



Die Rheinische Affaire

Bonn
Café

100% BIO-Arabica
fair gehandelt



Fair einkaufen in Bonn



www.bonn.de

BONN

Die Stadt

Zitat

„Es ist nicht genug zu wissen, man muss es auch anwenden;
Es ist nicht genug zu wollen, man muss es auch tun!“

Johann Wolfgang von Goethe (1749-1832)

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
Der Faire Handel - Einführung	3
Faire Produkte im Überblick	3
Kaffee	4
Tee	5
Schokolade / Kakao	6
Orangensaft	7
Bananen	9
Honig	10
Sonstige Nahrungsmittel	12
Blumen	12
Fußbälle	13
Teppiche	14
Handwerksartikel, Textilien, Spielzeug	15
Woran sind fair gehandelte Produkte zu erkennen?	15
Fair einkaufen - aber wo?	20
Stimmen zum Fairen Handel	21
Initiativen in Bonn: Beispielhafte Projekte	23
Fair-Café des Friedrich-List-Berufkollegs	23
Eine-Welt-Lädchen in Bonn-Buschdorf	24
Bonn-Café	25
Jecke Fairsuchung	26
Weitere Informationen	27
Adressen (eine Auswahl)	28
Fairer Handel im Netz	29

Vorwort

„Global denken - Lokal handeln“: Das ist das Motto der Agenda 21, einem Handlungskatalog zur nachhaltigen Entwicklung des 21. Jahrhunderts. Auf der Weltkonferenz für Umwelt und Entwicklung 1992 in Rio de Janeiro wurde dieser Katalog von über 170 Staats- und Regierungschefs beschlossen. Gerade beim täglichen Einkauf lässt sich die Aufforderung, die in dem Motto der Agenda 21 steckt, ganz konkret umsetzen. Für uns alle bietet sich hier die Möglichkeit, weltweite Prozesse zu beeinflussen. Unser Konsumverhalten bestimmt die Produktion und Produktionsbedingungen in den Ländern des Südens. Die bewusste Kaufentscheidung für fair gehandelte Produkte wie Kaffee, Tee oder Orangensaft hat direkte Auswirkungen für die Menschen in den Herstellungsländern. Bei fair gehandelten Produkten ist garantiert, dass die Produzentinnen und Produzenten eine gerechte Entlohnung für ihre Arbeit erhalten. Langfristige Verträge und sichere Abnahmemengen ermöglichen es ihnen, mit dem Einkommen zu planen.

Die Stadt Bonn als „Zentrum für Internationale Zusammenarbeit“ sieht sich in besonderem Maße verpflichtet, zu global-verantwortlichem Handeln anzuregen. Hierzu liefert Ihnen diese Broschüre interessantes Hintergrundwissen, praktische Tipps und eine Übersicht von Verkaufsstätten.

Bemerkenswert ist, in wie vielen Märkten, kleineren Geschäften und Kirchengemeinden in Bonn fair gehandelte Produkte gekauft werden können. Doch nur wenn wir diese in unserer Kaufentscheidung verstärkt berücksichtigen, werden diese fair gehandelten Produkte im Sortiment bleiben. Es wäre daher schön, wenn Sie mit jeder Entscheidung für ein fair gehandeltes Produkt, einen aktiven Beitrag dazu leisten.

In diesem Sinne: Lassen Sie sich zum Einkaufen **fair**führen!

Bäbel Dieckmann

Ihre
Bäbel Dieckmann

Der Faire Handel - Einführung

Fairer Handel oder Fair Trade sind keine gesetzlich geschützten Begriffe. Im allgemeinen werden darunter die Initiativen des alternativen Welthandels verstanden, die für gerechtere Strukturen und eine gerechte Umverteilung auf dem Weltmarkt eintreten.

Auf der Generalversammlung der IFAT (International Federation of Alternative Trade), einem 1989 gegründetem weltweiten Netzwerk von Fair-Trade-Organisationen, wurde folgende Definition verabschiedet:

„Fairer Handel ist eine Handels-Partnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt aufbaut und sich um mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel bemüht. Er trägt zu einer nachhaltigen Entwicklung bei, indem er benachteiligten Produzenten und Arbeitern in den Ländern des Südens bessere Handelskonditionen bietet und ihre Rechte sichert.“ (Quelle: www.aktionsprogramm2015.de)

Faire Produkte im Überblick

Nuß-Nougat-Cremes, Fußbälle und Blumen? Was haben diese Dinge gemeinsam? Richtig: Sowohl der süße Brotaufstrich, der Spielball als auch die Blumen, die Freude bereiten sollen, gibt es als fair gehandelte Ware zu kaufen und das sind längst nicht alle Produkte. Die Palette der Produkte des Fairen Handels wächst und den Verbraucherinnen und Verbrauchern steht ein reichhaltiges Warenangebot zur Verfügung. Im folgenden werden beispielhaft Produkte dargestellt, die alltäglich konsumiert werden. Es handelt sich dabei überwiegend um sogenannte Kolonialwaren. Die produzierenden Länder sind oft ehemalige, vor allem europäische Kolonien und stark vom Export einiger weniger Rohstoffe abhängig. Die eigene Volkswirtschaft in diesen Ländern unterliegt somit den starken Preisschwankungen der Rohstoffmärkte.

Kaffee - Genuss für wache Menschen

Kaffee war eines der ersten Produkte, die über den Fairen Handel verkauft wurden. Heutzutage gibt es ein großes Angebot hochwertiger Sorten. Auch Schonkaffee, Espresso und Cappuccino haben mittlerweile Eingang in das faire Sortiment gefunden. Kaffee ist mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von fast 165 Litern pro Jahr das beliebteste Getränk in Deutschland.

Kaffee ist nach Erdöl der weltweit wichtigste Exportrohstoff. In 76 Anbauländern der "Dritten Welt" leben über 100 Millionen Menschen von der Produktion, Verarbeitung und vom Vertrieb dieses landwirtschaftlichen Rohprodukts. Dabei erhalten die Kleinproduzenten nur einen sehr geringen Anteil des Ladenpreises. Von solch niedrigen Margen können selbst bei steigenden Weltmarktpreisen Kleinbauernfamilien nicht mehr menschenwürdig existieren. Aber warum macht Kaffee nicht so reich wie Erdöl? Erdöl ist dem Kaffee als Handelsware weit überlegen: Beim Erdöl kann die Ernte nicht verhaseln und wenn der zu erzielende Preis auf dem Weltmarkt schlecht ist, kann der Hahn einfach zugedreht werden. Das Erdöl verdirbt nicht, während der Kaffee sein Aroma verliert. Außerdem muss der Kaffeebaum über Jahre gepflegt werden, unabhängig vom Weltmarktpreis.



Für den Fairen Handel gelten Mindestpreise, die von FLO (Fairtrade Labelling Organizations) in Absprachen mit den Produzenten und den nationalen Mitgliedsorganisationen festgesetzt werden und die unabhängig von den Preisschwankungen auf den Märkten zu bezahlen sind. Sie decken sowohl die Produktionskosten ab, die unter menschenwürdigen Arbeits- und Lebensbedingungen durchschnittlich entstehen, als auch die alltäglichen Lebenshaltungskosten. Die Kleinbauerngenossenschaften erhalten durch den Fairen Handel stabil angemessene Preise.

Welche Kriterien erfüllen die Kaffeeproduzenten?

Der Faire Handel mit Kaffee fördert gezielt die besonders benachteiligten kleinbäuerlichen Familien und deren Selbsthilfe-Initiativen. Genossenschaften, die ihren Kaffee zu fairen Bedingungen verkaufen wollen, verpflichten sich vertraglich zur Einhaltung folgender Kriterien:

- Bei den Genossenschaftsmitgliedern handelt es sich überwiegend um kleinbäuerliche Familienbetriebe.
- Die Kleinbauern sind an allen wichtigen Entscheidungen ihrer Genossenschaft direkt und demokratisch beteiligt. Dies gilt insbesondere für die Kontakte zum Management, aber auch für die Verwendung des Mehrerlöses aus dem Fairen Handel.
- Transparenz von Management und Verwaltung müssen gegeben sein.
- Die Genossenschaften müssen politisch unabhängig sein und eine demokratische Struktur aufweisen.
- Der Einsatz der alternativen Handelsorganisationen für eine nachhaltige Entwicklung von Ökologie, Bildung und Frauenförderung muss durch die Genossenschaften unterstützt werden.

Tee - Gerechter Aufguss

Indien, Sri Lanka (früher Ceylon), Tansania, Nepal, Kenia – fast alle großen Tee-Exportländer sind ehemalige Kolonien des britischen Empire. Noch heute gehören Anbau und Verkauf der aromatisch-anregenden Blätter zu den wichtigsten Devisenbringern.



Tee kommt, im Gegensatz zu Kaffee, in der Regel nicht aus kleinbäuerlichen Strukturen, sondern von Plantagen. Tee ist sowohl von seiner Geschichte als auch von seiner aktuellen Rolle im Welthandel für den Fairen Handel prädestiniert, denn er erzeugt auf den internationalen Märkten längst nicht die Preise, die er als landwirtschaftliches Spitzenerzeugnis eigentlich verdient hätte.

Einen einheitlichen Marktpreis für Tee gibt es nicht, da die Unterschiede in der Anbauregion, Jahreszeiten und Verarbeitungsmethoden extreme Preisdifferenzen bedingen. Im Fairen Handel werden immer Preise bezahlt, die mindestens die Produktionskosten decken.

Auf diesen kostendeckenden Preis kommt ein spezifischer Aufschlag, der gezielt für die Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen der Plantagenarbeiter und Pflückerfamilien verwendet wird. Dieses Geld wird in einen Fonds einbezahlt, über dessen Verfügung die Plantagenbelegschaft weitestgehend gleichberechtigt mitbestimmt.

Schokolade - Naschen ohne bitteren Beigeschmack



Über 90 Prozent der weltweit konsumierten Schokolade wird in den Industrieländern verpackt. Der Hauptrohstoff Kakao wird ausschließlich in Ländern der „Dritten Welt“ erzeugt.

Mehr als 50 Prozent der Kakao-Weltproduktion kommt aus Westafrika. Aber auch in Lateinamerika wird Kakao angebaut. Der Kakaomarkt ist einer der instabilsten Märkte der Welt. Der Weltmarktpreis von Rohkakao deckt

oft nicht mal die Kosten, die die Kakaobauern für Anbau und Pflege aufwenden müssen.

Wie beim Kaffee sind im fairen Kakaohandel Organisationen von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern die Partnerinnen und Partner. Sie verpflichten sich, ihre Genossenschaft und Kooperative demokratisch zu führen und gemeinsam über die Verwendung der Mehrerlöse aus dem Fairen Handel zu entscheiden.

Schokolade stellt als Mischprodukt besondere Anforderungen an den Fairen Handel. Sie enthält neben Kakao auch andere Bestandteile, wie zum Beispiel Zucker, Milch oder Milchpulver und Aroma-

stoffe, die nicht alle aus dem Fairen Handel stammen. Allerdings gilt: Mindestens 51 Prozent der Zutaten müssen fair gehandelt sein. Bei Schokolade wird diese Mindestanforderung von Kakao und Zucker erfüllt. Alle übrigen Zutaten müssen aus Quellen stammen, die mit dem Fairen Handel vereinbar sind, das heißt Verzicht auf ausbeuterische Kinderarbeit und geringe Umweltbelastung.

Wie nutzen die Erzeuger die Preisvorteile des Fairen Handels?

Beispiel Ghana:

Die Kakaogenossenschaft Kuapa Kokoo aus Ghana ist ein Zusammenschluss zahlreicher Dorfvereinigungen der Regionen Ashanti, in der rund 30.000 Kleinbauernfamilien organisiert sind. Der Aufschlag bei der Herstellung von TransFair-Kakao hat zu zahlreichen einkommensschaffenden- und Infrastruktur-Projekten geführt. In entlegenen Dörfern wurden Bohrlöcher für sauberes Trinkwasser angelegt. Wichtig ist auch der Anbau von Produkten für den Eigenbedarf und den lokalen Markt wie Erdnüsse, Kochbananen, Seifen aus Kokoschalen und Palmöl. Diese Projekte kommen besonders den Frauen der Kleinbauern zugute.

Quelle: TransFair e.V.

Faire Preise für O-Saft

Lediglich ein kleiner Teil des in Deutschland getrunkenen Orangensaftes kommt aus Europa, beispielsweise aus Spanien.



90 Prozent des konsumierten Orangensaftes stammt aus Brasilien. Die arbeitsintensive Produktion und die relativ teure Verarbeitung schlagen sich in dem bei uns sehr preiswert erhältlichen Orangensaft nicht nieder. Diese Tatsache führt dazu, dass einerseits Kleinbäuerinnen und Kleinbauern ins Abseits gedrängt und oft zur Aufgabe ihrer Orangenproduktion gezwungen werden. Andererseits werden den Pflückerinnen und Pflü-

ckern, die in den Orangenplantagen als Tagelöhner arbeiten, extrem niedrige Löhne gezahlt. Ein weiteres Problem ist das der ausbeuterischen Kinderarbeit. Wie viele Kinder auf den Orangenplantagen arbeiten, lässt sich nur schwer schätzen. Vorsichtige Schätzungen kalkulieren allein auf Brasiliens Plantagen 1 bis 2 Millionen Mädchen und Jungen unter 14 Jahren.

Für den Fairen Handel gelten der Verzicht auf ausbeuterische Kinderarbeit und Mindestpreise, die von FLO und ihren nationalen Mitgliedsorganisationen festgesetzt werden und die unabhängig von den Preisschwankungen auf den Märkten zu bezahlen sind. Sie decken sowohl die unter fairen Bedingungen entstehenden Produktionskosten als auch die alltäglichen Lebenshaltungskosten ab.



Maria Teresa Junqueira Ayres (76):

“Ich komme aus Salvador da Bahia in Brasilien. Nur wenige in Deutschland wissen, dass fast 90 Prozent des hier angebotenen Orangensaftes aus meiner Heimat kommt. Ausbeuterische Kinderarbeit ist dabei dort keine Seltenheit. Der Faire Handel eröffnet vielen Familien neue Zukunftsperspektiven. Deshalb bin ich froh, in meiner zweiten Heimat durch den Kauf von fair gehandeltem Orangensaft etwas zur Verbesserung der Lebensbedingungen der Produzentinnen und Produzenten in meiner Heimat Brasilien beitragen zu können.“

Wie nutzen die Erzeuger die Preisvorteile des Fairen Handels?

Ein Beispiel aus Brasilien:

Für die Bewohner von Santa María, war es ein besonderes Ereignis: Nach wenigen Wochen emsiger Bautätigkeit konnten das neu ausgestattete Gesundheitszentrum und die erweiterte Kinderkrippe ihrer Bestimmung übergeben werden. Ermöglicht wurden die lange erhofften Verbesserungen durch die Arbeiterinnen und Arbeiter selber. Die Prämie aus dem Verkauf des fair gehandelten Orangensafts,

floss hier unter anderem in diese beiden Projekte, deren Realisierung aus Mangel an Ressourcen vorher kaum für möglich gehalten wurde.

Zusätzlich wurde ein Ausbildungs-, und Wohnprojekt für die Pflückerfamilien finanziert. Zwei ausgebildete Sozialarbeiterinnen erarbeiten gemeinsam mit den Pflückerfamilien neue Zukunftsperspektiven. Die höheren Preise für die Früchte ermöglichen den Beteiligten die Armut zu überwinden und sind somit auch ein nachhaltiges Mittel gegen ausbeuterische Kinderarbeit in der Anbauregion.

Quelle: TransFair e.V.

Bananen - „krumme“ Früchte zu fairen Preisen

Bananen gedeihen rund um den Globus in Äquatornähe. Bei einem gleichmäßig warmen Klima, reichlich Sonne und gut verteilten



Niederschlägen können sie das ganze Jahr über geerntet werden. Als süße Exportfrucht wird die Banane hauptsächlich in Mittel- und Südamerika, in der Karibik und auf den Kanarischen Inseln angebaut.

Die Europäische Union führt etwa 40 Prozent aller weltweit exportierter Bananen ein und bildet damit den größten Absatzmarkt. In Deutschland gehören Bananen nach Äpfeln zum meist verzehrten Frischobst. Die EU greift mit länderbezogenen Mengenkontingente, Einfuhrlizenzen und gestaffelten Zollsätzen in den Bananenhandel zum Nachteil der Bananenproduzenten aus Mittel- und Südamerika ein.

Für den fairen Bananenhandel gelten Mindestpreise, die von FLO und ihren nationalen Mitgliedsorganisationen in Abstimmung mit den Produzenten festgesetzt werden. Sie sind unabhängig von den Preisschwankungen auf den Märkten zu bezahlen und enthalten in jedem Fall einen Aufschlag für Investitionen in die Infrastruktur, in Bildung, Gesundheit und ökologische Verbesserungen. Außerdem decken sie alle Produktionskosten ab, die unter menschenwürdigen Arbeits- und Lebensbedingungen durchschnittlich entstehen.

Seit 1986 werden fair gehandelte Bananen, die von Kleinproduzenten angebaut werden, nach Deutschland importiert. Die süßen Früchte werden in Süd- und Mittelamerika unabhängig von multinationalen Konzernen produziert und vermarktet. Es gibt sie in Weltläden, Naturkostgeschäften und einigen Supermärkten.



Faire Preise für Honig

Honig zählt nicht zu der Gruppe klassischer Kolonialwaren. Auch in Deutschland wird Honig produziert. Aber nur 20 Prozent der Honig-Nachfrage können aus heimischer Produktion befriedigt werden, die restlichen 80 Prozent kommen zum überwiegenden Teil aus der "Dritten Welt".



Ähnlich wie in Deutschland ist für viele Kleinbäuerinnen und Kleinbauern in den Ländern des Südens die Imkerei eine wichtige Nebenbeschäftigung zur Selbstversorgung. Der Verkauf von Honig bringt ihnen ein bescheidenes Maß an Bargeld. Honig ist ein interessantes Diversifizierungsprodukt für Produzentengruppen, die ansonsten überwiegend vom

Anbau eines landwirtschaftlichen Produktes leben.

Der Preiswettbewerb auf dem Weltmarkt wirkt sich existenzgefährdend auf die Menschen aus, die auch von der Honigerzeugung leben. Honig wird nicht an der Börse gehandelt, der Preis setzt sich vielmehr aus den unterschiedlichen Produktionskosten, der Herkunft aus verschiedenen Klima- und Vegetationszonen und des Ertrags je Bienenvolk zusammen.

Für den Fairen Handel gelten von FLO und ihren nationalen Mitgliedsorganisationen festgesetzte Mindestpreise, die alle Produkti-

onskosten decken, die unter menschenwürdigen Arbeits- und Lebensbedingungen durchschnittlich entstehen, und die zur Sicherung der Lebensgrundlage der Imkerinnen und Imker und deren Familien beitragen. Der Preis soll den Produzentenorganisationen Spielraum für die Verwirklichung gemeinschaftlicher sozialer und ökonomischer Ziele geben.

Für fair gehandelten Honig gibt es seit 1.1.1999 eine Unterscheidung in A- und B- Qualität. Je weniger Wasser und Hydroxymethylfurfural (HMF) ein Honig enthält, um so höher wird seine Qualität eingestuft.

Wie nutzen die Erzeuger die Preisvorteile des Fairen Handels?

Ein Beispiel aus Vietnam

Der Honig Nang Thu stammt von der Genossenschaft Dong Nam Bo aus Vietnam, in der sich 30 Kleinimkerinnen und Kleinimker zusammengeschlossen haben. In dieser Region, die etwa 140 km nordöstlich von Saigon liegt, gibt es weder Strom noch fließendes Wasser. Die Mitglieder leben zu 85 Prozent von der Bienenhaltung; weitere Einkommensquellen sind unter anderem der Anbau von Kaffee und Gemüse. Die Imkerinnen und Imker werden direkt nach der Ablieferung des Honigs von der Genossenschaft bar bezahlt, sie erhalten ebenfalls eine Vorfinanzierung. Dies ist die einzige Möglichkeit für die Imker, an Bargeld oder Kredite für Investitionen zu kommen. Durchschnittlich werden 50 Prozent der Mehreinnahmen, die durch den Fairen Handel entstehen, direkt an die Produzentinnen und Produzenten weitergegeben. Weitere 50 Prozent werden dann langfristig in die Verbesserung der Transport und Lagermöglichkeiten, Qualitätsverbesserung und in die biologische Bekämpfung von Bienenkrankheiten investiert.

Quelle: TransFair e.V.

Weitere Produkte

Neben den bekannten, fair gehandelten Produkten, wie Kaffee, Tee oder Orangensaft, haben inzwischen viele andere Lebensmittel einen festen Platz in der Produktpalette des Fairen Handels. So finden sich unter anderem verschiedene Getreide (Reis aus Asien, Quinoa aus Südamerika), Nüsse, Gewürze und Trockenfrüchte (zum Beispiel Mangos von den Philippinen) in den Verkaufsregalen. Sie werden von alternativen Handelsorganisationen importiert und vor allem über Weltläden in Deutschland verkauft. Handelspartnerinnen und Handelspartner sind auch bei diesen Produkten vorwiegend Kleinbäuerinnen und Kleinbauern. Die alternativen Handelsorganisationen unterstützen die Produzentinnen und Produzenten durch Beratung und fördern den ökologischen Anbau und die Weiterverarbeitung der Rohstoffe vor Ort durch die Produzentinnen und Produzenten. Diese Unterstützung kommt in besonderem Maße Frauen und Frauengruppen zu Gute, die traditionell für den Anbau und die Verarbeitung von Lebensmitteln zuständig sind.

Blumen – geteilte Freude ist doppelte Freude

In Deutschland werden jährlich rund 3 Milliarden Euro für Schnittblumen ausgegeben. Nur rund 12 Prozent dieser Blumen werden in Deutschland produziert. Der Rest wird importiert, in erster Linie aus den Niederlanden. Insbesondere im Winter stammt jedoch fast jede zweite Schnittblume aus den Blumenplantagen Afrikas und Lateinamerikas.

Hier sind die Arbeitsbedingungen oft gar nicht "rosig". Die Arbeiterinnen und Arbeiter haben keine festen Verträge und der Einsatz von Pestiziden der Klasse 1 und 2 nach WHO (World Health Organisation) Kriterien führt zu extremen Umwelt- und Gesundheitsbelastungen.



Das muss nicht so sein. Im Gegenteil: Im Flower Label Program (FLP) haben sich Blumenproduzenten, Blumenhändler, Menschenrechtsorganisationen und Gewerkschaften zusammengeschlossen, um die Arbeits- und Umweltbedingungen in der Blumenproduktion zu verbessern. Blumen mit dem Flower Label stammen aus garantiert menschenwürdiger und umweltschonender Produktion. Die folgenden Kriterien werden eingehalten und regelmäßig durch unabhängige Organisationen geprüft:

- Recht auf Bildung von Gewerkschaften
- Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit
- Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit
- Verantwortlicher Umgang mit natürlichen Ressourcen
- Verbot von Pflanzenschutzmitteln der Klasse 1 und 2 nach WHO Kriterien

Mit dem Kauf von FLP-gesigelter Ware tragen die Verbraucherinnen und Verbraucher dazu bei, dass immer mehr Farmen Menschenrechte und Umweltschutz ernst nehmen und helfen den Ländern, ihre wirtschaftliche Entwicklung positiv voranzutreiben, ohne Mensch und Natur zu schaden.

Was viele nicht wissen: Das Büro des internationalen Flower Label Program e.V. hat seinen Sitz in Bonn. Ein Grund mehr, gerade in Bonn FLP-Ware nachzufragen.

Fußbälle - Anstoß für ein faires Spiel

Fußbälle bestehen fast ausschließlich aus industriell gefertigten Komponenten, aus Kunstleder, das mit mehreren Lagen von Geweben unterklebt wird und aus einer Latexblase. Das Zusammennähen der fünf- oder sechseckigen Grundformen geschieht jedoch nach wie vor in aufwändiger Handarbeit.



Sialkot im Nordosten Pakistans ist die Heimat der pakistanischen Sportartikelindustrie mit dem wichtigsten Exportgut: Fußbälle. Etwa 80 Prozent der Weltproduktion kommen von hier. Fast alle großen Sportartikelhersteller lassen ihre Markenprodukte hier herstellen. Im Jahr der Fußballweltmeisterschaft 2002 wurden schätzungsweise 40 Millionen Bälle gefertigt.

650 Stiche bis zum fertigen Ball führen oft Kinderhände aus, weil das Nähen von Bällen eine unsichere und schlecht bezahlte Arbeit ist und somit das Einkommen eines oder zweier erwachsener Ernährer bei weitem nicht ausreicht, um eine Familie von durchschnittlich sechs bis acht Personen zu ernähren.

Faire Fußbälle sind garantiert ohne ausbeuterische Kinderarbeit genäht. Für diese Bälle erhalten die Näherinnen und Näher höhere Löhne, so dass das Auskommen für die ganze Familie ohne ausbeuterische Kinderarbeit gesichert ist. Ein Darlehensprogramm und ein Sozialversicherungsfonds unterstützen sie dabei zusätzlich.

Das Ballsortiment aus fairem Handel umfasst neben Fußbällen auch Hand- und Volleybälle.

Teppiche - nicht von Kinderhänden geknüpft

So mancher Wohnraum wird erst durch Teppiche richtig gemütlich. Doch im Hinblick auf ihre Herkunft sind sie oftmals problematisch.

Für einen Knüpfteppich sind viele Arbeitsgänge notwendig, die in den Ländern der „Dritten Welt“ vielfach von Kindern zwischen fünf und vierzehn Jahren ausgeführt werden. Sie arbeiten vorwiegend in der Herstellung von Luxusprodukten für den europäischen Markt. Über viele Monate hinweg müssen die Kinder etwa an einem handgeknüpften Teppich arbeiten. Dabei haben sie keine Chance, aus dieser Situation herauszukommen und eine Schulbildung zu machen. Fair gehandelte Teppiche beseitigen diese Situation. Seit 1995 gibt es in Deutschland Teppiche aus Indien und Nepal, die das RUGMARK-Siegel tragen. Die Hersteller der Teppiche, die das RUGMARK-Siegel tragen, verpflichten sich keine Kinder unter 14 Jahren zu beschäftigen, gesetzliche Mindestlöhne zu zahlen und unangekündigte Kontrollen zuzulassen.

Handwerksartikel, Textilien, Spielzeug

Neben Lebensmitteln, Blumen, Teppichen, Fußbällen gibt es ein umfangreiches Angebot an fair gehandelten Textilien, Lederwaren, Keramik- und Glasartikeln, Papierwaren, Kinderspielzeug, Musikinstrumenten, Kosmetikprodukten, Schmuck und Kunsthandwerk. Die Produkte stammen von Handwerkerinnen und Handwerkern und Gewerbetreibenden, die in ihren Ländern oft unzureichende Absatzmöglichkeiten finden. Der Faire Handel fördert die Herstellung von Produkten mit einheimischen Rohstoffen und Arbeitskräften, um im Ursprungsland einen größtmöglichen Erlös und auch einen heimischen Absatzmarkt zu erzielen. So wird der Wirtschaftskreislauf in der direkten Umgebung der Produzentinnen und Produzenten gestärkt.

Woran sind fair gehandelte Produkte zu erkennen?

Im Fairen Handel finden sich zwei Konzepte wieder. Zum einen haben sich Siegelinitiativen gebildet, welche nicht selbst mit Waren handeln, sondern ihr Siegel für fair gehandelte Produkte vergeben. Zum anderen gibt es alternative Handelsorganisationen und Firmen, die sich für den Fairen Handel einsetzen und diesbezüglich nach bestimmten Richtlinien agieren ohne ein Siegel zu verwenden.

Siegelinitiativen

Konkret bedeutet Siegelinitiative: Lizenznehmer erhalten gegen eine Gebühr die Rechte, das Siegel für ihre Produkte zu verwenden. Die Erzeugnisse und deren Produktion unterliegen dabei bestimmten Kriterien, die die Lizenznehmer dabei einzuhalten haben. Die wichtigsten Kriterien sind der direkte Handel mit den Produzentinnen und Produzenten, die Zahlung von über dem Weltmarktniveau festgelegten Mindestpreisen, Zahlung von Aufschlägen für soziale Projekte, Vorfinanzierung und langfristige Lieferbeziehungen.

TransFair

Dieses Logo mit der Bezeichnung TransFair findet sich auf Lebensmitteln verschiedener Hersteller und neuerdings sogar auf Fußbällen. 1992 startete der gemeinnützige Verein TransFair seine Arbeit mit dem Ziel, benachteiligte Produzentinnen und Produzenten in Afrika, Asien und Lateinamerika zu fördern und durch den Fairen Handel ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen zu verbessern. TransFair handelt als Siegelorganisation nicht selbst mit Waren. Firmen, die Produkte mit dem TransFair-Siegel anbieten, müssen sich streng an die produktspezifischen Richtlinien halten, die von TransFair gemeinsam mit den Produzentinnen und Produzenten und internationalen Expertinnen und Experten entwickelt wurden. Regelmäßige Kontrollen überprüfen die Einhaltung der Kriterien des Fairen Handels.



RUGMARK

Die Initiative RUGMARK hat das Ziel, illegale Kinderarbeit in der Teppichindustrie in Indien, Nepal und Pakistan abzuschaffen. In unangekündigten Kontrollen überprüfen RUGMARK-Inspektoren, ob Knüpfstuhlbauer keine Kinder unter 14 Jahren beschäftigen. In Rehabilitations- und Schulprogrammen werden Alternativen für ehemalige Kinderarbeiterinnen und Kinderarbeiter und deren Familien geschaffen. Seit 1999 ist RUGMARK beim TransFair e.V. angesiedelt.



Flower Label Program

Das Blumen-Gütesiegel garantiert, dass Schnittblumen aus Entwicklungsländern unter menschenwürdigen und umweltfreundlichen Bedingungen produziert wurden. Dieses Label bekommen die Lieferbetriebe nur, wenn sie die Kriterien des Flower-Label-Program (FLP) erfüllen.



Hand in Hand

Im Gegensatz zu TransFair, handelt es sich bei dem Hand-in-Hand-Siegel um ein Logo der Firma Rapunzel Naturkost. Diese garantiert damit, dass ihre Produkte sowohl nach den Richtlinien des ökologischen Landbaus hergestellt, als auch fair gehandelt sind. Das Hand-in-Hand-Logo befindet sich auf allen Rapunzel Waren, die zu mehr als 50 Prozent aus Rohstoffen ihrer Partnerinnen und Partner in den Erzeugerländern hergestellt werden. Diese Hand-in-Hand-Partnerinnen und Partner sind unabhängig und können sowohl einzelne Bauern, Kooperativen, Plantagenbesitzer als auch Exporteure sein. Über die Kontrolle der Waren und die Vergabe des Hand-in-Hand-Siegels wacht ein unabhängiges Komitee.



FAIRKAUF

Dieses Siegel ist eine Eigenmarke der Mensch&Natur AG, die unter dem Namen „nur natur“ Tee und Kaffee an Naturkostgeschäfte und über Versandhandel vertreibt. Mit dem FAIRKAUF-Siegel wird garantiert, dass die ausgezeichneten Produkte regelmäßig auf ökologische und fair gehandelte Standards geprüft werden. Den Herstellern werden Öko- und Sozialaufschläge gezahlt, welche den Aufbau sozialer Einrichtungen in den Dritte-Welt-Ländern unterstützen sollen.



Care&Fair

Das CARE & FAIR-Logo ist ein eingetragenes Warenzeichen und darf nur von Mitgliedsfirmen verwendet werden. Die Mitglieder unterstützen mit ihren Beiträgen und einer einprozentigen Abgabe auf die von ihnen importierten Teppiche die Teppichknüpfer und ihre Familien, besonders die Kinder, in den Ursprungsländern Indien, Nepal und Pakistan, die Armut zu überwinden. In den CARE & FAIR Kliniken erhalten diese Familien freie Behandlung und in den CARE & FAIR Schulen erhalten die Kinder eine kostenlose Ausbildung.



Alternative Handelsorganisationen und Firmen

Die Alternativ Trade Organizations (ATO's) sind Importeure, die fair gehandelte Produkte anbieten. Sie handeln nach den Kriterien des Fairen Handels. Auf Transparenz wird großen Wert gelegt. Wege, die ein Erzeugnis zurücklegt, bis es beim Konsumenten ist, sollen nachvollziehbar sein. Das Spektrum der ATO's ist vielfältig und ihre Kriterien unterschiedlich.

Um interessierten Organisationen und Weltläden Hilfe bei der Einordnung der ATO's anbieten zu können, hat der Weltladen-Dachverband 2001 eine Befragung von über 40 ATO's vorgenommen und unter dem Namen ATO-TÜV veröffentlicht. Im folgenden sind einige der größeren Alternativen Handelsorganisationen dargestellt.

gepa

Die Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der dritten Welt ist die größte Fair-Handelsorganisation in Europa mit fast 30-jähriger Erfahrung in sozial und ökologisch verantwortungsbewusstem Handel. Sie hat insgesamt etwa 150 Handelspartner in 40 Ländern Lateinamerikas, Asiens und Afrikas (2003). Sie ist Teil des Netzwerkes europäischer Fair-Handelsorganisationen (EFTA).



EL PUENTE

El Puente ist eine Importorganisation des Fairen Handels, die 1977 gegründet wurde. Sie leistet Hilfe zur Selbsthilfe unter Ausschaltung des Zwischenhandels. El Puente setzt sich in der Öffentlichkeit für gerechten Welthandel und eine selbstbestimmte Entwicklung in den Partnerländern ein.



BanaFair

BanaFair vermarktet Fair-Trade-Bananen von Kleinbäuerinnenorganisationen aus Lateinamerika und der Karibik, kooperiert eng mit den Gewerkschaften der Plantagenarbeiterinnen und -arbeitern, finanziert soziale und ökologische Projekte in den Anbauregionen, betreibt Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland und koordiniert die Bananen-Kampagne.



dwp GmbH

Als ein führendes Fairhandelsunternehmen in Deutschland unterhält dwp (früher dritte-welt partner) langjährige Direktkontakte zu über 60 Kleinbauernkooperativen und Handwerkergruppen in Afrika, Asien und Lateinamerika. In enger Kooperation mit den Menschen fördert dwp soziale Absicherung, wirtschaftliche Selbständigkeit, ökologische Anbaumethoden, eine ressourcenschonende und qualitätssichernde Verarbeitung sowie Aus- und Weiterbildung."



Weltläden

Weltläden bieten ein stetig wachsendes Sortiment von Produkten mit Geschichte: das umfangreiche Sortiment an Lebensmitteln und Kunsthandwerk kommt zum überwiegenden Teil von Kleinbauernorganisationen und Handwerkszusammenschlüssen, sowie in wenigen Fällen von ausgewählten Privatunternehmen. Ob Musikinstrumente oder Holzspielzeug, Orangensaft, Bananen oder Fruchtaufstrich – sämtliche Produkte, die in Weltläden erhältlich sind, sind fair gehandelt. Klare Strukturen und Transparenz sind den Weltläden wichtig, ebenso die weitergehende Information über Strukturen der Globalisierung und des Welthandels. Sie orientieren ihr Handeln an der Konvention der Weltläden.



Als Regionales Fair Handels-Zentrum (RFZ) ist der WELTLADEN Bonn Vertriebspartner der Fair Handelshäuser gepa, EL PUENTE und dwp und Ansprechpartner und Beratungsstelle für Gruppen, Läden, Schulen, Institutionen, die den Fairen Handel in der Region voranbringen wollen.



Fair einkaufen - aber wo?

Es gibt viele Einkaufsstätten für fair gehandelte Produkte.

Grundsätzlich gilt: Alles was es in Weltläden zu kaufen gibt, ist fair gehandelte Ware, auch wenn keine Garantie-Siegel darauf verzeichnet sind. Über 800 Weltläden gibt es verteilt in ganz Deutschland. Die Weltläden sind die Keimzelle des Fairen Handels. Hier setzen sich heutzutage viele Menschen engagiert für mehr Gerechtigkeit im Welthandel, für die Verbesserung der Lebenssituation der Partnerinnen und Partner im Süden und den Absatz fair gehandelter Produkte ein. Durch Informations- und Kampagnenarbeit leisten sie einen wertvollen Beitrag zur Bewusstseinsbildung der Verbraucherinnen und Verbraucher.

Auch im Naturkosthandel oder Bioladen lohnt es sich nachzufragen. Diese Geschäfte vertreiben nicht nur Produkte, die ökologisch erzeugt wurden, sondern bieten vielfach auch ein Sortiment fair gehandelter Lebensmittel an. Bei www.naturkost.de finden Verbraucherinnen und Verbraucher Naturkostläden nach der Postleitzahl geordnet.

Auch im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel sind fair gehandelte Produkte erhältlich. Hier erkennen die Verbraucherinnen und Verbraucher die Waren am TransFair-Siegel. Das Gütesiegel wird mittlerweile an fast 70 Firmen vergeben. Rund 22.000 Supermärkte führen in Deutschland Ware mit dem TransFair-Siegel, darunter Edeka, Kaiser's, Karstadt, Kaufhof, Rewe und viele mehr.

Tipp:

Nachfragen hilft fast immer, falls es die fairen Produkte nicht in Ihrem Geschäft gibt!

Neben den obenstehenden Möglichkeiten bieten eine Vielzahl an Bonner Kirchengemeinden fair gehandelte Produkte an. Meist werden sie im Anschluss an die Gottesdienste verkauft. Viele ehrenamtliche Helferinnen und Helfer unterstützen das, um so den Fairen Handel zu fördern.

Stimmen zum Fairen Handel

Immer mehr fair gehandelte Produkte finden den Weg in die Einkaufstaschen der Verbraucherinnen und Verbraucher. Auch engagiert sich eine wachsende Zahl an Menschen ehrenamtlich für den Fairen Handel.

Marcel und Fabian (beide 15):

“Einmal in der Woche engagieren wir uns im täglich geöffneten Kirchencafé unserer Gemeinde. Der Verkauf von fair gehandelten Produkten ist zu einem wichtigen Bestandteil des Cafés geworden. Auch Jugendliche in unserem Alter finden die Produkte lecker und gut.”



Sven Mayer:

“Als Pastor setze ich mich für eine gerechtere Verteilung von Hab und Gut ein und sehe im Fairen Handel eine Möglichkeit die immer weiter zunehmende Spanne zwischen Armut und Reichtum auszugleichen.”



Ulrike Schindler (50):

“Als Grundschullehrerin liegt es mir sehr am Herzen schon meine Schülerinnen und Schüler an den verantwortungsvollen Konsum heranzuführen. Durch unsere Partnerschule in Nairobi, die von den Kindern der Schule mit viel Eigeninitiative unterstützt wird, haben meine Schülerinnen und Schüler einen Bezug zu Kindern in einem Land der “Dritten Welt”. Sie lernen, dass auch für die Kinder dort eine Schulbildung wichtiger ist als im Kindesalter zu arbeiten. Der Faire Handel trägt viel dazu bei, dies zu ermöglichen.”



Benvinda Marques do Carmo (45):

„Geboren in Angola, aufgewachsen in Portugal und schließlich in Bonn eine neue Heimat gefunden, kann ich durch den Kauf von fair gehandelten Produkten, im Rahmen meiner Möglichkeiten, einen kleinen Beitrag zu mehr globaler Gerechtigkeit leisten.“



Kyra van Zijderfeld (32):

„Die Idee die hinter dem Fairen Handel steht, finde ich gut. Ich habe genügend Zeit zur Verfügung, um das zu unterstützen. Deshalb engagiere ich mich ehrenamtlich im WELTLADEN Bonn.“



Eberhard Koch (47):

„Für meine Diplomarbeit bin ich längere Zeit in Afrika gewesen. Dort bin ich zu der Überzeugung gekommen, dass Hilfe durch Handel für die Menschen dort eine große Chance ist. Für die Zukunft wünsche ich mir eine verstärkte Präsenz fair gehandelter Produkte in den Supermarktregalen.“



Initiativen in Bonn: Beispielhafte Projekte

1. DAS FAIR-CAFÉ am Friedrich-List-Berufskolleg

Seit dem 24.11.2000 gibt es das FAIR-CAFÉ, das als Modellgenossenschaft von Schülern und Lehrern betrieben wird.

Das FAIR-CAFÉ ist mehr als nur das Pausenzentrum der Handelsschule. Hier werden wirtschaftliche und soziale Aspekte verknüpft und nicht zuletzt auch wichtige Schlüsselqualifikationen gefördert. Kaufmännische Kenntnisse, die die Schüler im Betriebs- und Informationswirtschaftsunterricht erworben haben, können unter realen Bedingungen in die Praxis umgesetzt werden: Schüler regeln selbständig den Einkauf, die Buchführung, die Personalverwaltung und den Verkauf.

Neben dem klassischen Angebot einer Cafeteria werden überwiegend fair gehandelte Produkte aus Dritte-Welt-Ländern verkauft; diese bezieht das FAIR-CAFÉ aus dem Eine-Welt-Laden in Bonn. So werden Kaffee, Tee, Orangensaft, Kakao und Schokoriegel mit dem TransFair-Siegel angeboten.

Das FAIR-CAFÉ als ganzjähriges Projekt wird von allen Klassen der ein- und zweijährigen Handelsschule jeweils im Fünf- bis Sechs-Wochen-Turnus eigenverantwortlich geleitet. Während dieser Zeit ist das Projekt FAIR-CAFÉ Grundlage fast aller Unterrichtsfächer. So wird zum Beispiel im Politikunterricht die Thematik FAIRER HANDEL erarbeitet.

Die bescheidenen Gewinne, die sich aus dem Cafébetrieb ergeben, werden zum Teil der Genossenschaft wieder zugeführt. Ein Teil der Gewinne geht in die Klassenkasse der jeweils betreibenden Gruppe und soll zur Unterstützung sozialer Härtefälle dienen.



Friedrich-List-Berufskolleg, Plittersdorfer Straße 48, 53173 Bonn, Tel.: 0228/ 77 72 00, sekretariat@flb-bonn.de, www.flb-bonn.de

2. Das Eine-Welt-Lädchen in Bonn- Buschdorf

Seit über 12 Jahren kann man fair gehandelte Waren in Buschdorf kaufen. In den ersten Jahren musste man noch im Privathaus der Gründerin des Eine-Welt-Lädchens, Marie-Luise Hersel, klingeln. Aus einem kleinen Wohnzimmerschrank bestand das Lädchen. Dank der Hilfe der Bäckerei Klein, die kostenlos eine Verkaufsfläche in der Buschdorfer Filiale zur Verfügung stellte, ist es nun möglich, mit dem Alternativen Handel für die Buschdorfer präsenter zu sein. Zweimal wöchentlich (mittwochs und samstags von 9 bis 12 Uhr) ist das Lädchen nun geöffnet. In kurzer Zeit gelang es Frau Hersel, ein engagiertes Frauenteam zusammenzustellen, die nach Dienstplan die Waren verkaufen. Neben Lebensmitteln wie beispielsweise Tee, Kaffee, Wein, Honig werden auch handwerkliche Produkte aus der "Dritten Welt" verkauft.



Aber auch das Frauenteam ist kreativ und verkauft selbst Produziertes gegen eine Spende. Informationsabende runden das Projekt ab.

Wichtig ist dem Team des Eine-Welt Lädchens, dass der Gewinn, der durch die Abnahme größerer Warenmengen entsteht, zu gleichen Teilen für Bedürftige in Buschdorf (Buschdorf-Stiftung), das heißt, in ein örtliches Projekt und in ein Projekt in Namibia aufgeteilt wird. Dieser Aspekt hat sicher auch zum Erfolg des Lädchens beigetragen.

Eine-Welt-Lädchen Buschdorf

Kontakt:

Marie- Luise Hersel, Tel.: 67 45 48

Martin Hermann, Tel.: 63 42 72

Internet: www.buschdorf.de/einewelt/index.html



3. Projekt Bonn Café

Seit März 2002 hat Bonn ein "eigenes" Getränk: den fair gehandelten und ökologisch angebauten "Bonn Café". Dieser ganz besondere Muntermacher findet immer mehr Liebhaber in Bonn. Seine ergiebige Spitzenqualität besteht zu 100 Prozent aus sortenreinem Arabica aus kontrolliert biologischem Anbau. Er ist Teil der Kampagne, die sich "Rheinische Affaire" nennt. Zu dieser Kampagne haben sich Städte und Kommunen im Rheinland zusammengeschlossen, um den Absatz von Kaffee aus Kleinbauernkooperativen in Bolivien, Nicaragua und Kolumbien zu fördern. Der Kaffee wird von der alternativen Handelsorganisation El Puente importiert. Für den Bonn Café wird den Bauern ein angemessener Mindestpreis gezahlt zuzüglich eines Entwicklungszuschlags und eines Bonus für den ökologischen Anbau. Die Ernte wird vorfinanziert, damit sich die Kleinbauern nicht verschulden müssen. Die Gleichberechtigung von Frauen wird gefördert. Die Erzeugergemeinschaften in den Anbauländern sichern somit nicht nur soziale Standards und die hohe Qualität des Bonn-Cafes, sondern auch die Zukunft der Kaffeebauern. Dank der Einkünfte aus dem fairen Handel können sie zum Beispiel in sinnvolle ökologische und medizinische Projekte investieren.

Die "Rheinische Affaire" ist eine Kampagne im Rahmen der Lokalen Agenda 21, denn Kaffee ist Kulturgut, Wirtschaftsfaktor und Alltagserfahrung in Nord und Süd und damit ein ideales Medium für einen lokalen Agendaprozess. Mit Kaffee wird alltäglich die Nord-Süd-Beziehung aufgetischt und damit die Frage der Gerechtigkeit, der gleichen Entwicklungs- und Lebenschancen in Nord und Süd, wie sie in der Agenda 21 gefordert wird, aufgeworfen. Kaffee ermuntert global zu denken, global zu lernen und lokal zu handeln.



In zwei Jahren wurden über 20.000 Päckchen á 250g Bonn Café verkauft. Durch den Kauf von über 5t dieses Kaffees wurde ein Zeichen für verantwortlichen Konsum gesetzt.

Dafür, dass dieser Kaffee jedoch noch viel mehr Menschen in Bonn Genuss bereitet, setzen sich der Weltladen Bonn, das Eine-Welt-Forum Bonn und das Agenda-Büro der Stadt Bonn ein.

Bedenken Sie: 250g Kaffee ergeben im Schnitt 40 Tassen á 150ml. Bei einem Preis von 3,50 Euro sind das 8,75 Cent die Tasse.

Denken Sie daran, dass der faire Preis für diesen Kaffee oft mehr hilft als große Spenden.

Kontakt und Information:

Weltladen Bonn, Maxstraße 36, 53111 Bonn,

Tel.: 69 70 52, info@weltladen-bonn.de

Agenda-Büro der Stadt Bonn, Engeltalstraße 4, 53111 Bonn,

Tel.: 77 21 00, agenda-buero@bonn.de

4. **Die Jecke Fairsuchung**

Im Straßenkarneval wirft und fängt das jecke Volk Unmengen von "Kamelle" – leider zu oft billig produzierte Süßwaren zweiter Wahl. Das beschert zwar ein gutes Geschäft, bedeutet aber zum Beispiel für die Kakaobauern in den Rohstoffländern mühevollen Arbeit, kargen Lohn und die Mitarbeit Ihrer Kinder für wenig Lohn. Denn nur so lassen sich bei gleichbleibenden Gewinnen im Kakao-Welthandel niedrigere Warenpreise realisieren.

Hier setzt die Kampagne „Jecke Fairsuchung - Faire Kamelle im rheinischen Karneval“ an. Diese Kampagne bietet allen Gruppen im Karneval eine verantwortungsbewusste und öffentlichkeitswirksame Alternative. Neben feinen Schokoladenprodukten gibt es Trockenfrüchte, Cashewkerne, Sesamriegel und Fruchtgummis aus Mangomark. Alle verwendeten Rohstoffe kommen direkt von den Produzenten aus Fairem Handel und stammen zum großen Teil aus biologischem Anbau.



Sie sind speziell wurftauglich und möglichst umweltschonend verpackt und im jecken Kampagnendesign gestaltet.

Die "Jecke Fairsuchung" ist ein Beispiel dafür, dass die Förderung partnerschaftlicher und fairer Handelsbeziehungen in allen Lebensbereichen auf unterschiedlichen Ebenen möglich ist. Karneval steht für Weltoffenheit, Lebensfreude und Toleranz. In Bonn gibt es eine Menge Karnevalsvereine, die einen wertvollen Beitrag zur Unterstützung dieser Kampagne leisten können. Bereits jetzt engagieren sich viele.

Informationen unter www.jeckefairsuchung.org oder über das Agenda-Büro der Stadt Bonn, Tel.: 77 21 00.

Weitere Informationen

Eine-Welt-Forum Bonn

Das Bonner Eine-Welt-Forum besteht seit 1991. Es ist ein informeller Zusammenschluss verschiedener lokaler Organisationen und Initiativen, die sich für Solidarität und gerechte Beziehungen mit den Menschen der so genannten Dritten Welt einsetzen. Das EWF begreift sich als lokales Bündnis, das über entwicklungspolitische Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit mehr Verständnis für weltweite Zusammenhänge weckt und damit auch in die lokale Politik hineinwirken will. Die verschiedenen Mitgliedsgruppen haben unterschiedliche Arbeitsfelder, unter anderem auch die Förderung des Alternativen Handels.

Kontakt:

Eine-Welt-Forum Bonn, Uli Mercker, Kaiserstraße 201, 53113 Bonn,

Tel.: 766 88 73, www.ewf-bonn.de



Mehr Informationen über den Fairen Handel erhalten Sie bei folgenden Adressen:

Adressen (eine Auswahl)

- BanaFair, Langgasse 41, 63571 Gelnhausen,
Tel.: 06051 / 83 66-0, Fax: 06051 / 83 66-77
- Care&Fair e.V., Borsteler Chaussee 85-99, Haus 5,
22453 Hamburg, Tel.: 040/ 511 60 57
- dritte-welt partner, Deisenfangstraße 31, 88212 Ravensburg,
Tel.: 0751 / 361 55-0, Fax: 0751 / 361 55-44
- El Puente, Hildesheimer Straße 59, 31177 Harsum,
Tel.: 05127 / 988 60-0, Fax: 05127 / 988 60 28
- Fian, Overwegstraße 31, 44625 Herne,
Tel.: 02323 / 49 00 99, Fax: 02323 / 49 00 18
- Gepa, Gewerbepark Wagner, Bruch 4, 42279 Wuppertal
Tel.: 0202 / 26 68 30 Fax: 0202 / 266 83 10
- Mensch&Natur AG, Fichtenstrasse 3, 82041 Deisenhofen
Tel.: 089 / 74 72 25-0, Fax: 089 / 74 72 25-11
- Misereor Medienproduktion und Vertrieb, Postfach 1450,
52015 Aachen, Bestell-Hotline: 0180 / 520 02 10
- Transfair/Rugmark, Remigiusstraße 21, 50937 Köln,
Tel.: 0221 / 942 04 00
- Verbraucher Initiative e.V., Elsenstraße 106, 12435 Berlin,
Tel.: 030 / 53 60 73-3, Fax: 030 / 53 60 73-4
- Weltladen-Dachverband, Hindenburgplatz 2, 55118 Mainz,
Tel.: 06131 / 689 07-80, Fax: 06131 / 689 07-99

Fairer Handel im Netz

An eine große Fülle von Informationen mit zahlreichen weiteren Links gelangen Sie beispielsweise im Internet unter:

- **www.aktionsprogramm2015.de**
Hier gibt es Informationen für Sie zum Beitrag der Bundesregierung zur Halbierung der weltweiten extremen Armut bis zum Jahr 2015.
- **www.banafair.de**
Hier stehen Informationen über die Produzentinnen und Produzenten der Bananenfrucht samt ihrer Partnerorganisationen.
- **www.dwp-rv.de**
Seite der Fair-Trade-Organisation „Dritte Welt Partner Ravensburg“ mit vielen Informationen über Handelspartner in aller Welt und Angeboten für Eine Welt Gruppen.
- **www.el-puente.de**
Seite der niedersächsischen Fair-Handels-Organisation EL PUENTE.
- **www.fair-feels-good.de**
Informationskampagne zum Fairen Handel. Hinter „fair feels good“ stehen die Verbraucher Initiative e.V., TransFair e.V., der Weltladen-Dachverband e.V. und das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung.
- **www.fairkauf.de**
Ausführliche Informationen zu den Kriterien des Fairkauf-Zeichens und Möglichkeiten zu Online-Shopping.
- **www.fairtrade.de**
Bietet Ihnen umfassende und ständig aktualisierte Informationen über den Fairen Handel.
- **www.fian.de**
Food First Informations- und Aktionsnetzwerk ist eine internationale Menschenrechtsorganisation für das Recht auf Ernährung. Hier erhalten Sie Informationen zu verschiedenen Kampagnen.

- **www.gepa3.org**
Hier können Sie auch online shoppen und finden Links zur Entwicklungszusammenarbeit, Entwicklungspolitik und zu Fairem Handel.
- **www.rugmark.de**
Die Initiative gegen Kinderarbeit in der weltweiten Teppichproduktion vergibt ein international registriertes Siegel.
- **www.saubere-kleidung.de**
Die Kampagne für „saubere Kleidung“ setzt sich für bessere Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie ein. „Saubere“ meint sozialverträglich und menschenwürdig.
- **www.transfair.org**
Informationen über die Siegelorganisation „TransFair“ und über die von ihr gesiegelten Produkte.
- **www.verbraucher.org**
Hier informiert Sie die Verbraucher Initiative e.V.
- **www.weltlaeden.de**
Homepage des Weltladendachverbandes; bringt allgemeine Informationen über Weltläden, ihre Geschichte, Kampagnen und vieles mehr.
- **www.wirhandelnfair.de**
Nordrhein-westfälische Kampagne zur Förderung des Fairen Handels.

Wir danken allen Kooperationspartnern, insbesondere TransFair e.V. und dem Weltladen Bonn, für die Bereitstellung von Informationsmaterialien.

Herausgeber: Die Oberbürgermeisterin der Bundesstadt Bonn, Agenda-Büro im Amt für Umwelt, Verbraucherschutz und Lokale Agenda, Engeltalstraße 4, 53111 Bonn, agenda-buero@bonn.de

Gestaltung: Presseamt der Bundesstadt Bonn

Redaktion: Doris Ngom, Inês Ulbrich

Konzeption: Inês Ulbrich

Fotos: Burkhard Fehse (Seite 24), TransFair (Seiten 4, 5, 6, 7, 9, 10, 13), Inês Ulbrich (Seiten 8, 21, 22)

Druck:

Auflage: 3.000

