

Ein fairdienter Titel?

Die Stadt Mainz möchte Ende Mai als „Fairtrade-Stadt“ ausgezeichnet werden. Für diesen Titel muss sie nicht nur den fairen Handel in den Stadtalltag integrieren, sondern sich auch durch Aktionen und Kampagnen dafür einsetzen, dass das Thema alltagstauglich wird.

Von Julia Herz El-Hanbli & Lara Malm

Wenn einem im Mainzer Rathaus ein Kaffee angeboten wird, dann kann man diesen neuerdings ruhigem Gewissens genießen – denn seit Mainz sich um den Titel „Fairtrade Town“ beworben hat, wird bei Sitzungen zu Gebäck & Co nur noch „fairer“ Kaffee gereicht.

Fairtrade ist hip, Fairtrade ist in. Wie schon die Bio-Welle vor ein paar Jahren hat sich auch der faire Handel zum Trend etabliert. Cafés, Geschäfte und sogar die großen Supermärkte und Discounter bieten eine breite Palette mit fairen Produkten an. Doch wie unterscheiden sich diese von konventionellen Produkten?

Es sind einige Mindestanforderungen festgelegt, die Produkte erfüllen müssen, um das Fairtrade-Siegel zu erhalten. Direkte Handelsbeziehungen zu den Produzenten im Süden, ein festgelegter Mindestpreis, gerechtere Löhne und soziale Projekte als Zusatz – dies alles kann durch den Kauf von fair gehandeltem erzielt werden. Gegen Ausbeutung der Arbeiter, Kinderarbeit und niedrige Löhne kämpfen die Fairtrade-Unternehmen seit Jahren vehement an. Die World Fair Trade Organization (WFTO) und die Fairtrade Labelling Organization International (FLO) sind die zwei größten Verbände, die die Standards für ein faires Produkt festlegen und das Fairtrade-Siegel vergeben. In Deutschland kümmert sich TransFair e.V. um die Vergabe des Siegels. Dieser vergibt ebenso den Titel „Fairtrade Town“ an Städte, die in ihren Geschäften, Gastronomien und öffentlichen Einrichtungen eine geforderte Mindestanzahl von fairen Produkten anbieten und durch Bildungsangebote für das Thema sensibilisieren. Diese Mindestanzahl ist abhängig von der Einwohnerzahl. Mainz möchte Ende Mai ebenfalls als „Fairtrade-Stadt“ ausgezeichnet werden.

Zu einfache Kriterien?

Um diesen Titel verliehen zu bekommen, müssen Städte und Kommunen einige Kriterien erfüllen: Bei allen Sitzungen der Ausschüsse und des Rates sowie im Bürgermeister-, bzw. Landratsbüro etwa, muss Fairtrade-Kaffee sowie ein weiteres Produkt aus fairem Handel verwendet werden. Zudem muss ein Stadtratsbeschluss vorliegen, sich an der Kampagne zu beteiligen. Außerdem koordiniert eine lokale Steuerungsgruppe mit Mitgliedern aus verschiedenen Bereichen Aktionen um das Thema „Fairer Handel“. Auch ist es nötig, dass die Städte eine bestimmte Anzahl an Geschäften und Gastronomien nachweisen, die fair gehandelte Produkte anbieten. In Mainz müssen es mindestens dreißig Geschäfte und 15 Gastronomien sein. Des Weiteren sollen in öffentlichen Einrichtungen

FAIRTRADE-STADT

Weltweit gibt es über 1.200 solcher Städte. Vorreiter in Sachen fairer Handel sind Großbritannien und die Schweiz. In Deutschland sind es bisher über 140 Städte und Kommunen die diesen Titel tragen. In und rund ums STUZ-Gebiet sind Wiesbaden, Frankfurt, Trier und Speyer bereits ausgezeichnet.



Weltladen-Chefin Stefanie Bartlett mit Fairtrade-Produkten

wie Schulen, Vereinen und Kirchen Fairtrade-Produkte verwendet und Bildungsarbeit zum Thema „Fairer Handel“ geleistet werden. Als letztes sollen die örtlichen Medien über alle Aktivitäten der Stadt zu dieser Kampagne berichten.

Im September 2011 wurde bereits ein Lenkungskreis zur Kampagne im Mainzer Rathaus gegründet. Dieser diskutiert in regelmäßigen Abständen, wie man das Thema fairer Handel in das öffentliche Bewusstsein rücken kann. Eine der ersten Aufgaben des Lenkungskreises war es zum Beispiel, einen Überblick zu verschaffen, wo in Mainz bereits überall Fairtrade-Produkte ange-

boten werden. „Daher war es gut, so viele Menschen mit im Boot zu haben“, findet Sabine Gresch, Koordinatorin des Lenkungskreises. Vertreten sind nicht nur der Einzelhandel und die Wirtschaft, sondern auch Schulen, Universitäten, Kirchen, Gastronomen und Nichtregierungsorganisationen wie der Weltladen „Unterwegs“ oder ELAN e.V. Da für eigene Kampagnen und Aktionen meist keine finanziellen und personalen Mittel vorhanden sind, nutzen die Akteure bereits bestehende Veranstaltungen, wie etwa einen eigenen Stand auf dem Open Ohr-Festival oder die Organisation eines „fairer“ Fußball-Turniers.

Die Erfüllung der von der Organisation TransFair e.V. geforderten Kriterien ist allerdings recht einfach – fairen Kaffee und O-Saft im Rathaus zu schlürfen, ist keine schwere Aufgabe. Vor allem Fair-Handels-Organisationen und die Weltläden äußern Kritik an TransFair. Deren Kooperation mit

Billigdiscountern stößt auf Ablehnung. Schon seit einiger Zeit sind nämlich auch Lidl und Aldi in den Fairtrade-Produktthandel involviert. Lidl vertreibt zum Beispiel seit 2006 die eigene Marke „Fairglobe“, die mit dem Fairtrade-Siegel ausgezeichnet ist. Kritiker unterstellen dem Unternehmen lediglich Imagepflege zu betreiben und befürchten eine Ver-

wässerung des Fairtrade-Siegels. TransFair e.V. sieht darin allerdings keinen Widerspruch: „Produkte mit dem Fairtrade-Siegel erfüllen immer zu 100ert Prozent die Fairtrade-Standards – egal, ob sie im Weltladen oder im Discount verkauft werden“, stellt die stellvertretende Geschäftsführerin Claudia Brück fest. Fair-Handels-Unternehmen wie GEPA oder El Puente legen jedoch höhere Standards als gefordert fest und setzen sich für soziale Projekte ein. „Wenn man anfängt, den fairen Handel in zwei Siegel zu teilen, wird es kompliziert“, so Stefanie Bartlett, Geschäftsführerin vom Weltladen „Unterwegs“ in Mainz. Auch er ist im Lenkungs-

kreis dabei. Das Geschäft mit den Discountern sieht Bartlett ebenso zweischneidig. „Auf der einen Seite ist ihre Geschäftspolitik natürlich kritisch zu betrachten, aber auf der anderen Seite gehen eben 80 Prozent der Deutschen dort einkaufen und sehen dann auch diese Produkte“.

Fairtrade heißt nicht nur fairen Kaffee trinken

Um fairen Handel im Bewusstsein der Bürger zu verankern, leistet das entwicklungspolitische Landesnetzwerk ELAN e.V. mit seinen Bildungsangeboten einen wichtigen Beitrag. Besonders Schüler lernen in Projekten, unter welchen Umständen faire Lebensmittel und andere Waren produziert werden. „Mainz ist es auch gelungen, nachhaltige Textilien, Pflastersteine und Papier für öffentliche Einrichtungen zu beschaffen“, erläutert Stefanie Schaffer von ELAN e.V. Damit soll erreicht werden, dass das „faire“ Einkaufen nicht nur die Sache eines einzelnen Bürgers bleibt, sondern die einer ganzen Stadt wird. Dass Mainz sich auf den Titel „Fairtrade-Stadt“ bewarb, ist nicht zuletzt auf die Initiative einiger Schüler zurückzuführen, die sich nach dem Projekt dafür einsetzten.

Der Titel „Fairtrade-Stadt“ wird am 25. Mai 2013 an Mainz verliehen. Die Frage ist: Was kommt danach? „Die Stadt soll sich nicht nur damit schmücken, sondern auch wirklich Inhalte bieten“, wünscht sich Pia Schneider vom Café Awake, dem bisher einzigen Café, das überwiegend fair gehandelte Produkte anbietet. Die Auszeichnung „Fairtrade-Stadt“ ist ein Statement für eine gute Sache. Doch sie ist keineswegs als ein Abschluss zu verstehen, sondern als ein Anfang für einen besseren Umgang miteinander.



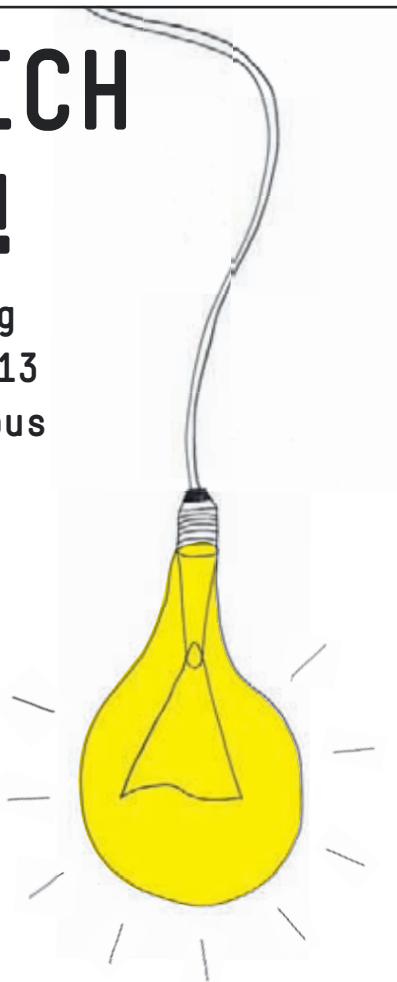
Das Logo der Kampagne „Fairtrade Towns“

MACH DICH SCHLAU!

FH Studieninfo-Tag
Samstag 4. Mai 2013
9 bis 13 Uhr | Campus

www.fh-mainz.de

Fachhochschule Mainz
Lucy-Hillebrand-Str. 2
55128 Mainz



6 von 6 möglichen Sternen in der „MAX Cityguide Wiesbaden“!

reizBar Goebenstraße 7 · 65195 Wiesbaden

Leckere Cross-Over Küche und erlesene Getränke zu studentisch fairen Preisen! www.reizbar.de

Öffnungszeiten: Montag – Donnerstag 17.00 – 1.00 Uhr
Freitag – Samstag 17.00 – 2.00 Uhr
Sonntag 17.00 – 1.00 Uhr