



## Politische Einflussnahme im Fairen Handel

von Anna Hirt (Weltladen-Dachverband e.V.), Anne Berk und Angelika Maucher (AG Kampagnen)

Der Faire Handel zielt seit seiner Gründung darauf ab, mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel zu verankern. Die Weltläden arbeiten in drei Bereichen an der Veränderung des bestehenden Welthandelssystems: Durch die Vermarktung fair gehandelter Produkte, durch Informations- und Bildungsarbeit und durch politische Aktionen.

Mit Hilfe von politischen Kampagnen werden Menschen informiert, zum Nachdenken über eigene Konsumgewohnheiten angeregt und motiviert, sich als Bürger/innen zu engagieren. Gleichzeitig wird mittels Lobby- und Advocacy-Arbeit versucht, grundlegende politische Veränderungen zu erreichen, indem der Faire Handel Forderungen an die Politik formuliert.

### Was bedeutet Lobbyismus?

Lobbyismus leitet sich vom englischen Begriff Lobby ab – die ursprüngliche Bezeichnung für die Vorhalle des britischen Parlamentsgebäudes, in der sich Abgeordnete mit Gästen trafen. Mittlerweile wird es für die Arbeit all jener genutzt, die für Interessensverbände gegenüber Parlament und Regierung tätig werden, um politische Entscheidungen und Gesetze in ihrem Sinne zu beeinflussen.

Insgesamt hat Lobby-Arbeit eher ein negatives Image. Hauptkritikpunkt ist, dass es in Deutschland bislang kein transparentes Lobbyregister gibt, das die eingesetzten Ressourcen und Ziele der Lobby-Akteure veröffentlicht. Und tatsächlich: Lobbyarbeit passiert meistens hinter den Kulissen.

Die gemeinnützige Organisation LobbyControl geht davon aus, dass in Berlin weit mehr als 5.000 Lobbyist/innen und in Brüssel sogar 15.000 bis

30.000 aktiv sind. Im Unterschied zu den meisten Lobby-Akteuren vertreten zivilgesellschaftliche Organisationen nicht primär Eigeninteressen. So leistet auch der Faire Handel vor allem so genannte Advocacy-Arbeit für Produzent/innen im Globalen Süden, was sich am ehesten mit Anwaltschaft und Fürsprache übersetzen lässt. Die World Fair Trade Organisation (WFTO) bezeichnet sich entsprechend als „globales Netzwerk und Anwalt für Fairen Handel, das sicherstellt, dass die Stimmen der Produzent/innen gehört werden“.

### Der Faire Handel in Berlin

Das Forum Fairer Handel (FFH) ist die politische Stimme des Fairen Handels in Berlin. Es wurde gegründet, um die Lobby- und Advocacy-Arbeit des Fairen Handels auf Bundesebene effektiver zu gestalten. Seit 2009 hat die Geschäftsstelle ihren Sitz in der Bundeshauptstadt, um dort kontinuierlich als Ansprechpartnerin für die Politik zur Verfügung zu stehen. Mit acht Mitarbeiter/innen vertritt es seine Mitglieder gegenüber der



Gespräch im Auswärtigen Amt mit Staatssekretär Steinlein zur Kampagne „Mensch. Macht. Handel. Fair.“ (Nov. 2015)

Politik: BanaFair, dwp, EL PUENTE, den Fair-Band, GEPA, GLOBO, Naturland und den Weltladen-Dachverband mit seinen 440 Mitgliedern.



Die Lobby-Aktivitäten des FFH sind vielfältig: Unterschriften-Übergaben, die Teilnahme an handels- und entwicklungspolitischen Konferenzen, das jährliche

Faire Frühstück im Bundestag, regelmäßige Kontakte zum Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) – sowohl auf Mitarbeiter/innen als auch auf Führungsebene –, Veröffentlichungen von politischen Positionspapieren, Gespräche mit Politiker/innen bei der Internationalen Grünen Woche u.v.m. Wo möglich, werden Vertreter/innen von Produzent/innen-Organisationen in die politischen Gespräche eingebunden, damit sie ihre Forderungen selbst vorbringen.

### Exkurs: Kampagne zum Weltladentag

Begleitend zur ständig stattfindenden Lobbyarbeit wird das Mittel der politischen Kampagne eingesetzt. Eine Kampagne ist immer zeitlich befristet und hat ein klar definiertes Ziel. Für das Forum Fairer Handel und den Weltladen-Dachverband ist die politische Kampagne ein zentraler Baustein, um die politischen Entscheidungen zu beeinflussen und als politische Bewegung sichtbar zu sein.

Der zentrale Aktionstag ist der Weltladentag am zweiten Samstag im Mai – zeitgleich mit dem World Fair Trade Day. Um die Unterstützung der Bürger/innen für politische Forderungen zu gewinnen, sind öffentliche Aktionen unerlässlich. So haben beispielsweise Unterschriften-Sammlungen meistens mehrere Ziele: Sie informieren, machen Hintergründe deutlich und zeigen alternative Optionen auf. Die anschließende Übergabe von Unterschriften bietet einen idealen Gesprächsanlass mit Entscheidungsträger/innen. Kampagnen-Aktionen in ganz Deutschland machen deutlich, dass sich viele Menschen für das Thema engagieren. Zudem ist es viel eindrücklicher, wenn wie bei der aktuellen Kampagne „Mensch. Macht. Handel. Fair.“ durch 38.000 Unterschriften deutlich wird, dass viele Bürger/innen verbindliche Regelungen zur Unternehmensverantwortung fordern.



Europäische Fair-Handels-Vertreter/innen im Brüsseler EU-Parlament beim alljährlichen Fairen Frühstück (Okt. 2015)

### Der Faire Handel in Brüssel

Wie die meisten Verbände hat auch der Faire Handel inzwischen eine Repräsentanz in der europäischen Hauptstadt.



Das Fair Trade Advocacy Office (FTAO) koordiniert seit 2010 die politischen Aktivitäten der Fair-Handels-Bewegung auf europäischer und internationaler Ebene in Brüssel. Das

Büro wird getragen von der WFTO, WFTO-Europe und Fairtrade International. Damit vertritt das FTAO die Interessen der gesamten Fair-Handels-Bewegung gegenüber der EU-Politik. Es hat das klare Mandat, mehr Unterstützung für Fairen Handel und Handelsgerechtigkeit auf EU-Ebene zu fordern. Immer mit dem Ziel, die Lebens- und Arbeitsbedingungen für benachteiligte Kleinproduzent/innen im Süden zu verbessern. Dazu beobachten die drei Mitarbeiter/innen in Brüssel die europäische und internationale Handels- und Entwicklungspolitik, entwickeln und veröffentlichen politische Positionen und Informationsmaterialien. Dabei stehen sie in engem Kontakt mit der Fair-Handels-Bewegung und den Vertreter/innen der EU-Kommission, des Parlaments und anderer EU-Institutionen.

Lobby-Arbeit ist nicht immer spektakulär, sondern häufig schlichte Routine: Die Mitarbeitenden des FTAO werten Berichte aus, schreiben Positionspapiere und Pressemeldungen, reichen Stellungnahmen ein, organisieren und besuchen Veranstaltungen. Jedes Jahr gibt es zum Beispiel ein

Faires Frühstück der Arbeitsgruppe Fairer Handel im Europaparlament, mit dem neue Abgeordnete als Unterstützer/innen gewonnen werden sollen.

## Tipps für Weltläden

Auch zwischen den Weltladentagen gibt es für Weltläden die Möglichkeit, die politischen Interessen des Fairen Handels voranzubringen. Viele Gelegenheiten bieten sich für Ihren Weltladen vielleicht schon, ohne dass Sie sich bewusst machen, dass es ideale Lobby-Anlässe sind.

Nutzen Sie Ihre persönlichen Kontakte zu Abgeordneten im Europaparlament und Bundestag sowie zum Stadt-, Gemeinde- und Landrat, zum/zur Bürgermeister/in und zu Parteien, um immer wieder die eigenen politischen Botschaften einzubringen. Ideal ist es natürlich, wenn Sie herausfinden können, ob die Person bereits einen persönlichen Bezug zum Fairen Handel, zu Entwicklungspolitik oder zu anderen Nicht-Regierungs-Organisationen hat.

Vergessen Sie nicht, diese Personen stets zu eigenen Veranstaltungen einzuladen. Bereits die Einladung ist wichtig, um zu zeigen, dass in ihrem Wahlkreis etwas passiert und der Faire Handel eine Rolle spielt. Auch wenn sie nicht teilnehmen, haben Sie so ein Zeichen gesendet, dass es Sie gibt!

Nutzen Sie die Stärke, dass Sie Mitglied einer bundesweiten, ja sogar weltweiten Bewegung sind, die gemeinsame politische Forderungen stellt.



Besuch der Pfälzer Weltläden bei der Europa-Abgeordneten Jutta Steinruck (SPD) in Straßburg (Okt. 2011)

Als Mitglied im Weltladen-Dachverband sind Sie durch das Forum Fairer Handel und das Fair Trade Advocacy Office in Berlin und Brüssel vertreten und können auf gemeinsame Positionspapiere für Gespräche zurückgreifen. Sie müssen nicht alles

## AUF EINEN BLICK

### Lobby-Anlässe für Weltläden

- Vernetzen Sie sich mit anderen Initiativen vor Ort (lokale Bauernverbände, Gewerkschaften etc.). Fair-Handels-Forderungen sind oft komplementär.
- Stellen Sie bei öffentlichen Veranstaltungen Fragen aus dem Publikum.
- Erstellen Sie eine Liste aller gewählten Vertreter/innen und laden Sie diese immer zu Ihren Veranstaltungen ein.
- Besuchen Sie die Bundes-, Landtags- und Europa-Abgeordneten in Ihrem Wahlkreisbüro.
- Nutzen Sie die Wahlprüfsteine oder Forderungspapiere, die die Landesnetzwerke, das Forum Fairer Handel oder das Fair Trade Advocacy Office vor Wahlen zur Verfügung stellen.
- Nutzen Sie den Prozess zur Fair-Trade-Town und unterstützen Sie die Steuerungsgruppe, um die Veränderungen, gerade auch bei der kommunalen Beschaffung und dem Verbrauch bei Schulen und Vereinen auf hohem Niveau zu positionieren. Regen Sie die Bewerbung zur „Hauptstadt des Fairen Handels“ an, für die von Beginn an strengere Kriterien erfüllt werden müssen.
- Nutzen Sie auch Veranstaltungen außerhalb des Weltladens, wie zum Beispiel Stadtteil-Feste, um politische Botschaften des Fairen Handels zu präsentieren.

alleine formulieren. Und vor allem müssen Sie keine Expert/innen sein, die alle Details kennen. Sie sind die Botschafter/innen vor Ort, die am effektivsten die gemeinsamen Forderungen übermitteln können, weil Abgeordnete grundsätzlich im eigenen Wahlkreis offenere Ohren haben. Sie haben einen „Heimvorteil“, den Sie ausnutzen können.

Zum Beispiel so: „Die Fair-Handels-Bewegung hat zu diesem Thema Positionen erstellt, die wir vom Weltladen Musternamen ebenfalls unterstützen. Was halten Sie als unsere gewählte Vertreter/innen in Musterstadt davon?“ Bei Rückfragen können Sie den Kontakt zum Weltladen-Dachverband, dem Forum Fairer Handel oder dem Fair Trade Advocacy Office herstellen.

Die Kolleg/innen in Berlin und Brüssel sind dankbar, wenn sie auf intensive Kontakte zwischen Weltladen und Abgeordneten im Wahlkreis zurückgreifen oder verweisen können. Es lohnt sich also immer, den Weltladen-Dachverband über wichtige Lobby-Gespräche zu informieren, damit bei Bedarf der Kontakt vermittelt werden kann.

Denken Sie daran: Es gehört zu den zentralen Aufgaben von Abgeordneten, die verschiedenen Stimmen derer anzuhören, die von neuen Gesetzen und Regelungen betroffen sind. Sie sind sogar an spezifischem Wissen und Erfahrungen der verschiedenen Interessensgruppen interessiert. Und da Unternehmen aus dem konventionellen Handel sie regelmäßig mit Materialien versorgen, müssen auch wir ihnen unsere Positionen mitteilen. Es gibt also ausreichend Gründe, die Forderungen des Fairen Handels auf allen politischen Ebenen souverän einzubringen.



Europa-Abgeordneter Sven Giegold (Die Grünen) zu Besuch im Weltladen Duisburg (Mai 2011)

## LINKS & LESE-TIPPS

### Informationen und Newsletter-Angebote gibt es auf:

- [www.weltladen.de](http://www.weltladen.de)
- [www.forum-fairer-handel.de](http://www.forum-fairer-handel.de)
- [www.fairtrade-advocacy.org](http://www.fairtrade-advocacy.org)

### Abgeordnete finden unter:

- [www.europarl.europa.eu/meps/de/search.html](http://www.europarl.europa.eu/meps/de/search.html)
- [www.bundestag.de/abgeordnete](http://www.bundestag.de/abgeordnete)
- [www.abgeordnetenwatch.de](http://www.abgeordnetenwatch.de)

### Literatur zur Lobbyarbeit:

- Thorben Prenzel (2007): Handbuch Lobbyarbeit konkret.
- LobbyControl – Initiative für Transparenz und Demokratie e.V. (2015): LobbyPlanet Berlin – der Reiseführer durch den Lobbydschungel.

## Es gibt nichts Gutes...

... außer man tut es. Ohne politische Arbeit ist der Faire Handel nicht denkbar. Wir dürfen nicht müde werden, unsere Forderungen gegenüber der Politik zu vertreten und uns nicht davon entmutigen lassen, dass wir in Konkurrenz zu deutlich ressourcenstärkeren Lobby-Gruppen stehen.

Wir sollten auch die kleinen Erfolge feiern, um weiterhin mit viel Freude und Durchhaltevermögen für unsere Überzeugungen zu kämpfen!

Impressum:  
Weltladen-Dachverband e.V.  
Ludwigsstraße 11  
55116 Mainz  
Redaktion: Katja Benkel  
Tel.: +49(0)6131/68 907-80, Fax: -99  
E-Mail: [info@weltladen.de](mailto:info@weltladen.de)  
Web: [www.weltladen.de](http://www.weltladen.de)

Bildnachweise: FFH und WL-DV/Chr. Ditsch, FTAO, Weltladen Bad Dürkheim/Werner Talarek, Weltladen Duisburg.