



## Lernort 4.0: Weltläden von morgen

Junge Menschen für ein Engagement im Weltladen gewinnen

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort.....</b>	<b>3</b>
1	Einführung .....4
2	Junge Menschen und Engagement .....5
2.1	„Die heimlichen Revolutionäre“ .....5
2.2	Zusammenfassung .....9
3	Argumente für eine Mitarbeit im Weltladen .....10
4	Kontaktaufbau zu jungen Menschen .....13
4.1	Aktionsstände & Kampagnen .....13
4.2	Workshops .....15
4.3	Veranstaltungen .....16
4.4	Junge Menschen über das Ladengeschäft gewinnen .....18
4.5	Internetauftritt .....18
4.6	Junge Menschen motivieren andere junge Menschen .....19
4.7	Bedeutung von Kooperationen .....20
5	Engagementformen und -bereiche im Weltladen .....21
5.1	Wohlfühlklima für junge Aktive schaffen .....21
5.2	Mitarbeit im Ladenteam .....23
5.3	Mitarbeit im Bildungsbereich .....24
5.4	Praktikum .....27
5.5	Volontariate .....29
5.6	Projektbezogenes Engagement .....31
5.7	Bezahltes Ehrenamt? .....32
6	Gemeinsam Ziele erreichen – Kooperationen zwischen dem Weltladen und anderen Einrichtungen .....33
6.1	Argumente für eine Zusammenarbeit .....33
6.2	Kontakt zu Bildungseinrichtungen und anderen möglichen Kooperationspartner/innen aufnehmen .....34
6.3	Mögliche Formen der Kooperation .....35
6.3.1	„Fair Trade Point“ / Verkaufsstand .....35
6.3.2	Weltladen-AG .....36
6.3.3	Schul-Weltladen .....37
6.3.4	Fair Trade Schools .....38
6.3.5	Einmalige Projekte .....38
6.3.6	BEST PRACTICE – Praxisbeispiel Carrotmob .....41
7	Rechtliche Grundlagen .....43
8	Bildverzeichnis.....48
	Impressum .....48
	Anhang: Fairtrag für Mitarbeitende (Muster) .....50

## Vorwort

In unseren Weltläden bieten wir vielfältige Aktionsmöglichkeiten für Menschen aller Altersstufen und greifen aktuelle globale Themen auf. Weltläden sind ein wichtiger Teil der Entwicklung des Fairen Handels weltweit. Dazu werden vor allem Menschen benötigt, die sich mit ihren Ideen und Vorstellungen sowie mit ihrer Zeit und Energie in das Team einbringen möchten. Es existieren ca. 800 Weltläden in Deutschland, die hauptsächlich durch ehrenamtliche Mitarbeit getragen werden. Darunter Läden, die ihr 40-jähriges Bestehen feiern und auch solche, die gerade erst eröffnet haben. Jeder dieser Weltläden ist anders – geformt durch die Mitarbeiter/innen, die sich mit ihren Ideen und Stärken für den Fairen Handel lokal und global einsetzen. Auch die Weltladen-Teams, die hinter den Weltläden stehen, sind meist sehr heterogen. Aktive unterschiedlicher Herkunft und mit unterschiedlichen Hintergründen, Berufen, aus verschiedenen Altersgruppen, sowohl Männer als auch Frauen „kämpfen“ zusammen für eine gerechtere Welt.

Leider zeigt sich mittlerweile in vielen Weltläden, dass Nachwuchs fehlt und sich wenig junge Menschen im Weltladen engagieren (möchten). Nachwuchs kann natürlich Zuwachs jeglichen Alters bedeuten, der wichtig für die Weltladenbewegung ist. Wenn wir in diesem Handbuchmodul jedoch von Nachwuchs und jungen Menschen sprechen, sind Jugendliche und junge Erwachsene in der Altersspanne von etwa 17 bis 33 Jahren gemeint. Ein Zuwachs an jungem Engagement ist deshalb besonders wertvoll, da er das Bestehen der Weltladenbewegung langfristig absichert und dazu beiträgt am Puls der Zeit und auf dem aktuellen Stand der Entwicklungen rund um den Fairen Handel zu bleiben.

Oft stellt es jedoch eine Herausforderung für die bestehenden Weltladen-Gruppen dar, junge Menschen für eine Mitarbeit zu motivieren und dann auch zu halten. Selten verirrt sich die junge Generation in den Weltläden bzw. häufig sind die jungen Neuzugänge nach kurzer Zeit schon wieder weg. Dies ist frustrierend und viele Weltläden wünschen sich, mehr junge Menschen für eine Mitarbeit zu begeistern und diese länger an den Laden zu binden.

Genau an die Weltläden richtet sich dieses Handbuch. Es soll dazu dienen, den Gruppen in Weltläden einen Überblick und eine Hilfestellung zum Thema „Junge Menschen in Weltläden“ zu geben. Was bewegt die junge Generation? Welche Werte sind ihnen wichtig und wie ist ihr Alltag gestaltet? Wissen darüber hilft, junge Menschen besser zu verstehen und die Ansprache derselben und den Umgang miteinander zu vereinfachen.

Das Handbuch zeigt außerdem Möglichkeiten auf, wie junge Menschen angesprochen, in die Weltladearbeit und vor allem in die entwicklungspolitische Bildungsarbeit der Weltläden einbezogen und für die Themen der Einen Welt begeistert werden können. Zudem sammeln wir Argumente, weshalb eine Mitarbeit im Weltladen für junge Menschen attraktiv ist.

Noch ein Hinweis zur Entstehung dieses Handbuches:

Zwar hatten wir eine Überarbeitung des alten Handbuches, verfasst 2005, geplant, jedoch ist daraus nun etwas ganz Neues entstanden. Dieses Handbuch hat nicht den Anspruch einer wissenschaftlichen Arbeit, sondern dient allein dem Zweck, eine Unterstützung für die Weltläden zu sein, die sich mehr junge Aktive im Weltladen wünschen. Daher findet ihr nur in Kapitel 2, dem Theorieteil, Literaturquellen. Die übrigen Texte basieren auf Erfahrungen und den Meinungen der Autorin, selbst 23 Jahre alt, sowie Erkenntnissen aus deren Weltladearbeit, Gesprächen mit anderen jungen Menschen und Mitarbeiter/innen aus Weltläden sowie den für dieses Handbuch geführten Interviews. Dies kann zur Folge haben, dass nicht in allen Punkten Übereinstimmung mit den dargestellten Meinungen besteht.

Wir wünschen euch viel Spaß bei der Lektüre, viele Anregungen und Inspiration!

**Eure Saskia Führer & Nina Witbooi**

# I. Einführung

Der Faire Handel ist eine Bewegung, die sich seit über 40 Jahren für weltweite Gerechtigkeit sowie Handelspartnerschaften auf Augenhöhe einsetzt und für Veränderungen auf wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Ebene kämpft. Sie ist mit ihrem vierzigjährigen Bestehen eine der ältesten entwicklungspolitischen Bewegungen Deutschlands. In dieser Zeit haben sich Strukturen gebildet und teilweise fest etabliert - Import- und Zertifizierungsorganisationen sind entstanden, auf politischer Ebene ist der Faire Handel über das Forum Fairer Handel vertreten und nicht zuletzt wurden Weltläden gegründet und haben sich im Laufe der Zeit professionalisiert. Das ist gut und nötig, um beständig erfolgreich die eigenen Ziele verfolgen zu können. Auch im täglichen Weltladengeschäft haben sich Gewohnheiten und Routinen eingespielt (Zeit- und Einsatzpläne, Sortimente, Zuständigkeiten, etc.). Diese bringen einige Vorteile mit sich. Sie vereinfachen Abläufe und Entscheidungsprozesse. Jedoch können sich Strukturen auch festfahren und unhinterfragt immer wieder reproduziert werden, obwohl sie sich vielleicht überholt haben und andere Wege praktikabler, zeitgemäßer und sogar zielführender wären.

Die Fair-Handels- und Weltladen-Szene wird aber ständig mit neuen Themen, neuen Herausforderungen, neuen Produkten und Fragestellungen wie Mengenausgleich oder Fairer Handel im Norden, die zu der Bewegung dazustoßen, konfrontiert. Um mit den Entwicklungen Schritt zu halten, müssen Weltläden gut informiert und flexibel sowie bereit sein, zum Teil kreative neue Wege zu beschreiten. Sie müssen also ‚in Bewegung‘ bleiben.

Junge Menschen bringen meist ein sehr feines Gespür für Zeitgeist und moderne Themen und Strömungen mit. Sie haben nicht nur einen frischen Blick auf diese Dinge, sondern sind über ihre (digitalen) Plattformen gut vernetzt und über das Zeitgeschehen informiert. Sie vertreten eine eigene, oft nuancierte Meinung über globale Themen wie Welthandel, Großkonzerne, schlechte Arbeitsbedingungen und niedrige Löhne, also Themen, mit denen die Mitarbeiter/innen im Weltladen täglich zu tun haben. Es stellt demnach eine Bereicherung für die konkrete Weltladenarbeit und die Weltladenbewegung im Allgemeinen dar, jungen Menschen Teilnahme und Mitsprache innerhalb dieser Themengebiete zu ermöglichen.

Junge Menschen reden über ihr Engagement und ihre Arbeit im Weltladen mit anderen Altersgenossen. Dies begünstigt den Zutritt der jungen Generation in den Weltladen. Jugendliche und junge Erwachsene kommen auf vielen unterschiedlichen Wegen mit ihrer Altersgruppe in Kontakt und haben somit bessere Möglichkeiten als die meisten Erwachsenen, anderen Gleichaltrigen den Weltladen samt seiner Leitidee, seiner Arbeit und den angebotenen Produkten näher zu bringen.

Auch wenn junge Menschen vielleicht nicht die Hauptkund/innen eines Weltladens ausmachen, ist es dennoch notwendig, diese über Bildungs- und Kampagnenarbeit sowie ein geeignetes Sortiment für den Fairen Handel zu gewinnen. Denn sie sind entscheidend für die Gestaltung der Zukunft bzw. ihrer Zukunft. Nur wenn der Gedanke einer gerechteren Welt weiträumig gesellschaftlich verankert ist, kann dieses Ziel erreicht werden.

## 2. Junge Menschen und Engagement

Zu Beginn ist es sinnvoll, die Zielgruppe, die es für die Arbeit im Weltladen zu begeistern gilt, genauer kennenzulernen, ihre Lebenswelt zu ergründen und zu versuchen, sich in diese besser hineinzusetzen. Daher wird in diesem Kapitel eine Übersicht über relevante Ergebnisse aus Studien zu der jungen Generation gegeben. Je nach Interesse und Zeitbudget findet ihr im Kapitel 2.1 eine ausführliche Beschreibung und im Kapitel 2.2 die stichpunktartige Zusammenfassung mit den prägnantesten Punkten.

### 2.1 „Die heimlichen Revolutionäre“<sup>1</sup>

Es existieren zahlreiche Studien, um die Zielgruppe junger Menschen zu beschreiben. Soziologen und Soziologinnen ziehen dafür die Kategorisierung nach Generationen heran und beschreiben sie, in dem sie Gemeinsamkeiten und ein ähnliches Lebensgefühl nah beieinander liegender Geburtsjahrgänge identifizieren. Zum Beispiel die nach dem Krieg Geborenen von 1945 bis 1965 teilen die Erfahrung einer Nachkriegsgesellschaft und werden als Babyboomer bezeichnet, da in dem Zeitraum im Vergleich zur vorigen und darauffolgenden Generation viele Kinder geboren wurden. Die Generation darauf bis 1980, wächst ohne Kriegserfahrung auf und ist als Generation X nach dem gleichnamigen Roman Douglas Couplands benannt. Generation Y bezeichnet die von 1980 bis etwa 1999 Geborenen, die maßgeblich durch die Digitalisierung, 9/11 und weltweite Krisen geprägt wurden. Ursprünglich leitet sich das Y von „Why“ ab, da Y im englischen wie „Why“ ausgesprochen wird und dies das charakteristische Hinterfragen dieser Generation ausdrücken soll. Vertreter/innen der Generation Y werden auch Digital Natives oder Millenials, als die vor Millennium Geborenen, bezeichnet. Wenn in diesem Handbuchmodul von jungen Menschen gesprochen wird, ist die Altersgruppe der etwa 17 bis 33 Jährigen gemeint, also größtenteils die Generation Y.

#### Die Lebenswelt der Ypsiloner

Der Generation Y stehen so viele Möglichkeiten offen wie nie zuvor. Ob Reiseziele, Möglichkeiten das Abitur zu machen, Studiengänge, Berufsmöglichkeiten, Freizeitaktivitäten – die Optionen sind unzählbar. Das kann zum einen leicht überfordern und zum anderen vermittelt diese Situation den Druck, sich alle Optionen offen zu halten und keine zu verbauen. Denn ist ein Plan nach einer langen Entscheidungsfindung erst einmal gemacht, kann dieser sich auch schnell wieder ändern bzw. umgeworfen werden.

Im Gegensatz zu dieser Welt voller Möglichkeiten ist der Lebensalltag geprägt durch Unsicherheit und Ungewissheit über die berufliche und die ökologische Zukunft sowie die Stabilität des Friedens. Trotz eines Studiums ist ein Arbeitsplatz keineswegs sicher. Viele Arbeitsverträge sind befristet. Personen der unteren Bildungsschicht fühlen sich von der Schule und der Freizeit überfordert, abgehängt und als Versager.<sup>2</sup> Zu den größten Ängsten der jungen Menschen zählen Terroranschläge (73 Prozent) und Krieg (62 Prozent) sowie auch Umweltverschmutzung (60 Prozent), gefolgt von der Angst vor Arbeitslosigkeit oder der sich verschlechternden wirtschaftlichen Lage (jeweils ca. 50 Prozent).<sup>3</sup> Fast täglich kommen neue Berichte über Umweltzerstörung, Naturkatastrophen und den Klimawandel hinzu. Zudem befürchten junge Menschen, dass sie den materiellen Standard, der durch die Eltern vorgelebt wird, nicht halten können.<sup>4</sup> In einem Leben, geprägt von Unsicherheiten, sehnen sie sich nach globaler und lokaler, privater und öffentlicher Sicherheit.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Hurrelmann, K., & Albrecht, E. (2014). *Die heimlichen Revolutionäre: Wie die Generation Y unsere Welt verändert*. Weinheim: Beltz.

<sup>2</sup> Ebd.

<sup>3</sup> Schneekloth, U. (2015). *Jugend und Politik: Zwischen positiven Gesellschaftsbild und anhaltender Politikverdrossenheit*. In M. Albert, K. Hurrelmann, G. Quenzel & TNS Infratest Sozialforschung. *Jugend 2015: Eine pragmatische Generation im Aufbruch* (Originalausgabe, Vol. 3401) (S. 153–200). Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch.

<sup>4</sup> Andererseits zeigt sich auch, dass vermehrt junge Menschen umdenken und versuchen, minimalistischer zu leben.

<sup>5</sup> Hurrelmann & Albrecht (2014)

Aufgrund dieser unsicheren Situation zeigt sich die Generation Y zielstrebig und ich-zentriert. Es gibt nicht nur einen Lebensplan, sondern auch einen Plan B, Plan C, Plan D, usw., falls Plan A nicht funktioniert.<sup>6</sup> Trotz der neuen Herausforderungen, denen sich die Generation Y stellen muss, beschreibt sie sich mehrheitlich als optimistisch ihrer eigenen und der gesellschaftlichen Zukunft gegenüber.<sup>7</sup>

Die Werte von Menschen sind immer durch den Lebensalltag geprägt. So lassen sich auch die übergeordneten Werte der Ypsiloner erklären: „**Selbstverwirklichung, Lebensqualität, Genuss, Kreativität, Mitgestaltung der sozialen Welt, Umweltschutz**“<sup>8</sup>. Sie sind auf der Suche nach dem persönlichen Glück und nach einem Job, der nicht nur finanziell unabhängig macht, sondern auch zufrieden stellt. Mit dieser Gewichtung der Werte ist es einfacher, in einer Welt voller Probleme und mit gesellschaftlichem Druck ein gutes Leben zu führen. So hat auch die Achtsamkeit für den eigenen Körper deutlich zugenommen. Eine gesunde Ernährung und die eigene Fitness spielen eine übergeordnete Rolle. Materielle Güter, Wirtschaftswachstum und Senkung der Arbeitslosigkeit sind keine vorrangigen Ziele mehr.<sup>9</sup>

**KONKRET** Obwohl – oder gerade weil - junge Menschen mit einer scheinbar unendlichen Vielzahl an Missständen konfrontiert sind, sind sie dennoch motiviert die Welt sozial und ökologisch zu verbessern. Die äußeren Lebensumstände machen dies oft schwer und lassen kaum Zeit für ein Engagement. Die Welt ist komplex geworden und der Faire Handel kann nur als Teillösung betrachtet werden.

### Engagement der Ypsiloner

Ein anderer Name für die Generation Y ist **die heimlichen Revolutionäre**. Dieser Titel rührt daher, dass diese Altersgruppe oft als unpolitisch deklariert wird. Sie haben jedoch eine andere Strategie für Veränderungen. Anstatt an Politiker/innen zu appellieren, leben sie die gewünschte Veränderung selbst und unterwandern sozusagen die Politik. Die Erwartungen an die Politik sind sehr niedrig, so auch das als politisch bezeichnete Engagement. Inaktiv sind die Ypsiloner jedoch nicht. Vor allem werden sie aktiv, wenn sie selbst und direkt davon profitieren. Viele junge Menschen betrachten Politik viel enger als die Generationen zuvor. Sie sehen es auf die Geschehnisse im Parlament und rund um Politiker/innen begrenzt und nennen so ihr Handeln unpolitisch, wobei ältere Generationen durchaus von einer politischen Handlung gesprochen hätten. Der Boykott einer Textilkette wird beispielsweise nur als eine bewusste ethische Kaufentscheidung gesehen.<sup>10</sup> Dies ist durchaus ein beliebtes Mittel. Ca. ein Drittel aller Befragten der Shell Jugendstudie haben schon einmal eine Marke aus ethischen Gründen nicht gekauft.<sup>11</sup> Junge Menschen weisen ihrem Konsum einen großen Einfluss zu. „Politik machen wir heute über die Kreditkarte, nicht über das Parlament“, so Oliver Jeges in „Generation Maybe“.<sup>12</sup>

Da das politische Handeln fast komplett im Alltag integriert ist und nicht als solches wahrgenommen wird, wird nicht nach einer Ideologie gehandelt, sondern nach der Machbarkeit des Vorhabens. Es wird sich nicht generell für oder gegen etwas entschieden, sondern im Zentrum steht ein gutes Leben und Problemlösungen mit möglichst geringem Aufwand.<sup>13</sup>

Nicht nur das Engagement in den Parteien ist zurück gegangen, sondern auch in anderen Institutionen und Organisationen (z.B. Greenpeace). Neben der Herausforderung sowohl den eigenen (Freunde, Familie, Freizeit) als auch den von außen gestellten Ansprüchen (Studium, Beruf, Ausbildung) gerecht

<sup>6</sup> Ebd.

<sup>7</sup> Albert, M., Hurrelmann, K., Quenzel, G., & TNS Infratest Sozialforschung. (2015). Jugend 2015: Eine pragmatische Generation im Aufbruch (Originalausgabe, Vol. 3401). Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch.

<sup>8</sup> Hurrelmann & Albrecht (2014), S.136

<sup>9</sup> Ebd.

<sup>10</sup> Ebd.

<sup>11</sup> Albert, M., Hurrelmann, K., Quenzel, G., & TNS Infratest Sozialforschung (2015)

<sup>12</sup> Jeges, O. (2014). *Generation Maybe. Die Signatur einer Epoche*. Berlin. Haffmans-Tolkemitt.

<sup>13</sup> Hurrelmann & Albrecht (2014)

zu werden, bleibt nur wenig Raum für ein Engagement, weshalb diese Zeit wohl überlegt gefüllt wird. Langfristige Verpflichtungen oder ein Engagement, bei dem erst nach vielen Jahren wirklich etwas bewegt werden kann, sind unbeliebt. Bevorzugt werden zeitlich begrenzte Projekte, die direkt etwas bewirken – am besten noch etwas Positives für eine/n selbst.<sup>14</sup> Engagement soll flexibel sein, Erfolge hervorbringen, die wieder motivieren können.<sup>15</sup> Beliebt sind Engagements, die gut für den Lebenslauf sind und zugleich wertvolle Kompetenzen vermitteln.<sup>16</sup> Die Ergebnisse der Shell Jugendstudie zeigen, dass die meisten engagierten Jugendlichen sich für andere Jugendliche im Umfeld einsetzen. Hingegen nur wenige setzen sich für Menschen in ärmeren Ländern oder für soziale und politische Veränderungen ein.<sup>17</sup> In diese Bereiche fällt jedoch die Mitarbeit im Weltladen.

**KONKRET** Junge Menschen wollen etwas verändern und die Erfolge am besten gleich sehen. Kurzes, flexibles Engagement ist beliebt, das im Lebenslauf gut aussieht und durch das sie motiviert werden. Langfristige Verpflichtungen sind bei dem vorhandenen Leistungsdruck schwierig einzugehen. Der eigene nachhaltige Konsum wird als elementar für globale Veränderungen angesehen. Jedoch fällt die Umsetzung, z.B. nur faire Schokolade zu kaufen, oft schwer.

### Kanäle der Ypsiloner

Mit den digitalen Medien aufgewachsen, erreicht die **Digital Natives** tagtäglich eine zuvor nie dagewesene Menge an Informationen. Dadurch wissen sie auch, wie komplex die Welt mittlerweile strukturiert ist. Dies macht es schier unmöglich, in allen Lebensbereichen komplett nachhaltig zu handeln. Bei der Kaufentscheidung beispielsweise ist es schwer, alle Aspekte der Herstellung, Wirkung und Entsorgung eines Produktes zu beachten, unter anderem, weil die Lieferketten intransparent sind. Lexika und das Fernsehen sind als Informationsquelle in den Hintergrund gerückt. Informationssuche, Austausch, Diskussionen und Selbstdarstellung findet nun fast ausschließlich im Internet, bzw. in den sozialen Medien, statt. Die eigene Stimme wird nicht mehr nur auf dem Wahlzettel abgegeben, sondern auch bei jeder Online-Petition, die unterzeichnet wird. Zudem bietet das World Wide Web eine Vielzahl an Plattformen, die alle nötigen Informationen zu einem nachhaltigen Lebensstil geben, um selbst aktiv zu werden. Auch Nachrichten werden heute rund um die Uhr aus dem Internet empfangen – meist gefiltert nach den eigenen Interessen.<sup>18</sup> D.h. Ypsiloner müssen kaum mehr nach Informationen suchen, sondern werden von diesen regelrecht gemäß ihres online Nutzungsverhaltens gefunden.

Wenn nun z.B. ein Weltladen die jungen Menschen erreichen möchte, bietet der Überfluss an Informationen viel Konkurrenz. Allenfalls sollte der Weg über eine Website und die Auftritte in den sozialen Medien gehen, um von diesen registriert zu werden. Eine Zeitungsannonce hat nur wenig Wirkung.<sup>19</sup>

**KONKRET** Auch der Weltladen sollte die Möglichkeiten, die das Internet bietet, nicht ungenutzt lassen. Kommunikation der Jugend läuft über das Internet und soziale Medien. Dadurch sind sie gut informiert. Bei der Menge vorhandener Informationen im Internet sollte der Weltladen durch regelmäßige Beiträge auf sich aufmerksam machen.

<sup>14</sup> Ebd.

<sup>15</sup> Michelsen, G., Grunenberg, H., Mader, C., & Barth, M. (2015). *Nachhaltigkeit bewegt die jüngere Generation: Ergebnisse der bundesweiten Repräsentativbefragung und einer qualitativen Explorativstudie, Mai–Juli 2015*. Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer: Vol. 2015. Bad Homburg: VAS.

<sup>16</sup> BMUB (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz & Bau und Reaktorsicherheit). (2017). *Umweltbewusstsein in Deutschland 2016 – Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage*.

<sup>17</sup> Albert, M., Hurrelmann, K., Quenzel, G., & TNS Infratest Sozialforschung (2015)

<sup>18</sup> Hurrelmann & Albrecht (2014)

<sup>19</sup> Ebd.

## Umweltbewusstsein der Generation Y

Wie schon in der Einführung (Kapitel I) erwähnt, hat die junge Generation einen besonderen Bezug zu Fragen der Nachhaltigkeit, da diese unsere künftige Welt gestalten und auch in dieser leben werden.

Im Folgenden geben wir einen kurzen Exkurs in das Thema Umweltbewusstsein der Generation Y. Dieses hängt sehr eng mit dem Bewusstsein für eine gerechtere, faire und eine vereinte Welt zusammen, zu dem es aber keine expliziten Studien gibt.

Generell ist ein Bewusstsein für die existierenden Umweltprobleme vorhanden. In der Jugend-Shellstudie 2015 sehen 34 Prozent der Befragten (12 bis 25 Jahre) den Umwelt- und Naturschutz als höchste Priorität an.<sup>20</sup> Zudem sind nach den Ergebnissen einer anderen Studie, die von Greenpeace in Auftrag gegeben wurde, 76 Prozent der Befragten beunruhigt, in welchen Verhältnissen ihre Kinder aufwachsen werden. 95 Prozent beurteilen die weltweite Umweltqualität als „eher schlecht“ oder „sehr schlecht“. Diese Einstellung basiert auf dem umfangreichen Umweltwissen, das bei der Generation Y vorhanden ist. Besonders Bilder von Müllbergen und der Textilindustrie in Asien sind den Befragten durch die Schule oder die Medien bekannt.<sup>21</sup> Soziale Probleme sind eher bekannt als ökologische Missstände.<sup>22</sup> Neben diesem umfangreichen Wissen können auch 84 Prozent der Befragten die Verbindung zwischen der eigenen Lebensweise und der Problematiken anderer Länder ziehen.<sup>23</sup> Zudem besteht der Wille, aktiv zu werden: 66 Prozent der Teilnehmenden an der Jugend-Shellstudie 2015 möchten sich unter allen Umständen umweltbewusst verhalten.<sup>24</sup> In einer Studie von Greenpeace geben etwa 70 Prozent an, dass jede/r einen „sehr hohen“ bis „eher hohen“ Beitrag für die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit Soziales, Ökologie und Ökonomie leisten sollte.<sup>25</sup>

Doch wird das Verhalten kaum nach diesem Wissen ausgerichtet. Nachhaltige Verhaltensweisen werden nur dann umgesetzt, wenn sie sich gut in den Lebensalltag integrieren lassen.<sup>26</sup> Eine Form des Aktivismus ist der Boykott von umwelt- oder/und sozialbedenklichen Produkten. 34 Prozent setzten dies 2015 um.<sup>27</sup>

Es existieren unterschiedliche Meinungen, wie eine nachhaltige Entwicklung erreicht werden kann. Viele junge Menschen sind zwar gegenüber dem andauernden Wirtschaftswachstum skeptisch, können sich jedoch nicht vorstellen, dass ohne dieses Wachstum der Wohlstand gehalten werden kann, Wachstum also eine Notwendigkeit für die Lösung von Umweltproblemen ist. Im Gegensatz dazu herrscht die Meinung, dass nur eine Verringerung des Konsumniveaus die Umwelt retten kann. Eine Vorstellung darüber, wie das erreicht werden soll, gibt es kaum. Gerade Jugendliche und junge Erwachsene haben trotz des begrenzten Budgets viel materiellen Besitz.<sup>28</sup>

Weshalb ein umweltfreundliches Verhalten bis jetzt nur wenig umgesetzt wird, liegt vermutlich daran, dass andere, wichtige Interessen im Vordergrund stehen.<sup>29</sup> Der Fokus der Generation Y liegt verstärkt auf der eigenen wirtschaftlichen und sozialen Situation, neben der nur wenig Platz für Umweltproblematiken bleibt. Es ist wichtiger, ein gutes und stabiles soziales Umfeld aufzubauen und eine möglichst gute Bildung zu erlangen.<sup>30</sup>

---

<sup>20</sup> Schneekloth (2015)

<sup>21</sup> Umweltbundesamt (2016). Umweltbewusstsein in Deutschland 2014 Vertiefungsstudie: Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen. Dessau-Roßlau.

<sup>22</sup> Michelsen et al. (2015)

<sup>23</sup> Umweltbundesamt (2016), S. 36

<sup>24</sup> Gensicke, T. (2015). Die Werteorientierungen der Jugend (2002–2015). In M. Albert, K. Hurrelmann, G. Quenzel & TNS Infratest Sozialforschung. *Jugend 2015: Eine pragmatische Generation im Aufbruch (Originalausgabe, Vol. 3401)* (S. 237–272). Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch.

<sup>25</sup> Michelsen et al. (2015), S. 72ff.

<sup>26</sup> Umweltbundesamt (2016)

<sup>27</sup> Schneekloth, (2015), S. 198

<sup>28</sup> Umweltbundesamt (2016), S. 38

<sup>29</sup> Ebd.

<sup>30</sup> BMUB (2017)

**KONKRET** Das Wissen über die globalen Probleme und der Wille zur Veränderung ist da – die Verbindung zum eigenen Handeln nicht immer. Doch auch wenn letzteres gegeben ist, fällt die Umsetzung eines nachhaltigen Verhaltens trotzdem noch oft schwer – anderes hat vielfach Vorrang. Ihr könnt gemeinsam mit den jungen Menschen überlegen, wo und wie sie sich am liebsten einbringen würden und was, gemäß ihren Ressourcen, in kleinen Schritten effektiv bewirkt werden kann.

## 2.2 Zusammenfassung

Im Folgenden fassen wir das Kapitel 2.1 zusammen. Falls das Interesse und/ oder die Zeit für eine Vertiefung nicht gegeben ist, empfiehlt es sich trotzdem, die grau hinterlegten Kästen zu lesen, die den Inhalt jeweils noch einmal für die Weltladenarbeit konkretisieren.

- Junge Menschen agieren aufgrund der vielen Möglichkeiten ich-zentriert.
- Sehnsucht nach Sicherheit: Ihr Umfeld ist geprägt durch Unsicherheiten (privat, finanziell, ökologisch).
- Ihre wichtigsten Werte: Selbstverwirklichung, Lebensqualität, Genuss, Kreativität, Mitgestaltung der sozialen Welt, Umweltschutz
- Der eigene Lebensplan ist flexibel.
- Als unpolitisch deklariert, sind die „heimlichen Revolutionäre“ alles andere als inaktiv.
- Da nur wenig Vertrauen in die Politik besteht, engagieren sie sich eher außerhalb politisch etablierter Strukturen.
- Dem eigenen Konsumverhalten wird viel Wirkung zugemessen. Heutzutage wird über die Kreditkarte gewählt. Nicht selten werden bedenkliche Firmen boykottiert.
- Anerkennung des Engagements für den Lebenslauf: Viele junge Menschen suchen nach einem kurzfristigen und flexiblen Engagement, bei dem sie sich teilweise auch nur stundenweise/ tagesweise einbringen können, da der vorhandene Leistungsdruck hoch ist.
- In einer Welt mit scheinbar unendlichen Problemen, lassen sich junge Menschen vor allem durch kleine und sichtbare Erfolge motivieren.
- Digitale Medien bestimmen den Alltag junger Menschen sehr stark. Durch das Internet und die sozialen Medien erreichen diese ununterbrochen neue Informationen aus aller Welt. Komplexe Strukturen der globalisierten Welt sind dadurch sichtbar und können leicht überfordern
- Informationssuche, Austausch, Diskussionen und Selbstdarstellung findet nun fast ausschließlich im Internet, genauer in den sozialen Medien statt. So auch die Informationssuche für eine nachhaltige Lebensweise.
- Online-Petitionen sind beliebt.
- Das Wissen über die globalen Probleme und der Wille zur Veränderung ist in der jungen Generation da – die Verbindung zum eigenen Handeln nicht immer.
- Die Umsetzung eines umweltfreundlichen, nachhaltigen Verhaltens ist oft schwer, da sehr viele Punkte beachtet werden müssen. Alle Lebensbereiche erfordern in der heutigen Zeit eine kritische Hinterfragung und um nachhaltige Alternativen zu finden, müssen sich Konsument/innen breitgefächert und tiefgehend informieren, da Lieferketten undurchsichtig und global vernetzt sind. Das hat zur Folge, dass ein nachhaltiges Verhalten oft mit viel Informations- und Entscheidungsaufwand verbunden und außerdem oft teurer ist. Auch gibt es nicht immer eine „gute“ Alternative und es fällt schwer, ganz auf Produkte zu verzichten. Zudem wird eine vertiefte und dauernde Auseinandersetzung mit diesem Thema oft von den anderen Aspekten des Lebensalltags junger Menschen verdrängt.
- So kann es sein, dass eine Person sich für den Fairen Handel stark macht und trotzdem nicht (immer) faire Produkte kauft.

### 3. Argumente für eine Mitarbeit im Weltladen

Junge Menschen haben sehr viele Möglichkeiten, ihre Freizeit zu gestalten. Je nach Wohnort gibt es verschiedenste Sport-, Kultur- und Kunstangebote. Auch wer sich engagieren möchte, findet eine Vielzahl an Organisationen, Vereinen und Initiativen, um lokal und auch global etwas zu verbessern bzw. zu verändern. Das bedeutet auch, dass es neben einer Mitarbeit im Weltladen auch viele andere Betätigungsfelder gibt. Warum sollte sich also eine junge Person gerade im Weltladen engagieren?

Viele Gründe und auch Vorteile sprechen für eine Mitarbeit. Diese werden im Folgenden genauer beschrieben. Ratsam ist es, diese bei dem Anwerben neuer Aktiver besser zu betonen. Je überzeugender die Vorteile sind, desto einfacher ist eine Entscheidung für ein Engagement. Wie oben schon beschrieben, gilt hier: Menschen, insbesondere junge Menschen, entscheiden sich vor allem für ein Engagement, wenn sie selbst davon profitieren, es flexibel gestaltbar ist und sichtbare Ergebnisse bringt – und all das erfüllt die Mitarbeit im Weltladen allemal.

**Wissens- & Erfahrungszuwachs:** Während des Engagements im Weltladen können diverse Themen rund um Eine Welt, Globalisierung, Fairer Handel etc. kennengelernt werden. Im Weltladen und somit in der Thematik Welthandel lässt sich vieles miteinander verknüpfen und es geht um weitaus mehr als allein um die Bezahlung fairer Löhne. Menschenrechte und damit verbunden Kinderarbeit und moderne Sklaverei, Landraub, Entwicklungshilfe und Postkolonialismus, Fluchtursachen, Klimawandel oder Strukturierung der globalen Landwirtschaft – dies alles und natürlich weitaus mehr sind Themen, zu denen der Weltladen arbeiten und das Umfeld informieren kann. Auch finden alle Dimensionen der Nachhaltigkeit im Fairen Handel zusammen: Soziales (z.B. verbesserte Arbeitsbedingungen), Ökonomie (z.B. Vorfinanzierung und somit Erhalt von kleinbäuerlichen Strukturen) und Ökologie (z.B. Unterstützung eines kleinstrukturierten und organischen Landbaus).

Dieser Umfang an Themen ist für junge Menschen interessant, denn wer sich für eine Mitarbeit im Weltladen entscheidet, bringt in der Regel großes Interesse für die Hintergründe des globalen Handels mit. Wichtig ist auch, dass diese Aspekte meist nicht nur oberflächlich kennengelernt werden, sondern dass die Mitarbeiter/innen die Möglichkeit haben, durch das Ausrichten von Veranstaltungen, das Entwerfen von Informationsmaterial, das Halten von Vorträgen oder das Durchführen von Workshops tiefgehendes Wissen in diesem Bereich zu erwerben. Dies hilft, um in Diskussionen besser zu argumentieren, aber auch, um seinen eigenen Lebensstil nachhaltiger auszurichten und mit offeneren Augen durch die Welt zu gehen. Zum inhaltlichen Wissenszuwachs kommen zudem die Erfahrungen, die in der Zusammenarbeit als heterogene Weltladengruppe gewonnen werden (Mitarbeit in einem intergenerationellen und/oder interkulturellen Team), wie auch Kenntnisse in der Veranstaltungsplanung, Entwerfen und Durchführen von Bildungskonzepten, Zusammenarbeit mit lokalen Politikern, uvm.

**Aufbau von Kontakten:** Im Zuge der Weltladenmitarbeit können Engagierte durch Kooperationen und Vernetzung viele Kontakte in ihrem lokalen Umfeld, aber auch überregional und bundesweit gewinnen.

Auf Veranstaltungen und Fortbildungen lernen sie verschiedene lokale Initiativen, Politiker/innen, andere Eine Welt-Aktive und Referent/innen kennen. Diese Bekanntschaften können für den weiteren Lebens- und Berufsweg hilfreich sein, denn Kontakte sind in der heutigen Zeit viel wert.

Zudem treffen Mitarbeiter/innen des Weltladens auf Gleichgesinnte. Dies kann stark motivieren, den eigenen Horizont erweitern und dem Engagement einen größeren Sinn geben – weltweit setzen sich Menschen für eine gerechtere Welt ein und mit diesem Wissen kämpft es sich gleich viel leichter. Sie fühlen sich eher als Teil einer großen Bewegung und eines wachsenden Prozesses.

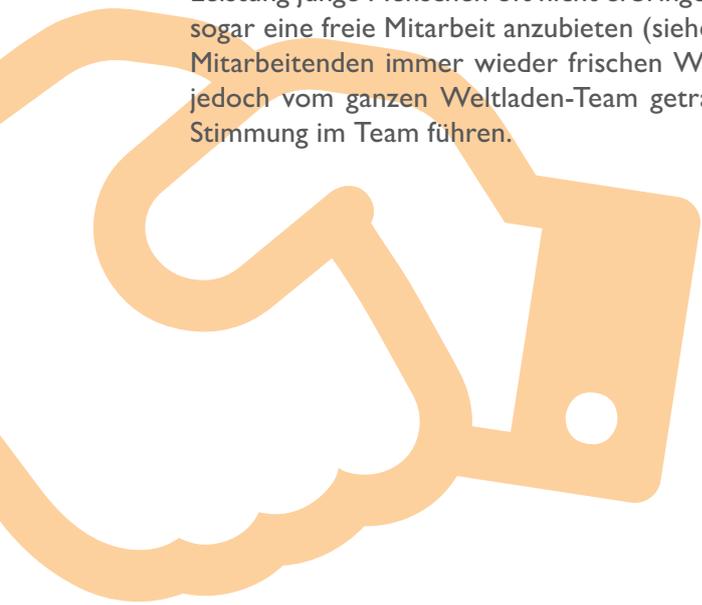
**Gut für den Lebenslauf:** Einer der wichtigsten Begleiter der jungen Generation ist der Lebenslauf. Er entscheidet über Zu- und Absage bei Bewerbungsverfahren und Zukunftsmöglichkeiten.

Engagement und Weitblick ist dabei immer gern gesehen, weswegen die Mitarbeit im Weltladen den Lebenslauf aufwertet. Bietet den Aktiven an, ihnen Zeugnisse und Bestätigungen auszustellen, in denen Ihr deren Mitarbeit für spätere Arbeitgeber/innen beschreibt. Hier sollten nur wenige negative Aspekte der jeweiligen Mitarbeit beschrieben und die Positiven vertieft werden.

**Möglichkeit zur Weiterbildung:** Im Rahmen der Weltladenmitarbeit gibt es eine Vielzahl von Weiterbildungsangeboten. Zum einen gibt es die Möglichkeit, Referent/innen für die eigene Gruppe einzuladen oder an öffentlichen Angeboten (z.B. des Weltladen-Dachverbandes, der Landesnetzwerke, Brot für die Welt, Engagement Global) teilzunehmen. Manche Weltläden übernehmen den Kostenbeitrag für die Mitarbeiter/innen, um das Engagement zu würdigen. Zudem profitiert der Weltladen davon, da die Teilnehmenden sich mit dem neu gewonnenen Wissen in den Laden einbringen können. Weiterbildungen sind attraktiv, weil durch den Input von Expert/innen viel gelernt wird und Kontakte zu Aktiven anderer Weltläden und Organisationen geknüpft werden kann. Zudem bringt eine Weiterbildung meist neue Ideen und Motivation mit sich. Im Lebenslauf machen sich diese ebenfalls gut.

**Mitgestaltung des Wohnortes:** Durch ein Engagement im Weltladen, unterstützt der/die Engagierte seine/ihre Gemeinde dabei, nachhaltiger und fairer zu werden. Ein Weltladen ist lokal präsent und trägt in allen seinen drei Säulen (Laden-, Bildungs- und Kampagnenarbeit) den Fairen Handel nach außen, anstatt nur hinter verschlossenen Türen darüber zu philosophieren. Zudem können Ideen durch das Vorhandensein von Material oder finanziellen Mitteln im Weltladen einfacher verwirklicht werden. Einige Orte sind zudem Fairtrade-Town und haben sich somit verpflichtet, den Fairen Handel zu stärken. Diese arbeiten oft mit dem Weltladen zusammen und sind für Ideen und Engagement dankbar. Die Einführung von fairem Kaffee in der Schul- oder Universitätsmensa sowie im Rathaus und die Erstellung eines Einkaufsführers für faire Produkte sind nur zwei der vielen Möglichkeiten, den eigenen Ort fairer zu gestalten.

**Flexibles Engagement:** Natürlich ist dies nicht in allen Bereichen möglich bzw. gerne gesehen. Aber es funktioniert beispielsweise in der Bildungsarbeit durchaus gut. So können sich Interessierte je nach zeitlicher Kapazität und Interesse am Thema mehr oder weniger bei Workshops oder bei Veranstaltungen einbringen. Auch beim Ladendienst müssen neue Mitarbeiter/innen nicht immer eine feste Schicht übernehmen, sondern sie können sich dann eintragen, wenn es ihnen passt. Natürlich würden Mitarbeiter/innen, die sich dauerhaft stark einbringen, vieles erleichtern. Jedoch können diese Leistung junge Menschen oft nicht erbringen. Daher ist es wichtig, auch eine flexible Möglichkeit oder sogar eine freie Mitarbeit anzubieten (siehe 5.2). Und im Gegenzug bringen diese sogenannten freien Mitarbeitenden immer wieder frischen Wind in das Engagement. Dieses Engagement-Format sollte jedoch vom ganzen Weltladen-Team getragen werden, ansonsten könnte dies zu einer schlechten Stimmung im Team führen.





Die Weltladen-Mitarbeit sollte verschiedene Lebenspläne zulassen. Die Lebensmodelle ändern sich und so sollten sich auch die Rahmenbedingungen einer Mitarbeit ändern.

” **Katrin S.**



Ich engagiere mich im Weltladen, weil ich den Fairen Handel und eine faire Landwirtschaft unterstützen möchte und ich als Studentin Zeit habe, die ich mir frei einteilen kann, zum Beispiel indem ich Ladendienst mache.

” **Judith M.**



Ich engagiere mich im Weltladen, weil ich die globalen Themen, die dieser behandelt, sehr interessant finde. Zudem werden diese nicht nur wissenschaftlich wie in meinem Masterstudium, sondern praktisch und alltagsnah behandelt.

” **Johanna Z.**

## 4. Kontaktaufbau zu jungen Menschen

Nur selten kommen junge Menschen gezielt in den Weltladen, um dort mitzuarbeiten. Es zeigt sich eher, dass für viele der Weltladen gar kein Begriff ist. Auch die, die ihn kennen, verbinden weniger ein attraktives Engagement für die junge Generation damit. Deshalb ist es für jeden Weltladen, der sich neue und vor allem junge Aktive wünscht, wichtig, bei der Zielgruppe und auch generell im Umfeld außerhalb des Ladengeschäftes präsent zu sein.

Die persönliche und direkte Ansprache der jungen Menschen durch das Weltladen-Personal wird hier wichtiger eingeschätzt als eine indirekte und allgemeine Bewerbung.<sup>31</sup>

Im Folgenden werden einige Wege genauer ausgeführt, mit denen die Zielgruppe erreicht werden kann.

### 4.1 Aktionsstände & Kampagnen

Aktionsstände und Kampagnen wie zum Weltladentag sind ein gutes Mittel, um in der Umgebung auf sich aufmerksam zu machen. Aktionsstände können ganz verschieden aussehen. Angefangen mit einem Stand, der ein bestimmtes aktuelles Thema bzw. eine aktuelle Kampagne aufgreift und über eine Mitarbeit bei dem Weltladen informiert, bis zu einem Verkaufsstand oder einer Mitmachaktion. Wichtig ist dabei, etwas vorzubereiten, das die Blicke und Schritte in Richtung Stand zieht, und eine genaue Idee zu haben, welcher Inhalt vermittelt werden soll. Je nach gewünschter Zielgruppe ist ein Stand auf verschiedenen Veranstaltungen oder auf dem Wochenmarkt sinnvoll. Immer mehr Weltläden jedoch sehen Aktionsstände in Fußgängerzonen (v.a. für das Unterzeichnen von Petitionen) kritisch. Da die Präsenz von Aktionsständen vor allem zu bestimmten Jahreszeiten stark zugenommen hat, fühlen sich Passanten oft von der Vielzahl an Ständen und Menschen, die einen ansprechen wollen erschlagen und somit kann es den gegenteiligen Effekt auslösen.

Um gezielt junge Menschen anzusprechen, ist es gut mit Veranstaltungen zu kooperieren, die für junge Menschen attraktiv sind, wie Festivals, Sommerfeste anderer Initiativen, Abendveranstaltungen mit Musik, Straßenfeste und Märkte an Universitäten. Die Gestaltung sollte dann natürlich zu den restlichen Angeboten passen und mit den Veranstaltern abgesprochen sein. Vorteilhaft ist es, wenn den Stand eher kontaktfreudige und jüngere Menschen betreuen, da sich Jugendliche durch sie meist leichter ansprechen lassen.

Petitionen können ein Teil der Aktion/ Kampagne sein. Diese sind bei jungen Menschen nicht unbeliebt. Durch eine Unterschrift kann schnell und einfach die eigene Stimme für etwas Gutes eingesetzt werden. Dabei muss die Forderung natürlich schlüssig sein und das Thema etwas Lebensnahes haben, etwas was die Angesprochenen auch betrifft. Eine neuere Methode ist die Online-Petition. Diese kann auch für ein lokales Bedürfnis entworfen werden (z.B. „Wir fordern fairen Kaffee in unserem Rathaus!“). Sie wird online erstellt und per E-Mail und sozialen Netzwerken verbreitet. Dies bedeutet, es können viele Interessierte erreicht werden, aber es ist etwas technisches Know-How nötig, um diese zu erstellen und bekannt zu machen. Zur Erinnerung: Petitionen sind die täglichen kleinen Wahlzettel der jungen Generation.

---

<sup>31</sup> Protokoll des Forums „Forever young? Wie steht es um unsere Chancen für eine Verjüngung der Weltladen-Bewegung?“ auf den Weltladen-Fachtagen 2018 in Bad Hersfeld



Aktionsstand zum Weltladentag 2017 in Gießen – hier dienten zwei Ziegen als Zuschauer magnet.



Straßenaktion anlässlich der Fashion Revolution Week 2018 (Weltladen Halle)



Aktionsstand zum Weltladentag 2018 des Weltladen Planie Stuttgart

Aktionsstand zum Weltladentag 2018  
des Weltladen Bremen



## 4.2 Workshops

Die Bildungsarbeit ist in jedem Weltladen unterschiedlich stark ausgebaut und aktiv. Als Teil davon bieten einige Weltläden Workshops zu verschiedenen Themen, wie einzelne Produkte (Kakao, Textil, etc.), Kinderarbeit und Fairer Handel allgemein für Gruppen an. Größtenteils sind die Teilnehmenden Vertreter/innen der jungen Generation, wie Schüler/innen, Konfirmand/innen oder Azubis. Auch im Zuge eines Workshops sollte sich der/die Referent/in bewusst sein, dass er/sie den Zuhörenden nicht nur das Thema nahebringt, sondern einige vielleicht zum ersten Mal mit dem Weltladen in Berührung kommen. Für sie könnte es daher auch interessant sein, zu erfahren, wie das Ehrenamt dort funktioniert und warum der/die Referent/in sich dort engagiert. Alle Zuhörer/innen sind auch potentielle künftige Aktive. Hierzu können die Argumente aus Kapitel 3 hilfreich sein.

Die Bildung für nachhaltige Entwicklung in schulischen Einrichtungen ist durchaus ausbaufähig und wird gerne von den Schüler/innen und Lehrkräften angenommen. Dabei sollte Nachhaltigkeit interdisziplinär verankert werden, Kompetenzen vermitteln und lösungsorientiert gestaltet sein (BMUB, 2017). Das bietet die entwicklungspolitische Bildungsarbeit der Weltläden an.



Ich bin damals durch eine Projektwoche an meiner Schule zum Weltladen gekommen. Ich war in der 12. Klasse und Aktive aus dem Weltladen haben ein Planspiel mit uns durchgeführt. Es hat Spaß gemacht und die Leute waren sehr nett. Weil ich eh nach einem Engagement neben der Schule gesucht habe, habe ich danach begonnen, mich dort in der Bildungsgruppe zu engagieren.

” Anna D.

### 4.3 Veranstaltungen

Neben dem Ladenalltag und der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit sind auch öffentliche Veranstaltungen oft Teil des Angebots von Weltläden. Dabei können diese ein breites Spektrum von Themen und Formaten aufgreifen. So wie Aktionsstände helfen Veranstaltungen, im eigenen Umfeld stärker wahrgenommen und bekannter zu werden. Je nach Gestaltung spricht eine Veranstaltung eine bestimmte Zielgruppe an.

Offene Formate, wie Partys oder Feste, eignen sich natürlich für Jung und Alt, sind aber besonders für junge Menschen ansprechend. Denn wird eine lockere und ungezwungene Atmosphäre geboten, fällt es leichter, eine/n Freund/in zu überzeugen, mitzukommen und dies wiederum, senkt die Hürde, zu einer Veranstaltung überhaupt zu gehen, denn zu zweit oder zu mehreren macht es auch mehr Spaß. Zudem bietet es die Möglichkeit den Weltladen erstmal unverbindlich kennenzulernen.

An dem Beispiel einer Kleidertauschparty wird dies deutlich: Sie machen meist Spaß und Freund/innen lassen sich leichter überreden einen zu begleiten. Teilnehmende können zeitlich ungebunden kommen und gehen, sie können - müssen aber nicht - mit den Organisator/innen ins Gespräch kommen und sie haben in Form von neuer Kleidung bzw. das Tauschen ihrer alten Kleidung einen direkten Gewinn. Indem der Weltladen beispielsweise im Hintergrund oder im Wartebereich Plakate zum Thema Kleiderproduktion oder Altkleiderverwertung aufhängt, können Informationen vermittelt werden, ohne sie jedoch aufzudrängen. In Gießen haben an dieser Veranstaltung (organisiert von Weltladen und Greenpeace) regelmäßig ca. 300 Personen teilgenommen – viele davon kannten den Weltladen davor noch nicht.

Thematisch kann sich hier der Weltladen auch gut etwas breiter aufstellen. Mögliche Beispiele sind neben Kleidertauschpartys, Cocktailabende und -stände, Kochkurse oder Mangopartys. So wird der Weltladen nicht auf den Fairen Handel begrenzt betrachtet, sondern er wird vielmehr als Teillösung für eine bessere Welt mit einem weiten Blickfeld wahrgenommen.

Ein anderer Aspekt, der bei dem Planen von Veranstaltungen wichtig ist, ist das Eingehen von Kooperationen. Gründe hierfür sind in Punkt 4.7 genauer ausgeführt.



Vortrag von Ökonom Nico Paech, organisiert vom Weltladen Gießen in Kooperation mit der Justus-Liebig-Universität:

Die Zuhörer/innen haben einen ganzen Hörsaal gefüllt. Darunter viele junge Menschen.

Bastelaktion des Weltladen Köngen  
anlässlich eines Kinderferienprogramms  
zum Thema „Upcycling“



Anna Demes vom Weltladen Gießen betreut mit anderen Aktiven den Essens- und Getränkestand bei einer Kleidertauschparty.

## 4.4 Junge Menschen über das Ladengeschäft gewinnen

Nicht zu vergessen ist natürlich das Ladengeschäft. Hierüber können neue Kund/innen gewonnen werden, die vielleicht später zu Mitarbeiter/innen werden möchten. Hier kommt es wieder darauf an, wie präsent der Laden in seinem Umfeld ist. Das beinhaltet die Lage, die Internetpräsenz (Website, Soziale Medien) und vor allem auch das Sortiment.

Letzteres betreffend ist es, je nach Alter der Einkaufsverantwortlichen, manchmal schwierig zu wissen, welche Produkte junge Menschen ansprechen könnten. Hier ist es ratsam, junge Aktive bei den Bestellungen mit einzubinden und falls diese nicht bereit bzw. nicht vorhanden sind oder auch einfach zusätzlich, ist es ein schöner Weg, das Produktinteresse über eine Kundenbefragung herauszufinden. Hierzu können junge Kund/innen angefragt werden, ob sie bereit wären, zusammen Kataloge durchzuschauen und ein paar Tipps und Meinungen zu geben. Eine andere Möglichkeit wäre eine Art Gästebuch, in die Kund/innen ihre Produktvorschläge hineinschreiben.

Über Aushänge im Laden können Weltläden auch neue Aktive gewinnen. Diese erreichen meist nur Weltladenkund/innen, jedoch möglicherweise auch vorbeigehende Passant/innen. Auf Plakaten kann für eine Mitarbeit, für ein Praktikum oder ähnliches geworben werden.



„ Ich bin jetzt Teil des Bestellteams und seitdem wir ein paar moderne Kleidungsmarken ins Sortiment genommen haben, kommen auch mehr junge Kund/innen in unseren Laden.

„ **Franziska S.**



Für den Bereich Textilien und Taschen gibt es deutschlandweite Messen, wie die Innatex und die Ethical Fashion Show, die Weltläden besuchen können, um neue Firmen kennenzulernen und über die üblichen Kataloge hinaus schöne, faire und nachhaltige Produkte kennenzulernen. Nicht nur für junge Mitarbeiter/innen im Team stellt ein Besuch dieser Messen einen Anreiz dar.

## 4.5 Internetauftritt

Der Internetauftritt ist für das Anwerben von jungen Aktiven unerlässlich. Was früher die Medien Zeitung und Radio waren, sind nun mehr oder weniger die sozialen Medien. Aber auch die Website als übersichtliche Informationsplattform ist wichtig.

Für einen aktuellen und ansprechenden Internetauftritt werden Aktive benötigt, die stetig interessante Beiträge entwerfen und das Know-How für die Pflege einer Website mitbringen. Es gibt viele Möglichkeiten, im Internet präsent zu sein.

Die wichtigsten hierbei sind – besonders für die junge Generation – mit abnehmender Relevanz Instagram, Facebook und die Website. Natürlich gibt es noch viele weitere, jedoch bringt jeder neue Account auf einer Social-Media-Plattform auch Arbeitsaufwand durch die Einarbeitung in das Medium und die stetige Pflege. Bei Instagram und Facebook empfiehlt sich ein wöchentlicher Beitrag. Dennoch gilt gerade bei Instagram „je öfter desto besser“. Die Beiträge sollten die gesamte Weltladenarbeit,

d.h. sowohl Informationen aus der Bildungsarbeit und über Veranstaltungen, als auch neue Produkte, sowie Rabattaktionen im Laden betreffen.

Nicht zu vergessen ist auch der klassische E-Mail-Verteiler. Darüber können regelmäßig Veranstaltungseinladungen oder Newsletter verschickt werden. E-Mail-Adressen für den Verteiler können zum Beispiel auf Veranstaltungen durch eine Liste, die herumgegeben wird, gesammelt werden (neue Datenschutzverordnung beachten!). Auch ist es sinnvoll, Verteiler anderer Gruppen zu nutzen. Durch Kooperationen oder gute Kontakte kann der Weltladen dann eigene Inhalte über Verteiler von z.B. Universitätsgruppen oder anderer Nichtregierungsorganisationen (NGOs) verschicken.

#### Tipps für die Präsenz in Neuen Medien:

**Website:** modern, übersichtlich, klare Struktur, Bilder und Videos

**E-Mail-Verteiler:** Veranstaltungen und Rabattaktionen, etc. als Newsletter regelmäßig, auffälliges E-Mail-Layout

**Facebook:** Nutzer/innen sind hauptsächlich 25 bis 40-Jährige, Videos und Bilder, Veranstaltungen erstellen und „Freunde“ einladen, Beiträge teilen

**Instagram:** Bilder und Kurzvideos, wenig Text, Nutzer sind vor allem U30



## 4.6 Junge Menschen motivieren andere junge Menschen

Zwar hilft dies den Weltläden ohne junge Aktive wenig, aber es ist trotzdem wichtig, zu wissen: Wenn sich junge Menschen im Weltladen engagieren, motiviert dies wiederum andere junge Menschen, dort anzufangen. Dieser sogenannte Peergroup-Effekt hat zum einen damit zu tun, dass der/die Aktive in seinem/ihrer Freundes- und Bekanntenkreis über das Engagement spricht und somit andere mit dem Weltladen in Berührung kommen, ihn kennenlernen und vielleicht eine Mitarbeit auch interessant finden und motiviert werden. Zum anderen merken junge Menschen bei Aktionsständen, Veranstaltungen etc., wo junge Aktive mitwirken, dass es für sie auch ansprechend sein könnte und sie vielleicht neue Kontakte in der Gruppe knüpfen können.



Wenn junge Menschen im Weltladen aktiv sind, sind andere junge Menschen motiviert mitzumachen. So war es auch bei mir. Zudem erzähle ich in meinem Freundes- und Bekanntenkreis von meinem Engagement und konnte so auch schon andere für eine Mitarbeit begeistern.

„ Franziska S.

Ich arbeite nun seit 4 Jahren im Weltladen mit. Damals hat mich eine Kommilitonin, die sich bereits im Weltladen engagierte, zu den Treffen der Bildungsgruppe eingeladen. Seitdem bin ich dabei.

„ Johanna Z.



## 4.7 Bedeutung von Kooperationen

Wie in Punkt 4.3 schon angeklungen, haben Kooperationen bei der Ansprache von jungen Menschen eine besondere Bedeutung.

Es existiert eine Vielfalt an Organisationen, die sich für eine gerechte Welt einsetzen. Die meisten globalen Herausforderungen hängen unmittelbar zusammen, deshalb ist es sinnvoll auch die jeweiligen Problemlösungsansätze, die durch die unterschiedlichen Organisationen verfolgt werden, durch Kooperationen zu verbinden. Dies gilt auch für den Fairen Handel, der als Teil des Ganzen im Zusammenhang mit anderen Ansätzen zu sehen ist. Wer sich für eine gerechtere Welt einsetzen möchte, gibt sich meist nicht mit einem kleinen, eingegrenzten Themenbereich zufrieden, sondern ist häufig auch an den anderen Facetten interessiert. Natürlich kann eine Person nicht in allen Bereichen aktiv sein und das muss sie auch nicht, aber durch eine (punktuelle) Kooperation mit Aktiven anderer Organisationen, kann sie mit Gleichgesinnten aus unterschiedlichen Richtungen an einer Gesamtlösung arbeiten und dadurch wirksamer sein, als alleine. Während der Zusammenarbeit treten die Aktiven der verschiedenen Organisation in Austausch und können so besser globale Problematiken und ganzheitliche Lösungen diskutieren. Auch für Veranstaltungsteilnehmer/innen wirkt ein Event, das von mehreren Kooperationspartnern mit einem gemeinsamen Ziel organisiert wurde, ganzheitlicher. Ein Beispiel wäre eine Veranstaltung zum Thema Ernährung, bei der durch eine Kooperation des Weltladens mit der Solidarischen Landwirtschaft und Foodsharing e.V. eine faire, regionale und aus getreteten Lebensmitteln bestehende bzw. keine Lebensmittelabfälle produzierende Ernährung als nachhaltiger Ansatz kommuniziert wird. Andere mögliche Kooperationspartner/innen mit dem Ziel, die Welt gerechter und nachhaltiger zu gestalten, sind unter anderem Umweltschutzvereine, nachhaltige Läden (wie Unverpackt-Läden oder Läden mit fairem Sortiment), aber auch Menschenrechtsvereine und Gruppierungen, die sich für Geflüchtete einsetzen.

Die Aktiven aller teilnehmenden Organisationen sowie deren Unterstützer/innen lernen sich und die Arbeit der anderen besser kennen. So wird der Weltladen auch dort präsenter und gewinnt bestenfalls künftige Kund/innen und/oder Mitarbeiter/innen.

Der andere Vorteil von Kooperationen ist die Bewerbung außerhalb der üblichen Kreise. So wird z.B. eine Veranstaltung nicht nur bei den üblichen Kontakten des Weltladens beworben, sondern auch über die Kontaktlisten der Kooperationspartner/innen.

Und ein letzter Vorteil, der genannt werden sollte: Geteilte Arbeit ist halbe Arbeit.

## 5. Engagementformen und -bereiche im Weltladen

Die Mitarbeit im Weltladen ist alles andere als monoton und eingeschränkt. Es gibt vielfältige Möglichkeiten wie auch Bereiche, sich mit den eigenen Stärken und Ideen in das Team einzubringen und so den örtlichen Weltladen und noch vieles darüber hinaus mitzugestalten. In diesem Kapitel werden die verschiedenen Möglichkeiten eines Engagements im Weltladen vorgestellt. Zudem wird zuerst beschrieben, was ein Wohlfühlklima für junge Menschen ausmacht.

### 5.1 Wohlfühlklima für junge Aktive schaffen<sup>32</sup>



„ Ich habe mich im Team von Anfang an sehr wohl gefühlt. Es ist eine bunt gemischte und nette Gruppe und jede/r kann so sein, wie er/sie will. Jede/r wird wertgeschätzt! Sie sind für neue Ideen offen. Zwar sind die Strukturen noch nicht optimal, aber wir wachsen durch Schwierigkeiten und den gemeinsamen Prozess mehr zusammen. Es ist familiär und ich komme auch gerne mal für einen Kaffee vorbei. „

**Franziska S.**

Auch wenn junge Menschen viel Interesse und Motivation für die Weltladearbeit mitbringen, wenn das Klima im Team nicht stimmt, wird sich der/die Neue nicht sehr wohl fühlen.

Doch wie kann ein gutes Wohlfühlklima geschaffen werden?

Es ist wichtig, **keinen Druck** auf die jungen Aktiven auszuüben. Diesen bekommen sie bereits von anderen Seiten zu spüren, z.B. in ihrer Ausbildung, Studium oder im Job. Es ist zunächst empfehlenswert, den neuen Engagierten Zeit zu geben, in die verschiedenen Arbeitsbereiche unverbindlich hineinzuschnuppern, damit sie sich anschließend für das für sie passende entscheiden können. Gut ist, jede Mitarbeit wertzuschätzen – von dem gelegentlichen Aushelfen an Verkaufsständen oder im Laden bis hin zur Übernahme einer festen Aufgabe (siehe Kapitel 3 – flexibles Engagement).



Beispielansprache für die Übernahme einer festen Aufgabe: „Ich finde, dass du mit deinen Stärken und Ideen sehr gut für diese Aufgabe geeignet bist, ich verstehe aber auch, wenn dir die Aufgabe im Moment zu viel ist.“

Die Weltladen-Teams sind meistens bunt gemischt. Stichwort ist hier **„Zusammenarbeit auf Augenhöhe.“**

**Offenheit** gegenüber neuen Aktiven, deren Ideen und auch neuer Wege, die das Team vielleicht künftig gehen werden, sind essentiell. Gerade in Teams, in denen verschiedene Generationen zusammenkommen, kann dies schwierig sein. Der/die Gegenüber sollte nicht unterschätzt werden, was natürlich für beiden Seiten gilt. Junge Menschen sind in einer globalisierten Welt und mit einer Fülle an Informationen aufgewachsen. Oft ist Wissen zu heutigen sozialen und ökologischen Problemen und Innovationen vorhanden, dass bei den Mitarbeiter/innen der älteren Generation unbekannt ist. Ältere

<sup>32</sup> Die Punkte „Raum geben/etwas zutrauen, Öffnung, neue Wege zulassen, Verantwortung übertragen, Offenheit, Wertschätzung“ wurden auch in dem Forum „Forever Young?“ der Weltladen-Fachtagung 2018 gesammelt.

Mitarbeiter/innen hingegen bringen viel Lebenserfahrung und unterschiedlichste Expertisen aus ihren Berufen mit. Daher ist es wichtig auf einer Ebene miteinanderzuarbeiten und sich **gegenseitig wertzuschätzen**.

Gleichzeitig ist es aber sinnvoll, bereit zu sein, **Verantwortung abzugeben**, sofern sich ein/e Neue/r dazu bereit erklärt, eine Aufgabe zu übernehmen.

Sätze wie „Das hat noch nie geklappt“ oder „Das haben wir noch nie gemacht“ werden zu oft erwidert, wenn ein/e Neue/r sich mit Ideen einbringen möchte. Eher sinnvoll ist es, darüber ins Gespräch zu kommen, warum ihr Bedenken habt und ob es nicht die Möglichkeit gibt, dass es (diesmal) funktionieren kann.



Wichtig ist es, Engagement und somit neue Ideen zuzulassen. Manchmal werden neue Ideen ausgebremst, weil die Bereitschaft, etwas zu verändern, nicht gegeben ist. Unerlässlich im Weltladen sind auch klare Strukturen. Neue Aktive finden sich einfacher in ein Team, wenn Aufgaben und Verantwortlichkeiten klar verteilt sind. So können leichter einzelne Bereiche übernommen werden. Gerne auch den Neuen etwas zutrauen!

Eine Idee ist es, passende Rahmen zu schaffen, wenn sich jemand nur gering einbringt, z.B. alle paar Monate bei einer gesonderten Aktion. Das Weltladen-Team sollte aber vermitteln, dass auch ein begrenztes Engagement verbindlich sein sollte. Der Rest des Teams verlässt sich schließlich drauf.

” **Katrin S.**



Konfirmandenpraktikantin Vivienne im Weltladen Köngen bei der Ladenarbeit.

## 5.2 Mitarbeit im Ladenteam

Jeder Weltladen besitzt ein Ladengeschäft, in dem faire Produkte verkauft werden. Ein Geschäft zu führen, vor allem ehrenamtlich, ist keine einfache Angelegenheit und verlangt nach vielen aktiven Mitarbeiter/innen, die bereit sind Bereiche und/oder Ladenschichten zu übernehmen. Es gibt viele und verschiedenartige Aufgaben, die wöchentlich oder sogar täglich erfüllt werden müssen. Bestellungen tätigen, nach neuen Produkten suchen, das Ladenteam koordinieren, Öffentlichkeitsarbeit betreiben, Ladenschichten belegen, Buchhaltung verwalten – dies und noch vieles mehr könnten Aufgabenbereiche sein, wo sich auch junge Menschen je nach Interessen und Stärken einbringen können. Fast ausschließlich sind dies aber Tätigkeiten, die Verbindlichkeit und Regelmäßigkeit verlangen – beides langfristig zu gewährleisten kann schwierig sein für junge Menschen. (vgl. Kapitel 2). Neben einer intensiven Einarbeitung ist es daher besonders wichtig, für die junge Person eine passende Aufgabe zu finden, in der sie genug Freiraum hat und die Aufgabe in ihren Lebensalltag passt.

Besonders interessante Aufgaben für junge Menschen könnten sein: Öffentlichkeitsarbeit (Pflege der Homepage, Betreuung sozialer Medien, etc.), Recherche nach neuen Artikeln, Bestellung von Kunsthandwerk/ Textilien.



Zu uns kommen immer wieder junge Menschen, die im Ladenteam mitarbeiten möchten. Ich vermute, dass das Interesse für den Ladendienst so groß ist, weil die Aufgaben konkret und überschaubar sind.

” **Katrin S.**

Ich finde unsere Kund/innen im Weltladen ehrlich gesagt sehr spannend. Es entstehen immer wieder interessante Gespräche und man hat ein engeres Verhältnis zu ihnen. Sie nehmen sich Zeit, Produkte auszuwählen und mehr darüber zu erfahren. Das hat mich bis jetzt auch persönlich weitergebracht.

” **Franziska S.**



Im Bestellteam für Kunsthandwerk arbeite ich mit, um mit einem gut überlegten Sortiment auch Leute ansprechen zu können, die sonst keine Produkte aus Fairem Handel kaufen. Und weil ich Freude daran habe, nach neuen Produkten zu recherchieren und diese dann zu präsentieren.

” **Judith M.**

## 5.3 Mitarbeit im Bildungsbereich

### Art des Bildungsbereichs:

Der Bildungsbereich ist in jedem Weltladen anders. Von einer/m einzelnen Mitarbeiter/in, über eine Gruppe Bildungsaktiver bis hin zu einer Bildungsgruppe mit einer bezahlten Stelle, dem/der Bildungsreferenten/in. Dementsprechend sind die Möglichkeiten der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit sowie auch die eines Engagements junger Menschen im Bildungsbereich sehr unterschiedlich.

### Größe des vorhandenen Bildungsbereichs

### Umgang mit neuen Interessierten

kein/e Mitarbeiter/in

#### Nur möglich, wenn der/die Neue ganz viel Motivation und Eigenverantwortung mitbringt:

Der/ Die Neue müsste vor Ort von Anfang beginnen, hätte aber auch die Möglichkeit, eigene Ideen umzusetzen. Es gibt vom Weltladen-Dachverband und auch von vielen Weltläden **Bildungsmaterialien**, die kopiert bzw. verwendet werden können. So kann einfach mal einen Workshop für Schulen angeboten werden und es kann geschaut werden, was sich daraus entwickelt. Der/ Die Neue hat eine Idee für eine **Veranstaltung**? Versucht es doch einfach zusammen umzusetzen und schaut was sich daraus ergibt.

einzelne/r  
Mitarbeiter/in

Hier kann der/die Neue erst einmal **hospitieren** und sich ein paar Dinge anschauen. ABER: Keine Angst vor Veränderung! Seid offen für Verbesserungsvorschläge, neue Workshopideen und -formate; vielleicht ein neues Thema oder eine andere Methode. Zu zweit können die Anfragen der Schulen viel besser bedient oder Veranstaltungen organisiert werden als allein!

kleine  
Bildungsgruppe

Mit einer Bildungsgruppe ist viel möglich. Meist werden die Bereiche, wie Bildung an Schulen und Veranstaltungen, hier noch einmal unterteilt, manchmal macht aber auch die ganze Gruppe alles. Hier sollte es eine Person geben, die Neue aufnimmt, ihnen die Arbeit in der Gruppe erklärt und die Möglichkeiten einer Mitarbeit aufzeigt. Dann haben Neue gleich eine/n **Ansprechpartner/in** und können entscheiden, wo und wie sie aktiv werden wollen.

Bildungsreferent/in  
mit Bildungsgruppe

Eine bezahlte Stelle im Bildungsbereich bringt viele Vorteile, aber auch Nachteile. Wichtig ist, dass die **Beziehung zwischen ehrenamtlicher Gruppe und Referent/in** klar und gut ist. Der/ Die Referent/in darf nicht Abstellgleis für alle Aufgaben sein, aber auch nicht alleinige Bestimmer/in. Für Neue ist der/die Referent/in in erster Linie **Ansprechperson**. Er/Sie hat auch meist alle Informationen über finanzielle Mittel für Aktionen und weiß, was möglich ist. Ansonsten zählt hier das gleiche wie bei der „kleinen Bildungsgruppe“.

## Zwei Möglichkeiten der Mitarbeit in einer Bildungsgruppe:

### Feste Mitarbeit:

Aktive/r kommt zu regelmäßigen Treffen und ist bei den meisten Aktionen dabei.



### Freie Mitarbeit:

Aktive/r ist nur für eine feste Aufgabe zuständig und bearbeitet diese selbstständig allein oder in einer Gruppe außerhalb der regulären Treffen. Rücksprache mit der ganzen Gruppe wird gehalten.

Die freie Mitarbeit ist zwar seltener, hat aber den Vorteil, dass die jungen Aktiven, die eh wenig Zeit haben, nur Zeit in das investieren, was ihnen wirklich am Herzen liegt und was sie interessiert. Lange Gruppentreffen über eine Bandbreite an anderen Themen können demotivierend wirken. Andere hingegen bevorzugen eine feste Mitarbeit, weil sie dann ein fester Teil der Gruppe sind und alles mitbekommen.

## Mögliche Aufgaben im Bildungsbereich:

(Dies ist nur ein Beispiel, da der Bildungsbereich jedes Weltladens individuell ist.)

Wie schon im Ladenbereich ist es sinnvoll, einen Überblick über die verschiedenen Aufgaben zu haben, damit neue Aktive leichter einen Einblick haben und besser sehen können, wo sie sich mit ihren Stärken einbringen wollen und können.



Die Bildungsarbeit ist abwechslungsreich und alltagsnah und für viele junge Menschen interessant. Daher macht es Sinn, eine Mitarbeit in diesem Bereich immer zu bewerben und neuen Interessierten diesen Bereich bzw. die Möglichkeit vorzustellen, auch wenn dieser noch gar nicht oder kaum vorhanden ist.



Ich mag in der Bildungsarbeit die Arbeit mit verschiedenen Themen und die vielfältigen Aktionsmöglichkeiten. Vor allem machen mir die Workshops mit Jugendlichen Spaß. Oft profitiere ich selbst von der Arbeit, z.B. bei organisierten Vorträgen.

Zudem fühle ich mich einfach wohl in der Gruppe.

” **Anna D.**

Ich finde die Bildungsarbeit essentiell. Es ist wichtig, Menschen über diese Themen aufzuklären und ihren Horizont zu öffnen. Wir haben mit verschiedensten Personenkreisen gearbeitet und es war erstaunlich, wie unterschiedlich z.B. Schüler/innen auf diese Themen reagieren und wie unterschiedlich die Dynamiken in der Klasse sind. Auch politische Aktionen auf der Straße haben mir großen Spaß gemacht.

” **Franziska S.**



Im Weltladen engagiere ich mich in der Bildungsarbeit, weil ich es mag, mit Kindern und Jugendlichen zu arbeiten und ich es wichtig finde, unsere Themen in den Schulkontext einzubringen. Ich konzipiere und/oder führe Workshops durch. Dabei mag ich es, eher schulalltagsferne Methoden zu benutzen.

Auch unsere Bildungsgruppe in Marburg hat viel Fluktuation. Diese hängt oft mit dem Studium zusammen. Die Stimmung in der Gruppe ist aber gut und es haben sich innerhalb viele Freundschaften entwickelt. Um uns gegenseitig inhaltlich weiterzubilden, neue Methoden auszuprobieren und Termine zu besprechen, treffen wir uns einmal wöchentlich. Unsere hauptamtliche Bildungsreferentin behält den Überblick und koordiniert sowohl unsere Gruppe, als auch die verschiedenen Arbeitsgruppen untereinander. Alle können einen Input oder eine neue Methode in diesen Treffen ausprobieren.

Wichtig war für mich am Anfang, dass ich zu nichts gedrängt wurde und erst einmal nur zu den Treffen kommen konnte, bis ich bereit war, eigene Projekte mitzugestalten. Auch war es kein Problem, weniger aktiv zu sein, wenn ich gerade anderweitig viel zu tun hatte. Ich glaube neue Interessierte haben oft Angst, am Anfang überfordert zu werden und sind dann erleichtert, wenn sie erfahren, dass sie langsam einsteigen können.

” **Johanna Z.**

## 5.4 Praktikum

Ein Praktikum gehört inzwischen zum Alltag von Schüler/innen, Studierenden und arbeitssuchenden Jugendlichen. Es ist ein fester Bestandteil der Berufsvorbereitung und Weiterbildung geworden. Auch der Weltladen kommt als Praktikumsort in Frage und einige Weltläden haben schon mehrmals solch einen Platz angeboten. Sowohl für Schüler/innen und Studierende, als auch für das Weltladen-Team, kann ein Praktikum eine gute und wichtige Erfahrung sein. Zwar ist dieses immer mit Aufwand verbunden, jedoch ist auch der Gewinn, den ein Weltladen daraus ziehen kann, durchaus groß. Ein junger Mensch hat im Zuge eines Praktikums die Möglichkeit, viel Zeit in die Mitarbeit des Weltladens zu investieren und lernt zudem die Arbeit genauer kennen und vielleicht sogar lieben.

### Euer Weltladen hat nicht die Kapazitäten für ein Praktikum?

Ein Weltladen sollte sich nicht grundsätzlich gegen dieses Angebot entscheiden, sondern Anfragen von Interessierten zulassen und individuell abwägen, ob es gerade sinnvoll ist, ob eine größere und passende Aufgabe zu tun ist und ob sich ein/e Mitarbeiter/in des Weltladens verantwortlich erklärt. Fragt den/die Interessenten/in nach Wünschen, Vorstellungen und universitäre bzw. schulische Vorgaben. Können diese diesen entsprechen? Dann probiert es doch einfach aus!

### Hier ein paar Tipps, wenn ihr ein Praktikum anbieten wollt:

- 👍 Erarbeitet zusammen eine Aufgabenliste. Diese können auch dann getan werden, wenn gerade niemand vor Ort ist bzw. Zeit hat.
- 👍 Wenn die Praktikant/innen keinen speziellen Inhalt des Praktikums vorgeben, ist das Ziel, ihnen einen Rundumüberblick zu ermöglichen. Dies beinhaltet sowohl die Verkaufsarbeit, die entwicklungspolitische Bildungsarbeit, die politische Arbeit und Öffentlichkeitsarbeit.
- 👍 Manchmal jedoch wünschen die Interessenten, nur in einen Bereich hineinzuschauen. So ist beispielsweise für einen Studierenden der außerschulischen Bildung vielleicht uninteressant, welche Ladenaufgaben es gibt, sondern der Fokus liegt viel mehr auf der Bildungsarbeit. Auch das ist oft umsetzbar.
- 👍 Das Praktikum sollte sowohl einen umfangreichen Einblick in Arbeit und Struktur der Weltläden geben, als auch die Möglichkeit, ein Projekt selbstständig zu planen und umzusetzen.
- 👍 Praktika haben verschiedene Hintergründe. Neben dem Erfahren von sozialem Engagement machen junge Menschen oft Praktika, um berufliche Möglichkeiten auszutesten. Auch wenn wenig Stellen im lokalen Weltladen vorhanden sind, ist es nicht ausgeschlossen, in diesem Bereich einen Beruf zu finden. Auf Anstellungen oder vakante Stellen im Eine Welt-Bereich, wie in Netzwerken, in NGOs oder als (freie) Bildungsreferent/innen sollte bei Interesse des/der Praktikant/in hingewiesen werden.

Ihr habt noch nie ein Praktikum angeboten? Dann ist das die Gelegenheit, es nun zu tun! Denn nur wenn Weltläden zeigen, dass sie etwas zu bieten haben, werden sie für Jugendliche interessant. Ein Praktikum ist eine Bereicherung für den/die Praktikanten/in und für den Weltladen.



Generell ist es für Weltläden ratsam, Bewerbungen für Praktika zuzulassen, sie individuell zu betrachten, die Bewerber/innen kennenzulernen und Bedenken und Erwartungen konkret anzusprechen.

” Katrin S.

Wir haben sehr gute Erfahrungen mit Praktikant/innen gemacht. Bei uns bewerben sich Schüler/innen und es werden uns über verschiedene Träger junge Menschen vermittelt, um die Ehrenamtlichkeit und das Einsetzen für Fairness kennenzulernen. Darunter sind auch Jugendliche mit Fluchthintergrund oder Erwachsene mit einer körperlichen/ psychischen Beeinträchtigung. Man merkt relativ schnell, wenn es nicht passt und kann dann das Praktikum immer noch beenden. Bei uns gibt es eine Praktikant/innen-Beauftragte, die Ansprechpartnerin für diese ist. Ein ehemaliger Praktikant, der damals neu in Deutschland war, kommt immer wieder gerne zu uns, weil er sich hier wohl fühlt.

„ Helge G.



Konfirmanden-Praktikanten im Weltladen Köngen (links, oben, rechts)



Praktikantin Maj-Britt Andresen im Weltladen Witzenhäusen bei einer Bildungsveranstaltung über Textilien (unten)



## 5.5 Volontariate

Volontariate bezeichnen hier alle Arten von Freiwilligendiensten, das Freiwillige Soziale Jahr (FSJ) oder das Freiwillige Ökologische Jahr (FÖJ) in Deutschland, sowie internationale Freiwilligendienste z.B. mit dem Programm „weltwärts“, etc. Sie funktionieren ganz ähnlich wie ein Praktikum. Dies anzubieten, erfordert anfangs allerdings mehr Aufwand. Hintergrund eines Volontariats ist meist nicht, mögliche Berufsfelder kennenzulernen, sondern über den eigenen Tellerrand zu schauen und sich in die Gesellschaft einzubringen. Diese Formate sind speziell für junge Menschen gedacht und werden größtenteils nach dem Beenden der Schulzeit wahrgenommen. Meistens gehen diese Einsätze ein ganzes Jahr lang, in denen die Volontäre oft Vollzeit an einem Projekt beschäftigt sind. Somit wird der Aufwand nach der Einarbeitungszeit wesentlich geringer und sie sind Mitarbeiter/innen, die Aufgaben selbstständig stemmen können.

### FÖJ / FSJ im Weltladen

Vorteile für den/die Volontär/in	Vorteile für den Weltladen
<ul style="list-style-type: none"><li>• Interessante Themen</li><li>• Umsetzung eigener Ideen</li><li>• Mitarbeit in einem netten und ehrenamtlichen Team</li><li>• Abwechslungsreiche Arbeit</li><li>• Je nach Projekten Erfolge mit langfristiger Wirkung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vorankommen von Projekten</li><li>• Gewinnen neuer Multiplikator/innen und Mitarbeiter/innen</li><li>• Neue Ideen von außerhalb</li><li>• Aufräumen alter Strukturen durch neue feste Mitarbeiter/innen</li><li>• Stemmen regelmäßiger Aufgaben</li></ul>

### Internationale Volontariate

Internationale Volontariate werden von Weltläden nur selten angeboten, da der Organisationsaufwand wesentlich größer ist. Er lohnt sich jedoch. Dem/der Volontär/in wird es möglich, ein Projekt im globalen Süden, welches der Weltladen vielleicht unterstützt, vor Ort zu besuchen und dort mitzuarbeiten. In die andere Richtung ist dies aber auch möglich. Junge Menschen aus den Partnerprojekten oder Kooperativen, die faire Produkte herstellen, können in die deutschen Weltläden kommen und die Verkaufs-, Bildungs- und Kampagnenarbeit im Land kennenlernen, wo die Produkte konsumiert werden.

Vorteile für den/die Volontär/in	Vorteile für den Weltladen
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kennenlernen eines Projektes in einem anderen Land</li><li>• Direktes Erfahrungen der Leistungen des Fairen Handels</li><li>• Teil des Fairen Handels sein</li><li>• Abwechslungsreiche Arbeit</li><li>• Einsatz mit Sinn</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Multiplikator/in des Projekts (z.B. Vorträge, Bildungsarbeit nach/während dem Einsatz)</li><li>• Stärken der Nord-Süd-Partnerschaft</li><li>• Direkter Austausch mit Produzent/innen</li><li>• Einbringen neuer Ideen</li><li>• Verbesserung des Projektes möglich</li></ul>



Für Weltläden mit Hauptamtlichen ist das FÖJ eine gute Sache. Der Aufwand ist relativ gering. Ich wähle mit anderen die FÖJler/innen aus und bin die pädagogische Ansprechperson für die Zeit. Die Kosten sind für eine Person, die ein Jahr fast Vollzeit hier arbeitet, vergleichsweise gering.

” Helge G.

Über das FÖJ im Weltladen Halle bin ich mehr oder weniger gestolpert. Ich habe es im Stellenkatalog entdeckt und die Mischung aus Laden-, Bildungs- und Friedensarbeit fand ich sehr ansprechend. Ich konnte in alle Bereiche hineinschauen, hatte aber auch mein eigenes größeres Projekt. Ich habe aus dem Jahr sehr viel mitgenommen und bin so auf mein jetziges Studium gestoßen. Die Atmosphäre im Team ist sehr familiär und das war auch einer der Gründe, warum ich dort immer noch aktiv bin. Wir sind noch ein relativ junges Team und Strukturen sowie Aufgaben müssen sich erst festigen. Es ist schön Teil dieses Prozesses und der Kleingruppen zu sein. Unser Weltladen ist auf das Engagement der FÖJler/innen angewiesen, sonst könnten wir vieles, wie z.B. die Öffnungszeiten des Ladens, gar nicht stemmen.

” Franziska S.



FÖJlerin Franziska S. bei dem Verkaufsstand des Weltladens auf dem Weihnachtsmarkt „Offene Höfe“ in Halle



Daniel B.: „Ich mache mein FÖJ im Weltladen, damit ich den Fairen Handel unterstützen kann und weil ich meine Welt-sicht ver(fair)ändern will!“



Interesse? Nehmt am besten direkten Kontakt zu einer Trägerorganisation auf, die Freiwilligendienste anbietet (z.B. Eirene oder das Welthaus Bielefeld).

## 5.6 Projektbezogenes Engagement

Wie in Kapitel 2 genauer erläutert, kann sich der Lebensplan einer jungen Person, die sich noch nicht in einer festen Anstellung befindet, schnell ändern. Zudem gibt es eine Vielfalt an Themen und Organisationen, zu bzw. in denen er/sie sich engagieren kann. So ist oft ein Engagement von ca. zwei Jahren die Regel. Manchmal kann jedoch schon dieser Zeitraum zu lang sein und ansprechender ist ein projektbezogenes, kurzfristiges Engagement. Dies kann z.B. auf eine Veranstaltung, eine Ausnahmesituation wie ein Umzug oder die Erstellung von Bildungsmaterial beschränkt sein. Bis jetzt bieten nur wenige Weltläden ein solches Format an, jedoch wird es immer wieder in Diskussionen erwähnt. Wichtig ist hierbei zu beachten: Ein kurzes Engagement ist wertvoller als kein Engagement und kann dem Weltladen-Team sehr hilfreich sein. Zwei Hände mehr, die anpacken und Arbeit abnehmen, die sonst liegen bleiben würde, sind zwei Hände mehr.<sup>33</sup>

<sup>33</sup> Protokoll des Forums „Forever Young“, Weltladen-Fachtag 2018

## 5.7 Bezahltes Ehrenamt?

Immer wieder tauchen die Argumente „bezahltes Ehrenamt“ und „Junge Menschen können sich ein Ehrenamt nicht leisten.“ in Diskussionen auf. Nicht alle, aber viele junge Menschen, darunter vor allem Studierende, sind auf ein Einkommen neben dem Studium angewiesen. Auch viele Schüler/innen jobben mittlerweile neben der Schule oder in den Ferien. Dies hat verschiedene Gründe. Unter anderem möchten junge Menschen einen gewissen Lebensstandard haben, zudem haben viele den Wunsch, von den Eltern finanziell unabhängig zu sein. Viele andere sind einfach darauf angewiesen, weil sie von der eigenen Familie finanziell nicht unterstützt werden können.

Zwar kann nicht jedes Ehrenamt vergütet werden, jedoch gibt es einzelne Felder, in denen es durchaus möglich ist. Beispielsweise ist es oft üblich, von der Schule bzw. Einrichtung für das Durchführen von Workshops einen Beitrag zu verlangen. Viele andere Organisationen tun dies auch. Dieser Beitrag kann und wird schon in vielen Fällen an die Referent/innen weitergeleitet. Es ist zum einen eine Wertschätzung für das Engagement, zum anderen hilft es, das Ehrenamt besser mit Studium und Job zu vereinen.

Der Weltladen kann auch finanzielle Mittel aus kirchlichen, privaten oder staatlichen Quellen<sup>34</sup> für die entwicklungspolitische Bildungsarbeit und politische Kampagnenarbeit beantragen und so nicht nur Materialien und Referent/innen-Honorare finanzieren, sondern sogar bezahlte Stellen im Weltladen-Team für diese Arbeitsbereiche schaffen.



<sup>34</sup>

Förderer entwicklungspolitischer Inlandsarbeit sind z.B. Brot für die Welt, Katholischer Fonds, Engagement Global/BMZ, (Landes)Stiftungen, wie Stiftung Entwicklungs-Zusammenarbeit in Baden-Württemberg (SEZ) oder die Stiftung Nord-Süd Brücken. Eine Liste mit Förderquellen, sowie ein ausführlicheres Kapitel zur Finanzierung von Bildungsarbeit im Weltladen findet ihr im Handbuchmodul „Warum wissen meine Eltern das eigentlich nicht?“ – Mit Bildung mehr erreichen! (2018), beziehbar über den Produktkatalog des Weltladen-Dachverbandes e.V. oder per E-Mail an [bildung@weltladen.de](mailto:bildung@weltladen.de).

## 6. Gemeinsam Ziele erreichen – Kooperationen zwischen dem Weltladen und anderen Einrichtungen

Junge Menschen können sich nicht nur direkt im Weltladen für den Fairen Handel engagieren, sondern dies kann auch über eine Kooperation geschehen. Ob durch eine Schul-AG oder einen Verkaufsstand nach dem Sonntagsgottesdienst, es ist schön, wenn sich der Gedanke des Fairen Handels auch außerhalb des Weltladens zeigt und die Produkte auch anderenorts zu finden sind. So können junge Menschen den Weltladen und den Fairen Handel z.B. über die Schule oder die Gemeinde genauer kennenlernen.

Zum einen können es **regelmäßige und langfristige Vorhaben** sein, die in externen Institutionen angestoßen werden, zum anderen kann es auch ein **einmaliges Projekt** sein. Ein Kindergarten beispielsweise wird es schwer haben, einen Verkaufsstand oder eine Weltladen-AG mit den Kleinkindern zu gründen. Gut möglich hingegen wäre, an einem Kindergartenfest den Fairen Handel zu thematisieren und dafür Unterstützung aus dem Weltladen anzufragen. Oft tragen junge Menschen, die so mit dem Fairen Handel in Berührung kommen, diesen Gedanken weiter und engagieren sich später noch einmal dafür, sei es im Weltladen oder extern.



Hier in Stuttgart sind viele Schulen zum Thema „Fairer Handel“ aktiv. Es gibt Fairtrade-Schulen, Weltladen AGs, Schulweltläden, die selbst Waren bestellen und auch Verkaufsstände, die ihre Waren von uns auf Kommission bekommen. Viele dieser Schulen bearbeiten das Thema selbstständig, mit anderen mache ich als Bildungsreferent der Stuttgarter Weltläden immer wieder Aktionen.

„ Helge G.

### 6.1 Argumente für eine Zusammenarbeit

Sowohl für den Weltladen als auch für die Gruppe, Institution oder Organisation, die sich für den Fairen Handel engagiert, bietet eine Zusammenarbeit viele Vorteile.:

Weltladen	Kooperationspartner/in
<ul style="list-style-type: none"><li>• Präsenz außerhalb des Weltladens</li><li>• Zusätzlicher Verkauf der Produkte</li><li>• Mehr Engagement für den Fairen Handel in der Kommune</li><li>• Kooperationspartner/innen für Veranstaltungen</li><li>• Themen der Einen Welt werden in schulischem, reglösem etc. Kontext behandelt</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Unterstützung bei Wissensfragen, Vermittlung von Referent/innen, Weiterbildungen zum Thema Fairer Handel</li><li>• Unterstützung eines lokalen Projektes</li><li>• Teilnehmer/innen lernen den Weltladen und den Fairen Handel genauer kennen</li><li>• Oft ermäßigter Einkaufspreis der Produkte über den Weltladen</li></ul>

## 6.2 Kontakt zu möglichen Kooperationspartner/innen aufnehmen

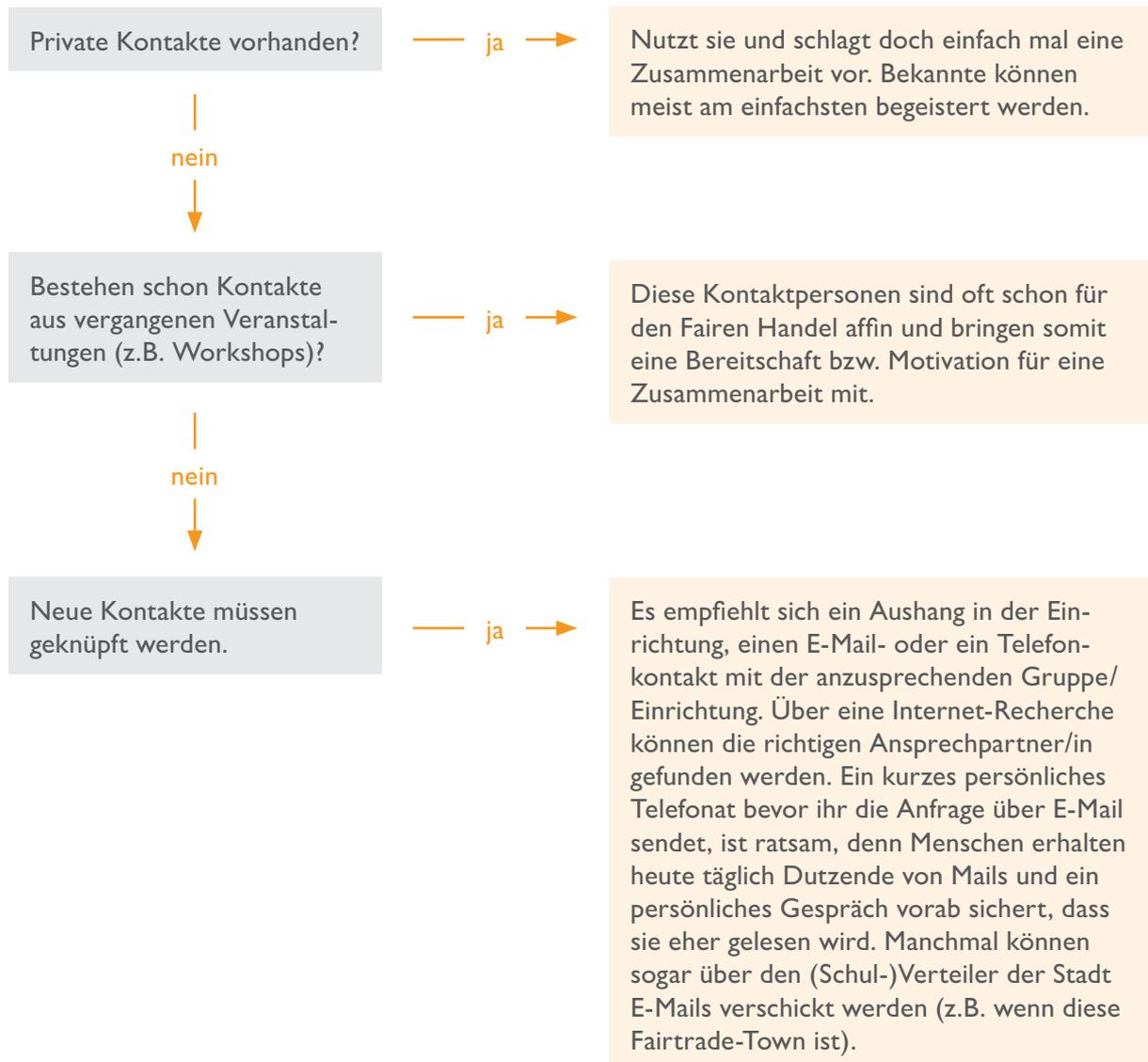
Manchmal entsteht die Idee zu einer Schul-AG, einem Verkaufsstand oder einer gemeinsamen Aktion bzw. Veranstaltung aus einer Gruppe heraus und wird dann aktiv an den Weltladen herangetragen. Dann gilt es, als Weltladen unterstützend zur Seite zu stehen, falls Fragen auftauchen oder Hilfe benötigt wird bzw. den Teil zu erfüllen, der in einer Kooperationsvereinbarung beschlossen wurde.

Oft gibt es aber vor Ort keine derartigen Gruppen bzw. gibt es immer noch Schulen, Kindergärten, religiöse Gemeinschaften, Vereine, andere NGOs etc. die sich auch für ein Projekt zum Fairen Handel interessieren könnten. Hier ist es empfehlenswert, als Weltladen auf diese aktiv zu zugehen.

### Doch wie können Weltläden für eine Kooperation begeistern?

Dazu ist es sinnvoll, die Vorteile einer Kooperation - aber auch grundsätzlich einer Auseinandersetzung mit dem Thema Fairer Handel - mit der jeweiligen Gruppe zu betrachten. Diese sind im vorherigen Punkt genauer ausgeführt. Zudem ist es ratsam, mit Hilfe konkreter Vorschläge aufzuzeigen, welche Möglichkeiten es für die Kooperationspartner/innen in der Umsetzung gibt. Diese sind im nachfolgenden Punkt (6.3) beschrieben.

Nun ist nur noch die Frage, wie ihr den **Kontakt** zu diesen Einrichtungen, Gruppen, Organisation, etc. erlangt.



## 6.3 Mögliche Formen der Kooperation

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, den Fairen Handel in einer Einrichtung, Gemeinde oder sonstigen Gruppierung zu etablieren. Dabei passt nicht jede Umsetzungsidee in jede Gruppe. Während für Kirchengemeinden ein Verkaufsstand üblich ist, gibt es für Schulen viele verschiedene passende Umsetzungsmöglichkeiten – angefangen von einem Verkaufsstand, über eine Weltladen-AG bis hin zum Erwerb des Titels Fairtrade-School.

Mit anderen Organisationen kooperiert es sich am besten, wenn gemeinsame Veranstaltungen, Workshops, Projekte umgesetzt werden, um ein gemeinsames Ziel zu verfolgen.

### 6.3.1 „Fair Trade Point“ / Verkaufsstand

Der Klassiker. Wenn die Leute nicht in den Weltladen gehen, kommen eben die Produkte zu Ihnen. Vielerorts gibt es engagierte Menschen, die einen regelmäßigen Verkaufsstand in Schulen, auf Festen, nach Gottesdiensten, etc. betreiben. Dabei handelt es sich manchmal um Weltladenmitarbeiter/innen, oft jedoch sind es Externe, denen das Thema Fairer Handel einfach am Herzen liegt.

#### Wie kann es gelingen, wenn Interesse besteht?

1. In welcher Regelmäßigkeit kann der Stand angeboten werden?  
Zuerst werden genug Freiwillige benötigt, die den Stand betreuen möchten und sich um die Abholung der Produkte, sowie die Kommunikation mit dem Weltladen kümmern.
2. Welche Zielgruppe soll das Sortiment ansprechen?  
Welche Produkte sind für den Verkauf geeignet? Der Weltladen kann hier beraten.
3. Wie viele und welche Produkte werden benötigt?  
Wie sind die Vertragsbedingungen der Produktabnahme? Viele Weltläden geben den Kooperationspartner/innen Rabatt und geben die Waren auf Kommission heraus.
4. Eine Schulung der Freiwilligen durch eine/n Weltladenmitarbeiter/in ist sinnvoll, damit die Schülerinnen ein Basiswissen über den Fairen Handel haben, falls Fragen gestellt werden und um den Fairen Handel überzeugender vertreten zu können.
5. Zum Verkauf kann schon ein einfacher Tisch dienen. Möchte die Gruppe einen Verkaufsstand, wie er unten abgebildet ist, können die Baupläne beim Weltladen-Dachverband bezogen werden.



#### Weltladen-AG der Eduard-Stieler-Schule in Fulda

Neben einem Verkaufsstand, dem „Fair Trade Point“, der zweimal die Woche in der Schule öffnet, veranstalten sie schulinterne Informationsveranstaltungen.

### 6.3.2 Weltladen-AG

Weltladen-AGs kommen vor allem an Schulen vor, da es dort in der Regel immer ein freiwilliges Angebot für Schüler/innen gibt, die sich neben den Schulfächern anderweitig engagieren und fortbilden möchten. Die Handhabung der AG (Arbeitsgemeinschaft) ist von Schule zu Schule verschieden. Oft bekommen Schüler/innen bei einer regelmäßigen Teilnahme Punkte bzw. einen Zeugniseintrag bis hin zu einer Urkunde als Anerkennung für ihr zusätzliches Engagement.

#### Was macht eine Weltladen-AG?

Ähnlich der Bildungsgruppe ist dies sehr stark von den Teilnehmenden, sowie in dem Fall auch von der betreuenden Lehrkraft abhängig. Weltladen-AGs können einen Verkaufsstand anbieten, sie können sich für faire Produkte in der Schulmensa einsetzen oder den Süßigkeiten-Automaten durch einen „Fair-o-maten“, gefüllt mit fairen Süßig- & Salzigkeiten, ersetzen. Sie können sich aber auch für fairen Kaffee im Lehrerzimmer oder faire Produkte auf Schulfesten einsetzen. Auch möglich sind das Organisieren von Veranstaltungen oder das Initiieren von Projektwochen zu Nachhaltigkeitsthemen. Der Kreativität der Aktionen sind keine Grenzen gesetzt.

**Weltladen-AGs kann es nicht nur an Schulen geben, sondern auch an Universitäten, in großen Firmen oder anderen Einrichtungen. Zudem können Aktionen zum Fairen Handel auch in andere AGs, wie Umwelt-AGs oder Nachhaltigkeits-AGs integriert werden.**

#### Wie kann es gelingen, wenn Interesse besteht?

1. Es sollte sich mindestens eine Lehrkraft bereiterklären, die AG zu leiten. Außerdem sollte es mit der Schulleitung abgeklärt sein.
2. Durch einen schriftlichen oder besser einen persönlichen Aufruf werden alle in der Einrichtung über die künftige AG informiert. Es wird zu einem ersten Treffen eingeladen.
3. In dem ersten Treffen werden Wünsche und Ideen zusammengetragen. Mit den Interessierten wird besprochen, wie genau die AG aussehen soll.
4. Projekte werden zusammen geplant und durchgeführt. Dabei kann der Weltladen immer in Form von Ideen, Wissen und Kontakten zu guten Referent/innen um Hilfe gebeten werden. Ist ein Verkaufsstand gewünscht, gelten die Punkte aus 6.3.1.



**Die Weltladen-AG der Eduard-Stieler-Schule in Fulda** erhielt bei der Preisverleihung des Fairtrade-Awards 2018 den 2. Preis im Bereich „Nachwuchspreis“



Ich bin einfach in alle Klassen gegangen und habe das Projekt vorgestellt. Von Anfang an waren einige Schüler/innen aktiv dabei. Seitdem sind es immer ca. 8 Schüler/innen in der AG. Andere AGs sind jedoch beliebter, weil dafür etwas Unterricht ausfällt.

**Christian Quanz, Leiter der Weltladen-AG der ESS Fulda**

### 6.3.3 Schul-Weltladen

Ein Schul-Weltladen ist ganz ähnlich wie ein Verkaufsstand. Dabei gibt es keine genaue Definition, wie ein Schul-Weltladen auszusehen hat. Meist wird von diesem gesprochen, wenn sich ein Verkaufsstand von fairen Produkten in einer Schule soweit etabliert hat, dass er einen festen Platz, sei es eine Art Marktbude auf dem Schulhof oder ein spezieller Platz oder Raum im Schulgebäude, innehat. Dieser schulinterne Weltladen verkauft dann zu festgelegten Öffnungszeiten seine Waren an die Mitglieder der Schule. Diese kann er entweder vom örtlichen Weltladen beziehen oder sogar – wie ein normaler Weltladen – selbst bestellen. Schul-Weltläden werden von freiwilligen Schüler/innen und Lehrkräften, sowie sonstigen Schulmitarbeiter/innen getragen. Durch das Betreiben eines Schul-Weltladens können die Aktiven viele Kenntnisse über die Bestellvorgänge, den Verkauf, die Lagerhaltung und das Wirtschaften mit Geld erlernen. Der Profit des Ladens kann anschließend für schulinterne Projekte oder lokale und internationale gemeinnützige Projekte verwendet werden.

Die Herangehensweise, um einen Schul-Weltladen zu starten, ist ähnlich zu der in 6.3.1 und 6.3.2 beschriebenen Punkte. Hier kann das Weltladen-Team wieder die Funktion haben, ein solches Vorhaben anzustoßen und/ oder es mit den Fachkenntnissen zu unterstützen.



Schulteam des Fairen Kiosk des Gymnasiums Kempten – diese Schule ist auch eine Fairtrade-School  
Schulteam des Fairen Kiosk des Gymnasiums Kempten – diese Schule ist auch eine Fairtrade-School.

### 6.3.4 Fairtrade-Schools

Mittlerweile tragen schon 500 Schulen in Deutschland den Titel Fairtrade-School. Dieser wird von TransFair - Verein zur Förderung des Fairen Handels in der Einen Welt e.V. an Schulen verliehen, die sich mit dem Thema auseinandersetzen. Dazu müssen sie fünf Kriterien erfüllen und können sich dann für den Titel bewerben:

1. Fairtrade-Schulteam aus Lehrkräften und Schüler/innen
2. Einen von dem/der Rektor/in unterzeichneten Kompass, der die Umsetzung der Kriterien und der Ideen darüber hinaus beinhaltet
3. Verkauf und Verzehr von fair gehandelten Waren in der Schule
4. Einbezug des Themas in den Schullehrplan
5. 1x im Jahr eine Schulaktion zum Fairen Handel<sup>35</sup>

#### Was hat dies mit eurem Weltladen zu tun?

Die Anzahl der teilnehmenden Schulen zeigt, dass dieser Titel nicht unbeliebt ist. Zudem fördert es die Auseinandersetzung mit den Themen rund um den Fairen Handel. Mehr junge Menschen setzen sich mit diesem Thema und dieser Bewegung auseinander. Fairtrade-Schools können eng mit dem Weltladen zusammenarbeiten und somit z.B. die Produkte vom Weltladen beziehen, zusammen Aktionen planen oder Bildungsbeauftragte des Weltladens als Referent/innen einladen.

Warum schlägt ihr das nicht einfach mal den Schulen in eurem Umkreis vor?

Ist eure Stadt auch noch Fairtrade-Town, dann ist der Faire Handel in eurer Kommune über die Stadtpolitik, die teilnehmenden Schulen und euch breit aufgestellt.



Für Schüler/innen von Fairtrade-Schools gibt es überregionale Vernetzungstreffen, bei denen Kontakte zu anderen Fairtrade-Schulgruppen geknüpft werden können und es spannenden Input rund um das Thema Fairer Handel gibt.

**Mehr Infos unter [www.fairtrade-schools.de](http://www.fairtrade-schools.de)**

### 6.3.5 Einmalige Projekte

Nicht immer sind langfristige Vorhaben in Form von AGs oder regelmäßigen Verkaufsständen umsetzbar oder passend für eine Gruppe oder Einrichtung. Deshalb ist es auch möglich ein einmaliges Projekt in Kooperation zu gestalten. Dies kann zum Beispiel eine gemeinsame Veranstaltung mit einer themenverwandten Organisation und Gruppen z.B. amnesty international, Greenpeace, Oxfam, Solidarische Landwirtschaftsgruppen, einem Unverpackt-Laden, oder eine Projektwoche in der Schule, ein Kindergarten- oder Schulfest, ein Projekt einer Jugendgruppe oder sogar eine Aktion mit einem Unternehmen sein. Fairer Handel ist ein allgegenwärtiges Thema und kann in vielen Kontexten quergedacht und in vielen verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen thematisiert werden. Die Organisation eines solchen Projektes bringt wahrscheinlich kurzfristig mehr Aufwand, als die genannten langfristigen Vorhaben. Jedoch ist dieses ein zeitlich begrenztes Projekt und erfordert somit nicht einen dauerhaften Aufwand.

<sup>35</sup>

<https://www.fairtrade-schools.de/>

## Wie gelingen gemeinsame Projekte?

1. Seid kreativ und fragt Gruppen, die interessant für euch sind, die vielleicht sonst nicht mit dem Fairen Handel in Kontakt kommen würden. Ein solches Projekt kommt für viele in Frage. Beispiele:
  - Organisiert eine Kleidertauschparty mit Greenpeace oder Oxfam.  
→ Kooperation mit einer NGO
  - Gestaltet ein Schaufenster oder einen Aktionstisch in einem Café.  
→ Kooperation mit einem Café
  - Dekoriert ein Schaufenster von einem leerstehenden Verkaufsraum in eurem Ort oder eröffnet dort einen Pop-Up-Store, vielleicht mit einem Unverpackt-Laden oder einem regionalen Erzeuger.  
→ Kooperation mit Stadt bzw. Leerstands-Verein und anderem Laden
  - Organisiert mit einem Unternehmen einen Spendenmarathon für ein Projekt, welches ihr lokal oder global unterstützen möchtet.  
→ Kooperation mit Unternehmen
2. Sammelt zusammen Wünsche und Ideen für das Projekt.
  - Welche personellen, finanziellen und materiellen Kapazitäten sind vorhanden?
  - In welchem Umfang will sich der Weltladen einbringen? (Die Einrichtung kann sehr selbstständig sein oder auch auf viel Hilfe vom Weltladen angewiesen sein.)
3. Nachdem das grobe Gerüst steht, plant die genauen Aktionen und Inhalte, teilt Zuständigkeiten zu und setzt einen Zeitplan auf.
4. Eine gemeinsame Evaluation<sup>36</sup> nach dem Projekt sowie eine Nachbereitung mit den Teilnehmenden (z.B. im Unterricht oder in der Kindergartengruppe) sind sinnvoll, um künftig eure Projekte noch besser zu planen und eure Angebote eventuell anzupassen.



Schüler/innen haben alte Handys in ihrer Schule gesammelt und geben sie im Weltladen Köngen ab.

<sup>36</sup> Ein ausführliches Kapitel zur Evaluation von Bildungsprojekten mit einem Praxisbeispiel findet ihr im Handbuchmodul „Warum wissen meine Eltern das eigentlich nicht?“ – Mit Bildung mehr erreichen! (2018), beziehbar über den Produktkatalog des Weltladen-Dachverbandes e.V. oder bei [bildung@weltladen.de](mailto:bildung@weltladen.de).



Verkaufsstand der Bischöflichen Liebfrauenschule Eschweiler anlässlich der Fairen Woche.



Malaktion anlässlich der Fairen Woche 2017 in Lübeck.

### 6.3.6 Best practice – Praxisbeispiel Carrotmob

#### Mit Carrotmobs Jugendliche für den Weltladen und den Klimaschutz begeistern

Ein Carrotmob (von engl. carrot and stick = Zuckerbrot und Peitsche) ist eine innovative Aktionsidee, mit der ihr Jugendliche gleichermaßen für den Weltladen und den Klimaschutz begeistern könnt.

Kurz gesagt geht es darum, an einem Tag möglichst viele Menschen zu gewinnen, im Weltladen einzukaufen.

Der Weltladen verpflichtet sich vorher, einen bestimmten Teil seiner Tageserlöse in Klimaschutzmaßnahmen zu investieren (z.B. energiesparende Beleuchtung, Baumpflanzaktion in der Schule, ...). Die Jugendlichen haben dabei die Aufgabe, den Carrotmob zu organisieren, also die Aktion zu bewerben, den Laden entsprechend zu dekorieren, ein attraktives Rahmenprogramm zu organisieren (Quiz, Karottenkuchen oder -suppe, Schulband, ...) und über ihre Netzwerke möglichst viele Leute zu motivieren, an diesem Tag im Weltladen einzukaufen. Jugendliche lernen durch diese Aktion nicht nur etwas über den Klimawandel und den Fairen Handel, sondern sie machen vor allem die Erfahrung, dass sie mit ihrem Handeln etwas bewirken können, nämlich Klimaschutzmaßnahmen auf den Weg zu bringen, die dauerhaft CO<sub>2</sub> einsparen.

In der Fairen Woche 2018 zum Thema Klimawandel haben über 20 Weltläden Carrotmobs erfolgreich durchgeführt. Weltläden haben sich dadurch als innovative und attraktive Orte für Jugendliche präsentiert, die Möglichkeiten des Engagements bieten. Wichtig wäre es, den Schüler/innen im Anschluss Angebote zu machen, wie sie sich weiter für den Fairen Handel engagieren können – sei es im Weltladen, in der Schule oder anderweitig.

**Christoph Albuschkat (Weltladen-Dachverband e.V.)**



Aktionsstand der Schüler/innen des Max-Ernst-Gymnasium in Brühl beim Carrotmob zur Fairen Woche 2018.

#### **Martine Driessen (Weltladen Dorfen):**

„Wir erzielten am Tag des Carrotmobs mehr als den dreifachen Tagesumsatz, den wir normalerweise erreichen. Es waren über 200 Menschen im Laden, davon etwa ein Viertel zum ersten Mal. Zeitweise waren wir mit vier Ladenmitarbeiter/innen mit Kund/innen beschäftigt, der Laden war manchmal etwas zu klein. Die Schüler/innen hatten ein schönes Rahmenprogramm organisiert: Karottenkuchen, Live-Musik, Quiz zum Fairen Handel, ...“



Schüler/innen der  
Evangelischen Schule  
Köpenick stürmen den  
Weltladen Pankow.

### **Hilde (Evangelische Schule Köpenick):**

„Ich möchte mich für diesen wunderbaren Tag bedanken! Das war eine total schöne Erfahrung und ich denke, ich spreche im Namen des ganzen Kurses: Wir hatten einen Riesenspaß und konnten wunderschöne Erfahrungen sammeln! Ich bin sehr dankbar, dass ich die Möglichkeit hatte, zu erfahren, wie die Leute, deren Produkte, ich, wir und Sie kaufen, leben. Es macht mich glücklich zu hören, dass diese Menschen durch den Fairen Handel die Möglichkeit haben, ein schönes und lebenswertes Leben zu führen! Danke an unsere Lehrer/innen und die Leute vom Weltladen, dass sie uns so eine Sache, die viel Mühe und Arbeit kostet, zugetraut haben! Wir sind offen und interessiert für neue Aktionen und Events!“

## 7. Rechtliche Grundlagen<sup>37</sup>

Die rechtliche Situation von Minderjährigen in der Weltladenarbeit ist ein Spezialfall für die allgemeine Situation von Mitarbeitenden.

Generell ist Weltläden zu empfehlen, für alle Ehrenamtlichen eine allgemeine Vereinbarung (z.B. Fairtrag<sup>38</sup>) zu erstellen, die beidseitig unterzeichnet werden sollte.

Darin sollten sich dann Abschnitte für Minderjährige finden, z.B. wodurch die Aufsichtspflicht zustande kommt, nämlich a) durch die gesetzlichen Vorgaben wie z.B. Eltern oder Lehrer/innen, b) durch vertragliche Regelungen wie z.B. FSJ, FÖJ, Bundesfreiwilligendienst oder c) durch einen inoffiziellen Fairtrag. Auch ohne offiziellen Vertrag kann ein faktisches Arbeitsverhältnis mit Rechten und Pflichten entstehen.

Ein Fairtrag kann für mehr Klarheit sorgen.<sup>39</sup>

Umfang und Intensität der Aufsichtspflicht gegenüber Minderjährigen richtet sich nach deren Reifegrad. Daher ist es sinnvoll, in die Vereinbarung das Ziel aufzunehmen, dass die Mitarbeit die Selbständigkeit und das Verantwortungsgefühl der minderjährigen Jugendlichen stärken soll.

Die Ausführungen beziehen sich auf Weltläden, die von einem gemeinnützigen Verein getragen werden. Möglichkeiten für mitarbeitende Jugendliche im Weltladen sind:

- **Schüler/innen**, z.B. im Sozialpraktikum, in Unterrichtsprojekten, -fächern oder der Berufsvorbereitung.
- Minderjährige im Rahmen von **FÖJ, FSJ oder Bundesfreiwilligendienst**
- **Als Mitglied des Vereins:** Mitarbeit aufgrund ihrer mitgliedschaftlichen Pflichten
- **ehrenamtliches Engagement**, z.B. auch anlassbezogen zu Kampagnen und Aktionen.

Grundlagen für die Tätigkeit der Minderjährigen im Weltladen sind:

- allgemeine Regelungen nach BGB zur rechtlichen Stellung von Minderjährigen
- Verträge, z.B. FÖJ, FSJ oder Bundesfreiwilligendienst. Solche Verträge regeln die Beziehungen zum jeweiligen Vertragspartner, der in der Regel eine Vereinbarung mit dem Verein hat. Die Mitarbeit und organisatorische Eingliederung in den Weltladen haben aus faktischen Gründen Vorrang vor der Aufsichtspflicht z.B. von Lehrer/innen.
- ggf. auch Fairtrag, aufgrund von Beschlüssen der Vereinsorgane.

Zu prüfen ist, welche Risiken die Haftpflicht- und Unfallversicherung beider Seiten, auch für Nichtmitglieder, abdecken.

### Rechtliche Grundlagen zur Beschäftigung von Minderjährigen

- Im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) finden sich Bestimmungen zur Geschäftsfähigkeit von Minderjährigen (§§ 104 ff. BGB) und zur haftungsrechtlichen Verantwortlichkeit (§ 828 BGB) und Aufsichtspflicht (§ 832 BGB).
- Minderjährige bis zum 7. Lebensjahr sind geschäftsunfähig (§ 104 Nr. I BGB) und können daher auch nicht mit Aufgaben betraut werden.
- Minderjährige vom 7. – 18. Lebensjahr sind beschränkt geschäftsfähig und benötigen für Rechtsgeschäfte die Zustimmung beider Elternteile als gesetzliche Vertreter/innen (§§ 106, 107 BGB)
- Ausnahme: § 110 BGB („Taschengeldparagraph“) bei kleineren Geschäften.
- Minderjährige unterliegen grundsätzlich der Aufsichtspflicht durch die gesetzlichen Vertreter/innen (meist Eltern). Der Verein übernimmt Verantwortung im Rahmen eines Arbeitsverhältnisses.

<sup>37</sup> Bearbeitet von Prof. Dr. Friedrich W. Bolay, Jurist und Dr. Eberhard H. Bolay, langjähriger Ladenmitarbeiter

<sup>38</sup> Als Anlage der modifizierte „Fairtrag“ vom El Mundo, Weltladen Schorndorf

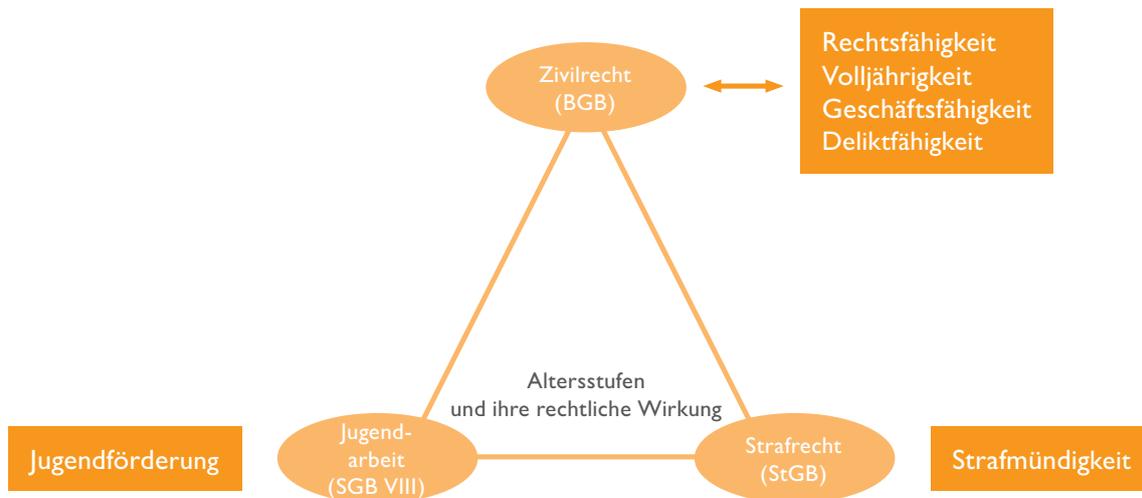
<sup>39</sup> So manche Formulierung wird dezidiert gewählt, wo viele Jurist/innen gerne sagen: „Das kann so sein, das kommt drauf an“. Oft geht es dann um Abwägungen und die Nutzung juristischer Spielräume.

- Minderjährige müssen im Rahmen der Deliktshaftung unter bestimmten Voraussetzungen für Schäden haften, die sie zu verantworten haben (§ 828 BGB).

### Begriffe und Definitionen

Der Begriff Minderjährige ist ein Rechtsbegriff aus dem Zivilrecht (BGB). Gesetzlich geregelt sind Altersstufen mit unterschiedlichen Rechtsfolgen. Für jede Altersstufe gelten unterschiedliche rechtliche Regelungen. Die Altersgrenzen sind bzgl. der Aufsichtspflicht z.B. vor Gericht i.d.R. nur Anhaltspunkte, denn es geht immer auch um die „Reife und Einsichtsfähigkeit“ der Minderjährigen (z.B. muss ein reifer und selbständiger 16-jähriger nicht lückenlos kontrolliert werden).

### Jugendliche in der Gesetzgebung



### Altersstufen und Begriffe in der Jugendarbeit

Jede Altersstufe hat rechtlich unterschiedliche Konsequenzen. Die folgende Übersicht liefert einen Gesamtüberblick.

Lebensjahr	Rechtsfähigkeit	Geschäftsfähigkeit	Deliktfähigkeit	Strafmündigkeit	Jugendarbeit
Grundlage	BGB	BGB	BGB	StGB	SGB VIII
ab Geburt	voll rechtsfähig §1	G-unfähig §104 Nr. 1	D-unfähig §828 Abs. 1	St-unmündig	Kind § 7 Abs. 1
ab 7 Jahre		beschränkt G-fähig §§ 106,107	beschränkt D-fähig § 828 Abs. 3		
ab 14 Jahre				strafmündig als Jugendlicher	Jugendlicher § 7 Abs. 1
ab 18 Jahre	Volljährigkeit § 2	voll G-fähig	voll D-fähig	strafmündig als Heranwachsender	
ab 21 Jahre				voll strafmündig	
ab 26 Jahre					Junge Mensch § 7 Abs. 1

## **Einzelfragen**

### **Dürfen Jugendliche im Weltladen verkaufen?**

Grundsätzlich ja, wenn dies eine Tätigkeit im Rahmen der Vereinbarungen ist. Wenn die Eltern in die Mitarbeit ihrer minderjährigen Kinder im Weltladen eingewilligt haben, ist davon auch die Verkaufstätigkeit im Laden erfasst.

### **Welche Voraussetzungen müssen beachtet werden?**

Die allgemeinen gesetzlichen Voraussetzungen müssen im Rahmen der Verkaufstätigkeit beachtet werden, so z.B. beim Umgang mit Lebensmitteln (Infektionsschutzgesetz). Darüber hinaus finden die allgemeinen Arbeitsschutzgesetze, insbesondere das Jugendarbeitsschutzgesetz, Anwendung.

### **Wer hat die Aufsichtspflicht?**

Nach § 832 Abs.2 BGB übt der Vorstand oder die Geschäftsführung im Verantwortungsbereich des Vereins die Aufsichtspflicht über die Jugendlichen aus. Damit fallen auch die Tätigkeiten Jugendlicher im Weltladen unter deren Verantwortung (Auswahl- und Organisationsverschulden).

### **Alleiniger Ladendienst durch Minderjährige möglich?**

Dies ist grundsätzlich möglich, wenn der Vorstand sich sicher ist, dass diese Minderjährigen nach ihrer Persönlichkeit dafür geeignet sind. In der Praxis ist alleiniger Ladendienst nicht sinnvoll, denn es stellen sich ggf. auch Fragen des Hausrechtes und der Schlüsselgewalt. Also was ist bei Ladendiebstahl oder Randalierern? Diese Fragen stellen sich auch für volljährige Mitarbeitende, sind jedoch bei Minderjährigen besonders schwierig zu behandeln. Die Vereinbarung sollte für solche Fälle ein Verbot eigenmächtiger Handlungen und eine Verpflichtung zur Deeskalation enthalten.

### **Zustimmung der Eltern erforderlich?**

Entscheidend ist, dass die Eltern der Mitarbeit zugestimmt haben. Übernehmen die Jugendlichen jedoch eine ehrenamtliche Tätigkeit, die z.B. mit Haftungsrisiken verbunden ist, soll die Vereinbarung von den Erziehungsberechtigten unterschrieben werden.

### **Vertragliche Regelung erforderlich?**

Für die Ausübung der üblichen Aufgaben der Ladenmitarbeit ist eine schriftliche Vereinbarung nicht zwingend erforderlich – jedoch für alle Mitarbeitenden empfehlenswert. Es kann erforderlich sein, bestimmte Aufgaben und Pflichten wie z.B. die Übergabe der Kassenbestände schriftlich zu regeln. Einzelfallprüfung ist sinnvoll.

### **Gibt es eine zeitliche Begrenzung für ehrenamtliche Tätigkeit?**

Grundsätzlich gibt es keine zeitliche Begrenzung, sofern die ehrenamtliche Tätigkeit (vgl. oben) nicht zur Umgehung von gesetzlichen Schutzvorschriften führt (z.B. Arbeitszeitgesetz). Bei Praktika ist eine zeitliche Begrenzung üblich.

### **Dürfen Minderjährige Bestellungen tätigen?**

Rechtsgeschäftliche Handlungen in einem e.V. kann nur der Vorstand nach § 26 BGB vornehmen, wenn die Satzung keine andere Regelung enthält. Handelt eine andere Person für den Verein, ist dies von der Satzung und einer Bevollmächtigung abhängig. Handelt die Person ohne Vertretungsvollmacht, „stillschweigende Zustimmungen“ oder „Geschäftsführung ohne Auftrag“ und lehnt der Verein die Genehmigung des Vertrages ab, so haftet die Person persönlich mit ihrem Privatvermögen (§§ 177, 179 BGB). Für Minderjährige sind Bestelltätigkeiten i.d.R. auszuschließen. In Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen können Anregungen der Jugendlichen jedoch wertvolle Impulse für das Sortiment geben.

### **Welcher Versicherungsschutz ist erforderlich?**

Im Rahmen der Vereinstätigkeit muss der erforderliche Versicherungsschutz für mitarbeitende Mitglieder oder Nicht-Mitglieder durch den Verein zur Verfügung gestellt werden (z.B. Haftpflicht- und Unfallversicherung). Es sollte geprüft werden, ob es bei den Versicherungen oder durch das Bundesland Rahmenabkommen gibt. Praktikant/innen anderer Institutionen (z.B. Schulen, Kirchengemeinden) müssen dort versichert sein. Wenn dies nicht der Fall ist, muss den gesetzlichen Vertreter/innen (z.B. Eltern) nahe gelegt werden, ggf. private Vorsorge zu treffen.

### **Was passiert bei Beschädigungen im Weltladen?**

Für Schäden durch Minderjährige haften diese (mit einer privaten Haftpflichtversicherung) im Rahmen der gesetzlichen Grenzen nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit persönlich. Es sei denn, sie sind von der Haftung freigestellt.

### **Finanzielle Aufwandsentschädigung?**

Sind in der Satzung keine Aufwandsentschädigungen vorgesehen, können im e.V. auch keine gewährt werden. Sieht dies die Satzung vor, so können diese auch an Minderjährige im Sinne einer Tätigkeitsvergütung gezahlt werden. Diese sind steuerpflichtig, wenn sie über den Aufwendersersatz hinausgehen. Der Verein muss dann prüfen, ob (z.B. durch den Fairtrag) ein Beschäftigungsverhältnis vorliegt und in diesem Fall Arbeitgeberpflichten beachten.

### **Übernahme eines Vorstandsamtes möglich?**

Minderjährige können ein Vereinsamt ehrenamtlich übernehmen, sofern die gesetzlichen Vertreter/innen eingewilligt haben und die Satzung dem nicht entgegensteht.

### **Können Minderjährige Schlüsselgewalt bekommen?**

Die Übertragung der Schlüsselgewalt auf Minderjährige ist eine interne Entscheidung des Vorstandes. Es ist zu klären, wer im Falle des Schlüsselverlustes haftet und ob eine Versicherung abzuschließen ist. Auch Fragen von Hausrecht und Schlüsselgewalt sind zu klären. In der Praxis sollen Minderjährige (Praktikant/innen) keine alleinigen Ladendienste machen, brauchen also auch keine Schlüssel. Mitarbeitende FSJ oder FÖJler/innen bekommen i.d.R. Schlüsselgewalt und Hausrecht.

### **Rauchen im Weltladen erlaubt?**

Rauchen im Weltladen ist aus hygienischen Gründen (Lebensmittel) prinzipiell verboten. Bei Minderjährigen sind die Jugendschutzbestimmungen zu beachten und der Vorstand ist für deren Einhaltung verantwortlich.<sup>40</sup>

### **Besondere Regelungen für Ausflüge und Sonderveranstaltungen?**

Ausflüge etc. gehören zu den satzungsgemäßen Tätigkeiten des Vereins. Hinsichtlich der Aufsichtspflicht gelten die obigen Ausführungen, d.h. der Vorstand ist für die Minderjährigen i.d.R. verantwortlich. Je nach Besonderheit der Veranstaltung sollten die gesetzlichen Vertreter/innen der Minderjährigen in die Teilnahme einwilligen.

### **Wer hat die Aufsichtspflicht bei einem Unterrichtsbesuch?**

Wenn eine Schulklasse den Weltladen im Rahmen des Unterrichts besucht, handelt es sich um eine schulische Bildungsveranstaltung in der Verantwortung der Schule. Die Aufsichtspflicht liegt dann bei den Lehrkräften.

---

<sup>40</sup> Rauchen außerhalb des Weltladens ist eher nicht kontrollierbar.



## 8 Bildnachweis und Impressum

Forum Fairer Handel /A. Müller (Titel, 42), Katrin Schlechtriemen (S. 12, 22, 23, 27), Judith Meder (12, 23), Johanna Zschornack (12, 19, 26), Nina Witbooi / Weltladen Gießen (14o, 15u, 16, 17u, 26o), Weltladen Halle (14m), Weltladen Planie Stuttgart (14u, 31), Weltladen Bremen (15), Weltladen Köngen (17o, 22u, 28m, 28ul, 39), Franziska Schirner / Weltladen Halle (18, 19o, 21, 23m, 26,30m, 30u), Helge Gumpert / Weltladen-Dachverband (28o, 30o, 33), Weltladen Witzenhausen (28ur), Weltladen-AG Fulda, move36 (35), Weltladen-AG Fulda, Fairtrade Deutschland (36), Christian Quanz (37o), Gymnasium Kempten (37u), Bischöfliche Liebfrauenschule Eschweiler (40o), Christian Conrad (40u), Weltladen-Dachverband/C. Albuschkat (41)

**Herausgeber:** Weltladen-Dachverband e.V.  
Ludwigstraße 11  
55116 Mainz  
Tel. (06131) 689 07-80  
Fax. (06131) 689 07-99  
www.weltladen.de  
info@weltladen.de



**Text:** Nina Witbooi  
**Redaktion:** Saskia Führer, Nina Witbooi  
**Gestaltung:** frieauff.com  
**Druck:**  
**Stand:** Dezember 2018

**Interviewpartner/innen:** Christian Quanz, Lehrer für Ernährungslehre und Wirtschaft /  
Leiter der Weltladen AG, Eduard-Stieler-Schule Fulda

Anna Demes, Mitarbeiterin in der Bildungsgruppe des Weltladen Gießen

Helge Gumpert, Bildungsreferent der Stuttgarter Weltläden

Katrin Schlechtriemen, Ladenkoordinatorin im Weltladen Gießen

Franziska Schinner, ehemalige FÖJlerin im Weltladen Halle,  
weiterhin dort Mitarbeiterin

Judith Meder, Mitarbeiterin im Weltladen Gießen

Johanna Zschornack, Mitarbeiterin der Bildungsgruppe êpa! des  
Marburger Weltladens

Daniel Blattner, FÖJler im Weltladen Planie in Stuttgart

Die Zitate in den Sprechblasen sind – obwohl in Anführungszeichen – keine wörtlichen Zitate. Sie basieren auf dem, was im Interview gesagt wurde und wurden als Aussagen in den Text hineingenommen, um ein übersichtlicheres und angenehmeres Bild für die Leser/innen zu schaffen. Die Inhalte entsprechen aber denen der Interviews und wurden von den Interviewten bestätigt.

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein der Weltladen-Dachverband e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global gGmbH und dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

Die Erstellung dieser Publikation wurde finanziell gefördert von Engagement Global im Auftrag des BMZ, dem Katholischen Fonds und aus Mitteln des kirchlichen Entwicklungsdienstes durch Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst.



## Fairtrag für Mitarbeitende im Weltladen

*Name des Weltladens, Name der Stadt*

**Name:** \_\_\_\_\_

**Adresse:** \_\_\_\_\_

**E-Mail:** \_\_\_\_\_

**Geburtsdatum:** \_\_\_\_\_ **Festnetz und  
Mobiltelefon:** \_\_\_\_\_

(Die Daten sind nur für den internen Gebrauch gedacht.)

### **Damit ein kontinuierliches, angenehmes Arbeiten im Weltladen gewährleistet ist, vereinbaren wir mit den Ehrenamtlichen verbindlich:**

- Langjährige Ehrenamtliche arbeiten nach Rücksprache mit dem Vorstand neue Kolleg/innen ein.
- Nach ca. 6-8 Einarbeitungsterminen findet ein Gespräch mit einem der Vorstände statt. Dabei wird der Fairtrag gegenseitig unterschrieben und die gewünschte Schicht vereinbart. Ein mindestens 14-tägiger Rhythmus der Ladendienste ist wünschenswert.
- Vereinbarte Termine und Arbeitszeiten werden zuverlässig wahrgenommen.
- Wenn erforderlich wird ein Ladenschlüssel ausgehändigt. Mit der Schlüsselgewalt verbunden ist auch das Hausrecht. Über den Umgang mit Ladendiebstählen und Randalierenden wird separat geschult.
- Bei Krankheit suchen die Ehrenamtlichen selbstständig ihre Vertretungen. Längerfristig bekannte Vertretungswünsche (Urlaub, Verhinderung, ...) werden in die Vertretungsliste eingetragen. Dort werden auch Vertretungsangebote gemacht.
- Die Ladenöffnung erfolgt pünktlich und alle Vorbereitungen (Kasse, Kassenblatt, Licht, Wechselgeld, ...) werden deutlich vor der Öffnung erledigt.
- Aus dem Kalender/Übergabebuch werden Informationen entnommen und Mitteilungen dort eingeschrieben (Lieferungen, ...).
- Lieferungen werden ins Lager getragen. Mithilfe kann selbst organisiert werden.
- Alle Mitteilungen werden mit Namen und Datum versehen.
- Produkte, die (momentan) im Laden nicht vorhanden sind, können den Kunden in Katalogen gezeigt und ggf. als Bestellungen im Bestellbuch notiert werden.
- Die Teilnahme an Schulungen ist verbindlich. Diese sind für reibungslose Abläufe und fachkompetente Beratung von Kunden erforderlich.
- Mitarbeit in den Ladenteamsitzungen ist für alle Mitarbeitenden möglich und erwünscht. Einkäufer/innen sollen teilnehmen. Alle sollen die Protokolle lesen.
- Die Bereitschaft, sich Kenntnisse über Fairen Handel, Fairhandelshäuser, Produkte, Kataloge anzueignen, ist eine wichtige Voraussetzung für alle Verkaufsgespräche. Beratung findet neutral und am Fairen Handel orientiert statt.

# Fairtrag für Mitarbeitende im Weltladen

*Name des Weltladens, Name der Stadt*

- 
- „Kunden sind Könige“ und verdienen unsere volle Aufmerksamkeit. Nebenbeschäftigungen, auch Auspacken und Einräumen, sind nur möglich, wenn keine Kunden im Laden sind.
  - Besondere Aufmerksamkeit verdient die Kleiderabteilung.
  - Das Eintragen in den Putzplan und Putzen sind erwünscht, aber nicht verpflichtend.
  - Alle Ehrenamtlichen sind gebeten, sich in Listen zur Mitarbeit einzutragen, wenn der Laden oder der Verein Aktionen (z.B. verkaufsoffene Sonntage) durchführt.
  - Jugendliche machen bei uns nicht alleine Dienst. Sie übernehmen nicht selbstständig die Kasse und tätigen keine Bestellungen. Sie werden stets von erfahrenen Ehrenamtlichen begleitet, daher erhalten sie keinen eigenen Schlüssel.
  - Die Betreuung von Praktikant/innen ist freiwillig. Verantwortlich ist der Vorstand.
  - Auch Jugendliche und deren Erziehungsberechtigte unterschreiben den Fairtrag nach Einarbeitung. Für Praktikant/innen von Schulen oder Kirchengemeinden gibt es Vereinbarungen mit deren Einrichtungen.
  - Die Praktikumsstätigkeit soll so erfolgen, dass die Entwicklung der Selbständigkeit gefördert wird. Jugendliche können wertvolle Anregungen geben.
  - Mitgliedschaft im Verein und Interesse an der Vereinsarbeit sind ebenso wie die Teilnahme an den Sitzungen sehr erwünscht.

## **Neben den aufgeführten Pflichten haben alle Ehrenamtlichen auch Rechte:**

- Alle Ehrenamtlichen arbeiten in einem für den Fairen Handel engagierten Team. Umfang, Rhythmus und Schichtzeiten und Kolleg/innen werden frei vereinbart.
- Alle Ehrenamtlichen haben das Recht, im Ladenteam über die Führung des Ladens mitzubestimmen. Vereinsmitglieder haben auch in der Mitgliederversammlung volles Stimmrecht und können in Ämter gewählt werden.
- Alle Ehrenamtlichen können auch verantwortliche Aufgaben übernehmen (z.B. Einkäufer/innen-, Kassenteam, Bildungs- und Kampagnenarbeit, ...).
- Alljährlich werden ein Ausflug und ein Jahresessen organisiert, zu denen alle ehrenamtlichen Mitarbeitende eingeladen sind. Die gemeinsamen Kosten übernimmt der Weltladen.
- Auf reguläre Ware bekommen alle ehrenamtlich Mitarbeitenden 10% Rabatt.

*Ich bin damit einverstanden, dass meine Kontaktdaten gespeichert und für organisatorische Zwecke an den Verein und Teammitglieder weitergegeben werden.*

---

Datum

---

Unterschrift Vorstand

---

Unterschrift Mitarbeitende und

---

ggf. Erziehungsberechtigte

