

Zukunft gestalten. Fair handeln!



© Moritz Rakusen/Corbis

AKTIONSLEITFADEN

für die Organisation
von Veranstaltungen zur Fairen Woche 2012
14. bis 28. September 2012
Machen Sie mit!

FAIREWOCH

14.-28. September 2012

www.fairewoche.de



Das Siegel für Fairen Handel



INHALTSVERZEICHNIS

Einführung	3
Der Beitrag des Fairen Handels zu einer nachhaltigen Entwicklung	4
Hintergrund: Nachhaltige Entwicklung, Rio + 20 und der Faire Handel	5
Materialien zur Fairen Woche 2012	7
Zielgruppen für Aktionen zur Fairen Woche	9
Aktionsvorschläge	
Aktionen für Weltläden	10
Aktionsvorschläge von TransFair	13
Weitere Aktionsvorschläge	13
Aktionen im kirchlichen Kontext	15
Produzentenvertreter_innen zu Gast in Deutschland	16
Weitere Aktionen und Kampagnen im Zeitraum der Fairen Woche	19
Weitere Tipps, Informationen und Materialien	20

Achtung!
Mit unserem E-Mail-Rundbrief verpassen Sie keine Informationen zur Fairen Woche. Eintrag unter www.fairewoche.de/service/newsletter/

IMPRESSUM

Herausgeber: Forum Fairer Handel e.V.
Redaktion: Christoph Albuschkat (Weltladen-Dachverband e.V.),
Lisa Herrmann (TransFair e.V.)
Mit Texten von: Christoph Albuschkat, Anna Hirt
(Weltladen-Dachverband e.V.),
Lisa Herrmann (TransFair e.V.),
Michael Frein (Ev. Entwicklungsdienst)
Gestaltung: www.dreimalig.de, Köln
Stand: Juni 2012

Dieser Leitfaden erscheint nicht in gedruckter Form, sondern ausschließlich im PDF-Format.

FOTONACHWEISE

Seite 3: Mark Poprocki - Fotolia.com
Seite 4: Marven Kummerfeldt
Seite 6: Fabian Voswinkel / pixelio.de
Seite 8, oben links: K. Wöldecke, Weltladen-Dachverband e.V.
Seite 11: Weltladen-Dachverband e.V.
Seite 13: TransFair e.V.
Seite 15, oben: Heidi Foessel
Seite 16, oben links: Pekerti
Seite 17: TransFair e.V. / Elke Hinnenkamp

EINFÜHRUNG

**Liebe Leserinnen und Leser,
liebe Faire Woche-Aktive,**

können Sie den Begriff „Nachhaltigkeit“ aus dem Bauch heraus definieren? Immerhin ist der Begriff in den letzten 20 Jahren zu einem der am häufigsten verwendeten Fachbegriffe geworden. Kein Unternehmensbericht kommt mehr ohne den Begriff „Nachhaltigkeit“ aus und auch die Bundesregierung hat seit 2002 eine Nachhaltigkeitsstrategie. Allerdings wird der Begriff – je nach Absender und Zweck – in sehr unterschiedlichen Sinnzusammenhängen verwendet, so dass er in der Tat schwer zu fassen ist.

Der Begriff der Nachhaltigkeit wurde einer größeren Öffentlichkeit im Anschluss an die UN-Konferenz für Umwelt und Entwicklung bekannt, die 1992 in Rio de Janeiro stattfand. Dahinter steht ein Konzept, dass bereits 450 Jahre alt ist und aus der Forstwirtschaft stammt. Es besagt, dass einem (Öko-)System nur so viele Ressourcen entnommen werden sollen, dass der Bestand des Systems nicht geschmälert wird. Mit anderen Worten: Es geht um eine Wirtschaftsweise, die nur so viele Ressourcen nutzt, wie gleichzeitig nachwachsen. Oder – im übertragenen Sinne – dass Folgen des eigenen Handelns nicht auf andere abgewälzt werden. Nicht auf die Umwelt, nicht auf andere Länder, nicht auf zukünftige Generationen.



Der Faire Handel leistet einen umfassenden Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung, und zwar in allen drei Säulen des Nachhaltigkeitskonzeptes: sowohl in ökonomischer als auch in ökologischer und sozialer Hinsicht. Anlässlich der UN-Konferenz Rio + 20, die in diesem Jahr, 20 Jahre nach der Konferenz von 1992, stattfindet, rücken wir daher den Beitrag des Fairen Handels zu einer nachhaltigen Entwicklung in den Fokus der Fairen Woche. Unter dem Motto „Zukunft gestalten. Fair handeln!“ wollen wir Beispiele aufzeigen, wie der Faire Handel den abstrakten Begriff „Nachhaltigkeit“ konkret macht und mit Leben füllt.

Wie immer finden Sie in diesem Leitfaden eine Vorstellung der Materialien, die wir Ihnen zur Unterstützung Ihrer Veranstaltung in diesem Jahr anbieten sowie zahlreiche Tipps, Aktionsideen und weitere Informationen. Wir hoffen, dass Sie viele hilfreiche Anregungen für Ihre Aktionen zur Fairen Woche entnehmen können. Für Fragen stehen wir Ihnen selbstverständlich gerne zur Verfügung. Wir wünschen Ihnen viel Spaß und Erfolg mit Ihrer Fairen Woche.

Herzliche Grüße, Ihr Koordinatorenteam

Christoph Albuschkat
Weltladen-Dachverband e.V.

Lisa Herrmann
TransFair e.V.

DER BEITRAG DES FAIREN HANDELS ZU EINER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG

Der Faire Handel spielt bei der Umsetzung der Agenda 21, dem Aktionsprogramm, das auf der Rio-Konferenz 1992 beschlossen wurde, eine wichtige Rolle. Denn der Faire Handel bietet den entscheidenden Vorteil, dass er eine konkrete Handlungsalternative ist. Er erschöpft sich nicht in theoretischen Diskussionen oder abstrakten Forderungen, sondern bietet den Konsument_innen eine klare Handlungsoption, die auf der Seite der Produzent_innen im sozialen, ökonomischen und ökologischen Bereich zu positiven Wirkungen führt. Die Tatsache, dass in zahlreichen Kommunen sogenannte Agenda-Kaffees eingeführt wurden, ist ein Beleg für die Bedeutung des Fairen Handels bei der Umsetzung der Agenda 21. Auch die Teilnahme einer Kommune an der Kampagne „Fairtrade-Towns“ kann dazu einen Beitrag leisten. Darüber hinaus bietet der Faire Handel im öffentlichen Beschaffungswesen, das mit 360 Mrd. Euro Umsatz im Jahr alleine in Deutschland ein wichtiger ökonomischer Faktor ist, konkrete Möglichkeiten, den Einkauf öffentlicher Einrichtungen nachhaltiger zu gestalten.

Der Faire Handel hat positive Wirkungen im ökonomischen, ökologischen und sozialen Bereich. Dabei steht stets der Mensch im Mittelpunkt. Der Faire Handel zielt darauf ab, Menschen und ihre sozialen und ökonomischen Zusammenschlüsse durch die gezielte Förderung ihrer Selbsthilfefkräfte zu stärken (Empowerment). Die Bereiche Bildung, Gesundheits- und Umweltschutz sowie Frauenrechte spielen dabei eine zentrale Rolle. Die Menschen sollen in die Lage versetzt werden, frei von Existenzängsten leben und arbeiten und auf dieser Basis ihre Zukunft gestalten zu können. „Zukunft gestalten. Fair handeln!“ lautet dementsprechend das Motto der diesjährigen



Fairen Woche. Der folgende Artikel von Michael Frein geht auf die Rolle des Fairen Handels in der Nachhaltigkeitsdebatte ein. Im Rezeptheft zur Fairen Woche finden Sie einige konkrete Beispiele, die zeigen, wie der Faire Handel zu einer nachhaltigen Entwicklung beiträgt.

Nachhaltige Wirkungen des Fairen Handels – auch im Norden

Fair-Handels-Organisationen, deren Geschäftsbereich ausschließlich im Fairen Handel liegt, verstehen den Fairen Handel als ein Wirtschaftskonzept, das seine nachhaltigen Wirkungen nicht nur auf Seiten der Handelspartner im Süden entfaltet. Sie verfolgen mit dem Fairen Handel einen ganzheitlichen Ansatz, der auch die Auswirkungen des eigenen Handelns im Norden berücksichtigt – sowohl im ökonomischen als auch im ökologischen und im sozialen Bereich. Auf der Website der Fairen Woche stellen wir daher unter www.fairewoche.de im Bereich „Fairer Handel“ das Engagement

einiger Akteure des Fairen Handels vor der eigenen Haustür vor. Schauen Sie rein – vielleicht finden Sie Anregungen, wie auch Ihr Unternehmen, Ihre Organisation, Ihre Gemeinde einen weiteren Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit leisten kann.

Hintergrund

NACHHALTIGE ENTWICKLUNG, RIO+20 UND DER FAIRE HANDEL

Von Michael Frein, EED

Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die es ermöglicht, die Bedürfnisse der heutigen Generationen zu befriedigen, ohne dabei zu riskieren, dass künftige Generationen ihre Bedürfnisse nicht befriedigen können.

Diese Definition der UN-Kommission für Umwelt und Entwicklung, der sogenannten Brundtland-Kommission, aus dem Jahre 1986 ist bis heute für die Debatte um eine nachhaltige Entwicklung grundlegend. Strittig ist ihre Interpretation, mithin die Frage, welche konkreten Empfehlungen aus dieser Definition abzuleiten sind.

Bis vor einigen Jahren ging man meist davon aus, dass nachhaltige Entwicklung drei – im Kern gleichberechtigte – Dimensionen habe, die es zu integrieren gelte: Ökologie, Ökonomie und Soziales. Um dieses zu veranschaulichen, diente meist das Nachhaltigkeitsdreieck als Metapher, oftmals wurde auch von den drei Säulen der Nachhaltigkeit gesprochen.

Dieses Bild hatte mehrere Konsequenzen: Zum einen war es mit Blick auf konkrete Handlungsempfehlungen wenig richtungsweisend. Die unterstellte Gleichberechtigung der drei Dimensionen nachhaltiger Entwicklung bot beispielsweise Unternehmen, Gewerkschaften und Umweltverbänden gleichermaßen eine Art Zuhause, was dann jeweils als Startpunkt zur Integration der beiden anderen Säulen dienen konnte.

Insofern ließ sich auch das Konzept der Liberalisierung des Welthandels passgenau in das Nachhaltigkeitstheorem einordnen. Ein liberalisierter Welthandel, so die These, werde über wirtschaftliches Wachstum und vermehrten Wohlstand die sozialen

Probleme lösen, während gleichzeitig durch eine optimale Allokation knapper Umweltgüter ein geringerer Ressourcenverbrauch erreicht und damit die ökologische Dimension integriert werden sollte. Diese Sichtweise korrelierte in der Hochphase des Neoliberalismus in den 1990er Jahren mit der bei wirtschaftlichen und politischen Eliten ungebrochenen Einsicht, dass Liberalisierung und Deregulierung zur Lösung aller wirtschaftlichen Probleme den Königsweg weise.

Der Faire Handel ging und geht genau eine andere Richtung. Standards wie Arbeitsbedingungen und faire Preise sind geradezu darauf ausgelegt, die Marktkräfte zu regulieren. Es ist eben nicht das freie Spiel von Angebot und Nachfrage, das dem Fairen Handel zugrunde liegt. Sondern es ist gerade die Regulierung (diesmal nicht des Staates, sondern der Fair-Handels-Organisationen), die zu dem gewünschten Ergebnis führen soll. Durch Regulierung sollen die drei Dimensionen nachhaltiger Entwicklung, nämlich soziale Menschenrechte respektive soziale Gerechtigkeit, wirtschaftliche Tragfähigkeit und, spätestens seitdem bio und fair in einem Atemzug genannt werden, ökologische Verträglichkeit integriert werden.

Nachhaltigkeit und Fairer Handel

Die Tatsache, dass zwei doch einigermaßen konträre ökonomische Konzepte für sich in Anspruch nehmen können, im Einklang mit einer nachhaltigen Entwicklung zu stehen, mag erstaunen. Sie liefert jedoch zugleich einen Hinweis darauf, warum dem Nachhaltigkeitsbegriff eine nahezu beispiellose Karriere gelang. Sein Siegeszug durch die politischen Arenen führte unter anderem zu

Nachhaltigkeitsberichten von Unternehmen, Nachhaltigkeitsstrategien von Regierungen, Nachhaltigkeitsforderungen von Nichtregierungsorganisationen und Nachhaltigkeitskonferenzen allerorten – wobei die Etikettierung kaum Rückschlüsse auf den jeweiligen Inhalt zuließ.

Kurzum: Das Nachhaltigkeitskonzept zu übernehmen, schließt in der Realität nur wenige Handlungsalternativen aus. Die sozialen und ökologischen Ergebnisse im Jahre 2012 spiegeln diese politische Beliebigkeit und Orientierungslosigkeit weitestgehend wider: Der Klimawandel schreitet fort, der Verlust der biologischen Vielfalt hält unvermindert an, nahezu eine Milliarde Menschen hungert.

Dieser Befund ruft nach einer Revision des herkömmlichen Verständnisses von Nachhaltigkeit. Zunehmend setzt sich ein Bild durch, demzufolge nachhaltige Entwicklungswege dadurch gekennzeichnet sind, dass die Leitplanken der sozialen Gerechtigkeit auf der einen und der ökologischen Tragfähigkeit des Planeten auf der anderen Seite uneingeschränkt beachtet werden. Wirtschaftliches Handeln muss zwischen diesen Leitplanken quasi eingebettet werden, die Kollision mit einer der Leitplanken bedeutet eine nicht nachhaltige Entwicklung.

Im Kern ist damit der Ruf nach einer stärkeren Regulierung der Wirtschaft verbunden. Die, wie es seinerzeit hieß, soziale und ökonomische Dimension nachhaltiger Entwicklung, erscheinen nun als fixe (wenn gleich nicht starre) Grenzen wirtschaftlichen Handelns. Immer dann, wenn die Kollision droht, ist die Politik gefragt, die Wirtschaft wieder auf Nachhaltigkeitskurs zu bringen, sozusagen in die ökologischen und sozialen Erfordernisse einzubetten.

NACHHALTIGE ENTWICKLUNG, RIO+20 UND DER FAIRE HANDEL

In dieser Perspektive wird der Faire Handel zum Vorreiter. Fairer Handel bedeutet, ökonomisches Handeln aktiv zu steuern, Sozial- und Umweltstandards als Instrumente ökonomischer Regulierung einzusetzen und etwa dafür zu sorgen, dass die Produzenten für ihre Arbeit einen Lohn erzielen, der ihnen, ihren Familien und ihren Gemeinschaften ein würdiges Leben ermöglicht.

Rio und Fairer Handel

Die internationale Konferenzdiplomatie hält mit dieser Einsicht jedoch nicht Schritt. Bereits die UN-Konferenz über Umwelt und Entwicklung, die 1992 in Rio stattfand, sah in der Liberalisierung des Welthandels ein Instrument für eine nachhaltige Entwicklung. So steht es in der beim sogenannten Erdgipfel verabschiedeten Agenda 21, die eine Anleitung für eine nachhaltige Entwicklung im 21. Jahrhundert darstellen soll. Mögliche Widersprüche zu anderen Zielen, die in der Agenda 21 formuliert werden, etwa dem Schutz der Meere oder einer nachhaltigen Landwirtschaft, werden weder problematisiert noch aufgelöst. Dies betrifft in gleicher Weise Spannungen zu den beiden in Rio geschlossenen völkerrechtlich verbindlichen Abkommen, der Konvention über die biologische Vielfalt und der Klimarahmenkonvention.

Vom 20.-22. Juni 2012 findet nun, ebenfalls unter dem Zuckerhut, die Rio+20-Konferenz statt, die, wie sie offiziell heißt, UN-Konferenz über eine nachhaltige Entwicklung. Im Vorbereitungsprozess für Rio+20 gibt es wenig Anhaltspunkte dafür, dass die Staaten aus den Fehlern und Unzulänglichkeiten der Vergangenheit gelernt haben. Weiterhin wird eine Liberalisierung der Weltwirtschaft gefordert, verbindliche



Regeln für Unternehmen, etwa mit Blick auf Arbeitsbedingungen oder faire Löhne (living wages), spielen keine Rolle, ein durchgängiger Menschenrechtsansatz ist nicht zu erkennen.

Rückenwind für den Fairen Handel ist aus Rio somit nicht zu erwarten. Das sollte jedoch nicht irritieren. Künftig wird es in der Wirtschaftspolitik verstärkt darum gehen müssen, auf einen nachhaltigen Entwicklungsweg einzuschwenken, der nicht mit den Leitplanken Ökologie und Soziales kollidiert. Und dafür kann der Faire Handel, auch unabhängig von einem Konferenzergebnis in Rio, wichtige Impulse liefern.



*Michael Frein
ist Referent für
Welthandel und
Umwelt beim
Evangelischen
Entwicklungsdienst in Bonn.*

Weitere Informationen zum Rio-Prozess:

Michael Frein: 20 Jahre danach. Eine kleine Geschichte des Rio-Prozesses. Bonn 2011.

Zusätzlich bietet der EED eine Orientierungshilfe zu den wichtigsten politischen Schlagworten an: Rio+20. Ein kleines Begriffslexikon

Kostenloser Download und weitere Infos zur Rio+20-Konferenz:

www.eed.de/rio

www.rioplus20blog.de

MATERIALIEN ZUR FAIREN WOCHE 2012

Auch in diesem Jahr sind wir Dank der finanziellen Förderung der Fairen Woche wieder in der Lage, Ihnen kostenfrei Aktionsmaterialien zur Verfügung zu stellen. Die Bestellmodalitäten haben wir weiter unten aufgeführt. Zunächst stellen wir Ihnen die Materialien der Fairen Woche 2012 kurz vor. Alle Materialien können Sie sich ab Ende Juni unter www.fairewoche.de/service/materialien/materialien-zum-download/ ansehen.

Das **Rezeptheft** kann bereits als Klassiker der Fairen Woche bezeichnet werden. Es erscheint im Format 15 x 15 cm und enthält auf 20 Seiten sowohl Rezepte als auch Infotexte zum Fairen Handel. In diesem Jahr stellen wir Ihnen ausschließlich vegetarische und ein veganes Rezept vor. Den Einzug fair gehandelter Produkte in die Spitzengastronomie belegen die raffinierten Beiträge von Jahrhundertkoch Eckart Witzigmann und Sternekoch Nelson Müller. Drei Infotexte zu den Themen Umweltschutz, Bildung und Frauenrechte beleuchten jeweils anhand eines Portraits eines Handelspartners die vielseitigen Wirkungen des Fairen Handel für eine nachhaltige Entwicklung.

Verpackungseinheit: 25 Stück.



In diesem Jahr wird es zwei verschiedene **Plakate** geben: Ein allgemeines Plakat mit dem Bildmotiv der Fairen Woche, das wir in den Formaten A 1, A 2 und A 3 anbieten. Zusätzlich finden Sie die Datei zum selber Herunterladen und Ausdrucken im Bereich 'Service' auf unserer Website. Dieses Plakat eignet sich für allgemeine Hinweise auf die Aktionswoche. Als Hinweis auf eine Veranstaltung können Sie das Plakat verwenden, indem Sie unten an das Plakat einen entsprechenden Veranstaltungshinweis ankleben.

Das zweite Plakat kennen Sie vielleicht bereits vom letzten Jahr: Es enthält die Hauptkennzeichen der Fairen Woche (grüne Grundfarbe; Faire Woche Logo, Weltladen- und Fairtrade-Zeichen) und ansonsten viel freie Fläche. Diese können Sie individuell für Ihre Bedürfnisse gestalten, z. B. können Sie bei der Verwendung als Veranstaltungshinweis ein bedrucktes



A 4 Blatt im Querformat einkleben. Das Plakat enthält keine Jahreszahl, so dass es auch in den kommenden Jahren noch eingesetzt werden kann. Dieses Plakat bieten wir in A 2 und A 3 an. Verpackungseinheit für beide Plakate: je 5 Stück.

Auch in diesem Jahr stellen wir Ihnen wieder **Tischaufsteller** zur Verfügung, die sich vor allem zum Einsatz im gastronomischen Bereich (Cafés, Restaurants, Kneipen, Kantinen, Mensen, ...) eignen. Sie entsprechen von der Form her denen des Vorjahres und enthalten u. a. einen Text, der erläutert, wie der Faire Handel Kakaobauern in die Lage versetzt, ihre Zukunft zu gestalten. Liefereinheit: 25 Stück.



MATERIALIEN ZUR FAIREN WOCHEN 2012



Zur Dekoration von Speisen stellen wir Ihnen kleine **Speisefähnchen** mit dem Faire Woche Logo zur Verfügung. Die Fähnchen haben eine Größe von 3 x 4 cm. Verpackungseinheit: 25 Stück.

Auf der Website finden Sie im Bereich ‚Service‘ darüber hinaus weitere Materialien für Ihre Arbeit, z. B. das **Logo** der Fairen Woche sowie **Werbebanner** für ihre eigene Website sowie eine **E-Card** mit dem Motiv der diesjährigen Fairen Woche.

Das **Faltblatt „Fairer Handel ... für eine gerechte Welt“** des Forum Fairer Handel eignet sich für eine kurze, übersichtliche Erstinformation über den Fairen Handel. Das Faltblatt kann in 25er Einheiten zusammen mit den anderen Materialien zur Fairen Woche bestellt werden.



Folgende **Produktproben** wird es in diesem Jahr geben:

TransFair bietet **Schokolädchen** (3 Gramm-Tafelchen) an, die kostenfrei in 100er Einheiten bezogen werden können. Die Bestellung muss bis zum 6. August vorliegen, anschließend werden die vorhandenen

Pröbchen auf die Besteller aufgeteilt.

Wir können daher nicht versprechen, dass Sie die bestellte Menge erhalten werden.

Sollten nach dem 6. August noch Schokoladenpröbchen übrig sein, können diese noch in den Folgewe-

chen normal weiterbestellt werden. Wir informieren Sie dann via Website.



EL PUENTE bietet den Weltläden, die einen Produzentenvertreter zu einer Veran-

staltung einladen, kostenlos kleine

Handwerksartikel der Koope-

rative Pekerti aus Indonesien an,

von der ihr diesjähriger Gast, Frau

Nur Aenah Ahmad, stammt (siehe

S. 16). Diese sind zur Bewerbung

der Veranstaltungen mit Frau Aenah

Ahmad gedacht. Die Termine von Frau

Aenah Ahmad sind bereits komplett

vergeben.

Wichtig!

Hinweise zur Materialbestellung für die Faire Woche 2012

Bitte beachten Sie für eine rasche und reibungslose Abwicklung Ihrer Materialbestellung folgende Richtlinien:

- Wie in den vergangenen Jahren ist auch in diesem Jahr der Eintrag Ihrer Veranstaltung/en in unseren Terminkalender unter www.fairewoche.de/veranstaltungen Voraussetzung für den Bezug von Materialien. Nach dem Termineintrag werden Sie automatisch auf das Bestellformular weitergeleitet und können direkt Materialien bestellen. Termineinträge sind ab Ende Juni möglich.

- Auf www.fairewoche.de/service/materialien können Sie sich vorab alle Materialien und deren Bestelleinheiten ansehen, damit Sie die Bestellung direkt mit Ihrem Termineintrag vornehmen können.

- Materialbestellungen können ab Ende Juni vorgenommen werden.

- Der Versand der Printmaterialien erfolgt ab Ende Juli.

Wichtig: Bitte geben Sie eine Lieferadresse an, an die auch in der Ferienzeit Sendungen zugestellt werden können.

- Andere als die im Bestellformular angegebenen Bestelleinheiten können nicht ausgeliefert werden.

- Bei Rückfragen zu Ihrer Materialbestellung wenden Sie sich bitte an Lisa Herrmann, TransFair e.V.

E-Mail: fairewoche@fairtrade-deutschland.de, Telefon: 0221/94 20 40-35

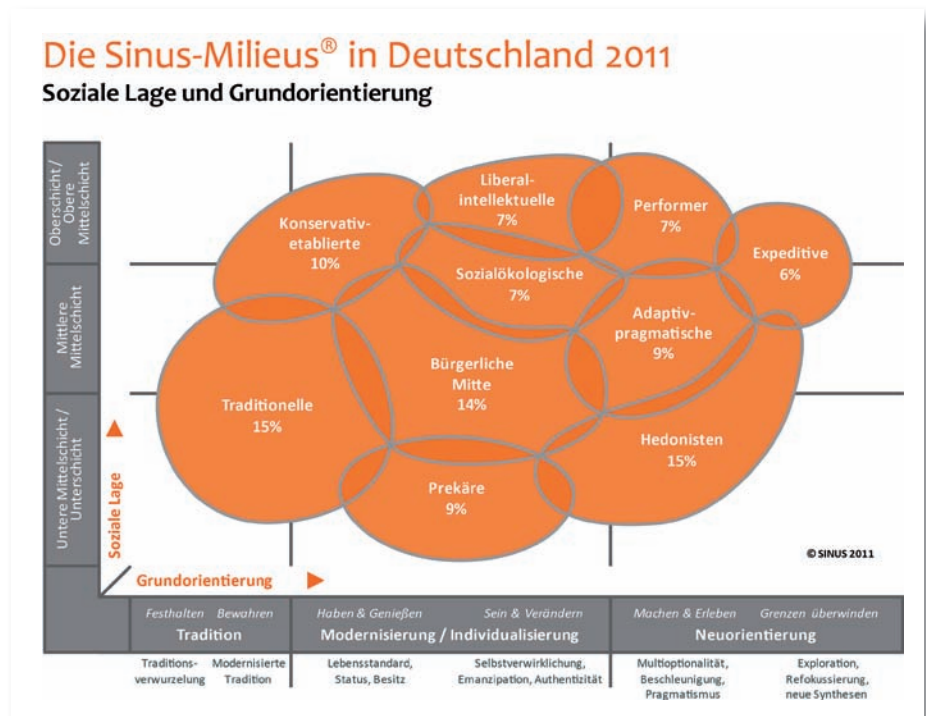
ZIELGRUPPEN FÜR AKTIONEN ZUR FAIREN WOCHEN

Das Forum Fairer Handel hat in den vergangenen Jahren Marktforschungen durchgeführt, um Informationen über bestehende und potentielle Zielgruppen des Fairen Handels zu gewinnen. Zusammenfassungen der Erhebungen können Sie auf der Website der Fairen Woche unter www.fairewoche.de/der-faire-handel/zahlen-fakten/ herunterladen.

Seit einigen Jahren weisen wir auch in den Leitfäden der Fairen Woche darauf hin, wie wichtig es ist, sich über die Zielgruppe seiner Aktionen klar zu werden und auch darüber, wie diese Zielgruppe am besten erreicht werden kann (die Aktionsleitfäden können Sie von der Website der Fairen Woche unter www.fairewoche.de im Bereich „Mitmachen“ herunterladen).

Im Jahr 2011 hat das Forum Fairer Handel das SINUS-Institut beauftragt, eine Studie durchzuführen, die die vier Hauptzielgruppen des Fairen Handels auf der Basis von SINUS-Milieus genauer untersucht im Hinblick auf Ihre Wertvorstellungen, ihre Einstellungen gegenüber dem Fairen Handel, ihre Kaufmotivation, ihre Vorlieben bezüglich der Bildsprache und weitere Parameter. Ab Juli 2012 stellt das Forum Fairer Handel auf seiner Website eine Handreichung zur Verfügung, die die Hauptideen dieser Studie zusammenfasst und Anregungen für die praktische Nutzung der Ergebnisse in der Kund_innenansprache gibt.

Wir empfehlen Ihnen die Lektüre dieser Handreichung, da sie wichtige Informationen und Tipps für die Planung und Ausrichtung der eigenen Aktionen zur Fairen Woche enthält. Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie auch auf der Website des SINUS-Instituts unter www.sinus-institut.de



AKTIONSVORSCHLÄGE

Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen verschiedene Aktionsvorschläge für Aktionen zur Fairen Woche vor. Teilweise sind sie auf bestimmte Akteure ausgerichtet, teilweise aber auch recht allgemein gehalten. Ab Seite 20 haben wir für Sie weitere Informationsquellen zusammengestellt, wo Sie sich Anregungen und Tipps für Ihre Veranstaltung(en) holen können.

AKTIONSVORSCHLÄGE FÜR WELTLÄDEN

Der Weltladen-Dachverband bietet Weltläden zur Fairen Woche 2012 verschiedene Aktionsvorschläge an. Bei Fragen dazu wenden Sie sich bitte an Anna Hirt, Tel.: 06131/68 907-85 oder a.hirt@weltladen.de.

Schritt für Schritt – Dem Weltladen auf der Spur

Inspiziert vom Aktionskünstler Wolfgang Nafroth schlägt der Weltladen-Dachverband seinen Mitgliedern vor, während der Fairen Woche orangefarbige Fußabdrücke in der Umgebung des Weltladens auf dem Boden zu verteilen. Während Wände oft überfüllt sind mit Hinweisen und Informationen, ist der Boden ein ungenutztes Fleckchen. Warum sollte man also nicht mal den Fußboden in der Innenstadt nutzen, um auf den Weltladen und seinen Standort aufmerksam zu machen? Dieser Aktionsvorschlag dürfte das Interesse von Passant_innen wecken, vor allem wenn auf den Fußspuren Fragen oder Andeutungen zu lesen sind, die neugierig machen. Interessierte und potentielle Kund_innen werden der Spur so bis zum letzten Fußabdruck folgen, um herauszufinden, wohin sie führt. Die Aktionsidee ist kostengünstig und einfach umzusetzen. Allerdings empfiehlt es



sich, einen Tag mit gutem Wetter für die Aktion auszuwählen – bei Regen sollte die Aktion besser vertagt werden. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, Fußspuren in der Stadt zu verteilen. Ein paar Ideen hat der Weltladen-Dachverband zusammen getragen. Wichtig: Fragen Sie unbedingt vorher beim Ordnungsamt um Erlaubnis. In einigen Bundesländern ist die Polizei zuständig, in kleineren Gemeinden, wo es kein Ordnungsamt gibt, lohnt sich die Nachfrage im Rathaus. Viele Städte sind sehr entgegenkommend, wenn man die Hintergründe der Aktion erklärt – von Vorteil ist sicherlich, wenn während der Fairen Woche viele weitere Aktionen zum Fairen Handel stattfinden. Sie sollten klären, wie lange Sie die Fußspuren auslegen dürfen und dafür sorgen, dass sie nach Ende der Aktion zuverlässig wieder entfernt werden.

Zur Umsetzung der Aktion:

Straßenaktions-Profis nutzen LKW-Plane oder Abdeckfolie aus dem Baumarkt für solche Aktionen, weil diese auch Regen standhalten und mehrmals eingesetzt werden

können. Das Material ist aber recht teuer und auch schwerer zu bearbeiten als Papier. Gut eignet sich auch kräftiges Papier (z.B. Tonpapier im Weltladen-Orange), auf die man die Fußabdrücke drucken kann.

Der Weltladen-Dachverband bietet Druckvorlagen für die Fußabdrücke an. Diese können ab 15. Juli unter www.weltladen.de -> Downloads -> Faire Woche heruntergeladen werden. Die Fußabdrücke sollten mindestens auf DIN A 3 ausgedruckt werden. Es empfiehlt sich das Ausdrucken im Copy-Shop, wo es eine größere Papierauswahl gibt. Die Fußspuren sollten ausgeschnitten werden, damit es besser aussieht. Der Weltladen-Dachverband bietet Fußspuren mit und ohne Beschriftung an. Es ist also jeder Ladengruppe selbst überlassen, ob sie die Fußabdrücke mit Text ausdruckt oder lieber die Fußabdrücke individuell beschriftet. Die Word-Vorlagen ermöglichen, Texte auszuwählen und in die Fußabdrücke einzufügen. Natürlich lassen sich auch Texte per Hand auf die Fußspuren schreiben. Dazu eignet sich am besten ein breiter Filzstift (z.B. Edding 850).

AKTIONSVORSCHLÄGE

Für die Befestigung gibt es mehrere Möglichkeiten. Hier sind die örtlichen Gegebenheiten und nicht zuletzt die Zustimmung des Ordnungsamts entscheidend:

Wenn es an den betreffenden Stellen Zwischenräume zwischen den Pflastersteinen gibt, dann können die Fußabdrücke z. B. mit Dachpappennägeln in den Fugen befestigt werden. Diese lassen sich anschließend auch gut wieder entfernen.

Von Aktionskünstlern wird für die Befestigung ein starkes Klebeband empfohlen, z.B. Gaffaband. Am besten man bringt es doppelseitig auf der Rückseite an, damit es von oben nicht sichtbar ist.

In manchen Städten erlaubt das Ordnungsamt den Einsatz von Sprühkreide auf der Straße. In der Mainzer Innenstadt wurde beispielsweise mit Sprühkreide immer auf ein anstehendes Musik-Festival hingewiesen – ein schöner Hingucker an Fußgängerampeln und Parkbänken! Sprühkreide ist eine ideale Markierung auf Rasenflächen und Pflastersteinen. Sie ist umweltfreundlich, trocknet sehr schnell und wird mit Wasser oder durch Regen nach einigen Tagen wieder abgewaschen.

Alternativ lassen sich die Fußabdrücke mit Straßenkreide (z.B. in orange) auf die Straße malen. Sie können aus den Vorlagen Schablonen ausschneiden und diese dann ausmalen. Damit die Aktion auch eine gute Wirkung entfaltet, sollten es mindestens 20-30 Fußspuren sein. Wer möchte, kann neben den Fußspuren auch einen kleinen Stapel mit Weltladen-Faltblättern auslegen. Diese können mit einem Stein beschwert werden und immer mal wieder aufgefüllt werden.

Literaturtipps: Wolfgang Nafroth (2010): Themen zum Thema machen. Öffentlichkeitsarbeit vor Ort wirksam gestalten. ISBN: 978-3-8391-8387-8. (für ca. 10 Euro)



Infos und Fotos zu innovativen Formen der Kampagnen- und Öffentlichkeitsarbeit finden Sie auch im Internet unter www.nafroth.com und www.aktionsideen.com.

Der Weltladen-Dachverband wünscht viel Erfolg bei der Aktion und freut sich auf Rückmeldungen, wie die Aktion vor Ort umgesetzt wurde. Schicken Sie Erfahrungsberichte (möglichst mit Fotos) an Anna Hirt, a.hirt@weltladen.de

Diese Aktion ist natürlich nicht nur für Weltläden umsetzbar. Auch alle anderen Gruppen und Initiativen können die „Fußspuren-Aktion“ nutzen, um z. B. auf eine Aktion oder einen Stand im Rahmen der Fairen Woche hinzuweisen. Die Vorlagen für die Fußabdrücke finden Sie daher auch auf der Website der Fairen Woche unter „Mitmachen ▶ Aktionsvorschläge“.

Kleinbauern säen die Zukunft – auch während der Fairen Woche!

Das Motto der diesjährigen Fairen Woche „Zukunft gestalten. Fair handeln!“ ergänzt sich wunderbar mit dem Thema der aktuellen politischen Kampagne des Weltladen-Dachverbands: „Kleinbauern säen die Zukunft“. Fairer Handel bedeutet Zukunftsperspektiven für Produzent_innen und Konsument_innen und macht Nachhaltigkeit konkret. Im Zentrum der Kampagne stehen daher drei Fair-Handels-Kooperativen aus Asien: die Green Net Cooperative in Thailand, die Small Organic Farmer Association in Sri Lanka und das Panay Fair Trade Center auf den Philippinen. Sie zeigen exemplarisch, wie kleinbäuerliche, ökologische Landwirtschaft in den Ländern des Südens Existenzen und Lebensgrundlagen sichert und gleichzeitig qualitativ hochwertige und gesunde Lebensmittel entstehen. Die Kooperativen nutzen dabei die verfügbaren natürlichen Ressourcen unseres Planeten

AKTIONSVORSCHLÄGE

nachhaltig und leisten so einen Beitrag für unser aller Zukunft.

Ziel der Aktion „Kleinbauern säen die Zukunft“ ist es, die Zukunftsperspektiven von Konsument_innen und Produzent_innen miteinander zu verbinden und gleichzeitig aufzuzeigen, wie deutsche Konsument_innen von der kleinbäuerlichen, ökologischen Landwirtschaft z.B. in Asien profitieren. Dazu wenden sich Reisbauer Boonpeng Pawan, Bananenproduzentin Leonidas Catin und Teeproduzentin Sumithra Ranosinghe mit persönlichen Botschaften an die deutschen Konsument_innen. Die drei stehen stellvertretend für ihre Kooperativen und laden zu einem Dialog über die gemeinsame Zukunft und den Fairen Handel ein.

Um diesen Dialog zu fördern, führt der Weltladen-Dachverband seit dem Frühjahr 2012 eine Kartenaktion durch, bei der Konsument_innen selbst aktiv werden können. Sie werden eingeladen, eine Aussage über ihre Zukunft zu treffen und eine Botschaft an die Kleinbauern und Kleinbäuerinnen zurück zu senden. Die Kartenaktion läuft bis Oktober 2012, so dass Weltläden auch noch im Zeitraum der Fairen Woche Karten sammeln können. Die ausgefüllten Karten wird der Weltladen-Dachverband zum Abschluss der Kampagne an die Partner-Kooperativen weiterleiten.

Mehr Informationen zur Aktion „Kleinbauern säen die Zukunft“ gibt es im Begleitheft zum Weltladentag 2012 und unter www.oekoplusfair.de. Das Material kann auch noch zur Fairen Woche beim Weltladen-Dachverband per E-Mail unter versand@weltladen.de oder mit der Bestellliste unter www.weltladen.de => Downloads => Bestelllisten angefordert werden. Die ausgefüllten Karten sollen bis Mittwoch,

Material für Weltläden zur Fairen Woche 2012

- Druckvorlagen für die Aktion „Schritt für Schritt – dem Weltladen auf der Spur“.
- Der Weltladen-Dachverband wird seinen Mitgliedern eine Muster-Pressemitteilung zur Fairen Woche 2012 zur Verfügung stellen. Diese kann individuell angepasst werden.
- Gemeinsam mit den Fair-Handels-Importeuren GEPA und dwp wird der Weltladen-Dachverband zur Fairen Woche Quizfragen zu den Produkten von Green Net, SOFA und PFTC entwickeln.
- Auch in diesem Jahr wird der Weltladen-Dachverband gemeinsam mit den Fair-Handels-Importeuren EL PUENTE, GEPA, dwp und BanaFair wieder Porträts und Statements von Produzent_innen aus dem Fairen Handel für Ihre Schaufenster-Gestaltung als Druckvorlage anbieten.

Alle Materialien können ab dem 15. Juli 2012 unter www.weltladen.de => Downloads => Faire Woche heruntergeladen werden.

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte

Jedes Jahr gibt es zur Fairen Woche hunderte Aktionen von Weltläden in ganz Deutschland. Dahinter stecken unglaublich viel Arbeit, kreative Ideen und engagierte und motivierte Menschen. Der Weltladen-Dachverband würde die vielfältigen Aktivitäten von Weltläden gerne stärker in die Öffentlichkeit tragen und bittet daher alle Mitglieder, Fotos von ihren Aktionen nach der Fairen Woche einzusenden. Kontakt: Anna Hirt, E-Mail: a.hirt@weltladen.de



den 3. Oktober 2012 an die Geschäftsstelle des Weltladen-Dachverbandes in Mainz zurück geschickt werden:
Weltladen-Dachverband e.V., z. Hd. Anna Hirt, Ludwigsstr. 11, 55116 Mainz

Der Weltladen-Dachverband wünscht allen Weltläden viel Erfolg bei der diesjährigen Fairen Woche und freut sich über Rückmeldungen und Anregungen an Anna Hirt unter a.hirt@weltladen.de.

AKTIONSVORSCHLÄGE

AKTIONSVORSCHLÄGE VON TRANSFAIR



TransFair-Schoko-Tag

Bei TransFair dreht sich im Rahmen der Fairen Woche alles um die süßeste Fairtrade-Versuchung: Schokolade! Am 20. September 2012 veranstaltet TransFair den Schoko-Tag und ruft Fairtrade-Fans, Organisationen, Betriebskantinen, Bäckereien, Cafés und Supermärkte bundesweit dazu auf, Aktionen rund um Fairtrade-Schokolade durchzuführen. Das Ziel: Der breite Wechsel von konventioneller Schokolade zu Fairtrade-Schokolade!

Im Vorfeld können alle Interessierten ihren Schoko-Tag-Event über die TransFair-Website auf der Aktionslandkarte sichtbar machen und kostenlos Materialien wie, Poster, Postkarten und eine Zeitung zum Thema Fairtrade-Kakao bestellen. Darüber hinaus stellt TransFair eine Unterrichtseinheit sowie eine PowerPoint-Präsentation zur Verfügung. TransFair veranstaltet eine große zentrale

Aktion zum Schoko-Tag. Erste Informationen finden Sie auf der TransFair-Internetseite www.fairtrade-deutschland.de.

Vom fairen Frühstück im Büro bis zum fairen Brunch im Garten ...

Hinweise und Tipps für gelungene Aktionen können Sie dem Leitfaden „Fair Frühstück“ von TransFair entnehmen. Sie finden ihn auf der Website der Fairen Woche im Bereich Mitmachen ▶ Aktionsvorschläge.

Fairtrade-Towns

„Top, die Wette gilt“ – TransFair ruft die Fairtrade Towns zu fairen Stadtvetten im Rahmen der Fairen Woche auf. Die Wetten lassen sich auf vielfältige Weise gestalten und bieten eine schöne Möglichkeit, Vertreter_innen aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft für eine gemeinsame Aktion zu gewinnen. Darüber hinaus ist eine solche Aktion ein interessanter Aufhänger für die Presse.

Veranstalten Sie zum Beispiel eine große Kaffeetafel und wetten Sie, dass es Ihre Stadt schafft, eine bestimmte Anzahl an Tassen Fairtrade-Kaffee zu trinken. Die Wette können Sie mit dem/der Bürgermeister_in abschließen oder auch mit Ihrer Nachbarstadt.



WEITERE AKTIONSVORSCHLÄGE



Fairtrade macht Schule

Der Faire Handel soll an Schulen keine Eintagsfliege sein, sondern fest und nachhaltig im Schulkontext verankert werden. Das ist das Ziel zweier Kampagnen, die von Fair Trade e.V. und TransFair e.V. in enger Abstimmung betrieben werden. Um dieses Ziel zu erreichen, wird der Fair Trade e.V. in den nächsten zwei Jahren verstärkt Materialien und Methoden entwickeln. Darüber hinaus startet der Fair Trade e.V. zur Fairen Woche 2012 den bundesweiten Wettbewerb „Wir suchen die fairste Klasse“. Mitmachen können alle ab der 7. Klasse aufwärts, die auf irgendeine Art und Weise den Fairen Handel an ihre Schule bringen: Sei es durch ein Fairplay-Fußballturnier, Fair Trade Kuchenbasar, Verkaufsstand, Unterrichtsreihe zum Fairen Handel, Beitrag in der Schülerzeitung, Videoclip etc. Aber: Der Wettbewerb ist nur der Auftakt für ein dauerhaftes Engagement. Und genau dort setzt die Kampagne „Fairtrade-Schools“ an.

In der Kampagne „Fairtrade-Schools“ haben Schulen in NRW ab August 2012 die Möglichkeit, mit dem Titel „Fairtrade-School“ für ihr Engagement im Fairen Handel ausgezeichnet zu werden. Schulen, die den Titel „Fairtrade-School“ tragen, leben und erleben den Fairen Handel im Schulall-

AKTIONSVORSCHLÄGE

tag. Schülerinnen und Schüler verstehen, wie Welthandel funktioniert und wie man ihn fairer gestalten kann. In der Schule und bei schulischen Aktivitäten (Projektwochen, Weihnachtsfesten, Schulfesten, lokalen Events) werden Produkte aus Fairem Handel eingesetzt.

Beide Kampagnen werden u.a. von der Stiftung Umwelt und Entwicklung NRW finanziert.

Für Kinder und Jugendliche bieten die Kampagnen die Option, selbst zu erfahren, wie kreativ, lebendig und international verbindend Fairer Handel ist und wie spannend und lehrreich es ist, selbst daran teil zu haben. Der Faire Handel bietet Lehrerinnen und Lehrern die Möglichkeit, positive Veränderungen anbieten zu können und Nachhaltigkeit konkret im Schulalltag zu leben und erfahrbar zu machen.

Mehr Infos zu dem bundesweiten Wettbewerb „Wir suchen die fairste Klasse“ unter www.fair4you-online.de/wettbewerb (ab Mitte August).

Mehr Infos zu Fairtrade Schools in NRW unter www.fairtrade-schools.de

Make Fruit Fair! – Internationale Kampagne für nachhaltigen Bananen- und Ananashandel

BanaFair führt derzeit gemeinsam mit europäischen NGOs und internationalen Partnern eine Kampagne für die Einhaltung von Arbeitsrechten und Umweltschutz in der Bananen- und Ananasbeschaffungskette durch. Darüber hinaus möchte BanaFair die Anliegen ihrer Partner aus den Produktionsländern bei uns hör- und sichtbar machen, Brücken zwischen Menschen in Produzenten- und Konsumentenländern bauen und neue Formen internationaler Handels-

politik und -praxis unterstützen. Unter www.makefruitfair.de finden Sie weitere Informationen zur Kampagne; unter anderem einen Aktionsleitfaden mit Hintergrundinfos zum Thema und Aktionsvorschlägen.

Kooperationen mit lokalen Genossenschaften



Genossenschaften leisten weltweit wichtige Beiträge zu einer nachhaltigen Entwicklung und zur Stärkung von Regionen. Aus diesem Grund haben die Vereinten Nationen das Jahr 2012 zum internationalen Jahr der Genossenschaften erklärt. Daher bietet es sich in diesem Jahr besonders an, im Rahmen der Fairen Woche mit lokalen Genossenschaften zu kooperieren und die öffentliche Aufmerksamkeit auch auf den Fairen Handel zu lenken. Denn Genossenschaften spielen im Fairen Handel eine große Rolle und weisen von ihrem Gründungsimpuls her eine Nähe zu den Zielen des Fairen Handels auf. Durch die Bündelung der Kräfte einer Gemeinschaft versuchen Genossenschaften Ziele zu erreichen, die die einzelnen Mitglieder alleine nicht erreichen könnten und die dem Gemeinwohl dienen. Der Großteil der Produzentengruppen besteht aus genossenschaftlich organisierten Kleinbauern-Kooperativen, die sich zusammengeschlossen haben, um ihren Interessen mehr Gewicht zu verleihen. Zudem sind auch viele Akteure des Fairen Handels in Deutschland

genossenschaftlich organisiert.

In Deutschland gibt es zurzeit etwa 7.500 Genossenschaften, die insgesamt rund 20 Mio. Mitglieder haben. Ihre Aktivitäten erstrecken sich über sehr unterschiedliche Bereiche, angefangen bei Kredit- über Wohnungs- bis hin zu Agrargenossenschaften. Als Kooperationspartner für gemeinsame Aktionen im Rahmen der Fairen Woche kommen vor allem Genossenschaften im kulturellen und sportlichen (z. B. Kino, Schwimmbad), im sozialen (z. B. Kindergarten) oder im landwirtschaftlichen Bereich in Frage. Schauen Sie sich um in Ihrem Ort – vielleicht ergeben sich auch Möglichkeiten für eine dauerhafte Zusammenarbeit.

Mehr Informationen und einen Veranstaltungskalender gibt es unter www.genossenschaften.de

AKTIONSVORSCHLÄGE

AKTIONEN IM KIRCHLICHEN KONTEXT

Einen „fairen Gottesdienst“ feiern mit den ökumenischen Gottesdienstbausteinen

Die kirchlichen Entwicklungswerke Aktion „Brot für die Welt“, das Bischöfliche Hilfswerk MISEREOR, der Evangelische Entwicklungsdienst, das Kindermissionswerk „Die Sternsinger“, die Kindernothilfe sowie das Kolpingwerk Deutschland haben auch in diesem Jahr gemeinsam ökumenische Gottesdienstbausteine zur Fairen Woche gestaltet.



Die Bausteine bestehen neben einem Predigttext auch Gebete und eine Liturgie speziell für Kinder und Jugendliche, um in den Gemeinden, in Weltläden und Eine-Welt-Initiativen einen „fairen Gottesdienst“ zu feiern. Damit haben Sie die Chance, Menschen auf den Fairen Handel aufmerksam zu machen, die den Fairen Handel zwar kennen, aber noch nicht oder nur selten fair gehandelte Produkte kaufen. Nutzen Sie diese Chance! Als Vorlage können die ökumenischen Gottesdienstbausteine ab Sommer bei den Herausgebern bestellt werden (z. B. beim EED per E-Mail an vertrieb@eed.de oder telefonisch unter 0228/8101-2511). Außerdem

stehen sie auf der Internetseite www.eed.de/fairerhandel in der „Mediathek“ und auf der Seite der Fairen Woche unter „Mitmachen“ zum Herunterladen bereit.

Umstellung auf öko-faire Beschaffung in kirchlichen Einrichtungen

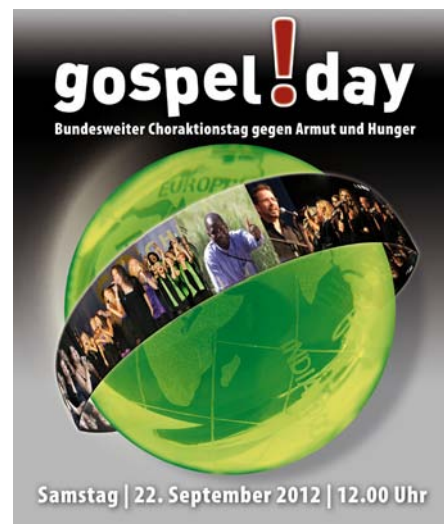
Die Faire Woche ist eine gute Gelegenheit, in der eigenen Gemeinde oder kirchlichen Einrichtung die Beschaffung auf Produkte aus Fairem Handel umzustellen. Gerade kirchliche Einrichtungen sollten mit gutem Beispiel vorangehen und Produkte aus

Fairem Handel nutzen. „Wer sich für mehr Fairness und Gerechtigkeit weltweit einsetzt und sie zugleich in den eigenen Reihen praktiziert, setzt starke und glaubwürdige Signale“, heißt es auf der Seite [\[trinken-fair.de\]\(http://trinken-fair.de\). Sie ist Teil der Aktion „Fairer Kaffee in die Kirchen“, die im Jahr 2001 ins Leben gerufen wurde. Die Website und die Seite \[www.zukunft-einkaufen.de\]\(http://www.zukunft-einkaufen.de\) bieten zahlreiche Tipps, Erfahrungsberichte, Infos zu Bezugsquellen sowie Links zu Leitfäden, die erläutern, wie eine Umstellung auf fair gehandelte Produkte gelingen kann.](http://www.kirchen-</p>
</div>
<div data-bbox=)

Bundesweiter Gospel-Aktionstag gegen Hunger und Armut – Der Sound zum Fairen Handel

Auch in diesem Jahr findet im Zeitraum der Fairen Woche wieder der bundesweite

Gospel-Aktionstag statt. Am Samstag, den 22. September um 12.00 Uhr treten Gospelchöre auf Marktplätzen, in Fußgängerzonen, in Einkaufszentren und Bahnhöfen, vor dem Brandenburger Tor und auf der Zugspitze auf. In über 300 Orten machen sie mit der Aktion auf Hunger und Armut aufmerksam. Bei der Premiere 2011 sangen 7.000 Sänger_innen, für dieses Jahr rechnen die Veranstalter mit 12.000 Stimmen. Vielerorts wird es ein kleines Rahmenprogramm zum Gospel Day geben, das auch eine Kooperation z. B. mit Weltläden vor Ort ermöglicht. In Absprache mit den Chören können Weltläden im Anschluss an die Konzerte Infomaterial verteilen oder Verkostungsaktionen anbieten. Im letzten Jahr kam es in mehreren Städten zu einer Zusammenarbeit, darunter auch zu einem Konzert in einem Weltladen. Die Erfahrung zeigt: Gospel ist ein passender Sound zum Fairen Handel. Für Weltläden ist es darüber hinaus auch eine gute Möglichkeit, die Gospel-Sänger_innen selbst als potentielle Zielgruppe anzusprechen. Mehr Informationen zum Gospel Day und eine Liste der beteiligten Gospelchöre gibt es unter www.gospelday.de.



PRODUZENTENVERTRETER_INNEN ZU GAST WÄHREND DER FAIREN WOCHEN



Wir freuen uns, dass wir auch in diesem Jahr wieder Vertreter_innen von Produzentenorganisationen zur Fairen Woche nach Deutschland einladen können. Die Rundreisen und Informationsveranstaltungen mit den Gästen aus dem Süden sind ein wichtiges Element und fester Bestandteil der Fairen Woche. Die Gäste berichten aus erster Hand über ihre Arbeit und über die Wirkungen des Fairen Handels. Damit leisten Sie einen bedeutenden Beitrag zur Stärkung der Glaubwürdigkeit des Fairen Handels. Auf der anderen Seite sind sie mindestens genauso neugierig, etwas über den Fairen Handel, die Akteure und die Wünsche der Kund_innen in Deutschland zu erfahren. Die Begegnung mit unseren Gästen bietet also die Chance zum Austausch in beide Richtungen.

Die Planungen der Reisen stecken zum Redaktionsschluss dieses Leitfadens leider noch in den Anfängen. Von EL PUENTE sowie TransFair liegen bereits konkrete Informationen vor. Sobald die Namen weiterer Gäste sowie die Reisettermine festste-

hen, werden wir sie unter www.fairewoche.de/die-faire-woche bekanntgeben und laden Sie herzlich ein, den einen oder anderen Termin in Ihrer Nähe wahrzunehmen.

Produzentenrundreise von EL PUENTE:

In diesem Jahr hat EL PUENTE Frau Nur Aenah Ahmad (rechts im Bild) von Pekerti aus Indonesien zu Gast. Pekerti wurde bereits 1975 gegründet und ist damit die älteste Fair Trade Organisation Indonesiens. Seit 1998 ist Pekerti WFTO Mitglied. Pekerti arbeitet erfolgreich mit Kunsthandwerkern aus mehr als 60 Produzentengruppen in ganz Indonesien zusammen. Von Pekerti bezieht EL PUENTE hauptsächlich Dekoartikel, Musikinstrumente, Schmuck und Schals. Weitere Informationen zu Pekerti finden Sie unter www.el-puente.de/lilac/cms/de/9,,info,html_pp,Asien,id,43,,,,,1/index.html und auf Englisch unter http://pekerti.org/?page_id=2.

Nur lebt in Bekasi, einer Stadt am südöstlichen Stadtrand von Jakarta. Sie arbeitet seit 2003 für Pekerti, hauptsächlich in der

Weiterbildung für Produzent_innen und im Bereich der Gemeinschaftsentwicklung mit dem Schwerpunkt Frauenförderung. Nur wird vom 11. bis zum 30. September in Deutschland sein und in dieser Zeit Weltläden in 21 Städten besuchen. Um möglichst vielen Zuhörer_innen über die Lebensbedingungen der indonesischen Handwerker_innen und die Wirkungen des Fairen Handels zu berichten, wird sie zusätzlich zu den öffentlichen Vorträgen auch Schulen in den jeweiligen Städten besuchen. Schüler_innen sind meistens sehr interessiert und hervorragende Multiplikator_innen in ihren Familien und Freundeskreisen.



Produzentenrundreise von TransFair:

TransFair lädt zur Fairen Woche 2012 Frau Felicia Evangelista del Rosario von der Fair-trade-zertifizierten Kakao-Dachorganisation Conacado (Confederacion Nacional de Cacaocultores Dominicanos) aus der Dominikanischen Republik ein.

Die Dachorganisation mehrerer Kooperativen zählt zu den drei exportstärksten Kakaoproduzenten in der Dominikanischen

PRODUZENTENVERTRETER_INNEN ZU GAST WÄHREND DER FAIREN WOCHEN



Republik. Die Mitglieder produzieren jährlich etwa 25 Prozent des gesamten Kakaos auf der Insel. Das Hauptengagement von Conacado liegt neben der Vermarktung des Kakaos vor allem in der technischen Beratung ihrer Mitglieder. Zudem werden Schulungen angeboten, deren Ziel die Steigerung der Produktion ist, wie etwa Schulungen in den Bereichen Biolandbau, Qualitätssicherung und der Weiterverarbeitung des Rohkakaos. Neun Produzentenorganisationen sind Mitglied der Dachorganisation Conacado. Diese sind wiederum in kleineren Produzentengruppen organisiert. Insgesamt hat Conacado etwa 10.000 Einzelmitglieder.

Tipps für die Organisation von Veranstaltungen mit Produzentenvertreter_innen

Für den Fall, dass Sie eine Veranstaltung mit einem Gast aus dem Süden organisieren, haben wir für Sie ein paar Tipps zusammengestellt, die zum Gelingen Ihrer Veranstaltung beitragen sollen. Wir bitten Sie, diese

Hinweise, die auf den Erfahrungen der vergangenen Jahre basieren, zu beachten.

••••• Wichtig sind ganz allgemein gute Absprachen zwischen Ihnen und der Begleitperson. Teilen Sie also bitte rechtzeitig die Kontaktdaten der zuständigen Person auf Ihrer Seite der Begleitperson mit, damit die entsprechenden Absprachen erfolgen können. Wichtig ist darüber hinaus, dass Sie der Begleitperson des Gastes möglichst frühzeitig folgende wichtige Daten rund um die Veranstaltung mitteilen:

- Die Uhrzeit, wann Ihre Veranstaltung beginnen und wie lange sie dauern soll.
- Den Titel Ihrer Veranstaltung.
- Den genauen Veranstaltungsort, ggfs. Wegbeschreibung oder – besser noch – Abholservice.
- Die Zielgruppe der Veranstaltung (Ladengruppe, Schüler_innen, Kirchengemeinde, Vertreter_innen der Stadt, ...).
- Wenn Sie Pressemitteilungen oder Handzettel erstellen, lassen Sie diese Texte doch bitte ebenfalls der Begleitperson zukommen.

••••• Bitte denken Sie daran, dass die Rundreisen unserer Gäste sich nicht einseitig darauf konzentrieren sollte, dass wir uns von ihnen über die Situation in ihrem Land berichten lassen. Sie sollte den Gästen auch einen Einblick in die Verhältnisse in Deutschland und vor allem in die Arbeit der im Fairen Handel Tätigen ermöglichen. Deshalb empfehlen wir Ihnen, noch ein Gespräch mit Ihnen als lokaler Akteur des Fairen Handels einzuplanen, in dem Sie von der Situation in Ihrer Stadt und Ihrer Organisation berichten. Dieses Gespräch sollte möglichst noch vor der Veranstaltung geführt werden, damit Ihr Gast sich ein wenig auf die Gegebenheiten in Ihrem Ort einstellen kann und vielleicht sogar während seines Vortrags darauf Bezug nehmen kann.

••••• Bitte beachten Sie, dass der Anlass für den Besuch des Produzentenvertreters bei Ihnen eine öffentliche Veranstaltung oder ein Gespräch mit dem/der Bürgermeister_in oder dem/der lokalen Bundestags-/Europaabgeordneten oder einem/r Medienvertreter_in sein soll. Auf solche Termine sind die Gäste vorbereitet, wohingegen eine Einladung zu einem informellen Austausch eher kein passender Rahmen für einen Besuch darstellt.

••••• Auf Ihre Veranstaltung sollten sie mit einer auffälligen, freundlich formulierten und aussagekräftigen Ankündigung hinweisen. Die Plakate der Fairen Wochen, in die Sie jeweils eine entsprechende Ankündigung einkleben können, eignen sich dafür. Nutzen Sie Werbemöglichkeiten auch außerhalb Ihrer Einrichtung, um auch Menschen anzusprechen, die sich bisher noch nicht für den Fairen Handel interessiert haben.

PRODUZENTENVERTRETER_INNEN ZU GAST WÄHREND DER FAIREN WOCHE

••••• Überlegen Sie, andere Organisationen und/oder kulturelle Einrichtungen in Ihrer Stadt oder Gemeinde zu Ihrer Veranstaltung einzuladen, um weitere Interessenten zu erreichen. Evtl. bietet eine bestehende Städte- oder Gemeindepartnerschaft einen Anknüpfungspunkt für eine Kooperation. Alternativ wäre denkbar, Einrichtungen wie Museen, die Volkshochschule, Kunstgalerien oder Ähnliches als Veranstaltungsort und/oder Kooperationspartner zu wählen. Darüber lassen sich sicherlich neue Interessenten für den Fairen Handel gewinnen. Nutzen Sie auch die Kommunikationskanäle Ihrer Kooperationspartner und natürlich die lokalen Medien, um auf Ihre Veranstaltung aufmerksam zu machen.

••••• Wir möchten anregen, die Gelegenheit, dass Sie eine/n Produzentenvertreter_in zu Gast haben, für die Öffentlichkeitsarbeit zu nutzen. Schicken Sie ihren lokalen Medien eine Einladung zu Ihrer Veranstaltung oder versuchen Sie, ein Treffen des Gastes mit lokalen Prominenten (Bürgermeister_in, Pfarrer_in, ...) zu organisieren und laden Sie die Presse dazu ein. Schauen Sie auf der Homepage der Fairen Woche nach Musterpressemitteilungen für diesen Zweck.

••••• Falls ein Film oder eine Powerpoint-Präsentation gezeigt werden soll, sorgen Sie bitte für PC bzw. DVD-Player, Beamer und Leinwand und probieren Sie rechtzeitig vorher aus, ob die Geräte miteinander funktionieren und ob das Bild für die geplante Veranstaltung groß und hell genug ist. Nicht, dass bei Ihrer Veranstaltung die Sonne genau dahin scheint, wo die Leinwand steht. Je nach Größe des Raumes sollten Sie mit Mikrofonanlage arbeiten. Probieren Sie diese vor der Veranstaltung aus. Optimal wäre es, wenn jemand während der Veranstaltung

anwesend ist, der sich mit der Technik auskennt und für sie verantwortlich ist.

••••• Bitte achten Sie darauf, dass die Veranstaltungsräume ausreichend beheizt sind und dass zumindest dem Gast, der übersetzenden Person und der Begleitperson während der Veranstaltung etwas zum Trinken zur Verfügung steht. Es dient natürlich der Atmosphäre der Veranstaltung, wenn allen Gästen etwas zum Trinken angeboten wird. Achten Sie darauf, dass Sie genügend Getränke und ggfs. Knabbereien vorrätig haben und auch das nötige Geschirr, Tassen, Gläser, ...

••••• Ganz wichtig für das Gelingen der Veranstaltung ist eine gute Übersetzung für den Gast. Die Person, die die Übersetzung macht, sollte nicht nur die Sprache des Gastes ausreichend gut beherrschen, sondern auch die deutsche Sprache. Gut wäre es, wenn Sie eine Person finden, die Erfahrung hat mit solchen Übersetzungstätigkeiten. Es ist hilfreich, vor Beginn der Veranstaltung Zeit für ein Vorgespräch zwischen der übersetzenden Person und dem Gast einzuplanen, damit diese sich kennen lernen und aufeinander einstimmen können.

••••• Außerdem trägt es zum Gelingen der Veranstaltung bei, wenn der Veranstaltungsraum entsprechend dekoriert ist. Dazu können z. B. Produkte und Plakate des Handelspartners dienen (Plakate, Faltblätter, Produkttisch, ...) sowie die Materialien der Fairen Woche (Plakate, Rezepthefte, Produktproben, ...). Wenn es sich um einen Lebensmittelproduzenten handelt, sollten die entsprechenden Produkte zum Verkosten angeboten werden.

••••• „Dialog statt Monolog“ – nach dem

Vortrag sollte die Möglichkeit bestehen und wahrgenommen werden, inhaltliche oder auch persönliche Fragen an den Gast zu stellen. Falls von Seiten der Teilnehmer_innen an der Veranstaltung keine Fragen kommen wäre es schön, wenn Sie als Veranstalter sich im Vorfeld schon Fragen überlegt haben, damit ein Gespräch in Gang kommt.

••••• Bitte vergessen Sie nicht, Fotos von der Veranstaltung mit Ihrem Besuch zu machen – für Ihre eigene Dokumentation, für die Dokumentation der Fairen Woche und auch als Dankeschön und Rückmeldung an den Gast selber.

••••• Es wäre schön, wenn Sie sich mit einem kleinen Geschenk für den Besuch des Gastes bedanken würden. Bedenken Sie dabei aber bitte, dass es sich um ein möglichst praktikables Geschenk handeln sollte (Blumensträuße sind eher ungeeignet) und dass es nicht zu schwer sein sollte (Weinflaschen, ...). Eine gute Idee ist z. B. ein Foto der veranstaltenden Gruppe oder ein Foto von der Veranstaltung einschließlich der erschienenen Presseartikel.

••••• Die Versorgung und Unterbringung des Gastes sollte in enger Absprache mit der Begleitperson erfolgen. Grundsätzlich sollen für die Gäste Einzelzimmer zur Verfügung gestellt werden bzw. getrennte Zimmer für die Gäste und die Begleitperson.

••••• Es wäre schön, wenn einige Vertreter der Veranstalter zumindest an einigen Mahlzeiten teilnehmen könnten. Die sich gerade beim gemeinsamen Essen entwickelnden Gespräche bieten eine gute Möglichkeit für unsere Gäste, einen Eindruck vom Leben in Deutschland sowie von der Arbeit im Fairen Handel zu gewinnen.

WEITERE AKTIONEN UND KAMPAGNEN IM ZEITRAUM DER FAIREN WOCHEN

Im Zeitraum der Fairen Wochen finden bundesweit oder regional begrenzt zahlreiche weitere Aktionen und Kampagnen statt, die einen Bezug zum Fairen Handel aufweisen.

Faire Ferien

Ein Bündnis kirchlicher Jugendverbände hat die Aktion „Faire Ferien“ gestartet. Ein Leitfaden gibt Tipps, wie Jugendfreizeiten fairer und nachhaltiger gestaltet werden können. Im Aktionszeitraum, der bis Oktober 2012 läuft, können Produkte der GEPA zu Sonderkonditionen bestellt werden. Der Leitfaden kann direkt bei den Herausgebern (www.bdkj-paderborn.de; www.ev-jugend-westfalen.de) heruntergeladen oder auch als Printversion bestellt werden (fecke@bdkj-paderborn.de; peter.bednaz@afj-westfalen.de).

Tag der Regionen

Der Tag der Regionen steht in diesem Jahr unter dem Motto „Zukunft durch Nähe – wirtschaftlich, ökologisch, sozial“. Der Aktionszeitraum läuft vom 21. September bis zum 7. Oktober mit einem „Kerntag“ am 30. September.

Die Aktion wird seit 1998 bundesweit durchgeführt und macht Werbung für die Stärken der Regionen – für regionale Produkte, regionale Dienstleistungen und regionales Engagement. Wo ein regionaler Bezug von Produkten nicht möglich ist, setzt der Tag der Regionen auf Fairen Handel. Unter www.tag-der-regionen.de finden Sie weitere Informationen, auch zu länderspezifischen Aktionen zum Tag der Regionen. Vielleicht bietet sich bei der einen oder anderen Veranstaltung eine Kooperation an. Auch einen Veranstaltungskalender finden Sie auf der

Website, in der Sie Ihre Aktion zur Fairen Woche eintragen und somit zusätzlich auf Ihre Aktion aufmerksam machen können.



Woche des bürgerschaftlichen Engagements 2012

Parallel zur Fairen Woche findet vom 24. September bis 3. Oktober die Woche des bürgerschaftlichen Engagements 2012 statt. Zum 8. Mal wird das Bürgerengagement in aller Munde sein und die Arbeit von mehr als 23 Millionen freiwillig Engagierten gewürdigt. Bundespräsident Joachim Gauck hat die Schirmherrschaft für die Woche des bürgerschaftlichen Engagements übernommen und betont die zentrale Bedeutung bürgerschaftlichen Engagements für den Zusammenhalt unserer Gesellschaft. Bundesweit sollen möglichst viele Akteure, Vereine, Initiativen, Organisationen, staatliche Institutionen und Unternehmen unter dem Motto „Engagement macht stark!“ auf ihre Freiwilligenprogramme, Projekte und Initiativen aufmerksam machen. Auf der Kampagnenhome-



page www.engagement-macht-stark.de befindet sich der Engagementkalender, in den auch jede ehrenamtliche Aktion, die im Rahmen der Fairen Wochen stattfindet, eingetragen werden kann.

Aktionstage „Bildung für nachhaltige Entwicklung“

Lernen und Erleben, was Nachhaltigkeit bedeutet – das können Besucher_innen der Aktionstage „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ vom 21. bis 30. September 2012. In ganz Deutschland zeigen engagierte Menschen, was jeder Einzelne für eine lebenswerte Zukunft tun kann. In den Veranstaltungskalender unter www.bne-portal.de/aktionstage können auch Veranstaltungen zur Fairen Woche eingetragen werden.

Interkulturelle Woche

Die bundesweite Interkulturelle Woche findet vom 23. bis zum 29. September 2012 unter dem Motto „Herzlich willkommen – wer immer Du bist“ statt. Zahlreiche Kommunen, Gewerkschaften und Migrantenorganisationen beteiligen sich daran in Form von Kulturveranstaltungen, Tagen der Offenen Tür, Gottesdiensten u.v.m. Unter www.ekd.de/interkulturellewoche/ finden Sie weitere Informationen, u.a. ab Sommer einen Veranstaltungskalender, der Ideen für Aktionen sowie Kontaktmöglichkeiten für potentielle Kooperationspartner für die Faire Woche enthält.

WEITERE TIPPS, INFORMATIONEN UND MATERIALIEN

Kurzfilme zum Fairen Handel aus dem Wettbewerb REC A◀FAIR

Das Forum Fairer Handel hat im Jahr 2011 einen Kurzfilmwettbewerb unter dem Namen REC A◀FAIR durchgeführt. Mehr als 100 Filmbeiträge sind entstanden, die den Fairen Handel auf witzige, innovative Art und Weise thematisieren. Die fünf besten Filme wurden prämiert und die 20 besten Clips hat das Forum Fairer Handel auf der DVD „Twentyfair“ zusammengestellt. Wenn Sie die Möglichkeit haben, die Filme zu zeigen (Rechner, Beamer, Lautsprecher, Leinwand/helle Wand), haben Sie damit eine schöne, kostenlose Ergänzung Ihrer Veranstaltung. Sie können einige dieser Kurzfilme beispielsweise zu Beginn Ihrer Veranstaltung zeigen oder als Pausenfilm. Die DVD kann kostenlos bestellt werden gegen Einsendung eines adressierten und mit 1,45 Euro frankierten Rückumschlags beim Forum Fairer Handel, Chausseestr. 128/129, 10115 Berlin. Pro Bestellung kann nur eine DVD abgegeben werden. Den Siegerfilm „Du hast es in der Hand“ (1:59 Min:) stellt das Forum Fairer Handel auch in einem kinotauglichen Format zur Verfügung. Wenn Ihr Kino bereit ist, den Film zu zeigen, schicken Sie uns bitte eine E-Mail an info@fairewoche.de. Wir stellen Ihnen dann die kinotaugliche Datei des Films gerne zur Verfügung.

Filme von TransFair

Erklären Sie den Fairen Handel anhand eines Films im Unterricht oder laden Sie zu einem Filmabend ein – TransFair bietet umfangreiches Filmmaterial rund um das Thema Fairer Handel an. Die Bandbreite der Filme ist groß, neben Filmen mit grundsätz-

lichen Informationen zu Fairtrade stehen auch Filme über Produzentengruppen verschiedener Fairtrade-Produkte wie Kaffee, Kakao, Baumwolle etc. sowie Filme über TransFair-Aktionen zur Verfügung. Die Filme stehen auf der Internetseite von TransFair unter Materialien zum Download bereit oder können per E-Mail an info@fairtrade-deutschland.de mit dem Betreff „Filmbestellung“ bestellt werden.

Power Point Präsentation zum Fairen Handel

Auf der Website des Forum Fairer Handel (www.forum-fairer-handel.de) finden Sie unter „Service => Materialien => Publikationen FFH“ eine PowerPoint-Präsentation zum Fairen Handel, die Sie kostenfrei herunterladen können. Ergänzend dazu finden Sie an gleicher Stelle eine Datei mit Erläuterungen zur Präsentation. Damit können Sie einen Vortrag über den Fairen Handel im Weltladen, in der Volkshochschule, in der Kirchengemeinde oder in einem anderen Rahmen halten.

Ausstellungen zum Fairen Handel

Wenn Sie zur Fairen Woche eine Ausstellung zum Thema „Fairer Handel“ zeigen wollen, sind Sie bei TransFair an der richtigen Adresse: TransFair bietet zwei Ausstellungen an, die im Rahmen der Fairen Woche ausgeliehen und gezeigt werden können.

Allgemeine Ausstellung

TransFair hat eine Fotoausstellung zum Thema Fairer Handel konzipiert, die Sie gerne für den eigenen Gebrauch in Café,



Arbeiterrechte

Der Faire Handel hilft Arbeiterinnen und Arbeitern, ihre Rechte durchzusetzen. Die Betriebe und Plantagen, die ihre Produkte unter fairen Bedingungen verkaufen, verpflichten sich, soziale und ökologische Mindeststandards einzuhalten. Dazu gehört es, dass sich die Beschäftigten zusammen schließen können, um gemeinsam über Löhne und Arbeitsbedingungen zu verhandeln. Es gibt geregelte Arbeitszeiten und Sozialleistungen, wie zum Beispiel Mutterschutz. Illegale Zwangs- und Kinderarbeit sind verboten.



Schule, Betriebskantine oder ähnlichem im Rahmen der Fairen Woche ausleihen können. Die Ausstellung besteht aus elf, an der Oberseite gelochten Tafeln im DIN A1-Format (Aufhängung z.B. mit Nylonfaden) mit einer Überblickstafel und jeweils fünf Tafeln mit Produzenten-Zitaten und Statements zu folgenden Themenbereichen:

Arbeiterrechte

Stabiles Einkommen

Ländliche Entwicklung

Bio & Fair

Zugang zu internationalen Märkten

Ausstellung zur

Fairtrade-Botschafterkampagne

TransFair bietet die Motive der Botschafter-Kampagne als Ausstellung an. Fotograf Jim Rakete hat dazu prominente Fairtrade-Unterstützer_innen in Szene gesetzt: „Energiespender“ Jürgen Klopp posiert mit einer Banane in der Südkurve des Dortmunder Westfalen-Stadions, Cosma Shiva Hagen schlürft als „Querdenkerin“ einen Fruchtcocktail am Hamburger Hafen, Daniel Brühl

WEITERE TIPPS, INFORMATIONEN UND MATERIALIEN

ist der Kaffee trinkende „Fragensteller“ auf einem Regie-Stuhl, Annett Louisan vergnügt sich als „Genussmensch“ mit Schwamm und Schokoriegel in einer schaumgefüllten Badewanne am Potsdamer Platz, Karoline Herfurth badet als „Stoffwechslerin“ in Fairtrade-Baumwolle, Hannes Jaenicke ist „Nachvornegucker“, Steffi Jones wurde als „Teamplayerin“ mit Südfrüchten abgebildet, Till Brönner posiert als „Sinnsucher“ und Joachim Król ist als „Umdenker“ beim Tee trinken abgelichtet.

Bei Interesse oder Fragen zum Verleih wenden Sie sich bitte an:

Regina Volkmer, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, TransFair e.V.

E-Mail: r.volkmer@fairtrade-deutschland.de,
Tel.: 0221/94 20 40-44.

Das Forum Fairer Handel hat vor kurzem ein **Hintergrundpapier für Multiplikator_innen im Fairen Handel zum Thema Klimawandel** erstellt. Die Broschüre „Klimawandel - eine Herausforderung für den Fairen Handel“ kann beim Forum Fairer Handel bestellt und unter www.forum-fairer-handel.de heruntergeladen werden.

Sehr viele Tipps und Anregungen für die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen zur Fairen Woche enthalten die **Aktionsleitfäden der vergangenen Fairen Wochen**. Sie können sie unter www.faire-woche.de/mitmachen herunterladen.

Die Servicestelle Kommunen in der Einen Welt hat in der Reihe „Dialog Global“ (Heft 23) den **Praxisleitfaden „Fair Handeln in Kommunen“** herausgegeben, der 177 Beispiele für „global verantwortliches“ Han-

deln vorstellt. Der Leitfaden ist thematisch strukturiert und bietet praxisnahe Tipps, Erfahrungsberichte und zahlreiche Verweise auf weitere Informationen. Er kann von der Website der Servicestelle herunter geladen und auch dort kostenfrei bestellt werden. www.service-eine-welt.de/publikationen/publikationen-start.html

Außerdem hat die Servicestelle auf Ihrer Website unter www.service-eine-welt.de/foerderdatenbank/foerderdatenbank-start.html eine umfangreiche **Projektdatenbank** zusammengestellt. Sie enthält die Projekte, mit denen sich die Kommunen in den vergangenen Jahren an den Wettbewerben zur Hauptstadt des Fairen Handels beworben haben. Über eine Suchfunktion kann die Datenbank nach verschiedenen Kriterien durchsucht werden.

Der vom Weltladen-Dachverband e.V. und vom Verein Mobile Bildung e.V. in Hamburg herausgegebene **Grundkurs Weltladen** enthält umfangreiches Basiswissen über alle Bereiche der Weltladenarbeit. In Bezug auf zielgruppenspezifische Kundenansprache ist in erster Linie das Modul 5 „Die KundInnen – Unbekannte Wesen?“ relevant. Der Grundkurs kann beim Weltladen-Dachverband bezogen werden (www.weltladen.de).

Auf folgenden Seiten im Internet finden Sie weitere Aktionsvorschläge, Tipps, Informationen, ... zum Fairen Handel:

www.forum-fairer-handel.de

Seite des Forum Fairer Handel, dem Netzwerk des Fairen Handels in Deutschland; bietet umfangreiche Informationen über

alle Themen des Fairen Handels, Studien, eine Materialdatenbank sowie Pressemitteilungen der Mitgliedsorganisationen

www.weltladen.de

Seite des Weltladen-Dachverbandes mit zahlreichen Informationen rund um die Weltladenarbeit und Weltladen-Suchfunktion

www.fairjobbing.net

Seite der Weltladen-Dachverbände aus Deutschland und Österreich, enthalten vor allem Anregungen für junge Leute

www.fairtrade-deutschland.de

Seite der Siegelinitiative TransFair; enthält viele nützliche Informationen über Produkte und Produzenten, Filme, Anregungen zum Mitmachen, ...

www.fairtrade.de

Seite des Fair Trade e.V. der GEPA; bietet einen guten Überblick über die Funktionsweise und Akteure des Fairen Handel sowie Möglichkeiten zum Mitmachen

www.fair4you-online.de

Ebenfalls vom Fair Trade e.V. betriebene Seite, die vor allem Jugendliche ansprechen und zum Mitmachen gewinnen will

www.weltbewusst.org

Gemeinsames Projekt von Weltladen-Dachverband und BUND-Jugend rund um globalisierungskritische Stadtrundgänge und nachhaltigen Konsum