

Eine Welt Netz NRW
Büro für Fairen Handel
Mühlenstraße 29, 40213 Düsseldorf
Tel./Fax: 0211 6009 -257/258 Charlotte Schlüter
Tel./Fax: 0211 6009 -252/258 Jürgen Sokoll
Email: charlotte.schlueter@eine-welt-netz-nrw.de
juergen.sokoll@eine-welt-netz-nrw.de
www.eine-welt-netz-nrw.de

Rundbrief Fairer Handel - Dezember 2006



Fairer Handel zwischen Marke und Siegel

Über 80 TeilnehmerInnen diskutierten auf Einladung des Eine Welt Netz NRW die aktuellen Entwicklungen im Fairen Handel.



Neben dem TransFair-Siegel, dem Label für eine unabhängige Zertifizierung, wächst die Zahl unterschiedlicher Siegel, die nach eigener Aussage für sozial-verantwortliches und ökologisches Handeln stehen. Der Vormittag stand unter dem Titel „Alles Fair oder was?“. Die Teilnehmer erfuhren aus erster Hand, was hinter dem „Hand in Hand“ Siegel von Rapunzel steht, was das Siegel der „Rain Forest Alliance“ vom Fairen Handel unterscheidet und was das TransFair-Siegel der Fair Trade Labelling Organization leistet. Raum für eine lebendige und kontroverse Diskussion bot der Nachmittag. „Fairer Handel auf dem Weg zum Mainstream?“ lautete die Eingangsfrage. Hier waren sich alle einig: der Faire Handel ist auf dem Weg zum Mainstream – auch wenn es noch ein „zartes Pflänzchen“ sei. Der Faire Handel wächst - sowohl im Lebensmitteleinzelhandel als auch im Weltladenbereich. Kontrovers diskutiert wurde die Frage, ob die Zusammenarbeit von TransFair mit dem Discounter Lidl der richtige Weg sei. Diese

Zusammenarbeit beschädige die Glaubwürdigkeit des Fairen Handels, so Teilnehmer der Veranstaltung. Dem gegenüber betonte Dieter Overath, dass wir in Deutschland eine besondere Situation im Lebensmitteleinzelhandel in Europa haben. Nirgendwo sind die Discounter so stark wie in Deutschland. Rund 90% der KonsumentInnen nutzen gelegentlich das Angebot der Discounter.

Der Weg zum Mainstream dürfe aber nicht zu einem „fair light“ führen, betonten mehrfach Diskussions Teilnehmer. Der Faire Preis dürfe dem Mainstream nicht geopfert werden.



Alle Akteure, ob der Lebensmitteleinzelhandel, die Importeure, TransFair oder die Weltläden leisten ihren Beitrag dazu, dass der Faire Handel wächst und die Produkte immer beliebter werden. Ein weiterer wichtiger Grund für das Wachstum ist sicherlich auch die gute Qualität der Produkte, die Klaus Wilmsen, Leiter der Qualitätssicherung der Karstadt Warenhaus GmbH bestätigte.

Das Eine Welt Netz NRW präsentierte auf der Veranstaltung die Ausstellung „Clever einkaufen - Expedition durch den Labelschunzel“ der Verbraucherzentrale NRW.

Vanille-Eis und Socken - Fairer Handel in Großbritannien

Von Markus Heißler, Infozentrum Herne

Regional-Koordinator Markus Heißler und Fachkoordinator Jürgen Sokoll waren zu Gast beim Campaign Day der britischen Fairtrade Foundation in Leeds. Vor Ort informierten sie sich über die erstaunliche Verbreitung des Fairen Handels in Großbritannien.

„Make Fair Trade a habit – Mach den Fairen Handel zur Gewohnheit, lautete das Motto der Fairen Woche 2006 in Großbritannien. Dies scheint schon ein gutes Stück Realität im britischen Alltag. So z.B. in der Cafeteria des Flughafens Leeds/Bradford. Dort kann sich der Gast, die Zeit bis zum Abflug mit fair gehandelter Vanille-Eiskrem oder fairen Kuchenteilchen versüßen. Viele Supermärkte verfügen über eine große Auswahl an fair gehandelten Produkten an. Die Kaufhauskette Marks & Spencer ist sogar noch ein Stück weiter gegangen und bietet in ihren Lebensmittelabteilungen nur noch fair gehandelten Tee und Kaffee an. Im Kleidungsbereich hat das Kaufhaus Socken und Unterhosen mit dem Fairtrade-Siegel im Sortiment. Was auffällt ist die Bandbreite an fairen Produkten, die es in die großen Ketten geschafft haben- Mittlerweile gibt in Großbritannien über 2000 Produkte, die das Siegel tragen dürfen. Große Supermarktketten, wie z.B. Co-op und Tesco führen jeweils über 150 fair gehandelte Produkte. Diese haben auch dafür gesorgt, dass in Großbritannien im Jahr 2005 fast 300 Mio. Euro mit fair gehandelten Produkten umgesetzt wurden. Im Vergleich dazu wurden im gleichen Zeitraum in Deutschland dagegen nur 72 Mio. Euro umgesetzt. Fairer Handel ist in den letzten Jahren zu einem Trend geworden. Mit der Zeitschrift New Consumer gibt es in Großbritannien sogar ein eigenes Fachmagazin für Fairen Handel und ethischen Lebensstil. Siehe im Internet: www.newconsumer.org/



Fair gehandelte Produkte werden nicht nur in Supermärkten verkauft, sondern auch in Bio- und Weltläden. Allerdings ist die Zahl der Weltläden weitaus geringer als in Deutschland. Das ehrenamtliche Engagement im Fairen Handel ist ein anderes. Der Akzent liegt weniger auf dem selbst verkaufen, sondern vielmehr in der Unterstützung von Kampagnen und Aktionen für den Fairen Handel. Zum einen ist dies die britische Faire Woche: die Fairtrade Fortnight, die jedes Jahr im März stattfindet. In 2006 fanden dabei ca. 10.000 Veranstaltungen statt. Dies scheint mit ein

Grund, dass mittlerweile jeder zweite Brite das Fairtrade-Zeichen kennt. Eine andere sehr erfolgreiche Aktion ist die Fairtrade Town-Kampagne. Dabei geht es darum, den fairen Handel in den lokalen Strukturen einer Stadt, eines Stadtteils oder eines Dorfes zu verankern.

Mehr zu dem interessanten Konzept unter:

www.fairtrade.org.uk/get_involved_fairtrade_towns.html



Bisher haben über 200 Kommunen in Großbritannien den Status einer Fairtrade Town erreicht. Die größte von ihnen ist die mittelenglische Metropole Leeds, die übrigens mit der deutschen Hauptstadt des Fairen Handels, der Stadt Dortmund, eine Städtepartnerschaft unterhält. Neben den Kommunen können sich auch Religionsgemeinschaften, Universitäten und Schulen beteiligen. So gibt es bereits über 2800 Fairtrade-Kirchen, aber auch einige Synagogen und Moscheen sind mit dabei. Die Leeds University gehört z.B. zu den 40 britischen Unis, die in ihren Mensen, Cafeterien und Getränkeautomaten faire Produkte anbieten. Eine Kampagne, die sich an Schulen und Arbeitsstätten richtet, läuft gerade an. Insgesamt bot die Reise einen interessanten Einblick in die Fair Handelslandschaft Großbritanniens.

Im Frühling kommt Besuch aus Indien

Ende April 2007 wird Roopa Mehta, Managerin beim Fairhandelspartner Sasha Association for Craft Producers in Indien, für etwa 10 Tage Gast des Eine Welt Netz NRW sein.

Wir werden gemeinsam mit Frau Mehta eine Rundreise zu sechs Weltläden machen. Diese Reise hat zwei Ziele, nämlich erstens eine Reihe öffentlichkeitswirksamer Aktionen rund um die besuchten Läden zu realisieren und zweitens gemeinsam mit der Produzenten-VertreterIn zu diskutieren, wie man die Vermarktung Fairer Produkte verbessern kann.

Sasha ist eine Nichtregierungsorganisation, die mit ca. 110 Gruppen zusammen arbeitet, deren Produkte vermarktet, und von Frauen geleitet wird. Ihre Schwesterorganisation Sarba Shanti Ayog führt seit 1978 Entwicklungsprogramme durch, die sich vor allem an Unberührbare richten. Sasha bietet Bekleidung, Seidentücher, Kosmetik und Lederwaren an. 70% dieser Produkte werden in Indien selbst vermarktet, nur 30% gehen in den Export. Dies und die Tatsache, dass die

Organisation eigene Läden in Kalkutta und Bangalore betreibt, macht Sasha besonders interessant für einen Gedankenaustausch mit VertreterInnen der Weltläden in NRW.

**NRW-Stiftung Umwelt und Entwicklung droht im Jahr 2007 das Aus!
Koalitionsbeschluss zum Haushaltsentwurf sieht Streichung der Mittel für die NRW-Stiftung Umwelt und Entwicklung vor.**

„Trotz großer globaler Herausforderungen wie Klimawandel und extreme Armut ist der FDP die Arbeit der Eine Welt-Gruppen keinen Cent mehr wert“, kritisierte Udo Schlüter, Geschäftsführer des Eine Welt Netz NRW. Gemeinsam mit Josef Tumbrinck vom NABU informierte das Eine Welt Netz über das Aus für die NRW Stiftung Umwelt und Entwicklung auf einer Pressekonferenz am 4.12.2006.

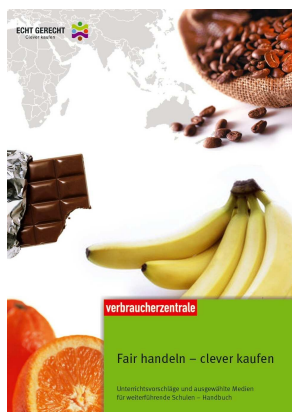
Viele ehrenamtlich Engagierte tragen dazu bei, dass die Themen Gerechtigkeit und soziale Verantwortung im Hinblick auf die Eine Welt diskutiert werden. Dies verdient Anerkennung und Unterstützung. Deshalb sind die zusätzlich geplanten Kürzungen der Mittel für die NRW Stiftung für Umwelt und Entwicklung ein Schlag ins Gesicht – sind doch schon die Mittel für die Kommunale Entwicklungszusammenarbeit gestrichen worden!

Mehr dazu unter: www.eine-welt-netz-nrw.de

Von der Kampagne zum Verein

Die Jecke Fairsuchung gründete einen Verein als organisatorische Basis ihrer weiteren Arbeit. Selbst die Kölner Tatort Kommissare, Klaus J. Behrendt und Dietmar Bär waren gekommen. Das neue Motto des Vereins für die Karnevalssession 2007 lautet „Mit Energie und Power – Jeck und fair auf Dauer!“ Mehr unter: www.jeckefairsuchung.org

Material: Medienkiste der Verbraucherzentrale zum Fairen Handel



Die Verbraucherzentralen haben für den Einsatz in weiterführenden Schulen die **Medienkiste „Fair handeln – clever kaufen“** entwickelt. Sie enthält neben 30 ausgewählten Materialien ein Handbuch mit Unterrichtsvorschlägen und Arbeitsblättern für die verschiedenen Jahrgangsstufen

Der Faire Handel ist durch die Arbeit an konkreten Produkten aus der Lebenswelt der Schüler/innen besonders gut geeignet, das eigene Konsumverhalten in komplexen globalen Zusammenhängen zu reflektieren.

Die Medienkiste „Fair handeln – clever kaufen“ wurde entwickelt im Rahmen des Projektes „Echt gerecht – clever kaufen“ – gefördert durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.

Sie können die Medienkiste kostenlos ausleihen bei:
Verbraucherzentrale NRW
Bereich Spezielle Verbraucherthemen - Gruppe Ernährung
Mintropstr. 27
40215 Düsseldorf
Tel. 0211/3809-121
E-Mail: ernaehrung@vz-nrw.de

Schokologie – ein interaktives Gruppenspiel für Schüler/innen der Klassen 5 bis 7

Kinder und Jugendliche lernen an sieben interaktiven Lernstationen den Fairen Handel am Beispiel Schokolade kennen. Sie werden spielerisch zu einem sozial und ökologisch nachhaltigen Konsum motiviert.

Das Baukastensystem ermöglicht es Ihnen, einen individuellen Workshop zusammenzustellen. Sie können ihn im Kontext der Fächer Geografie, Wirtschafts- und Soziallehre, Biologie, Hauswirtschaft und Ethik/Religion einsetzen.

Alle Vorlagen, schriftlichen Arbeitsmittel und Arbeitsblätter mit Lösungen sowie Hintergrundinformationen finden Sie auf der beiliegenden CD-ROM. Preis: 10,00 €

Bestelladresse:
Verbraucherzentrale NRW
Versandsservice
Adersstraße 78
40215 Düsseldorf

per Internet: www.ratgeber-verbraucherzentrale.de
per E-Mail: publikationen@vz-nrw.de
Telefonisch: 0180 / 500 14 33

Termine der nächsten ERFA-Gruppen im Rahmen von Pro Weltläden

Die ersten Termine fürs neue Jahr stehen schon fest.

Gruppe Bielefeld: Treffen beim Eine-Welt-Laden Alavanyo in Detmold am 31. Januar, 17:30-21:00 Uhr

Gruppe Köln/Aachen: Treffen beim Eine-Welt-Laden Düren am 12. März 2007, 18:00-21:30 Uhr

Gruppe Essen: Treffen beim Weltladen Mülheim am 14. Februar, 18:00-21:30 Uhr

Gruppe Moers: Treffen beim Eine-Welt-Laden Krefeld am 22. Februar, 17:30-21:00 Uhr

Gruppe Düsseldorf:
Treffen beim Weltladen Mönchengladbach
Am 27. Februar, 17:30-21:00 Uhr

Gruppe Paderborn

Treffen beim Weltladen in Salzkotten
Datum noch offen

Gruppe Münster

Treffen bei La Tienda in Münster
Datum noch offen

Eine Anmeldung zu den ERFA-Gruppen bei Charlotte Schlüter bis eine Woche vor dem Treffen ist erforderlich.

Termine der Seminare im Rahmen von Pro Weltläden

Existenzgründung im Fairen Handel

mit Joachim Fuchs
am 10. Januar von 18:00-21:30 Uhr
bei der InWEnt gGmbH in Düsseldorf
Das Seminar richtet sich sowohl an ExistenzgründerInnen, die sich im Fairen Handel selbstständig machen wollen, als auch an Träger, die hauptamtliche Stellen einrichten wollen, da sie damit Verantwortung für die Existenzsicherung ihrer künftigen Angestellten übernehmen.

Marketing für Weltläden

mit Heiko Harms
am 9. Februar von 14:00-18:00 Uhr
bei der InWEnt gGmbH in Düsseldorf

Das Seminar bietet eine Einführung in das Thema Marketing und einen Überblick über verschiedene Marketing-Instrumente, die für die Weltladenpraxis geeignet sind. Auch wird der Frage nachgegangen, welche Zielgruppen als (potentielle) Weltladen-KundInnen besonders wichtig sind.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

mit Marita Odia
am 23. Februar von 14:00-18:00 Uhr
im Gemeindehaus St. Michael in Siegen

Sind Sie zufrieden mit der lokalen Berichterstattung über Ihre Arbeit für den fairen Handel?
Wenn nicht: Vielleicht haben Sie noch nicht alle Möglichkeiten lokaler Pressearbeit ausgeschöpft? Das Seminar liefert als Grundlage Ihrer Überlegungen einen Einblick in die Arbeitsweise lokaler Medien. Die Dozentin erläutert, wie Sie aus Themen des Fairen Handels lokale Nachrichten entwickeln können.

Während des Seminars planen Sie die begleitende Pressearbeit für Aktionen wie beispielsweise den Weltladentag im Mai oder die Faire Woche Ende September

Die Seminare haben alle eine begrenzte Teilnehmerzahl. Bei Interesse und Fragen wenden Sie sich bitte direkt an Charlotte Schlüter. Sie schickt Ihnen gerne Seminarflyer zu.

Kurze Info für Weltläden zur Mehrwertsteuererhöhung

Zum 01.01.2007 wird der allgemeine Umsatzsteuersatz von 16% auf 19% angehoben, das gilt für Warengruppen wie Säfte, Wein, Kosmetika, Drogerieartikel, Handwerk und Geschenkartikel. Der ermäßigte Steuersatz, z. B. auf Lebensmittel und Bücher, bleibt bei 7%.

Der erhöhte Steuersatz ist auf Umsätze anzuwenden, die nach dem 31. Dezember 2006 ausgeführt werden. Das bedeutet, dass auch für Produkte, die noch in 2006 zum Steuersatz von 16% eingekauft wurden, die erhöhte Umsatzsteuer abgeführt werden muss, wenn sie ab dem 1. Januar 2007 verkauft werden.

Um Kalkulationsverluste zu vermeiden, empfiehlt es sich daher, die Preise für Produkte mit dem allgemeinen Umsatzsteuersatz zum 1. Januar 2007 anzupassen, da diese sonst mit einem Verlust in Höhe von 2,5% weiterverkauft werden.

Auch erleichtert die Weitergabe der Erhöhung zum Jahreswechsel die Argumentation gegenüber den Kunden, da die Verbraucher darauf eingestellt sind, dass Preiserhöhungen zu erwarten sind. Sollten Kunden im Verkaufsgespräch darauf verweisen, dass Lebensmittel-Discounter wie Aldi und Lidl damit werben, dass sie ihre Preise stabil halten, dann ist der Hinweis angebracht, dass die Umsatzsteuer für Lebensmittel von der Erhöhung nicht betroffen ist, und dass das auch für das eigene Angebot gilt.

und ein paar Worte zum Jahreswechsel

Das Team des Eine Welt Netz NRW wünscht allen Kooperationspartnern und –partnerinnen sowie den vielen ehrenamtlich Engagierten des Fairen Handels eine schöne Weihnachtszeit und einen guten Start in das neue Jahr 2007.

Das vielfältige Engagement vor Ort bildet die Basis für den Fairen Handel. Wir freuen uns sehr über



die rege Teilnahme an unserem Projekt Pro Weltläden und möchten an dieser Stelle allen Engagierten für Ihre Arbeit danken. Viele von Ihnen leisten Bildungsarbeit an Schulen. Sie

organisieren Veranstaltungsreihen zu den unterschiedlichen Themen des Fairen Handels und informieren über die Zusammenhänge unseres Lebens hier und das der Menschen in der sog. Dritten Welt. Sie erreichen die Kommunalpolitik und die Stadtverwaltung, sie sprechen lokale Bildungsträger, Kultureinrichtungen und die örtliche Wirtschaft an.

Sie tragen dazu bei, dass die Themen Gerechtigkeit und soziale Verantwortung im Hinblick auf die Eine Welt diskutiert werden.

Vielen Dank für Ihr Engagement!