides gehört zusammen, es gibt eine Totalität. Die Macht der Konsument/innen muss zu Strukturveränderungen gebraucht werden. Ich wiederhole: Es gibt keine Ohnmacht in der Demokratie. Für mich ist Deutschland die lebendigste Demokratie dieses Kontinents, die drittgrößte Wirtschaftsmacht der Welt. Wenn die Öffentlichkeit aufsteht, dann wird etwas passieren. Und die politischen Strukturreformen sind komplementär, es gibt kein entweder oder. Es gehört zusammen. Che Guevara hat gesagt: „Auch die stärksten Mauern fallen durch Risse.“ Und Risse entstehen überall: Bewegungen wie attac, Via Campesina, die Frauenbewegungen, amnesty, der Faire Handel – die planetarische Zivilgesellschaft ist keine Partei, hat keine Parteilinie, kein Einheitsprogramm. Da kämpfen ganz verschiedene Menschen an ganz verschiedenen Stellen gegen die kannibalistische Weltordnung. Aber der einzige Motor ist der kategorische Imperativ, der zubetoniert ist durch die neoliberale Wahnidee. Aber irgendwo ist noch die Glut da. Immanuel Kant hat gesagt: „Die Unmenschlichkeit, die einem anderen angetan wird, zerstört die Menschlichkeit in mir.“ Punkt. Das macht, dass die Leute aufstehen und kämpfen und ein Riss nach dem anderen entsteht. Und eines Tages

bricht diese kannibalistische Weltordnung zusammen.

WELTLADEN: Das Wissen der Menschen in Deutschland und Europa ist oftmals vorhanden, was Ungerechtigkeiten in der Welt angeht, doch wie kann eine Verhaltensänderung erreicht werden?

Ziegler: Wir haben heute den Vorteil, dass die Informationen globalisiert werden. Das war vor 100 Jahren noch nicht der Fall. Was den Kindern im Südsudan jetzt zustößt, das weiß jeder. Wir müssen die Lügentheorie des neoliberalen Kapitalismus durch Bildungs- und Aufklärungsarbeit entlarven und den Menschen sagen, dass die Ungleichheit beispielsweise etwas mit den Kapitalbewegungen zu tun hat, sagen wer verantwortlich ist. Jean-Paul Sartre hat gesagt: „Der Mensch ist, was er tut.“ Man muss die Entfremdung durchbrechen und dann zeigen, warum es keine Ohnmacht in der Demokratie gibt. Zeigen, was gegen die unterdrückenden Strukturen zu tun ist. Und was nachher kommt, ist das Mysterium der befreiten Freiheit des Menschen.

Das komplette Interview finden Sie auf www.weltladen.de.

Zum Weiterlesen:

Jean Ziegler: „Der schmale Grat der Hoffnung“, Verlag C. Bertelsmann, 2017



Zehn Frühjahrsprodukte

In den rund 800 Weltläden deutschlandweit finden Sie ganz besondere Geschenke – von köstlichen Lebensmitteln über außergewöhnliches Kunsthandwerk bis hin zu Kleidung. Auf dieser Doppelseite stellen wir Ihnen zehn aktuelle Lieblingsprodukte unserer anerkannten Weltladen-Lieferanten vor.

Hautöle

Werden aus Samen und Früchten gepresst, die von Sammlergemeinschaften im brasilianischen Regenwald abgekauft werden. Die verschiedenen Öle werden waldschonend hergestellt und tragen so zum Regenwaldschutz bei. Handelspartner ist die Firma Schwab-Company aus Porto Velho/Brasilien. Importeur: Regenwaldladen



Sneaker

Mit dem Fairtrade Cotton Standard und GOTS zertifiziert. Aus robustem und atmungsaktivem Biobaumwoll-Canvas und mit rutschfester und flexibler Naturkautschuksohle. Bio-Baumwolle stammt aus Indien, Naturkautschuk aus Sri Lanka – produziert in Chennai/Indien. Importeur: MELAWEAR



Soft-Cotton-Kleid

Aus GOTS-zertifiziertem Baumwollgarn in Nepal/Kathmandu gefertigt. Weich, angenehm zu tragen. In den Farben rot, grau und marineblau erhältlich. Importeur: Nepalaya



Granatapfelkerne

Bio-Granatapfel stammen von Kleinbauerngruppen aus Samarkand/Usbekistan. Kerne werden schonend getrocknet, enthalten keine Zusätze und sind reich an Antioxidantien. In Müsli, Salat, als Rohkost-Snack oder in Teemischungen verwendbar. Importeur: Pearls of Samarkand (Lemberona)

Korbtasche

Aus Seegras von Hand gewebt. Mit stabilen Griffen aus Ziegenleder. Die robusten Farbverlauf-Korbtaschen vom Handelspartner Wüstensand in Marrakesch/Marokko gibt es in verschiedenen Farben und zwei Größen. Importeur: GEPA



Ohrhänger aus Glas

Handgemacht in kleinen Familienbetrieben in Chile. Handelspartner ist die Organisation Beas y Tapia. Ohrhäkchen sind aus versilbertem Messing, nickelfrei. In verschiedenen Farben erhältlich. Importeur: GLOBO



Smartphone-Halter

Wird aus Kisii-Speckstein von Hand gestaltet. Handelspartner ist Undugu aus Tabaka/Kenia. Mit den Maßen 8 x 8 x 2 cm in rot-weiß und schwarz-weiß erhältlich. Importeur: El Puente



SchokoBanane

Handgeschöpfte Milkschokolade mit 40 % Kakaoanteil. Gefüllt mit einer fruchtig-süßen Bananenfüllung. 50 Cent pro verkaufter Schokolade fließen in das Projekt „Schokolade macht Schule“, das Kindern im Norden Perus den Schulbesuch ermöglicht. 70 g. Importeur: Zotter

Filzkissen

In runder Form und in den Farben hellgrau, graubraun oder anthrazit erhältlich. Blanko oder mit Schriftzügen wie „Sitzplatz“ oder „Setz Dich“. Von der Filzwerkstatt KB Workshop in Kathmandu/Nepal hergestellt. Importeur: Karma Fair Trade



Vase

Aus Keramik. Von der Frauenorganisation „Mathilde“ in Tema/Ghana handgefertigt. Importeur: Sarana





Power-Smoothie mit Banane

ZUTATEN

1 Banane*
300 ml Orangensaft*
1 Handvoll frischen Spinat
2 EL Limettensaft
1 Prise Salz

Die mit * gekennzeichneten Zutaten erhalten Sie auch in Weltläden.

ZUBEREITUNG

Den Spinat putzen, waschen, von den Stielen befreien und gut abtropfen lassen. Die Banane schälen und zusammen mit allen anderen Zutaten in einen Standmixer geben oder in einem Becher mit einem Pürierstab fein pürieren.

Tipp: Auf Wunsch kann der Smoothie mit 1 EL Wildblütenhonig* gesüßt werden. Zwei Scheiben Ingwer geben eine angenehme Schärfe.

Quelle: Forum Fairer Handel e.V.

Alles Banane

Bananen sind sehr nährstoffreich und ein wichtiger Energiespender. Sie besitzen einen hohen Anteil an leicht verdaulichen Kohlenhydraten, Kalium und den Vitaminen A, C und B. Deshalb sind sie beispielsweise in der Sportler- und Babyernährung sehr beliebt.

Aber wussten Sie auch, dass...

... Bananen botanisch gesehen Beeren sind?
... Bananen krumm sind, da sich der Fruchtstand der Staude aufgrund des Gewichtes mit der Zeit nach unten senkt, die einzelnen Bananenfrüchte aber nach oben, der Sonne entgegen, wachsen?

Obst- und Kochbananen

Die Bananen, die wir in Deutschland kaufen können, sind meist Obstbananen. Wir essen die beliebten Früchte als Snack zwischendurch, mischen sie ins Müsli oder legen sie auf unseren Pfannkuchen. In vielen tropischen und subtropischen Regionen spielen Kochbananen hingegen eine wichtigere Rolle. Sie zählen dort zu den Grundnahrungsmitteln, ähnlich wie die Kartoffel in Europa. Im Gegensatz zur Obstbanane ist die Kochbanane roh ungenießbar und wird in der Regel gekocht, frittiert oder gebraten. Seit einiger Zeit erfreut sie sich auch im deutschsprachigen Raum immer größerer Beliebtheit.



Bild: fotolia

Vielfältige Verwendungsmöglichkeiten

Bananen lassen sich vielfältig weiterverarbeiten. Auch im Weltladen finden Sie Bananen nicht nur „in Rohform“, sondern z.B. auch:

- getrocknete Bananen/Bananen-Chips
- Bananen-Fruchtriegel
- Smoothie/Soft
- Sitzhocker & Beistelltisch, u.a. aus Bananenrinde
- Untersetzer oder Korb, geflochten u.a. aus Bananenblättern

Was fair gehandelte Bananen im Vergleich zu konventionellen auszeichnet, erfahren Sie in diesem Kurzvideo:

<http://bit.ly/1Yckhxx>.

Sarah Kreuzberg

Anzeige

STELLAR WINERY 

FAIR & BIO
SÜDAFRIKA ZEIGT,
WIE ES GEHT.





www.fairgrape.com

Wie funktioniert's?

Bildungsarbeit im Weltladen

Neben dem Verkauf fair gehandelter Produkte beruht die Arbeit der Weltläden auf zwei weiteren Bereichen: der politischen Kampagnenarbeit sowie der Bildungs- und Informationsarbeit. Zusammen stellen sie die drei Säulen der Weltladen-Bewegung dar. Über die Bildungsarbeit fördern Weltläden die Auseinandersetzung mit dem Fairen Handel und der Frage nach globaler Gerechtigkeit im Welthandel. Als Orte sozialen und auch inhaltlichen Lernens können Weltläden dabei sowohl von Schulen oder anderen Bildungseinrichtungen, der interessierten Öffentlichkeit als auch eigenen Mitarbeitenden in Anspruch genommen werden.

Das bietet der „Lernort Weltladen“

- ein Angebot zur Auseinandersetzung mit Welt-handelstrukturen
- einen direkten Bezug zwischen persönlichem Konsum und globalen Zusammenhängen
- Einblicke in die Lebenswelten der Produzent/innen (z.B. über Produkte wie Kakao, Kaffee oder Textilien)



- sehr konkrete Handlungsmöglichkeiten: vom ehrenamtlichen Engagement über das Absolvieren eines Praktikums oder Freiwilligendienstes bis hin zur Möglichkeit, als Multiplikator/in in der Bildungsarbeit zu arbeiten oder sich an politischen Kampagnen zu beteiligen
- Bildungsmaterialien und Informationsveranstaltungen rund um den Fairen Handel für Multiplikator/innen, Mitarbeiter/innen, Schulklassen und andere Interessierte

Bildungsangebote von Weltläden (Beispiele)

- Bildungssäule: Info- und Materialsammlung zu den wichtigsten Themen im Fairen Handel, wie z.B. Kakao, Kaffee, Südfrüchte und Textilien zum Stöbern oder Ausleihen
- Weltladenerkundungen, z.B. mit „Fair Flixt!“: an verschiedenen abwechslungsreichen Stationen erkunden Schüler/innen selbstständig den Weltladen
- Materialkoffer zu verschiedenen Themen der Bildungsarbeit zum Ausleihen (z.B. Kakao-, Kaffee- oder Textilkiste, Bananenparcours)
- Workshopangebot zu verschiedenen Themen des Fairen Handels, wie z.B. eine Schokoladen-Werkstatt oder ein Projekttag zu unserem Kleiderkonsum und fairen Alternativen
- Vorträge zum Fairen Handel
- Didaktische/methodische Konzepte zu verschiedenen aktuellen Diskursen wie Flucht und Migration, (Post-)Kolonialismus oder Nachhaltigen Entwicklungszielen (SDGs)



Weltläden können als außerschulische Lernorte abwechslungsreiches, authentisches Lernen für verschiedene Zielgruppen ermöglichen. Die Schwerpunktsetzung bzw. Intensität des Angebotes hängt dabei von den entsprechenden Vorlieben und Kapazitäten des einzelnen Weltladens ab.

Sie suchen einen Weltladen in Ihrer Nähe, der Bildungsarbeit anbietet? Dann werfen Sie einen Blick in unsere Kontaktliste: <https://bit.ly/2pG3XNm>. Sie gibt eine beispielhafte Übersicht über das Bildungsangebot der Weltläden und die Materialien, die vor Ort im Weltladen bereitliegen. Oder erkundigen Sie sich in Ihrem Weltladen vor Ort!

Saskia Führer
Weltladen-Dachverband e.V.
Bildungsarbeit, Lernort Weltladen

Illustrationen: Christian Mentzel (cmuk)

WIR SUCHEN DICH

Assistenz der Geschäftsführung (m/w) in Teilzeit

Unsere Firma Ex & Hopp Fashion zählt mit über 1.500 Läden zu den Global Playern in der Textilbranche. Wir suchen Menschen, die Spaß an Mode haben, den Fokus immer auf unsere Kunden legen, jedoch ohne zu vergessen, wer unsere Textilien unter welchen Umständen herstellt. Wir möchten unseren Absichtserklärungen endlich Taten folgen lassen. Wenn Du mit uns die Welt nicht nur auf dem Papier verbessern möchtest, und den Mut hast auch mal neue Wege zu gehen, gehst Du bei uns mit der Mode.

Das bringst Du mit:

- Reisebereitschaft: In den ersten Wochen lernst Du unsere internationalen Zulieferer kennen, u.a. eine Textilfabrik in Bangladesch.
- Pioniergeist: Hilf uns, das erste Unternehmen überhaupt zu werden, das den Näherinnen einen existenzsichernden Lohn zahlt.
- Überzeugungsfähigkeit: Du schaffst es, dass Menschenrechte eingehalten werden, auch wenn das die Dividende der Aktionäre schmälert.
- Moral: Dein Verantwortungsbewusstsein hört nicht an der Landesgrenze auf und bezieht die gesamte Lieferkette mit ein.
- Teamgeist: Betriebsräte siehst Du als Partner, nicht als Gegner.

Das bieten wir Dir:

- Faires Gehalt: Wer braucht schon 2 Milliarden Jahresgewinn? Wir geben gerne was ab.
- Revolutionäre Chance: Durchbruch mit uns die systematische Ausbeutung in der Textilbranche.
- Ansehen: Gemeinsam werden wir die fairsten im Fashion-Handel.

Bewerben?

Für diese ausgedachte Stelle können Sie sich nicht bewerben. Aber wäre es nicht schön, wenn Unternehmen endlich so eine Person einstellen würden? Denn sie tun leider bisher viel zu wenig gegen die Ausbeutung von Mensch und Umwelt in ihrer Lieferkette. Deshalb müssen Unternehmen endlich gesetzlich in die Pflicht genommen werden.

Beteiligen Sie sich an unserer Unterschriftenaktion, damit Politiker/innen sich dafür einsetzen, dass Unternehmen mehr Verantwortung übernehmen müssen. Unterschreiben Sie jetzt oder in Ihrem Weltladen. Weitere Informationen finden Sie unter www.forum-fairer-handel.de/kampagne

Ihr Weltladen in Ihrer Nähe:

WUSSTEN SIE SCHON ...

...dass hinter jedem Produkt im Weltladen eine Geschichte steht?

Die Importeure pflegen langjährige Kontakte zu den Produzentengruppen weltweit und geben ihre Informationen an die Mitarbeitenden im Weltladen weiter. Partnerschaft und Transparenz werden im Fairen Handel groß geschrieben.