



Im Weltladen in Flein bieten Dagmar Hauth (links) und Doris Thilo neben Produkten aus aller Welt auch regionale Spezialitäten wie Nudeln an. Diese sind dann deutlich gekennzeichnet. Fotos: Mario Berger



Statt wie früher einen fair gehandelten Kaffee bieten Paula Friedrich (rechts) und Marion Moser heute im Weltladen in Weinsberg bis zu 20 verschiedene Röstungen an. Das Interesse der Kunden ist groß.

Von unserer Redakteurin  
Milva-Katharina Klöppel

Wie ein Weltladen riecht? Vor 30 Jahren wussten es die drei Kinder von Paula Friedrich ganz genau. „Mama, du riechst nach Weltladen, haben sie häufiger gesagt, wenn ich abends vom Arbeiten nach Hause kam“, erinnert sich die 63-Jährige und schmunzelt. Seither hat sich nicht nur im Weltladen in Weinsberg eine Menge verändert. Los ging es dort 1987 in einer Scheune in der Florian-Geyer-Gasse. „Damals war nur Freitagnachmittag geöffnet“, sagt Friedrich, die seit 1994 aktiv dabei ist. Heute ist sie die Vorsitzende des Vereins „Eine-Welt-Initiative Weinsberg“.

**Steigender Umsatz** Mit dem Umzug in neue Räumlichkeiten vor 30 Jahren konnte das Angebot vergrößert werden. Und doch tickten die Uhren damals noch ganz anders als heute: „Bei einigen Verkaufsschichten im Laden hatte ich meine Kinder dabei“, denkt Friedrich laut an die Zeit zurück, in der sie als junge Mutter nach der Kinderpause wieder ins Berufsleben startete. „Das wäre heute undenkbar.“ Die heutigen Kunden besuchen die ehrenamtlich geführten Weltläden mit den gleichen Ansprüchen wie den normalen Einzelhandel. „Wir sehen uns als Fachgeschäft des Fairen Handels“, erklärt Friedrich. Und der boomt. 2020 haben die Deutschen für faire Produkte 1,8 Milliarden Euro ausgegeben, knapp zehn Jahre zuvor, 2011, waren es lediglich 477 Millionen Euro. Weltläden verkauften 2020 fair gehandelte Produkte im Wert von 72 Millionen Euro – das entspricht einem Umsatzrückgang von 13,3 Prozent im Vergleich zu 2019. Dieser hängt jedoch vor allem mit Ladenschließungen und leeren Innenstädten infolge der Pandemie zusammen. Insgesamt sind die Weltläden gut durch die Krise gekommen, Geschäftsaufgaben ließen sich verhindern. Die Befürchtung, wenn es überall fair gehandelte Waren gibt, seien die Nischengeschäfte der Dritte-Welt-Aktivistinnen nicht mehr nötig, hat sich in den vergangenen zehn Jahren nicht bewahrheitet.

Die meisten Kunden in der Weinsberger Seufherheldstraße kaufen Lebensmittel. Am besten gehen Tee, Kaffee und Schokolade. Die gehört

## Die Pioniere des Fairen Handels

REGION Eine-Weltläden engagieren sich in vielen Bereichen und suchen motivierten Nachwuchs

### Weltläden in der Region



auch zu den Lieblingsprodukten von Marion Moser – Fleur de Sel, vegan. Die 32-Jährige ist ein Glücksfall für Paula Friedrich und ihre Mitstreiter. „Ich möchte mich sinnvoll für meine Umwelt engagieren“, sagt die Weinsbergerin, die in unmittelbarer Nähe des Weltladens wohnt. In der Regel übernimmt die junge Frau, die neben dem Ehrenamt Vollzeit im Personalwesen arbeitet, die Schicht am Freitagnachmittag. „Unser Team besteht aus 13 Frauen und Männern“, sagt Friedrich. Da muss jeder mindestens einmal in der Woche entweder von 9 bis 12.30 Uhr oder 14 bis 18 Uhr hinter dem Verkaufstresen stehen.

„Die Produkte im Weltladen haben ein Gesicht.“

Dagmar Hauth,  
Weltladen Flein

Ganz ähnlich wie in Weinsberg sieht es auch in Flein aus. Dort besteht das Team aus rund 20 Personen. Das Durchschnittsalter liegt etwa bei Mitte 60. Nachwuchs ist entsprechend jederzeit willkommen. „Gerade jetzt in der Corona-Zeit war es nicht immer einfach die Schichten mit zwei Personen zu besetzen“, berichtet die Vorsitzende Dagmar Hauth. „Die Sorge vor einer Ansteckung, Urlaube oder Enkelalarm machen es nicht leichter“, so die 66-Jährige. Doch in dem freundlichen Laden im Zentrum Fleins gibt es immer etwas zu tun – neue Ware muss ausgezeichnet werden, Geschenke wollen eingepackt werden.

Wie sehr sich die Weltläden verändert haben, kann auch Mitarbeiterin Doris Thilo bestätigen. Früher seien vor allem die einen Meter hohen Giraffen aus Holz gefragt gewesen, heute kommen die unterschiedlichen Upcycling-Produkte wie Rucksäcke oder Taschen besonders gut an. „Die junge Kundschaft fragt auch vermehrt nach veganen Produkten“, so die 66-Jährige, die im August 2005 dem Aufruf nach Mitarbeitern folgte und seitdem geblieben ist. Die Menschen, die zu ihnen in die Ilsfelder Straße 5 kommen, beschreiben Thilo und Hauth als „aufgeklärte Kunden mit einer gewissen Kaufkraft“.

**Einsatz** Dagmar Hauth betont, dass „die Produkte im Weltladen ein Gesicht haben“. Von den meisten Kaffeeverpackungen lacht ein Bauer, der erklärt, warum die Packung teurer ist als Ware aus konventionellem Handel: Fair ist teurer, weil fair gerechter ist. Die Kleinbauern erhalten einen Preis, der über dem des Weltmarkts liegt, außerdem langfristige Verträge und auf Wunsch eine Vorfinanzierung. Mit einem höheren und verlässlichen Einkommen sollen die Produzenten der Abhängigkeit von Großgrundbesitzern entkommen – und der Armut.

Wichtig für die Weltladen-Initiativen ist auch die Bildungsarbeit – coronabedingt in den vergangenen Monaten leider sehr eingeschränkt. Aber sowohl in Flein als auch in Weinsberg freut man sich bereits wieder auf den Besuch von Schulklassen. Übrigens beziehen beide Läden ihren Strom über den Ökostrom-Anbieter Naturstrom und sammeln alte Handys für eine fachgerechte Entsorgung oder Wiederverwertung.

## „Unsere Lieferketten sind transparent“

Soziale Kriterien bei der Produktion stehen im Vordergrund

Von unserer Redakteurin  
Milva-Katharina Klöppel

**INTERVIEW** Inzwischen gibt es zwar fast überall faire Produkte – doch überflüssig haben die neuen Geschäfte die alten Weltläden nicht gemacht. Mehr Vertriebswege bedeuten nicht unbedingt mehr Qualität. Und so müssen die Wegbereiter des Fairen Handels weiter für eine bessere Welt kämpfen. Und sich dabei neu erfinden, wie Christoph Albuschkat im Gespräch erklärt.

Was haben Sie zuletzt in einem Weltladen gekauft?  
**Christoph Albuschkat:** Erdnüsse – als Geschenk für einen Freund.

Für Geschenke sind die Weltläden sehr beliebt. Dabei bieten sie so viel mehr und häufig haften ihnen ein eher altbackenes Image an. Wie kommt das?

**Albuschkat:** Das stimmt und ist sehr bedauerlich. In den vergangenen Jahren haben sich viele der rund 900 Weltläden extrem gewandelt – sind modern, hell und einladend. Allerdings gibt es auch noch einige Läden, die an die 1980er-Jahre erinnern und beispielsweise nicht täglich geöffnet haben.

Wie ging es denn mit den Weltläden überhaupt los?  
**Albuschkat:** Vor etwas mehr als 50 Jahren forderten christliche Jugend- und Studentenorganisationen mit sogenannten Hungermärschen in 70 deutschen Städten faire Handelsbeziehungen

mit dem Globalen Süden. Etwa 30.000 vor allem junge Menschen nahmen 1970 in ganz Deutschland daran teil, was stark an die Fridays-for-Future-Demonstrationen heute erinnert. Auf Festivals und Basaren wurden die ersten fair gehandelten Waren verkauft – mit Unterstützung aus den Niederlanden, die da bereits einen Schritt weiter waren. 1973 eröffnete dann in Stuttgart der erste Weltladen, allerdings noch unter dem Namen Dritte-Welt-Laden.

Jeder Weltladen bietet sein eigenes Sortiment an. Woher werden die Waren bezogen?

**Albuschkat:** Die Leute vor Ort wissen am besten, was die Kundschaft wünscht. In einer Weinregion ist es beispielsweise nicht unbedingt sinnvoll, einen Wein aus Südafrika im Angebot zu haben – das kann in Hamburg schon ganz anders sein. Wir überprüfen potenzielle Lieferanten, ob sie den Kriterien des Fairen Handels entsprechen. Ist das der Fall, nehmen wir sie in unseren Lieferantenkatalog auf, aus dem die Weltläden dann ihre Waren aussuchen können.

Bei meinen Besuchen in zwei Weltläden habe ich festgestellt, wie viel Wissen sich die ehrenamtlichen Mitarbeiter aneignen müssen.

**Albuschkat:** Das ist richtig, unter anderem, weil das Produktsortiment im Weltladen so breit ist. Als Dachverband bieten wir den Weltläden eine Vielzahl von Fortbildungsmaßnahmen und Hintergrundinformationen. Vor Corona kamen auch

immer wieder Produzenten nach Deutschland, um direkt über ihre Situation in den Ländern vor Ort zu informieren – jetzt sind wir online im Austausch.

Aktuell ist ja die Transparenz der Lieferketten ein großes Thema – ist das eine Bestätigung für Ihr Konzept der Weltläden?

**Albuschkat:** Auf jeden Fall, denn unsere Lieferketten sind transparent und wir stehen auch in Krisenzeiten an der Seite unserer Handelspartner. Bei uns stehen vor allem die sozialen Kriterien bei der Produktion im Vordergrund, rund 80 Prozent der Lebensmittel in Weltläden sind darüber hinaus auch bio-zertifiziert.

Sie sprachen von den Parallelen zu Fridays for Future – eine Bewegung, die mit Idealen der Weltläden übereinstimmt. Warum sieht man dennoch relativ wenige junge Menschen in den Weltläden?

**Albuschkat:** Meine Tochter ist 14 Jahre und hat gerade ihr Schulpraktikum im Weltladen gemacht. Es ist unsere Herausforderung für die nächsten Jahre, deutlich zu machen, wie viele Aufgabenbereiche Weltläden bieten – von der Social-Media-Arbeit bis zu Straßenaktionen.

Und es machen bis heute noch neue Weltläden auf?  
**Albuschkat:** In der Tat. Einige auch mit spannenden Konzepten wie der Konzentration auf Textilien – ein Bereich, in dem das Angebot des Fairen Handels seit ein paar Jahren stark wächst.



### Zur Person

**Christoph Albuschkat** ist 52 Jahre alt und gelernter Diplom-Geograph. Er arbeitet seit 1999 beim Weltladen-Dachverband in Mainz und ist dort unter anderem für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig. Etwa die Hälfte aller Eine-Weltläden in Deutschland ist Mitglied in dem Dachverband. mkk