

Bild: istock/rapixel

IDEE

Stolpersteine auf dem Weg zur Transformation überwinden

PRODUKT

Kokosmilch: köstlich, vegan und en vogue

WIR

Wie funktioniert: Weltläden in der Kommune

DU

Vegane Energiewunder



Die sozial-ökologische Transformation ist eine der wichtigen gesamtgesellschaftlichen Aufgaben, der sich auch die Wissenschaft, die Politik und die Fair-Handels-Bewegung stellt. Gemeint ist ein gesellschaftlicher Wandel, der nachhaltigere Lebensstile sowie veränderte rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen beinhaltet. Damit soll der Klimawandel eingedämmt und ein gutes Leben für alle Menschen ermöglicht werden.

In dieser Ausgabe begeben wir uns auf die Suche nach Wegen, wie eine solche Transformation im Alltag umgesetzt und gelebt werden kann. Dazu haben wir mit unterschiedlichen Menschen über ihre Projekte gesprochen sowie Orte des Engagements und der Produktion besucht.

Für den Leitartikel konnten wir die Psychologin Kristina Utz gewinnen. Sie teilt Ihnen ab Seite 10 mit, warum es eigentlich so schwer ist, das vorhandene Wissen über gesellschaftliche Schiefen in Handlungen zu übertragen. Im Interview mit Dr. Meike Gebhard erfahren Sie auf Seite 9, wie Utopia als Online-Plattform für Nachhaltigkeit Menschen dabei unterstützt, ihr Konsumverhalten zu reflektieren und sie handlungsfähiger zu machen. Der Weltladen im englischen Reading veranschaulicht, wie die Transformation im Kleinen aussehen kann. Er ist Teil eines Solidaritätszentrums, in dem gelebt, gelernt und gearbeitet wird. Mehr verraten Martin Mikhail und Silvia Rizolli im Interview auf Seite 13. Erfahren Sie zudem, wie Weltläden in Deutschland als Agenten des Wandels zur Transformation beitragen. Gewinnen Sie Einblicke in die zahlreichen Kooperations- und Themenfelder von Weltläden in der Kommune und finden Sie mögliche Anknüpfungspunkte für Ihr eigenes Engagement vor Ort auf den Seiten 18 und 19.

Die Kokosnuss ist das neue Superfood. Begeben Sie sich auf Seite 6 mit uns auf eine Reise nach Sri Lanka und lernen Sie, mit welchen Produktionsschritten und unter welchen Arbeitsbedingungen die dortigen Arbeiter/innen eine leckere und nahrhafte Kokosmilch herstellen. Nutzen Sie Kokosöl, um Ihr eigenes Deo ohne Zusatzstoffe und Plastikverpackung herzustellen. Auf Seite 17 zeigen wir Ihnen, wie es geht.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Katja Voss

Bild: JobOlmo



IDEE

09 Außensicht

Dr. Meike Gebhard über Utopia – die nachhaltige Online-Plattform

10 Leitartikel

Vom Zugucken zum Anpacken: Stolpersteine auf dem Weg zur Transformation überwinden

IMPRESSUM

Ausgabe 1 / Frühling 2019

Herausgeber

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

<http://facebook.com/weltladendachverband>

Redaktion

Katja Voss (v.i.S.d.P.),
Nadine Busch

Korrektorat

Christoph Albuschkat

Grafik

Iris Christmann, Christian Mentzel
(cmuk)

Illustrationen: Christian Mentzel

Druck

Lokay e.K., klimaneutral gedruckt
Papier Blauer Engel

PRODUKT WIR

06 **Transparenz**

Kokosmilch: köstlich, vegan und en vogue

14 **Lieblingsprodukte**

Zehn Produkte für den Alltag

04 **Neues und Termine**

Zwei Erfolgsmeldungen für den Fairen Handel

Charta des Fairen Handels ist veröffentlicht

Weltladentag am 11. Mai

Europawahl am 26. Mai

13 **Portrait**

Zu Besuch im „World Shop“ im britischen Reading

18 **Wie funktioniert?**

Das Engagement des Weltladens in der Kommune

DU

16 **Rezept**

Vegane Energiewunder

17 **Do it Yourself**

Deo-Creme selbst machen

Kokospalmen

Versand

Praunheimer Werkstätten
gemeinnützige GmbH Frankfurt a.M.

Bezug

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

Anzeigenkontakt

Weltladen-Dachverband e.V.
Katja Voss
Ludwigsstr. 11, 55116 Mainz
06131-68907-83
k.voss@weltladen.de
Erscheinungsweise: drei Mal jährlich

ZWEI POLITISCHE ERFOLGE FÜR DEN FAIREN HANDEL

Die Rechte von Kleinbäuer/innen werden international gestärkt!

Der Menschenrechtsrat der Vereinten Nationen hat Ende 2018 die Erklärung für die „Rechte von Kleinbauern und anderen Menschen, die in ländlichen Regionen arbeiten“ angenommen. Darüber freut sich die Fair-Handels-Bewegung sehr, denn damit werden die Rechte von besonders diskriminierten, ausgegrenzten und in ihrer Existenz bedrohten Gruppen auf dem Land gestärkt, die einen Großteil der Welternährung sichern.

Die Europäische Union bekämpft unfaire Handelspraktiken!

Das EU-Parlament, die EU-Kommission und die EU-Mitgliedsstaaten haben Ende 2018 eine Richtlinie vereinbart, die Produzent/innen und Zulieferer vor unfairen Handelspraktiken und der Verhandlungsmacht von Supermarktketten schützen soll. Damit gibt es für die Fair-Handels-Bewegung einen weiteren Meilenstein zu feiern. Denn das Lobbybüro für Fairen Handel in Brüssel setzt sich seit Jahren unermüdlich dafür ein, dass Produzent/innen weltweit vor den Auswirkungen des harten Wettbewerbs im Lebensmittel Einzelhandel geschützt werden.



Anna Hirt, Weltladen-Dachverband

Anzeige

PEARLS OF SAMARKAND
TREASURES OF THE SILK ROAD

BIO-QUALITÄT - natürlicher Geschmack - FAIR GEHANDELT!

Besuche uns im **ONLINESHOP** unter: www.lemberona.at oder im **ELMIRA SHOP** Vergarastraße 124-148, 1020 Wien

Lemberona – The Healthy Food Company!

FAIRTRADE VEGAN AT-BIO-301 Lemberona *edible passion*

www.lemberona.at

NEUE CHARTA DES FAIREN HANDELS IST VERÖFFENTLICHT

Die neue internationale Charta des Fairen Handels wurde im Herbst 2018 veröffentlicht. Sie ist das Grundlagendokument für die globale Fair-Handels-Bewegung und wurde von der World Fair Trade Organization und Fairtrade International unter Einbeziehung weiterer Fair-Handels-Akteure erstellt. Die Charta legt grundlegende Werte für die globale Fair-Handels-Bewegung fest und definiert den potenziellen Beitrag des Fairen Handels zum Erreichen der Globalen Agenda 2030 und deren 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung. Die deutsche Version der Charta finden Sie unter www.forum-fairer-handel.de.

Katja Voss, Weltladen-Dachverband

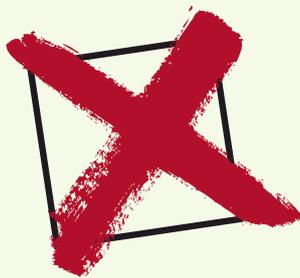


Fair-Handels-Bewegung feiert Charta

Bild: Forum Fairer Handel/Andreas Müller

EUROPAWAHL AM 26. MAI: WÄHLEN GEHEN!

Am 26. Mai haben wir die Wahl. Wir können mitbestimmen, wer in den nächsten fünf Jahren für uns im Europaparlament die Zukunft mitgestalten soll. Diese Gelegenheit sollten wir uns nicht entgehen lassen und den Termin am besten direkt im Kalender eintragen! Der Gang zur Wahlurne lohnt sich, auch aus Sicht des Fairen Handels. Die EU-Politik kann eine bedeutende Rolle bei der Erfüllung der Visionen des Fairen Handels spielen. Denn sie ist zuständig für die Handels- sowie Agrarpolitik und hat Befugnisse in wichtigen Politikbereichen, wie Entwicklung und Binnenmarkt.



Anna Hirt, Weltladen-Dachverband



WELTLADENTAG AM 11. MAI: MENSCHENRECHTE VOR PROFIT!

Nach wie vor schaden Unternehmen weltweit Menschen und Umwelt mit ihren Geschäftstätigkeiten. Bislang können sie dafür nicht haftbar gemacht werden. Darauf machen Weltläden seit Jahren im Rahmen ihrer politischen Kampagnen aufmerksam. Sie fordern – zusammen mit dem Forum Fairer Handel und anderen zivilgesellschaftlichen Organisationen – ein Gesetz für Unternehmensverantwortung. Damit könnten künftig zum Beispiel Betroffene eines Fabrikbrandes in Pakistan gegen ihren deutschen Auftragnehmer klagen und Entschädigungen einfordern. Weltläden bleiben am Ball und tragen diese Forderungen am gemeinsamen politischen Aktionstag – dem Weltladentag am 11. Mai 2019 – erneut mit verschiedenen Aktionen in die Öffentlichkeit. Weitere Informationen unter www.forum-fairer-handel.de/kampagne.

Anna Hirt, Weltladen-Dachverband

Anzeige

z o t t e r SCHOKOLADE



HANDGESCHÖPFTE OSTERSCHOKOLADEN

ButterKaramell, Genüsse und Osterhasen überall, eine weiße Schokolade, gefüllt mit Erdbeercreme, überraschen große und kleine Naschhasen mit natürlichem Geschmack, reinen Bio-Zutaten aus fairem Handel und bunten Farben, die allein durch Beeren entstehen. Von der Kakaobohne bis zur Tafel in der Zotter Schokoladen Manufaktur hergestellt. Zotter zählt zu den besten Schokoladenherstellern der Welt und ist eines der nachhaltigsten Unternehmen Österreichs.

www.zotter.at

ZU FINDEN IN IHREM WELTLADEN
ODER IM OSTERNEST

Kokosmilch: köstlich, vegan und en vogue



In asiatischen Ländern wie Sri Lanka konsumieren die Menschen täglich Kokosmilch. Seit einiger Zeit findet die vegane Alternative zu Sahne und Co. als Superfood auch Einzug in deutsche Küchen. Während sich Kokoswasser in der Frucht bildet, wird Kokosmilch in einem aufwändigen Prozess hergestellt.

Bild: lobOlmo



Palme mit grünen Kokosnüssen

Sri Lanka ist eine kleine Insel im Indischen Ozean. Ob auf Bauernhöfen, an traumhaften Sandstränden oder am Straßenrand, überall stehen Kokospalmen. An den einen wachsen gelbschalige Kokosnüsse, die reich an Kokoswasser und deshalb in der sri-lankischen Hitze ein beliebter Durstlöcher sind. Die anderen tragen grünschalige Kokosnüsse, die viel Kokosfleisch enthalten und darum zu Kokosmilch für den Export verarbeitet werden. Rasika Premasiri ist Kokosnussbauer und hat sich auf den Anbau der grünschaligen Früchte spezialisiert. Er lebt im kleinen Ort Dankotunwa, der im Osten des Landes im sogenannten Kokosnuss-Dreieck in Meeresnähe liegt. „Bei uns hier wachsen die besten Kokosnüsse Sri Lankas. Sie enthalten viele Vitamine, Proteine, Mineralstoffe und Fette und ihr Geschmack ist klasse! Für meine Kokosnüsse habe ich die Bio-Zertifizierung für den europäischen, US-amerikanischen und japanischen Markt. Darüber hinaus sind sie Fairtrade-gesiegelt. Die Zertifizierungen habe ich MOPA zu verdanken. Ohne meine Mitgliedschaft in der Bäuer/innen-Vereinigung hätte ich den Umstieg auf Ökolandbau nie geschafft“, so Rasika.

Durch Kooperative konkurrenzfähig

Die Marginalized Organic Producers Association, kurz MOPA genannt, vereint über 800 Biobäuer/innen, die auf Sri Lanka Kokosnüsse, Gewürze und Tee kultivieren. Gemeinsam sind sie konkurrenzfähig und können im globalen Handel neben den mächtigen Lebensmittelkonzernen bestehen. MOPA hilft ihren Mitgliedern, die Qualität ihrer Produkte und ihren Lebensstandard zu steigern, indem sie Weiterbildungen anbietet, Maschinen gemeinschaftlich anschafft sowie mit der Fair-Handels-Prämie Trinkwasser-, Schul- und Gesundheitsprojekte finanziert. Darüber hinaus erhalten die Bäuer/innen einen fairen Preis für ihre Produkte. Gerade bei Kokosnüssen ist das wichtig, weil der lokale Marktpreis so gering ist, dass ein anständiges Leben vom Kokosnussanbau kaum möglich ist. MOPA bezahlt deshalb für Bio-Kokosnüsse fast 50 Prozent mehr als auf dem nationalen Markt üblich. Weil Kokospalmen das ganze Jahr über Früchte

tragen, haben Kokosnussproduzent/innen wie Rasika ein regelmäßiges Einkommen.

Auf Sri Lanka gibt es den Beruf des Palmkletterers

Von der Blüte bis zur erntereifen Kokosnuss vergehen zwölf Monate. Die Früchte befinden sich in den Kronen der bis zu 25 Meter hohen Bäume, weshalb sich auf Sri Lanka der Männerberuf des Palmkletterers entwickelt hat. Auch Rasika engagiert für die Kokosnussernte Palmkletterer, die langjährige Berufserfahrung und eine hohe körperliche Fitness haben. Sie klettern barfuß an den bloßen Stämmen der Palmen nach oben. In den Wipfeln angekommen, schneiden die Palmkletterer mit einem langstieligen Messer die reifen Kokosnüsse ab, die dann unsanft auf

Die Marginalized Organic Producers Association, kurz MOPA genannt, vereint über 800 Biobäuer/innen, die auf Sri Lanka Kokosnüsse, Gewürze und Tee kultivieren.

den Boden fallen. „Pro Baum und Jahr kann man etwa 70 Kokosnüsse ernten. Ich habe über 500 Kokospalmen. Da kommt Einiges zusammen“, doziert Rasika stolz. Kokospalmen können über 100 Jahre alt werden, wobei sie erst ab dem siebten Jahr Früchte tragen. Optimale Erträge bringen sie zwischen dem 15. und 60. Jahr.



Palmkletterer bei der Kokosnussernte



Entfernen der braunen innenliegenden Schale

Die dicke Faserschicht wird manuell entfernt

Die frisch geernteten Kokosnüsse transportiert Rasika zu einem MOPA-eigenen Weiterverarbeitungsbetrieb im Nachbardorf. Dort werden sie 45 Tage in die Sonne gelegt, bevor die äußere, dicke Faserschicht von der inneren, harten braunen Schale manuell entfernt wird. Das ist eine extrem anstrengende Tätigkeit. Einer geübten Kraft gelingt es, am Tag bis zu 1.000 Kokosnüsse von den widerspenstigen Fasern zu befreien.

In der Kokosnussfabrik geht es weiter

Die Weiterverarbeitung der Kokosnüsse zu Kokosmilch findet im nahegelegenen Makandura, bei Bio Foods, statt. Das ist eine sri-lankische Verarbeitungs- und Exportfirma, die sehr eng mit MOPA zusammenarbeitet. Bei Bio Foods wird aus der harten, braunen Kokosnussschale der Kern manuell herausgelöst. Er besteht aus weißem, aromatischem Fruchtfleisch und ist mit Kokoswasser gefüllt. Anschließend separiert eine Maschine Fruchtfleisch und Kokoswasser. Das Fruchtfleisch wird zerkleinert und mit einer elektrischen Presse ausgepresst, so dass ein Kokoskonzentrat mit einem Fettgehalt von 35 bis 40 Prozent entsteht. Je nach Kundenwunsch führt Bio Foods dem Konzentrat Wasser zu, wobei handelsübliche Kokosmilch einen Fettgehalt von 15 bis 22 Prozent hat. Nach einminütiger Pasteurisierung folgt das Abfüllen der Kokosmilch in Dosen. Sie wird anschließend bei 125 Grad Celsius für 30 Minuten sterilisiert und dann auf Schiffsreise zu Handelspartnern in aller Welt geschickt. Dank des Fairen Handels erhalten nicht nur die MOPA-Biobäuer/innen einen ange-



Bilder: lobOlmo, fotolia

Abfüllen der Kokosmilch in Dosen

messenen Preis für ihre Kokosnüsse, auch die Beschäftigten der Kokosnuss-Verarbeitungsanlage bekommen einen fairen Lohn, der rund 60 Prozent über dem sri-lankischen Mindestlohn liegt.

Kokosmilch gehört zur Küche Sri Lankas

Auf Sri Lanka werden vor allem Currys gegessen. Das sind Gerichte aus Gemüse, Fleisch und Fisch, die auf der Basis einer vielfältig gewürzten Sauce zubereitet und in der Regel mit Kokosmilch verfeinert sind. Allerdings verwenden viele sri-lankische Hausfrauen keine Kokosmilch aus der Dose, sondern bereiten sie selbst zu: Sie schaben in mühevoller Handarbeit das Fruchtfleisch aus der Kokosnuss heraus, kneten Wasser unter die Kokosraspeln und pressen den entstandenen Kokosbrei aus. Fertig ist die frische Kokosmilch.

Kokosmilch ist ein veganer Ersatz für Sahne

Seit einiger Zeit wird hierzulande Kokosmilch als Superfood beworben, weil sie viele Proteine und Vitamine enthält. Außerdem soll sie vor Alzheimer schützen, Herz-Kreislauf-Problemen vorbeugen und beim Abnehmen helfen, wobei diese gesundheitsfördernden Wirkungen bislang nicht wissenschaftlich nachgewiesen werden

konnten. Sicher ist, dass sich Kokosmilch wegen ihres hohen Gehalts an Eisen, Kalium, Kalzium und Magnesium hervorragend als veganer Ersatz für Kuhmilch, Sahne und Crème fraîche eignet. Auch bei Smoothies, Eiscremes, Kuchen und Suppen kommt sie gut zum Einsatz. Kokosmilch schmeckt köstlich und ist mit ihrem einzigartigen Aroma eine Bereicherung in deutschen Küchen. Sie sollte aber wie alle Produkte, die einen langen Transportweg haben, bewusst und in Maßen konsumiert werden.

Jutta Ulmer, lobOlmo

über lobOlmo

Jutta Ulmer und Michael Wolfsteiner (lobOlmo) sind freiberuflich als Fotograf/innen, Journalist/innen und Vortragsreferent/innen tätig. Ihr Arbeitsschwerpunkt ist der Faire Handel und sie sind assoziierte Mitglieder der World Fair Trade Organization (WFTO). Weitere Informationen unter www.lobOlmo.de.

die Importeure

Fair gehandelte Bio-Kokosmilch aus Sri Lanka wird von den Fair-Handels-Organisationen El Puente (MOPA/Bio Foods) und GEPA (Ma's Tropical Foods) nach Deutschland importiert. Die Fair-Handels-Organisation dwp – die Weltpartner bezieht ihre fair gehandelte Bio-Kokosmilch aus Thailand (Green Net). Darüber hinaus sind wichtige Kokosmilch produzierende Länder Indonesien, Indien und die Philippinen.



Dr. Meike Gebhard/Utopia: „Fair und nachhaltig sind im Trend.“



Utopia ist 2007 mit dem Ziel angetreten, das Thema Nachhaltigkeit aus der Nische zu holen und Otto Normalverbraucher/innen Tipps an die Hand zu geben, wie sie ihr Konsumverhalten nachhaltiger gestalten können. Elf Jahre später zählt Utopia mit fünf Millionen Besucher/innen im Monat zu einer der wichtigsten deutschen Online-Plattformen für Nachhaltigkeit. Wir sprechen mit Dr. Meike Gebhard, Geschäftsführerin von Utopia, über die Anfangsideen und Erfolgsgeheimnisse und fragen sie, wie Weltläden vom Nachhaltigkeitstrend profitieren können.

WELTLADEN: Was bedeutet für Sie Nachhaltigkeit?

Gebhard: Nachhaltig zu leben bedeutet, Menschen an den anderen Enden der Welt nicht auszubeuten und nicht auf Kosten zukünftiger Generationen zu leben. Es bedeutet auch, weniger zu konsumieren. Wir bei Utopia sprechen daher von nachhaltigeren Alternativen. Unsere Empfehlungen von Produkten und Marken basieren auf einem transparenten Verfahren. Wir nutzen Siegel und die dahinterstehenden Standards, die auch bei Utopia genannt werden.

WELTLADEN: Wie ist Utopia entstanden?

Gebhard: Utopia wurde 2007 von den früheren Inhaber/innen einer erfolgreichen Werbeagentur gegründet. Beide hatten sich zum Ziel gesetzt, Nachhaltigkeit aus der verstaubten Nische rauszuholen und Menschen Wege aufzuzeigen, nachhaltig zu konsumieren. Ihr Anliegen kam zum richtigen Zeitpunkt und fand viel Unterstützung, auch bei Prominenten. Während der Finanzkrise mussten zunächst kleinere Brötchen gebacken werden. Danach ging es für Utopia wieder bergauf. 2014 zählte die Plattform rund 250.000 Besucher/innen im Monat, heute sind es rund fünf Millionen Personen.

WELTLADEN: Wer nutzt die Plattform?

Gebhard: Auf unsere Plattform gehen Menschen, die sich bereits Gedanken über soziale und ökologische Implikationen ihres Lebensstils machen. Wir haben vier Typen definiert: Menschen, die konsequent nachhaltig leben, die bedächtig und langsam konsumieren, die experimentierfreudig sind

und solche, die gelegentlich zum nachhaltigeren Produkt greifen.

WELTLADEN: Welche Themen decken Sie ab?

Gebhard: Unser Anspruch ist, alles abzudecken und uns breit aufzustellen. Wir berichten vor allem über Themen, die viele Menschen interessieren, wie Ernährung, Haushalt, Kosmetik und Mode. Daneben schreiben wir auch über speziellere Themen, darunter Energie, Finanzen und der Autokauf, um in alle Lebensbereiche hineinzuwirken. Unsere Informationen schreiben wir vor allem für Einsteiger/innen. Daneben bieten wir spezielle Formate für „Expert/innen“.

WELTLADEN: Warum ist Utopia so erfolgreich?

Gebhard: Nachhaltigkeit ist bei vielen auf dem Radar – und das seit Jahren. Daran knüpfen wir an. Wir haben eine Plattform geschaffen, die für User/innen auch mobil erreichbar ist und zahlreiche unterschiedliche Themen verständlich, bündig und informativ aufbereitet. Die Besucher/innen schätzen unsere Produkt-Listen mit empfohlenen Marken. Für die Zukunft wollen wir uns weiter mit anderen Nachhaltigkeitsakteuren vernetzen und Utopia weiter als Plattform ausbauen. Die Kooperation mit Good Jobs ist ein erster Schritt in diese Richtung, ein nachhaltiger Reiseanbieter könnte folgen.

WELTLADEN: Was geben Sie Weltläden mit auf den Weg?

Gebhard: Weltläden müssen mehr kommunizieren, aktuelle Trends und Produkte

aufgreifen und Online präsent sein. Zu meiner Studienzeit kannten wir den Weltladen. Ob das heute bei der Jugend auch noch so aussieht, wage ich zu bezweifeln. Faire Textilien im Sortiment zu haben, lockt Jung und Alt in den Laden. Ihnen die Geschichten hinter den Produkten zu erzählen, schafft auch Verständnis für globale Zusammenhänge. Die Arbeit des Weltladens muss wieder greifbarer werden. Fairer Handel muss mehr Online-Präsenz zeigen – vielleicht durch einen Online-Shop.

Das Interview führte Katja Voss.



Bild: Daniela Möllenthoff

ZUR PERSON

Dr. Meike Gebhard ist seit 2008 Geschäftsführerin der Online-Plattform für Nachhaltigkeit Utopia mit Sitz in München.

www.utopia.de

Vom Zugucken zum Anpacken

Anregungen, wie wir Stolpersteine auf dem Weg zur Transformation erkennen und überwinden

Wir leben weit über unsere Verhältnisse – und damit auf Kosten anderer. Der Durchschnittsmensch in Deutschland verbraucht jährlich rund drei Erden. Es wird höchste Zeit, die sozial-ökologische Transformation einzuleiten und damit den Klimawandel flächendeckend umzusetzen, das Artensterben aufzuhalten, das auf Ausbeutung basierende Wirtschaftssystem zu überdenken und persönliche Lebensstile zu verändern. Wie kann es gelingen, diese Verhältnisse zu ändern und Wissen über gesellschaftliche Schief lagen in Handlungen zu übertragen? Dieser Artikel ist eine Suche nach Antworten.

Die guten Nachrichten zuerst: Der weltweite Wohlstand hat zugenommen: die Lebenserwartung steigt, die Zahl der Menschen, die in extremer Armut leben, hat sich seit 1990 halbiert. Doch diesen Errungenschaften müssen andere Tatsachen entgegengestellt werden: Die Oxfam-Studien enthalten erschreckende Zahlen über die wachsende ökonomische Unsicherheit und zunehmende Ungleichheit. Zum Beispiel: 82 Prozent des im Jahr 2017 erwirtschafteten Vermögens weltweit entfiel auf das reichste eine Prozent der Weltbevölkerung (Tendenz steigend). Die ärmere Hälfte der Weltbevölkerung – das sind 3,7 Milliarden Menschen – profitierte dagegen überhaupt nicht vom Vermögenswachstum.

Stolpersteine auf dem Weg zum Handeln

Sind diese gesellschaftlichen Schief lagen nicht Anreiz genug, um zu handeln? Einige Erkenntnisse lassen uns besser verstehen, was Menschen zum Handeln veranlasst oder sie davon abhält.



Menschen benötigen ein gewisses Maß an Wissen über globale Zusammenhänge und Probleme.

Erst dann begreifen wir uns als Teil der Verflechtungen dieser globalisierten Welt und stellen fest, dass unser Handeln hier etwas mit den Missständen auf den anderen Seiten der Weltkugel zu tun hat.



Ein vorhandenes Bewusstsein führt nicht zwangsläufig zum erwünschten Verhalten.

Auch nachhaltig sehr bewusste Haushalte kaufen nur wenige Produkte in Bio- oder Fair Trade-Qualität. Der Absatz fair gehandelter Produkte steigt zwar stetig, ihr gesamter Marktanteil liegt aber seit Jahren unter einem Prozent. Ähnlich ist es beim Ressourcenverbrauch: Es zeigt sich kein bedeutender Zusammenhang zum Bewusstsein. Tatsächlich ist es das Einkommen, was den Energie- und Ressourcenverbrauch weit mehr beeinflusst als umweltfreundliche Absichten. Je höher das zur Verfügung stehende finanzielle Kapital, desto mobiler werden die Menschen und desto größer ihre Wohnungen. Beides steigert den CO₂-Ausstoß. Und so beobachten wir mit Unbehagen, an wie vielen

Stellen wir in unserem Alltag entgegen bestem Wissen handeln. Wir machen weiter wie bisher – obwohl die Mehrheit glaubt, dass wir auf eine Umweltkatastrophe zusteuern.



Die meisten unserer alltäglichen Routinen und Entscheidungen vollziehen wir unbewusst.

Unter der Spitze des Eisbergs befinden sich all jene Normen und Deutungsmuster, die der Transformationswissenschaftler Harald Welzer „mentale Infrastrukturen“ getauft hat. Wir lernen von klein auf, dass Konsum uns glücklich macht und stetiges Wachstum und Fortschritt notwendig sind für die individuelle und gesellschaftliche Entwicklung. Dabei lassen wir völlig außer Acht, dass dieser Planet und die zur Verfügung stehenden Ressourcen begrenzt sind.



Wenn wir einen steigenden Leidensdruck spüren, öffnen wir uns für Veränderungen.

Als Verbraucher/innen sind wir von Missständen persönlich oft nicht betroffen. Landwirt/-innen z.B. in Deutschland und in Ghana spüren die direkten Auswirkungen der globalen Handelspraktiken auf ihre Betriebe. Sie kämpfen täglich mit den geringen Abnahmepreisen für ihre Produkte.





Möglichkeiten erkennen und anpacken



Alltagsideologien reflektieren

Der erste Schritt muss sein, implizite Macht- und Deutungsstrukturen, „Alltagsideologien“, zu reflektieren, aufzubrechen und damit fragwürdig zu machen. Krisenhafte Erfahrungen und tiefe Erschütterungen erleichtern die Reflexion innerer Barrieren und das Suchen neuer Handlungsoptionen und Lösungen. Es gilt, von uns selbst und anderen kritisches Denken zu fördern und zu fordern, unsere Urteilsfähigkeit zu schärfen und uns zu empören. Wo können wir mehr „Um-uns, Vor-uns,

Hinter-uns-Schauen, in sozialer, ökologischer, räumlicher und zeitlicher Hinsicht“, fragt die Wirtschaftsprofessorin Adelheid Biesecker. Dazu bräuchte es eine ganz neue Betrachtung dessen, was Ökonomie ist – nicht nur das als „Wirtschaft“ zu sehen, was Geld einbringt oder wofür Geld fließt (Zucker, Waffen, Talkshows, Katastrophen). Vielmehr sollten die menschlichen Bedürfnisse im Zentrum stehen.



System ist wandelbar

Ist das Gedanken-Karussell einmal in Schwung gekommen, wird es auch leichter, das kapitalorientierte Wirtschaftssystem nicht mehr als naturgegeben zu erkennen. Es sind nicht wir im System, wir sind das System.

Wir erhalten selbst die Bedingungen aufrecht, in denen wir leben – und wir sind auch diejenigen, die Rahmenbedingungen im Kleinen und Großen ändern können. Die Veränderung mentaler Infrastrukturen meint, die Praktiken zu verändern, die unsere Wahrnehmung prägen. Je mehr Menschen mitmachen, desto wahrscheinlicher werden andere angesteckt und inspiriert. Fehlerfreundlichkeit, positives Feedback und Menschen, die uns auf dem Weg ein Vorbild sind, können helfen, die eigenen Fähigkeiten zu erkennen und zu nutzen. Neben individuellen Entscheidungen müssen auch politische Strukturen von Bürger/innen eingefordert werden und auf entsprechenden Widerhall stoßen, damit Veränderungen wirken. Ist der Jubelschrei groß, wenn die EU

Einweg-Plastikverpackungen verbietet? Was denkt unser Umfeld zum Einkauf fair gehandelter Produkte? Ernte ich Kopfschütteln oder anerkennende Blicke, wenn ich vom Urlaub in Brandenburg statt in der Karibik erzähle? Es kommt darauf an, nicht mitzugehen bei Dingen, die wir für verwerflich halten. Durch das konsequente Vorleben bestimmter Alternativen gerät die vermeintliche Normalität in Erklärungsdruck, mentale Infrastrukturen können neu justiert und Systemänderungen wahrscheinlicher werden.



Weniger ist mehr

Wollen wir einen wirklich nachhaltigen Lebensstil erreichen, wird es nicht reichen, besser (effizienter) und anders (konsistenter) zu konsumieren. Es muss auch weniger sein. Das scheint unsexy im Vergleich zu einem höher, schneller, mehr. Eine neue Perspektive suffizienter (sprich genügsamer) Lebensstile betont, dass es nicht so viel braucht, wie wir meinen, um Wohlstand zu erleben. Das ewige Hinterherlaufen der Möglichkeiten hat ein Ende. Es wird Zeit und Muße freigesetzt, sich wieder mit den Dingen und den Menschen um uns herum zu beschäftigen, wirklich präsent zu sein – und uns berühren zu lassen. Natürlich müssen die grundlegenden Bedürfnisse materiell gedeckt sein. Insofern hängen Einkommen und Lebenszufriedenheit bis zu einem gewissen Punkt tatsächlich zusammen. Aber gibt es nicht auch Bedürfnisse, die sich durch ein „weniger ist mehr“ viel besser erfüllen lassen? Vielleicht verzichte ich auf etwas bisher Unverzichtbares, wenn ich das Gefühl habe, dafür anderweitig belohnt zu werden. Zeitwohlstand, Entschleunigung, Entrümpelung – der Abwurf von Ballast der Überflussgesellschaften kann ganz neue Entfaltungsmöglichkeiten eröffnen.



Neue Routinen schaffen

Ein neuer Alltag braucht auch neue, bewusste, nachhaltige Routinen. Schritt für Schritt müssen die alten, unbewussten, nicht-nachhaltigen Handlungsroutinen aufgedeckt und transformiert werden. Je automatisierter und alltäglicher uns diese Neuerungen werden, desto unbewusster (und damit mit weniger Aufwand) laufen sie irgendwann ab. Denken wir an ein Abonnement einer Bio-Kiste: Einmal in der Woche werden saisonale und biologisch erzeugte Lebensmittel aus der Region geliefert, darunter auch Apfelsaft und Milch. Wir müssen nicht mehr im Supermarkt einkaufen und dort entscheiden, welches Gemüse wir auswählen, ob die Milch in der Glasflasche oder im Tetrapack im Wagen landet und wir den Apfelsaft lieber zu einem späteren Zeitpunkt beim Obstbauern um die Ecke einkaufen. Auch das Pfandflaschen-Rückgabesystem ändert sich – die leeren Flaschen werden direkt bei der nächsten Kistenlieferung mitgenommen.



Gemeinsam handeln

Am meisten Spaß macht das Vorwagen in unbekannte Gewässer bekanntlich mit Anderen. Als Gruppe sind wir viele Tropfen auf den heißen Stein und können der Ohnmacht angesichts einer immer komplexeren Welt etwas entgegensetzen. Martha Flores vom nicaraguanischen Antiglobalisierungsnetzwerk Otro mundo es posible sagt: „Es ist wichtig, sich zu organisieren und Partnerschaften über die Länder hinweg zu stärken, als Bewohner/innen des gleichen Planeten, betroffen vom gleichen kapitalistischen System.“ In diesem Sinne braucht es solidarische Beziehungen in vielfältiger Weise, um seine Logik zu verändern. Nur im gemeinsamen Suchen neuer

Wege kommen wir dann von einem schwindelerzeugenden „Durcheinander“, wie es die feministische Theologin Ina Praetorius nennt, zu einem „Durch.Einander“ – und zurück zum Kern unserer Wirtschaft, zum Sorgen: für uns, für andere, für zukünftige Generationen und die außermenschliche Natur. Es geht darum, die Geländer unseres Denkens und Fühlens immer weiter abzubauen, uns berühren zu lassen von dem, was möglich ist. Weltläden bieten durch die Bildungs- und Kampagnenarbeit auch Orte des gemeinsamen Engagements. Auf Gleichgesinnte zu treffen, bestärkt das Gefühl, nicht alleine zu sein, sondern in einer Gemeinschaft für eine nachhaltigere Zukunft zu wirken.

Kristina Utz, FairBindung



Bild: Kristina Utz

ZUR PERSON

Kristina Utz ist als Fachpromotorin für zukunftsfähiges Wirtschaften jenseits des Wachstums und Bildungsreferentin Teil des Kollektivs FairBindung. Als Psychologin und Psychotherapeutin interessiert sie sich besonders für das Zusammenwirken individueller und gesellschaftlicher Veränderungsprozesse und die Psyche in Zeiten kapitalistischer Steigerungslogik.

www.fairbindung.org



Zum Weiterlesen:

Bilharz, Michael (2005): Vom Wissen zum Handeln? Fallstricke und Chancen für die Umweltbildung. Servicestelle Bildung für eine nachhaltige Entwicklung in Umweltzentren. Verfügbar unter: kurzelinks.de/fixmp

Forum Fairer Handel e.V. (2018): Gesellschaftliche Transformation durch Fairen Handel?. Verfügbar unter: kurzelinks.de/l8c9

Oxfam Deutschland e.V. (2018): Reward Work, not Wealth (Der Preis der Profite). Verfügbar unter: kurzelinks.de/k8el

Welzer, Harald (2011): Mentale Infrastrukturen. Wie das Wachstum in die Welt und in die Seelen kam. Berlin. Verfügbar unter: kurzelinks.de/c691

Zu Besuch im „World Shop“ im britischen Reading

Wir werfen einen Blick in einen der größten Weltläden in ganz Großbritannien. Er befindet sich in Reading, einer linksliberalen Universitätsstadt westlich von London. Der „World Shop“ ist Teil des Reading International Solidarity Centre – kurz RISC. Martin Mikhail, Mitbegründer des Zentrums, und Silvia Rizolli, Geschäftsführerin des Weltladens, erzählen uns von diesem besonderen Ort.

WELTLADEN: Was zeichnet das Solidaritätszentrum aus?

Martin: RISC ist ein zentraler Ort der Vernetzung und des Globalen Lernens. Wir machen hier entwicklungspolitische Bildungsarbeit, hauptsächlich für Lehrer/innen, haben einen Weltladen, ein Café sowie einen Permakultur-Dachgarten, der für Bildungszwecke genutzt wird. Er versorgt zudem das Café mit frischen Kräutern und kompostiert den Bio-Abfall. Das inhaltlich daran anknüpfende RISC-Projekt „Food4Families“ unterstützt den gemeinschaftlichen Gemüse-Anbau im öffentlichen Raum. Außerdem beherbergt das historische, mit Solarzellen ausgestattete Gebäude noch Büroräume für weitere acht gemeinnützige Vereine und zusätzliche Seminar- und Konferenzräume zur Vermietung. Regelmäßige Kultur- und Bildungsveranstaltungen im Haus gehören ebenso zum Programm, wie stadtweite Festivals. Als wir vor 30 Jahren mit unserer mobilen Bildungsarbeit aus einem Doppeldecker-Bus heraus angingen, hätten wir das nie für möglich gehalten.

WELTLADEN: Welche Produkte lassen sich im Weltladen finden?

Silvia: Wir sind Mitglied im englischen Dachverband der Weltläden BAFTS

(British Association for Fair Trade Shops and Suppliers). Das bedeutet für uns, dass wir mindestens 60 Prozent unseres Sortiments von BAFTS Mitgliedsimporteuren beziehen. Ergänzend zu den Produkten aus dem Globalen Süden haben wir viele nachhaltige, alltägliche Produkte wie beispielsweise Bambus-Kaffee-Becher, biologische Hygiene- und Reinigungsmittel. Durch die Alltagsprodukte kommen Leute öfter in den Laden. Gerne hätte ich auch mehr Produkte mit einer Kombination aus regionalen und fair gehandelten Zutaten, zum Beispiel Schokolade aus fair gehandeltem Zucker und Kakao sowie regionaler Bio-Milch.

WELTLADEN: Was ist die größte Herausforderung für den Weltladen?

Silvia: Im Gegensatz zum „grünen Lifestyle“ ist es schwieriger, Menschen zu überzeugen. Wenn du dich gesund und biologisch ernährst, profitierst du selbst schließlich davon, indem dein Körper gesund bleibt. Bei fair gehandelten Produkten ist das anders – dabei profitieren vielmehr andere davon. Außerdem habe ich das Gefühl, dass das Wissen über den Fairen Handel der meisten Menschen bei Bananen, Kaffee und Tee stehen geblieben ist. Von fair gehandel-

tem Kunsthandwerk beispielsweise wissen viele nichts. Wir müssen insgesamt wieder attraktiver werden und den Menschen die Geschichten hinter den Produkten näherbringen!

WELTLADEN: Wie unterscheiden sich englische Weltläden zu deutschen?

Silvia: In England sind alle Fair-Handelsgeschäfte unabhängig. Es gibt nicht DEN Weltladen – sie haben unterschiedliche Namen, kein gemeinsames Logo oder Marketing und sind nicht alle untereinander vernetzt.

WELTLADEN: Hat der Brexit Auswirkungen auf eure Arbeit?

Martin: Der Brexit ist der totale Wahnsinn! Das Pfund hat an Wert verloren und somit sind die Preise erheblich gestiegen. Jetzt ist die Frage – erhöhen wir die Preise und riskieren, dass es niemand mehr kauft oder gleichen wir den Preisunterschied selbst aus. Auf jeden Fall wird es weitergehen.

Das Interview führte die in London lebende Ethnologin Katja Benkel. Das gesamte Interview können Sie auf www.weltladen.de nachlesen.



Kräutergarten des Zentrums



Hygieneartikel im Weltladen

10 Produkte für den Alltag

Ein Blick in den Terminkalender verrät Ihnen, dass heute ein Meeting nach dem anderen ansteht, bevor es mit den Kindern ins Schwimmbad geht. Morgen Abend entspannen Sie beim Yoga und am Wochenende treffen Sie Freund/innen zum Geburtstags-Brunch. Auf dieser Doppelseite stellen wir zehn Produkte vor, die helfen, die großen und kleinen Abenteuer des Alltags mit Freude zu meistern. Diese und viele weitere Alltagsprodukte finden Sie in den rund 800 Weltläden in Deutschland.

Schokolade

Diese Vollmilchschokolade ist süß und salzig zugleich – eine echte Gaumenfreude. Besonders ist auch, dass der gesamte Herstellungsprozess in Accra/Ghana mit Salz aus Südafrika stattfindet.
Importeur: fairafric



Kaffee

In diesem Bio-Kaffee steckt viel Geschmack und alternativer Kaffeehandel. Die 100 Prozent Arabica-Bohnen stammen von Kooperativen in der Nähe des Nationalparks Cerro Verde/ El Salvador und Marcala/Honduras. Er ist als Bohne, gemahlen und entkoffeiniert erhältlich.
Importeur: el rojito



Mehrwegbeutel

Mit den „Hello Food Bags“ gelingt der plastikfreie Einkauf von Obst und Gemüse ganz einfach. Die Mehrwegbeutel bestehen aus Bio-Baumwolle, sind waschbar und in verschiedenen Größen verfügbar. Sie werden von der Organisation MESH in Neu-Delhi/Indien gefertigt.
Importeur: dwp – die WeltPartner



Notizbücher

Diese farbenfrohen Bücher eignen sich hervorragend, um Gedanken niederzuschreiben. Sie umfassen 76 Seiten aus handgeschöpftem Papier und sind in Orange, Grün und Indigo erhältlich. Die Notizbücher werden von Handwerker/innen im Bundesstaat Tamil-Nadu/Indien hergestellt.
Maße: 17 x 21 cm.
Importeur: Sundara Paper Art



Wachstücher für Unterwegs

Das Bienenwachstuch hält Angeschnittenes frisch, deckt übriggebliebenes ab und packt Mitnehmbares ein. Die farbigen Stoffe werden in Jaipur/Indien mit Holzstempeln bedruckt und in Deutschland mit hochwertigem Demeter Bienenwachs imprägniert. Sie sind abwaschbar und in verschiedenen Größen und Mustern lieferbar.
Importeur: baghi fair fashion





Wendetasche

Die äußere Seite der Tasche besteht aus Baumwoll-Canvas, die innere aus recycelten Zement- oder Futtermittelsäcken. So können in der schönen Baumwolltasche auch die feuchten Schwimmsachen nach Hause getragen werden. Produziert von Kunsthandwerker/innen von CHAKO auf der Insel Sansibar/Tansania. Importeur: GEPA

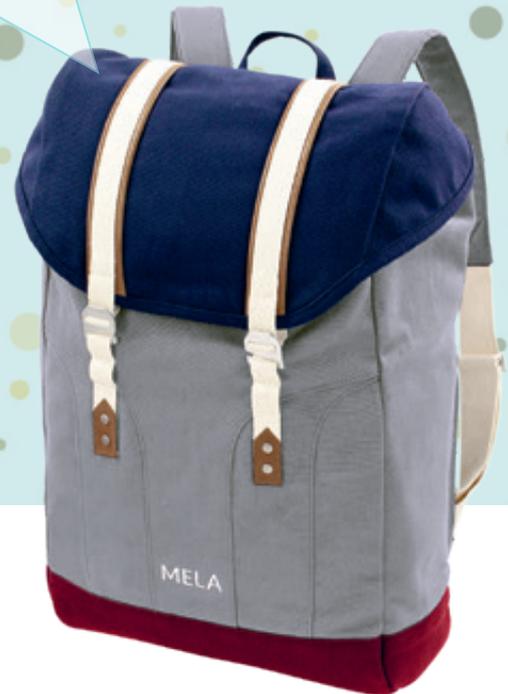
Kettenanhänger

Dieser Kettenanhänger trägt den Namen „Lluvia“, was Regen bedeutet. Er wird von Silberkunsthändler/innen in Taxco/Mexiko handgefertigt. Das Schmuckstück ist eine elegante Kombination aus 925er Sterling Silber und Markasit und zudem nickelfrei. Importeur: pakilia



Rucksack

Dieser Allrounder eignet sich mit einer Füllmenge von 20 Litern und einem innenliegenden Laptopfach sowohl als Tasche für den Büroalltag als auch für Tagesausflüge. Er besteht aus Baumwoll-Canvas, das Fairtrade- und GOTS-zertifiziert ist. Das pflanzlich gegerbte Leder ist chromfrei. Der Rucksack wird in einer Fabrik im Bundesstaat Gujarat/Indien gefertigt. Importeur: mela wear



Getrocknete Ananas

Die reifen bio- und fair-zertifizierten Früchte werden von tansanischen Kleinbäuer/innen im eigenen Projekt getrocknet. Der Snack enthält viel Vitamin C und Ballaststoffe, aber keinen zusätzlichen Zucker. Importeur: Kipepeo Bio&Fair



Sitzkissen

Diese praktischen und schönen Kissen bestehen zu 100 Prozent aus Schurwolle und sind waschbar. Handgefertigt von Produzentinnen der Kooperative Hatale aus Kathmandu/Nepal. Maße: ca. 40 cm Durchmesser, 5 cm hoch. Importeur: Frida Feeling



Vegane Energiewunder



Mit diesem Rezept kommen Sie mit viel Energie und Genuss aus dem Winter in den Frühling hinein. Wir zeigen Ihnen zwei Varianten: Der Energie-Taler gibt Ihnen im Büro oder zwischendurch neuen Schwung. Das Energie-Ei eignet sich vor allem in der Osterzeit als gesunde, vegane Alternative zu Schokoladeneiern.



ZUTATEN

300 g Cashewkerne*

300 g Datteln*

Als Verzierung für die Energie-Eier eignen sich z.B. Kakaopulver*, Kokosflocken* und Matcha-Tee

Oblaten (für Energie-Taler)

Die mit * gekennzeichneten Zutaten erhalten Sie auch in Weltläden.

Dieses und viele weitere vegane Rezepte finden Sie unter www.vegan-taste-week.de.

ZUBEREITUNG

Cashews und Datteln in eine leistungsstarke Küchenmaschine (alternativ: Standmixer oder Pürrierstab) geben und kräftig mischen, bis eine gleichmäßige Masse entsteht, die sich gut formen lässt.

ENERGIE-TALER

Masse ausrollen und mit einer runden Form kleine Taler in der Größe einer Oblate ausstechen. Oblaten beidseitig auf den Taler drücken. Der Teig ergibt rund 60 Taler.

ENERGIE-EIER

Kleine Stücke der Masse in den Händen zu Eiern formen und nach Herzenslust verzieren, z.B. durch Rollen der Eier in Kokosflocken, Matcha- oder Kakaopulver. Der Teig ergibt ca. 10 Eier.

Deo-Creme selbst machen

DO IT YOURSELF – diesem Trend folgen vor allem junge Menschen. Sie basteln mit Freude das individuelle Geburtstags-geschenk, bauen günstige Paletten-Möbel oder machen ihre Kosmetik selbst, um Plastikverpackungen und Zusatzstoffe zu vermeiden.

Das Kosmetiksortiment, das Mensch mit einfachen Mitteln schnell selbst machen kann, reicht von Augen-Make-up-Entferner, über Seife und Zahnpasta bis hin zu Body-lotion. Bei all diesen Produkten kommt die Kokosnuss zum Einsatz.

Vor allem das Öl soll wahre Wunder bewirken. Es enthält Laurinsäure, die antibakteriell wirkt und der Vermehrung geruchsbildender Bakterien entgegenwirkt.

Wir zeigen Ihnen, wie Sie sich Ihre eigene Deo-Creme leicht und schnell herstellen können.

Ihr neues Deo ist in einem verschlossenen Gläschen etwa drei Monate haltbar. Es kann auch im Kühlschrank gelagert werden.

SIE BENÖTIGEN:

- 2 TL Natron
- 2 TL Speisestärke
- 6 TL Kokosöl*
- 5 Tropfen ätherisches Öl*
(Duft Ihrer Wahl)

Die mit * gekennzeichneten Zutaten erhalten Sie auch in Weltläden.



UND SO GEHTS:

1. Zutaten bereitstellen.
2. Natron und Stärke gleichmäßig vermischen.
Flüssiges Kokosöl (schmilzt gut auf der Heizung) nach und nach dazugeben, bis eine cremige Paste entsteht.
Ätherisches Öl unterrühren.
3. Umfüllen in ein schönes Gläschen mit Deckel.

Bilder: Weltläden-Dachverband/C. Albuschkat

Anzeige



Fairer Handel
NEPALAYA
für faire Arbeit

Sommer 2019
www.nepalaya.de
+49 (0) 7663 94 27 003

Wie funktioniert?

Das Engagement des Weltladens in der Kommune

Weltläden sind Fachgeschäfte des Fairen Handels, Orte des Globalen Lernens und der politischen Kampagnenarbeit. Sie vernetzen sich in der Kommune, um den Fairen Handel, einen nachhaltigeren Lebensstil und soziale Gerechtigkeit zu stärken. Dieses vielfältige und meist ehrenamtlich getragene Engagement ist vielen Menschen unbekannt, daher stellen wir Ihnen einige Beispiele vor. Erkundigen Sie sich in Ihrem Weltladen über die dortigen Aktivitäten, beteiligen Sie sich an Prozessen oder stoßen Sie neue Initiativen an, um eine nachhaltigere Stadtgesellschaft in Ihrer Kommune mitzugestalten.

Eine Fairtrade-Town werden

Städte und Gemeinden können sich von Fairtrade Deutschland als Fairtrade-Town auszeichnen lassen. Dafür müssen sich in der Stadt möglichst viele Akteure, die den Fairen Handel stärken wollen, miteinander vernetzen und darauf hinwirken, dass die Kommune bestimmte Kriterien erfüllt. Weltläden sind häufig Initiatoren der Kampagne in ihrer Kommune, bringen Kontakte mit und halten den Prozess am Laufen. Gemeinsam mit der Stadtverwaltung, Unternehmen, Vereinen und Kirchengemeinden machen sie den Fairen Handel lokal sichtbar und bekannter. Mehr Infos unter www.fairtrade-towns.de.



Die Stadtverwaltung kauft fair

Die öffentliche Hand investiert jährlich Steuergelder in Höhe von über 480 Milliarden Euro für Produkte und Dienstleistungen. Kommunen tragen dabei einen Anteil von etwa 60 Prozent. Sie wollen, dass auch beim städtischen Einkauf mehr auf Fairen Handel geachtet wird? Viele Weltläden wollen das auch. Sie setzen sich dafür ein, dass die Stadtverwaltung nicht nur ihren Kaffee und Präsente im Fachgeschäft des Fairen Handels einkauft, sondern beispielsweise auch Dienstkleidung von Feuerwehr und Krankenhauspersonal sowie Pflastersteine aus sozialverantwortlicher Produktion beschafft werden.



Stadtrundgänge als Impulsgeber

Weltläden bieten mit Kooperationspartnern „globalisierungskritische“ oder „nachhaltige“ Stadtrundgänge an. Sie führen zu Orten, die besonders für oder gegen einen nachhaltigen Lebensstil stehen. So lernen die Teilnehmer/innen, wie sie sich in ihrer Stadt für mehr Nachhaltigkeit einsetzen können – durch den eigenen Konsum oder politische Aktionen.



Solidarität im Alltag leben

Weltläden engagieren sich für eine gerechtere Weltwirtschaftspolitik, die Fluchtursachen wie Armut und Hunger verhindern könnte. In einigen Weltläden können Geflüchtete ein Praktikum machen und somit mit der deutschen Sprache und Menschen jenseits der Behörden in Kontakt treten. Zudem unterstützen Weltläden zahlreiche politische Aktionen und organisieren Veranstaltungen in Kooperation mit Flüchtlingsinitiativen und Vereinen von Migrant/innen.



Fair und Bio zusammendenken

Die aktuelle Wirtschaftsweise wie z.B. die industrielle Landwirtschaft und ressourcenintensive Lebensstile wirken sich gravierend auf Umwelt, Klima und Menschen aus. Weltläden greifen diese Zusammenhänge in Veranstaltungen auf, engagieren sich zusammen mit anderen Gruppen gegen den Klimawandel, kooperieren mit Initiativen wie der Solidarischen Landwirtschaft und achten selbstverständlich auch beim eigenen Einkauf auf „bio-regio-fair“.



Iris Degen,
freiberufliche Referentin und Moderatorin im Themenfeld
Fairer Handel und öko-soziale Beschaffung.

Illustrationen: Christian Mentzel (cmuk)

DIE 10 GRUNDSÄTZE DES FAIREN HANDELS



Die World Fair Trade Organization (WFTO) setzt 10 Prinzipien fest, die Fair Handels-Organisationen in ihrer alltäglichen Arbeit einhalten sollten, und stellt mit einem Monitoring die Einhaltung dieser Prinzipien sicher. www.wfto.com

Ihr Weltladen in Ihrer Nähe:

WUSSTEN SIE SCHON ...

... dass der Begriff „Fairer Handel“ nicht rechtlich geschützt ist?

Gerade deshalb nehmen Weltläden mit ihren Lieferanten ihre Verantwortung sehr ernst und arbeiten transparent und gewissenhaft. Sie orientieren sich an der Konvention der Weltläden und den zehn Prinzipien des Fairen Handels der World Fair Trade Organization.