

Ausgabe 1 März 2017 € 3,50

ZUKUNFT.GLOBAL

MAGAZIN FÜR ENTWICKLUNG UND ZUSAMMENARBEIT
AUS SCHLESWIG-HOLSTEIN

Zukunftsweisend

Herausforderung Arbeitskleidung
im öffentlichen Dienst

Unermüdlich

40 Jahre aktiv im Fairen Handel:
Horst Hesse

Chancenreich

Ivan Bwambales Engagement
für ugandische Baumwolle



www.zukunft.global



FAIR. VEGAN. SUSTAINABLE.

ETHLETIC

Editorial

Wir leben in einer bewegten Zeit der vielfältigen, globalen Herausforderungen. Gleichzeitig engagieren sich viele Menschen aus unserer Gesellschaft auf dem Weg, eine weltweit gerechte und lebenswerte Zukunft mit zu gestalten. Ob als Geschäftsführerin eines Betriebes, als Lehrkraft einer Schule oder Hochschule oder einfach nur als Konsument, die bewussten Handlungsmöglichkeiten ergeben sich regelmäßig. Diese Bewegung nachhaltigen Handelns ist notwendig, braucht Visionen und Kraft.

Mit dem Magazin **ZUKUNFT.GLOBAL // Magazin für Entwicklung und Zusammenarbeit aus Schleswig-Holstein** möchten wir diese Menschen treffen, ihnen Mut machen und Inspiration geben.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen unserer ersten Ausgabe die sich dem **Schwerpunktthema „Fairer Handel // Fair Trade“** widmet.

Ihre Redaktion von **ZUKUNFT.GLOBAL**



Herausforderung nachhaltige Beschaffung - Hausmeister Klaus Bothe am Kieler Landtag.
Titelbild: Benjamin Hellwig



Martin Weber
Geschäftsführer
Bündnis Eine Welt
Schleswig-Holstein e.V.

Fridtjof Stechmann
Presse und
Öffentlichkeitsarbeit
Bündnis Eine Welt
Schleswig-Holstein e.V.

Benjamin Hellwig
Redaktion
ZUKUNFT.GLOBAL
Bündnis Eine Welt
Schleswig-Holstein e.V.

Inhalt

4 Reportage

Die Hausmeister der GMSH erhalten neue Arbeitskleidung. Ein Blick in die Praxis nachhaltiger Beschaffung im öffentlichen Dienst.

8 Im Porträt

Ivan Bwambale sieht mit der Fairtrade-Zertifizierung einer ugandischen Kooperative neue Perspektiven im dortigen Baumwollanbau und -handel.

12 Frischer Wind

Luft zum Durchpusten. Wir zeigen inspirierende Neuheiten und clevere Denkanstöße für eine gerechtere Zukunft.

14 Hintergrund

Corporate Responsibility im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung, Gewinn und Wettbewerb. Ein Blick auf das Engagement der edding AG in Ahrensburg.

18 Nachgefragt

Horst Hesse steht für ein ausdauerndes Engagement für Fairen Handel in Schleswig-Holstein. **ZUKUNFT.GLOBAL** im Gespräch mit dem Lübecker über Geleistetes und Visionen.

22 Termine, Veranstaltungen, Impressum

Nachhaltiges Einkaufen im öffentlichen Dienst

Neue Arbeitskleidung für die Hausmeister des Gebäudemanagement Schleswig-Holstein

Text: Fridtjof Stechmann | Fotos: Benjamin Hellwig

DIE ÖFFENTLICHE BESCHAFFUNG HAT EINEN GROSSEN ANTEIL AN UNSERER WIRTSCHAFT. MENSCHENWÜRDIGE ARBEITSBEDINGUNGEN IN DER HERSTELLUNG WERDEN DABEI PER GESETZ VORGESCHRIEBEN. 2017 ERHALTEN DIE HAUSMEISTER DER GMSH NEUE ARBEITSKLEIDUNG. EIN GUTER ANLASS, EINBLICK IN DIE PRAXIS ZU NEHMEN.

Klaus Bothe ist Tischler und als solcher seit über drei Jahrzehnten als Hausmeister im öffentlichen Dienst tätig. Dienstherrin: Die GMSH Gebäudemanagement Schleswig-Holstein AöR. Es ist zehn Uhr morgens und die Sonne scheint auf den gefrorenen Rasen vor dem Gebäude des Landtags. Er repariert gerade eine der Außenbeleuchtungen an der Wasserseite und genießt den Blick auf die Kieler Förde. Dies ist der letzte Winter, den er hier arbeiten wird. Ende 2017 möchte er sich aus dem Arbeitsleben zurückziehen, offiziell geht er dann in Rente. „Es hat mir viel Spaß gemacht, hier zu

arbeiten, aber bald werde ich mehr Zeit haben, im Privaten fleißig zu sein“, sagt er und lacht.

Das Leben der meisten Menschen besteht aus zwei Teilen: Arbeitsleben und Privatleben. Und für beide brauchen wir Nahrung, Kleidung, Möbel - eben alles, was zum Leben dazugehört. So kaufen wir nicht nur im privaten Alltag ein, sondern auch für unsere Arbeitswelt werden ständig Dinge angeschafft, die dafür notwendig sind.



Klaus Bothe repariert eine Lampe vor dem Schleswig-Holsteiner Landtag an der Kieler Förde.

„Jedes Jahr brauche ich ein Paar neue Arbeitsschuhe, meine Latzhosen halten sogar fast zwei Jahre“, berichtet Klaus Bothe, als er auf dem Gehweg am Landtag kniet. Im Laufe der Jahre hat er bereits eine beachtliche Menge Arbeitskleidung verbraucht. Derzeit gehören eine ganze Reihe an Kleidungsstücken zu seiner Ausstattung an Arbeitskleidung der GMSH: Fünf Poloshirts, drei Arbeitshosen, eine Winterjacke, eine Pilotjacke, eine Arbeitsanzugsjacke, eine Regenjacke, zwei Fleecejacken, drei Sweatshirts, zwei Warnwesten, ein Paar Sicherheitsschuhe, Gummistiefel, diverse Handschuhe und Utensilien zum Arbeitsschutz wie Schutzbrillen, Helme, Staubmasken und Gehörschutz. Die GMSH ist als Anstalt des öffentlichen Rechts ein Staatsbetrieb. Hier werden alle

„Jedes Jahr brauche ich ein Paar neue Arbeitsschuhe, meine drei Latzhosen halten sogar fast zwei Jahre“

Klaus Bothe

Dienststellen des Landes Schleswig-Holstein mit seinen öffentlichen Gebäuden betreut: Polizei, Gerichte und Gefängnisse, Ministerien oder Finanzämter. Gleichzeitig ist der Staat der Betrieb mit den meisten Mitarbeitern im Land. An die 70.000 Menschen arbeiten allein in Schleswig-Holstein für den öffentlichen Dienst. Und überall brauchen wir einerseits Dinge wie Baumaterial, Möbel oder Papier, aber auch Dienstleistungen von Firmen müssen eingekauft werden. Wenn die öffentliche Hand einkaufen geht, nennt sich das Beschaffung. In Deutschland wird so etwa jeder sechste Euro für die öffentliche Beschaffung ausgegeben. Das sind bundesweit rund 360 Milliarden Euro und europaweit sogar schwindelerregende 2,4 Billionen Euro pro Jahr.

„Die Ausschreibung und Anschaffung neuer Arbeitskleidung für unsere Hausmeister ist gerade abgeschlossen. Ab Februar 2017 gilt der Vertrag mit einem Kieler Lieferanten für zwei Jahre“, erklärt Klaus Petersen von der Vergabestelle der GMSH. Er ist mit seinem 14-köpfigen Team für die entsprechenden Ausschreibungen zuständig: „Wir beschaffen alles, was für die jeweilige Arbeit notwendig ist. Nur unsere Baumaßnahmen und die Vergabe freiberuflicher Leistungen werden von weiteren Abteilungen mit ungefähr 300 Kolleginnen und Kollegen

betreut“. Der Geschäftsbereich Beschaffung der GMSH war im Jahr 2016 dadurch für einen Umsatz von ungefähr 350 Millionen Euro zuständig. Kommunen und Gemeinden kaufen meist selbst ein, können aber das Know-How der GMSH als öffentliche Kompetenzstelle im Land für sich nutzen. Beispielsweise über einen Online-Shop, der Angebote bündelt.

Bei der Arbeit im Beschaffungswesen besteht eine Aufgabe darin, fairen Wettbewerb und die Einhaltung von Sozialstandards sicherzustellen. In Schleswig-Holstein regelt das Tarifreue- und Vergabegesetz diesen Prozess. Wird eine Anschaffung mit einem Auftragsvolumen von mehr als 15.000 Euro ausgeschrieben, verpflichtet das

Gesetz den Einkäufer sogar dazu, sich davon zu überzeugen, dass die Waren internationalen Sozialstandards entsprechen. „Ein Beispiel dafür sind Textilien, bei deren Herstellung möglicherweise

Kinder arbeiten. Das wollen wir natürlich nicht. Und im Gegensatz zu Unternehmen in der freien Wirtschaft dürfen wir solche Aufträge auch nicht vergeben“, sagt Klaus Petersen nachdrücklich. Die komplexen Vergabegesetze halten sich dabei an eine Vereinbarung, die als ILO-Kernarbeitsnormen bezeichnet wird. ILO steht dabei für die „International Labour Organization“, die ein Teil der Organisationen der Vereinten Nationen ist und bereits nach dem Ersten Weltkrieg eingerichtet wurde. Ihr Ziel ist die Sicherung des Weltfriedens durch soziale Gerechtigkeit. „Wenn wir es mit Produkten zu tun haben, die in Ländern Afrikas, Asiens oder Südamerikas erzeugt werden, müssen wir genau hingucken“, sagt Petersen.

Das Schleswig-Holsteinische Gesetz definiert demnach neun Produktgruppen als „sensibel“ für die Verletzung menschenwürdiger Arbeitsbedingungen bei der Herstellung. Darunter auch Kleidung und Textilien, Natursteine, Kautschuk- und Holzprodukte oder Agrarprodukte, wie Kaffee oder Kakao. „Wir hatten mal den Fall, dass wir eine große Menge Winter- und Sommerreifen kaufen sollten. Bei ungefähr 1.500 Fahrzeugen, also 6.000 Stück. Und weil der Kautschuk der Reifen nicht aus Europa kommt und als sensible Ware eingestuft wird, mussten die Lieferanten entsprechende Zertifikate vorlegen“, erzählt Petersen. Das Gesetz fordert Nachweise, dass entlang der Herstellungskette nicht gegen diese internationalen Vereinbarungen verstoßen wird. Zwangsarbeit, Kinderarbeit oder unterschiedliche Löhne für Männer und Frauen sind verboten. „Die gesetzlichen Möglichkeiten und Pflichten sind da. Die Entscheider müssen lernen, damit umzugehen, denn nicht nur der Preis entscheidet, wer den Auftrag erhält“, so Petersen.



Werkstattarbeit im Landtagsgebäude



Klaus Petersen leitet die zentrale Vergabestelle der GMSH. Sein Team ist zuständig für die Ausschreibungen aller Landesdienststellen, der GMSH selbst und sonstiger Träger öffentlicher Verwaltung

Vor allem die Europäischen Gesetze hätten in letzter Zeit enorm viel verändert. So sei gerade in 2016 das komplexe juristische System zur Vergabe erneuert worden, das einerseits viele Möglichkeiten und andererseits auch die Verpflichtungen schaffe, ökologische und soziale Aspekte zu berücksichtigen, kommentiert Klaus Petersen das neue Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen und die neue Vergabeordnung. Nach diesen ist der Preis nur ein Faktor von mehreren, die zu einem Vertragsabschluss führen.

„Die Entscheider müssen lernen damit umzugehen, denn nicht nur der Preis entscheidet, wer den Auftrag erhält.“

Klaus Petersen

Beim Einkauf der neuen Arbeitskleidung für die Hausmeister hat die GMSH Prioritäten gesetzt. Bei der Ausschreibung zum Februar 2017 wurden von 1.500 möglichen Punkten, die das Angebot eines Lieferanten insgesamt erhalten konnte, nur 40 Prozent für den Preis herangezogen. Wichtigster Faktor bei der Arbeitskleidung war die „Bemusterung“ mit ungefähr 50 Prozent. „Vor allem wollten wir eine gute Qualität und vorher Muster zur Anprobe bekommen. Die Sachen

müssen schon gut sitzen, denn sonst kann ich mich nicht sicher bewegen, auf einer Leiter zum Beispiel“, kommentiert Klaus Bothe vom Landtag seine Arbeitskleidung. Da der Auftrag mehr als

15.000 Euro umfasst, wurden hier auch die ILO-Kernarbeitsnormen zum Schutz von menschenwürdigen Arbeitsbedingungen bei der Herstellung berücksichtigt. Von den anbietenden Händlern wurden dazu Siegel und Zertifikate als Nachweis gefordert.

„Wenn im Februar der neue Satz Arbeitskleidung kommt, werden der Kollege Klaus Bothe und die 150 weiteren Hausmeister der GMSH diesmal auch ein „Oeko-Tex 100“ Label in ihrer Kleidung finden“, sagt Petersen. Gütezeichen und Labels sind ein gängiges und wichtiges Hilfsmittel, um Waren zu kennzeichnen. Sie zeigen an, ob Prüfverfahren angewendet oder Inhaltsstoffe untersucht wurden. Heutzutage allgegenwärtig sind beispielsweise eine Vielzahl von Bio-Siegeln. Aber auch das bekannte Fairtrade-Logo findet man auf Kaffee, Schokolade oder Tee in so gut wie jedem deutschen Supermarkt. Mithilfe dieser Gütezeichen wird meist auch der Nachweis zur Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen erbracht.

Aus der Vielzahl von Siegeln wurden in dieser Ausschreibung speziell fünf mögliche Gütezeichen angeführt, um die Kriterien gesetzeskonform zu erfüllen: Das Gütezeichen der „Better Cotton



Sie haben Interesse an dem Thema nachhaltige Beschaffung? Als unabhängiger Berater helfe ich Ihnen gerne weiter.

Markus Schwarz

Promotor für die Themen nachhaltige Beschaffung, Fairer Handel und Unternehmensverantwortung

Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein e.V. (BEI)
Dachverband developmentspolitischer Organisationen

Walkerdamm 1, 24103 Kiel
Tel.: 0431-679399 00
markus.schwarz@bei-sh.org
www.bei-sh.org

Initiative“, der „Blaue Engel“ (Textilien), das „EU-Ecolabel“ (Textilien), das GOTS-Siegel („Global Organic Textile Standard“) und das „Standard 100 by OEKO-TEX“-Zertifikat.

„Wir nutzen meist den Kompass Nachhaltigkeit, um uns bei den vielen Siegeln zu orientieren“

Klaus Petersen

„Die große Menge an unterschiedlichen Siegeln in den Griff zu bekommen, ist auch für uns in der Beschaffung eine riesige Herausforderung. Woher soll jemand hier am Schreibtisch wissen, ob ein bestimmtes Zertifikat wirklich bedeutet, dass die Herstellung so ist wie vorgeschrieben“, erklärt Petersen. Und fügt hinzu: „Wir nutzen dazu meist die bundes-

weite Datenbank des 'Kompass Nachhaltigkeit', um uns bei den vielen Siegeln zu orientieren.“ Diese Online-Datenbank ist von der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) eingerichtet worden, um die komplexen Zusammenhänge bei der weltweiten Herstellung von Waren speziell für die öffentliche Beschaffung aufzuarbeiten. Denn die Einhaltung von Sozialstandards entlang einer globalen Lieferkette zu prüfen, ist eine sehr große Herausforderung. Gerade in einer so vernetzten weltweiten Produktion von Waren, wie wir sie heute überall vorfinden.

Klaus Bothe packt seine Werkzeuge zurück in die Tasche, zieht sich die Jacke an und sagt: „Ich kann mir nur wünschen, dass auch anderswo auf die Arbeitsbedingungen so sehr geachtet wird wie hier. Wie oft hab auch ich mit Materialien zu tun, die nicht gesund sind. Beim Schleifen oder Lackieren - immer Staubschutz. Sonst kann man den Beruf nicht so lange machen wie ich“, bemerkt der 62-jährige Klaus Bothe. Und ergänzt: „Deshalb befürworte ich natürlich, beim Einkauf darauf zu achten.“ ■

Weitere Infos unter
www.kompass-nachhaltigkeit.de
www.gmsh.de/beschaffen

Gepackte Tasche - Feierabend am Landtagsgebäude



Chancen ergreifen

Neue Perspektiven im ugandischen Baumwollanbau

Text: Benjamin Hellwig

IVAN BWAMBALE SPRICHT ÜBER CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN IM FAIREN HANDEL. DER GENERALSEKRETÄR EINER UGANDISCHEN BAUMWOLLSKOOPERATIVE ZEIGT ZUM AUFTAKT IN DIE „FAIRE WOCH“ AUF DER LANDESGARTENSCHAU IN EUTIN AUF, WAS SICH MIT DER FAIRTRADE-ZERTIFIZIERUNG VERÄNDERT HAT.

Als der Nieselregen eine Pause einlegt, wirft sich Ivan Bwambale das Jacket über und tritt ins Freie. Steuert entlang der Backsteinfassade der Orangerie den Kiesweg hinunter eine Parkbank an, wischt die Bretter etwas trocken, setzt sich. Von hier aus reicht der Blick zum Eutiner Küchengarten. Über Jahrhunderte produzierte man hier gärtnerische Erzeugnisse, belieferte die Hofküche des ostholsteinischen Städtchens, dann lag das Kulturdenkmal lange brach. Nun, zur Landesgartenschau, erfährt die Fläche die Chance, frisch aufzublühen. Langfristig soll sie als Lernort für Kinder erhalten werden. Bwambale lässt den Blick schweifen. Die Renaissance, von der der 29-Jährige Ugander zu berichten weiß, ist völlig anderer Natur. „Als 2012 der Preis für den Rohstoff Baumwolle in Uganda zusammenbrach, war das ein harter Einschnitt“, sagt der Generalsekretär der ugandischen Baumwollkooperative Rwenzori. Und ergänzt: „Viele Bauern mussten sich daher verschulden. Sie konnten zudem die horrend

Pacht, die die Landbesitzer verlangten, kaum noch bezahlen.“ 200 Farmer aus den abgelegenen und schlecht zu erreichenden Dörfern am Fuße der Rwenzori-Berge im Westen des afrikanischen Landes schlossen sich daraufhin zusammen. Sie gründeten noch im Dezember desselben Jahres die „Rwenzori Farmers Marketing Cooperative Society“. „Wir wollten gemeinsam auftreten und unsere Baumwolle unabhängig von Zwischenhändlern selbst vermarkten“, sagte der 29-Jährige. In der Folge der Neustrukturierung habe er sich gefragt, welche nächsten Schritte die Perspektiven der Baumwollbauern weiter verbessern, wie höhere Preise erzielt werden könnten. Bei einer Internetrecherche stößt er auf das Fairtrade-Label, das in Deutschland durch die in Köln sitzende Initiative TransFair e.V. vertreten wird. „Ich war neugierig, realisierte, dass es viele zertifizierte Produkte gibt. Und fragte mich, warum sollte das nicht auch bei unserer Baumwolle möglich sein? Vielleicht könnte ich der erste sein, der es in Uganda einführt?“, sagt er. Bwambale kontaktiert die Organisation und geht in den Dialog mit der Zertifizierungsstelle. 2014 erhält die Kooperative das Siegel. „Tatsächlich sind wir die erste Fairtrade-zertifizierte Baumwoll-Kooperative in Ostafrika. Das macht uns stolz!“, sagt er mit zufriedenem Blick.

Es ist jene Initiative aus Köln, die ihn nach Eutin einlud. Bwambale eröffnet die „Faire Woche“ auf der Landesgartenschau mit seinem Vortrag über Chancen und Herausforderungen im Fairen Handel. Für die bundesweite Kampagne reist er für eine Woche quer durch die Republik. Berlin, Greifswald, Köln sind weitere Stationen seines ersten Besuches in Deutschland. Für ihn eine Tour mit hohem Stellenwert: „Dies ist eine besondere Geschäftsreise. Ich möchte Kontakte knüpfen, mich mit Baumwollspinnereien und Produzenten treffen – damit sich unsere Geschichte weiter entwickeln kann.“

Die größte Herausforderung liege darin, die Erlöse aus dem Verkauf der Baumwolle zu steigern. „Als ich hörte, dass wir mit Hilfe von Fairtrade einen Mindestpreis erzielen könnten, stimmte es mich glücklich und hoffnungsvoll für eine bessere Zukunft“, sagt Bwambale. Und wirft dann einen Blick auf die Historie: „In Uganda haben Farmer bereits vor der Geburt meiner Eltern Baumwolle angebaut. Aber durch die Zwischen-

„Wenn es weiter so erfolgreich läuft, ermutigen wir viele Menschen dazu, ebenfalls Fairtrade-Baumwolle zu produzieren.“

Ivan Bwambale

händler ergab es nie einen Sinn. Sie nahmen die Produkte ab und strichen die Gewinne ein. Oftmals lag der Erlös gar unter den Produktionskosten.“ Er holt sein Smartphone aus der Anzughose, sucht ein wenig darauf herum. Und zeigt dann auf das Display: „Diese Frau hier hat einen Kleinsthof. Sie konnte sich nie vorstellen, mit ihrer geringen Erntemenge direkt zu einem Produzenten zu gehen und so viel wie einer ihrer Zwischenhändler verdienen zu können. Aber genau das kann sie jetzt.“ Die Bauern profitieren zudem inzwischen von Verträgen, die ihnen das Handeln mit dem Rohstoff auch nach der Trennung von Kernen und Fasern erlaubt.

Die meisten der inzwischen mehr als 400 Mitglieder der Kooperative zogen von den höher gelegenen Regionen in tiefere

Landstriche, um Baumwolle anzubauen. Jedes Jahr im Juni und Juli bereiten sie das Land vor, gepflanzt wird im August und September.

Die Baumwollpflanzen reifen bis in den Dezember hinein, danach erfolgt die Ernte. Im September 2015 erhalten sie eine Prämienzahlung von 700 Euro von Fairtrade. Diese nutzen die Rwenzori-Farmer bereits vor den Ernteerlösen, um Projekte anzuschieben. „Wir schulen sie im Rahmen unserer Ausbildungsprojekte darin, wie die Pflanzen zu setzen sind, wie sie Schädlinge bekämpfen können, wann sie ausdünnen müssen. Und welche Aspekte bei den Themen Gesundheit und Arbeitssicherheit wichtig sind“, sagt Bwambale, der die Schulungsprogramme koordiniert und leitet. Zertifikate in Agrarwissenschaften sowie Gesundheit und Arbeitssicherheit, zudem ein Diplom in Fremdenverkehr und Betriebswirtschaft seien seine fachliche Basis. „Zudem studiere ich gerade in meinem zweiten Jahr Rechtswissenschaften“, sagt er.

In einem weiteren durch die Fairtrade-Standards eingeführten Projekt gehe es um die Verbesserung von Bildungsstandards der Kinder. „Viele der Bauern haben Kinder, die in den schlechter zugänglichen, höher gelegenen Regionen leben. Unser Hauptinteresse ist es, ihr Leben und die Standards der Schulen sowie der Lehrer zu verbessern, damit sie mit denen

„Oftmals lag der Erlös gar unter den Produktionskosten.“

Ivan Bwambale



Ivan Bwambale zum Auftakt der Fairen Woche in Eutin.

der urbaner gelegenen Schulen mithalten können“, sagt Bwambale. Zudem planen sie Tageszentren, in denen Eltern ihre Kinder während ihrer Arbeit betreuen lassen können. „So müssen sie ihre Kinder nicht zu ihren Arbeitsstellen mitnehmen. Dies ist eine große Verantwortung für uns, zudem verfolgen wir damit Fairtrade-Standards, nach denen eine Duldung von Kindern am Arbeitsplatz ausgeschlossen ist.“

Bwambale ist im Aufbruch. Die Geschäftsreise geht weiter. Zum Abschluss spricht er über die Strahlkraft dieser erarbeiteten Perspektiven: „Ich glaube, wir alle haben die Verantwortung,

das Wissen über Baumwolle in Uganda weiter zu verbreiten, damit alle Bescheid wissen. Die Erfolge der Kooperative werden überregional als gutes Beispiel wahrgenommen. Und all die positiven Aspekte wecken die Neugierde anderer Bauern. Wenn es weiter so erfolgreich läuft, ermutigen wir viele Menschen dazu, ebenfalls Fairtrade-Baumwolle zu produzieren“, sagt er. Und fügt darauf die weitere Zielsetzung an: „Wir möchten uns weiterentwickeln, wollen ein führender Exporteur für Fairtrade-Baumwolle werden und dabei unseren Werten und den Standards von Fairtrade treu bleiben. Und ich will die Kooperationen mit anderen Organisationen initiieren. Das sind unsere großen, großen Vorhaben.“ ■



*Links:
Fertig für den Transport - Dokumentation und Abtransport der Baumwollernte*

*Rechts:
Mitglieder der Kooperative bei der Feldarbeit*



Luft zum Durchpusten:

Mit Neuheiten und Denkanstößen für eine gerechtere Zukunft.

Fair schnacken



Mit der zweiten Auflage des Fairphone treibt das niederländische Sozialunternehmen eine Bewegung für faire Elektronik voran und möchte damit die Industrie zum Umdenken ermutigen. Die Verarbeitung von konfliktfreiem Zinn und Tantal gehört ebenso zu den Neuerungen wie der modulare Aufbau und dadurch ein unkomplizierter Austausch von defekten Teilen. Auch die Förderung von Recycling und die damit verbundene Senkung von Elektroschrott ist dem Unternehmen ein wichtiges Anliegen. Das Start-up arbeitet darüber hinaus mit Herstellern zusammen, die dazu bereit sind, in das Wohlbefinden ihrer Angestellten zu investieren. Sichere Arbeitsbedingungen in den Zulieferfabriken, faire Gehälter sowie eine Arbeitnehmervertretung sind dabei zentrale Anliegen.



www.fairphone.com

Nachhaltig stöbern

Das wohl „größte temporäre Warenhaus für Nachhaltigkeit“ öffnet in Hamburg wieder seine Tore. Unter dem Motto „Egal war gestern!“ kehrt der Heldenmarkt, Deutschlands führende Verbrauchermesse für nachhaltigen Konsum, zurück in die Hansestadt. Am 04. und 05. März 2017 locken im Cruise Center Altona Informations-, Probier- und Verkaufsstände sowie ein umfangreiches Rahmenprogramm mit Expertenvorträgen, Ausstellungen und Workshops



Heldenmarkt

- jede Menge neue Impulse für eine nachhaltigere Lebensweise und dazu eine Angebotspalette, die nahezu alle Lebensbereiche abdeckt. Gründer Lovis Willenberg: „Wir möchten Anregungen liefern und zeigen, wie es sich im Alltag nachhaltiger und bewusster leben lässt – ganz ohne erhobenen Zeigefinger!“

www.heldenmarkt.de



Fair Trade in Schulen

Wie lässt sich das Thema Fairer Handel an Bildungseinrichtungen etablieren? Die Kampagne Fairtrade-Schools von Fairtrade Deutschland schafft für Schulen die Möglichkeit, sich für das Engagement im Fairen Handel auszeichnen zu lassen. Viele Schulen unterstützen seit langem den Fairen Handel, behandeln das Thema im Unterricht, unterhalten einen Schüler-Weltladen oder haben eine „Fairtrade-Point“ aufgestellt. Mitmachen:

www.fairtrade-schools.de

Logo: Fairtrade International



Bewusste Büromaterialien

Verbrauchsmaterialien, die täglich im Büro zum Einsatz kommen, lassen sich aus nachhaltigen Quellen beziehen. Der Geschäftskunden-Online-shop von memo bietet vom Kopierpapier über Druckerpatronen, Büro- oder Schulbedarf bis zu Kugelschreibern verschiedenste Büroartikel aus recycelten Materialien oder nachwachsenden Rohstoffen. Das Engagement für Nachhaltigkeit zeigt sich auch im Service und Versand: Bestellte Produkte versendet das Würzburger Unternehmen klimaneutral. Und um bei der Versandverpackung Papiermüll zu sparen, kann das Mehrweg-Versandssystem „memo Box“ ohne zusätzliche Kosten genutzt werden. Für Privatkunden steht mit memolife eine Plattform mit noch breiterem Sortiment zur Verfügung, insgesamt sind es rund 20.000 Produkte, die nach sozialen und ökologischen Aspekten ausgewählt sind.

www.memo.de www.memolife.de



Direkt in die Pfanne

SMS vom Fischer: Das Infoportal „Fisch vom Kutter“ zeigt gebündelt aktuelle Fangmeldungen und bevorstehende Anlandungen. Endverbrauchern und Gastronomen bietet sich damit die Möglichkeit, fangfrischen Fisch direkt dort zu erwerben, wo er das erste Mal an Land geht. Ein weiterer Vorteil: Die Preise an Strand oder Hafenkante sind oft günstiger als von konventionellen Bezugsquellen, da keine Zwischenhändler am Verkauf beteiligt sind. Dass Stürme, Schonzeiten und saisonale Bedingungen dafür sorgen können, dass das Einkaufserlebnis ohne den Lieblingsfisch endet, zeigt Verbrauchern auf, mit welchen Unwegsamkeiten lokale Fischer zu kämpfen haben. Das regt zum Nachdenken an und fördert einen bewussteren Konsum.

www.fischvomkutter.de



Gerecht naschen

Faire Produkte einer breiten Öffentlichkeit zugänglich machen: Was mit einer Idee vor sechs Jahren in der Wuppertaler Schwebebahn begann, hat sich inzwischen als zukunftsweisendes Geschäftsmodell etabliert. Die aufgearbeiteten Snackautomaten bieten beispielsweise in Betrieben, Jugendherbergen oder Schulen die Möglichkeit, Menschen in ihrem Alltag für fair gehandelte Produkte zu sensibilisieren. Die Geräte arbeiten rein mechanisch und verbrauchen daher keinen Strom, die Befüllung kann eigenständig durchgeführt werden. Kosten: zwischen 1.200 und 1.450 Euro in der Grundausstattung.

www.fair-o-mat.de



VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

Corporate Responsibility bei der edding AG in Ahrensburg

Text: Benjamin Hellwig | Fotos: edding AG

PER LEDERMANN, CEO DER EDDING AG, FÜHRT MIT DER IMPLEMENTIERUNG VON CR-MASSNAHMEN DIE PHILOSOPHIE DES UNTERNEHMENS FORT – IM SPANNUNGSFELD ZWISCHEN WETTBEWERB, GEWINN UND GESELLSCHAFTLICHER VERANTWORTUNG. EIN BLICK HINTER DIE KULISSEN DES AHRENSBURGER FAMILIENBETRIEBES.

„Interessiere dich für die Zukunft. Du wirst schließlich den Rest deines Lebens darin verbringen.“ Die Worte des US-amerikanischen Schriftstellers Mark Twain (1835-1910) haben das Potential, wachzurütteln. Sich als Einzelperson oder Gesellschaft zukunftsfähig aufzustellen bedeutet, aufrichtiges Interesse zu leben und eine klar positionierte Verantwortung zu übernehmen. Im unternehmerischen Wirtschaften haben sich in den letzten zehn Jahren Strukturen etabliert, die diesen Grundsätzen eine Form geben. CR. Corporate Responsibility. Der Begriff steht für die Verantwortung von Unternehmen als Teil der

Gesellschaft für die sozialen, ökologischen und ökonomischen Auswirkungen ihres Handelns.

Abfallkonzepte und Energieeffizienzmaßnahmen. Umweltfreundliche Optimierung logistischer Prozesse und sparsamer Einsatz von natürlichen Ressourcen. Vorbeugung und Abschaffung ausbeuterischer Kinderarbeit und Einführung innovativer Arbeitszeitmodelle. Das Engagement hat vielfältige Gesichter und betrifft, vom Zulieferer in der Ferne bis zum



Das Headquarter der edding AG in Ahrensburg



Hauptsitz in Schleswig-Holstein, alle Bereiche einer Wertschöpfungskette. Für gewöhnlich beruhen CR-Strukturen innerhalb eines Betriebes auf dessen Eigeninitiative und gehen mitunter über gesetzliche Vorgaben hinaus. Für Verbraucher ist ein kritischer Blick daher lohnenswert: Wie ernsthaft werden die proklamierten Ziele verfolgt? Und aus welcher Motivation heraus?

Besteht der einzige Antrieb für CR-Maßnahmen darin, sie sich für eigene Profitinteressen zunutze zu machen, droht ihnen ein jähes Ende. Sobald nämlich dieser Erfolg ausbleibt, werden die Programme wieder eingestampft. Ist CR andererseits den verantwortlichen Menschen eine



Per Ledermann,
Vorstandsvorsitzender
der edding AG

Patricia Siebel,
Umweltmanagement
und CR-Koordination

Herzangelegenheit, ist daraus entstehend auch auf wirtschaftlicher Ebene ein anhaltendes Wachstum möglich. Entlang der Wertschöpfungskette Innovationen aufzuspüren, die sowohl der Gesellschaft zugutekommen, als auch die eigene Wettbewerbsfähigkeit stärken, kann daher als Win-Win-Situation betrachtet werden.

„Die Ideen aus der Mitte des Unternehmens sprudeln nicht, wenn deine Hauptmotivation der finanzielle Profit ist“, sagt Per Ledermann. Der Vorstandsvorsitzende der edding AG mit Hauptsitz im schleswig-holsteinischen Ahrensburg betont, der sorgsame Umgang mit den

Bildhaft vereint:
Grafisches Zusammenspiel
zwischen Hamburg und Bautzen

natürlichen Ressourcen sei bei der edding AG keineswegs Zeichen eines aktuellen Bewusstseinswandels. „Er ist vielmehr von jeher Teil unsere Firmenphilosophie, die unsere Gründer Carl-Wilhelm Edding und Volker Ledermann dem Unternehmen gegeben haben“, betont er. Dazu gehöre von Beginn an auch der Aspekt der Nachfüllbarkeit von Schreibgeräten. Was 1960 mit einem Startkapital von 500 D-Mark sowie einer einfachen Schreibmaschine beginnt, erwächst bis heute zu einem globalen Konzern mit großem Produktsortiment. Das Familienunternehmen entwickelt, produziert und vertreibt Markier- und Schreibwaren unter der Marke edding sowie Produkte aus dem Segment „Visuelle Kommunikation“ unter der Marke Legamaster. Per Ledermann, seit 2005 Nachfolger seines Vaters Volker, will jene Philosophie weiterführen.

Um sich strukturiert mit allen Bereichen von CR auseinanderzusetzen, holt man Mitte 2014 einen unabhängigen Dienstleister ins Boot. Mit der 'Gesellschaft für Nachhaltigkeit' aus Bremen und der Hilfe des Leitfadens ISO 26000 sprechen die Verantwortlichen alle relevanten Themen an und gießen sie in die für die edding AG passende Form. Zahlreiche Workshops sowie Expertengespräche führen zu nahezu 70 verbindlichen Zielen. Patricia Siebel ist am Standort Ahrensburg tätig und für Umweltmanagement und CR-Koordination des

„Älteren Mitarbeitern bieten wir individuelle Altersteilzeitregelungen.“

Patricia Siebel

Familienunternehmens zuständig. Sie hebt die aus der Auditierung hervorgegangenen Themen und deren Verpflichtung gegenüber den gesetzten Prinzipien hervor: das Unternehmen habe sich aus den Kernthemen des Leitfadens fünf Handlungsfelder herausgesucht: Strategie, Produkte, Umwelt, Gesellschaft und Unternehmenskultur.

Zum Feld Unternehmenskultur erläutert sie: „Unsere Mitarbeiter sollen sich bei der edding AG wohl fühlen. Darum wird alles daran gesetzt, den persönlichen Bedürfnissen gerecht zu werden und Lösungen für unterschiedlichste Lebensumstände zu finden. So entlasten wir beispielsweise Mütter beim Wiedereinstieg in unser Unternehmen durch flexible Arbeitszeiten, die Option, von zu Hause



Photovoltaikanlage des Werks in Bautzen

aus zu arbeiten sowie eine Notfall- und Sonderzeitenbetreuung für Kinder, derzeit nur am Standort Ahrensburg. Ich arbeite gerade an Lösungen für die Standorte Wunstorf, Vertrieb national, und Bautzen, Produktion“, sagt Siebel. Und ergänzt: „Älteren Mitarbeitern bieten wir individuelle Altersteilzeitregelungen, zum Beispiel durch eine stufenweise Reduzierung der Arbeitszeit, um einen gleitenden Übergang in den Ruhestand zu ermöglichen.“

Im Handlungsfeld Umwelt orientiert man sich an den Umweltmanagementnormen ISO 14001 und 50001. Mit den Zertifizierungen 2008 und 2014 schafft sich das Unternehmen die Basis, um dem langjährigen und wachsenden Engagement eine anerkannte Glaubwürdigkeit zu verleihen. Einen Aspekt dieser Zertifizierungen betrifft die Photovoltaikanlagen auf den Dächern des Hochregallagers des Headquartiers in Ahrensburg und der Produktionsstätte in Bautzen. Jährlich gewinnt die edding AG auf diese Weise rund 179.000 Kilowattstunden und vermeidet pro Jahr etwa 158 Tonnen CO₂-Emissionen. „Durch den Einsatz von energieeffizienten Leuchtstoffröhren, Bewegungsmeldern und Lichtsensoren konnten wir in Bautzen und Ahrensburg darüber hinaus bereits jeweils rund 30 Prozent Strom einsparen“, sagt Siebel. Seit 2011 erweitert ein Elektroauto die Fahrzeugflotte des Unternehmens, es ist für Kurzstrecken im Einsatz und tankt Ökostrom von der eigenen E-Tankstelle.

Ein weiterer Aspekt: Im Oktober 2010 nimmt das Unternehmen in Ahrensburg ein Blockheizkraftwerk in Betrieb, dessen mit Erdgas betriebener Verbrennungsmotor 50 Kilowattstunden elektrische Energie erzeugt – ein Drittel des Tagesbedarfs und den gesamten Nachtbedarf von 18 bis 6 Uhr. „Darüber hinaus arbeiten wir mit Wärmerückgewinnung. Die Kühlschränke in der hauseigenen Kantine produzieren so viel Wärme, dass das gesamte warme Wasser für die Küche damit aufgeheizt werden kann“, erläutert Siebel.

Auf Herausforderungen zu stoßen gehört bei der Umsetzung von CR-Maßnahmen in allen Branchen dazu. Es gibt immer noch viele Felder, auf denen auch edding noch besser werden kann, beispielsweise durch vermehrte Einflussnahme auf die gesamte Lieferkette. „Wir sind gerade dabei, unsere Lieferanten noch verstärkter unter CR-Gesichtspunkten zu entwickeln. Um uns zunächst einen Überblick zu verschaffen, wurden alle Lieferanten angeschrieben und befragt,

welche CR-Maßnahmen dort im Unternehmen bereits umgesetzt wurden bzw. bestehen“, sagt Siebel. Häufig sei es eine Gratwanderung zwischen dem, was preislich und qualitativ möglich ist und dem, was in den jeweiligen Ländern angeboten wird. Wichtig ist, dass Ökologie, Ökonomie und soziale Komponenten gleichermaßen Berücksichtigung finden.

Manchmal müsse man Lieferanten aus Ländern beauftragen, in denen CR überhaupt noch kein Thema ist. Hier sei es dann besonders schwer, die notwendigen Informationen zu erhalten, um abschätzen zu können, dass die selbstgesteckten Ziele hinsichtlich CR auch erreicht werden.



Fertigungsanlage der Eco-Line in Bautzen

Die langjährigen Geschäftsbeziehungen mit vielen der Lieferanten seien daneben aber als positiver CR-Effekt zu werten.

Auch der Bereich Logistik ist für viele Unternehmen ein herausforderndes CR-Tätigkeitsfeld. Auskünfte über Emissionen der eingesetzten Fahrzeuge sind oftmals gering, Routenoptimierung ein ebenfalls wunder Punkt. Besonders im Hinblick auf den Onlinehandel. Kunden erwarten ihre Ware am liebsten sofort und für wenig Ware muss man sehr flexibel sein, was eine Tourenoptimierung erschwert. Auch sei beim Einsatz von Speditionen nie garantiert, dass diese die Aufträge nicht an Sub-Unternehmen weitergeben, deren Arbeitsbedingungen nicht mit dem eigenen CR-Gewissen zu vereinbaren seien.

Einen Meilenstein in der eigenen Unternehmensgeschichte setzte die edding AG mit der Einführung der Produktreihe EcoLine, zu der auch ein Textmarker gehört. „Kappe und Schaft des Textmarkers bestehen zu mindestens 90 Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen, das Mundstück zu mindestens 97 Prozent aus recyceltem Material, die Tinte wird auf Wasserbasis hergestellt. Zur Serie gehören zudem

„Ich habe den Wunsch, dass wir eines Tages den Stift präsentieren können, der als Ganzes kompostierbar ist.“

Per Ledermann

Permanent-, Board- und Flipchartmarker. Diese Marker werden zu 90 Prozent aus recyceltem Material hergestellt, davon sind 83 Prozent Postconsumer-Recyclingmaterial. Durch den Einsatz dieses Materials verringert sich der Einsatz von Neumaterial erheblich und vermeidet so den Ausstoß von bis zu 83 Tonnen CO₂ pro Jahr“, betont Ledermann die ökologischen Erfolge des Produktsegments. Und ergänzt abschließend: „Ich habe den Wunsch, dass wir eines Tages den Stift präsentieren können, der als Ganzes kompostierbar ist.“ Visionäre Gedanken unternehmerischen Handelns, die das Potential haben, andere Verantwortliche wachzurütteln. Für ein starkes Interesse an einer besseren Zukunft. ■

Meilensteine CR bei der edding AG

- 1991:** Mitgliedschaft im Bundesdeutschen Arbeitskreis für umweltbewusstes Management e.V. (B.A.U.M.)
- 1995:** Auszeichnung für Volker D. Ledermann mit dem B.A.U.M.-Umweltpreis für langjährigen und beispielhaften Unternehmenseinsatz im Bereich des Umweltmanagements.
- 2003:** Gründung der edding Academy, um Mitarbeitern die Möglichkeit zu bieten sich freiwillig und selbstständig während der Arbeitszeit fortzubilden.
- 2005:** Ausarbeitung und Unterzeichnung eines Regelwerks und Ehrenkodexes für die Papier-, Büro- und Schreibartikel-Branche mit Grundsätzen für ein faires Geschäftsverhalten.
- 2007:** Gründung der Fachabteilung „Umwelt & Soziales“.
- 2008:** Einführung der EcoLine-Produktserie: Permanent- und Boardmarker, deren Kunststoffteile mittlerweile aus mindestens 90 Prozent recyceltem Material bestehen. Einführung des Textmarkers aus nachwachsenden Rohstoffen.
- 2011:** Auszeichnung mit dem Energy Masters Award als bestes von drei nominierten Unternehmen in der Kategorie „Energieeffizienz im Mittelstand“.
- 2013:** Einführung eines Rücknahmesystem für leere Marker zwecks fachgerechter Entsorgung von nicht recycelbaren Teilen sowie Rückführung verwendbarer Wertstoffe wie Kunststoff in den Produktionskreislauf.
- 2015:** Auszeichnung der EcoLine Serie durch die Brand-Marketing-Organisation GREEN BRANDS als eine von 34 deutschen Marken.
- 2016:** Nutzung von Post-Consumer-Kunststoffe in der Produktion der EcoLine. Durch die Verwertung von Plastikabfällen verringert sich erheblich die Verwendung von Neumaterial. Auf diese Weise kann ein Ausstoß von bis zu 83 Tonnen CO₂ pro Jahr vermieden werden.
- 2016:** Auszeichnung des German Brand Award in der Kategorie „Excellence in Branding“ als 'Sustainable Brand of the Year'.
- 2017:** Aktuell ist die edding AG nach folgenden Zertifizierungen auditiert: 90001, 14001, OHSAS 18001, 50001 sowie CR-Audit agv (audit-gesellschaftliche-verantwortung)

UNERMÜDLICH

Im Gespräch mit Horst Hesse

Interview: Markus Schwarz

EIN WEITER BLICK ZURÜCK: HORST HESSE STEHT FÜR EIN AUSDAUERNDEN ENGAGEMENT FÜR FAIREN HANDEL IN SCHLESWIG-HOLSTEIN. **ZUKUNFT.GLOBAL** HAT MIT DEM 79-JÄHRIGEN LÜBECKER ÜBER VERGANGENES, CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN GESPROCHEN.

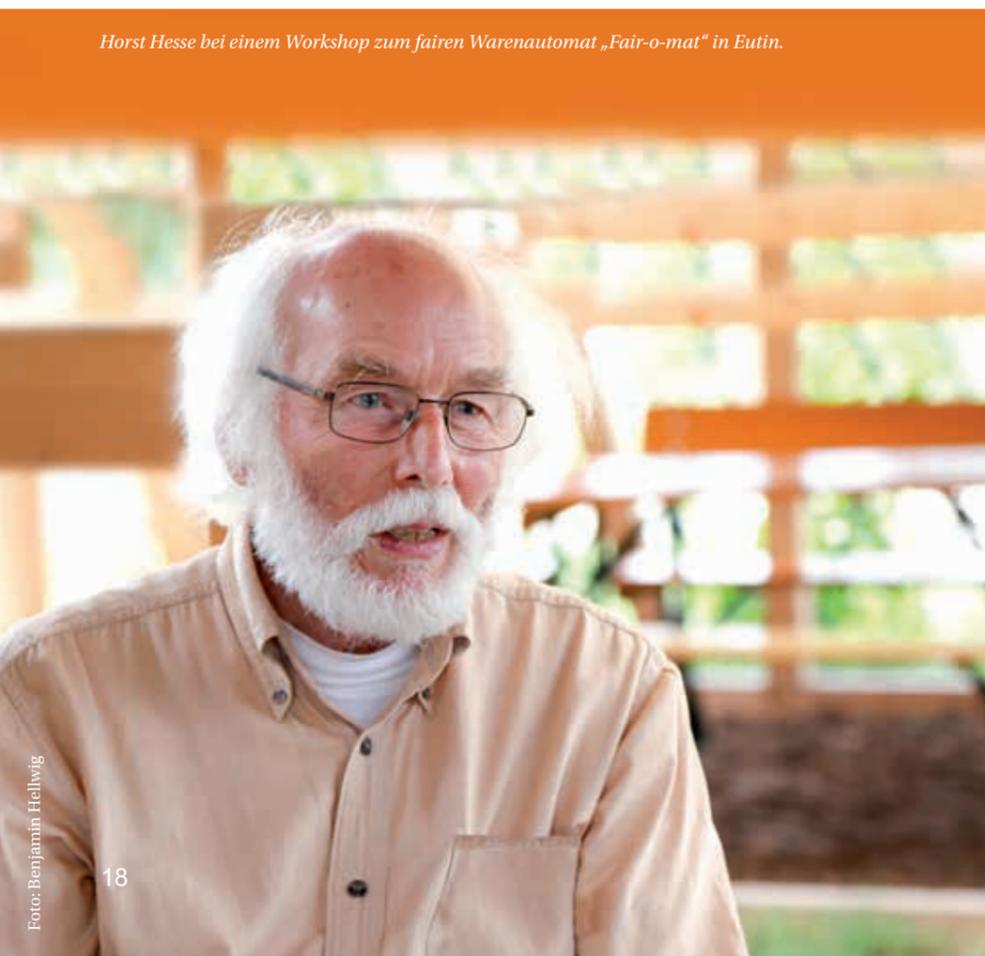
Herr Hesse, gab es ein Ereignis, das Sie dazu bewegt hat, sich für Fairen Handel in Schleswig-Holstein zu engagieren?

Nein, mein Engagement hat sich eher über viele Jahre entwickelt. Alles begann, als wir 1971 nach Lübeck umgezogen waren und Kontakt zur dortigen Arbeitsgruppe des Kinderhilfswerks terre des hommes (tdh)

aufnahmen. Nach der Geburt unseres Sohnes wollten meine Frau und ich uns auch zum Wohl anderer Kinder engagieren und hatten uns für tdh entschieden. Wesentlich dafür war ein Satz des Namensgebers von tdh, des Schriftstellers Saint-Exupery. Ein Satz, der auch heute noch als Leitsatz für die tdh-Mitglieder gilt: „Mensch sein, das heißt: Verantwortung fühlen, sich schämen angesichts einer Not, auch wenn man offenbar keine Mitschuld an

ihr hat, stolz sein auf den Erfolg der anderen, fühlen, dass man mit seinem eigenen Stein mitwirkt an dem Bau der Welt.“ Bei tdh habe ich gelernt, dass es wichtig ist, punktuell Not durch Projekte zu lindern, dass aber vielfältig Strukturen geändert werden müssen, um Not, Hunger und Menschenrechtsverletzungen zu beseitigen und dass dafür Bildungs- und Anwaltschaftsarbeit nötig sind. Über das Thema „ausbeuterische Kinderarbeit“ bin ich zu den Themen „Welthandel“ und „Fairer Handel“ gekommen.

Horst Hesse bei einem Workshop zum fairen Warenautomat „Fair-o-mat“ in Eutin.



Die Entwicklung des Fairen Handels im Fokus Schleswig-Holsteins

Welche Akteure waren damals kennzeichnend, um für die Themen Fairer Handel und Menschenrechtsverletzungen entlang globaler Lieferketten zu sensibilisieren?

Meine Frau und ich sind damals der Weltladen-Gruppe beigetreten, haben Ladendienst gemacht – meine Frau auch den Einkauf, ich mehr Bildungsarbeit in Schulen, im Laden und im Info-Zentrum „Eine Welt“. Damals waren Weltläden sowie die „Alternativen Importorganisationen“

„Der Siegel-Dschungel sollte gelichtet werden.“

neben den Kirchen und deren Hilfswerken, Länder-Solidaritäts-Gruppen und anderen NGO bereits wichtige Akteure für die Bewusstmachung von Fairem Handel und Menschenrechtsverletzungen. Um den Eine-Welt-Gruppen und -Initiativen auch auf Landesebene bei Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Kirchen Gehör zu verschaffen, haben wir 1994 das Bündnis Entwicklungspolitischer



Horst Hesse mit Katja Mentz, Aykut Kayabas, Heike Schüttler und Millo Dohmen (von links) bei einer Kampagne für Fairen Kaffee in Lübeck.

Initiativen in Schleswig-Holstein gegründet, das heutige Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein e.V. (BEI). Als Erster Vorsitzender hatte ich dadurch Gelegenheit, Fairen Handel u.a. auch im umweltlastigen Arbeitskreis Agenda 21 zu thematisieren.

Welches weitere Engagement aus dieser Zeit können Sie hervorheben?

Unsere Lübecker terre des hommes-Gruppe und das Weltladen-Team haben sich bereits ab den 1990-er Jahren zusammen mit anderen Gruppen an bundes- und landesweiten Kampagnen beteiligt, beispielsweise 1996 am „Frühstück für Afrika“, später auch immer an der Fairen Woche, und an den BEI-Kampagnen „Von Küste zu Küste handeln wir fair“ und „Fair kauft sich besser“. Hinzu kamen auch eigene Aktionen, die wir dann in Kampagnen auf Landesebene einbrachten, beispielsweise „Faire Schultüte“. Außerdem haben wir bereits 2003 in Lübeck einen Bürgerschaftsbeschluss herbeiführen können, nach dem die Hansestadt Lübeck keine Produkte kauft, die mit ausbeuterischer Kinderarbeit hergestellt wurden. Die Beteiligungs- und Eigengesellschaften wurden aufgefordert, ebenso zu verfahren.

1964 Oxfam gründet erste Alternative Handelsorganisation (ATO)

1992 Gründung von TransFair e.V. als Siegelorganisation zur Ausweitung des Fairen Handel in Supermärkten

1975 Gründung der FairHandels-Importorganisation GEPA und der „AG Dritte-Welt-Läden“ (später: Weltladendachverband)

1994 Gründung des „Bündnis Entwicklungspolitischer Initiativen in Schleswig-Holstein“ (BEI), heute: Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein e.V.

Inwieweit hat ab 2009 die Fairtrade-Town-Kampagne geholfen und wie sehen Sie die Entwicklung in Lübeck als erste Fairtrade Town (FTT) in Schleswig Holstein?

Leider wurde jener Bürgerschaftsbeschluss nur punktuell umgesetzt und auch sonst waren in den folgenden Jahre keine größeren Erfolge für den Fairen Handel in Lübeck zu verzeichnen. Da sahen wir in der Fairtrade-Town-Kampagne trotz der relativ schwachen Eingangskriterien ein

„Leider laufen viele Aktionen ins Leere, wenn sie nicht von der Verwaltungsspitze unterstützt werden.“

gutes Vehikel, um den Fairen Handel aus seiner Nische herauszuführen und andere gesellschaftliche Gruppen und die bisher für dieses Thema nur schwer zu gewinnenden Medien einzubinden. Diese Strategie hat sich für Lübeck als erfolgreich erwiesen – insbesondere weil wir immer wieder Anlässe geschaffen haben, um das Thema Fairer Handel in die Medien zu bringen. So konnten wir 2011 innerhalb von nur neun Monaten alle fünf Kriterien erfüllen und haben auch anschließend zahlreiche Cafes und Restaurants, sogar zwei Hotels und produzierende Unternehmen wie das Traditionsunternehmen Brüggen für den Fairen Handel gewinnen können. Als zweite Schule in Schleswig-Holstein wurde die Lübecker Thomas-Mann-Schule ausgezeichnet. Und die erste und meines Wissens bisher einzige Jugendherberge in Deutschland, in der ein Fair-o-mat steht, ist übrigens die DJH Lübeck.

Welche Herausforderungen können Sie aus dieser Zeit nennen und welchen Ausblick können Sie geben?

Der Faire Handel hätte sich in Lübeck noch sehr viel besser entwickeln können, wenn der Bürgermeister ihn

unterstützt und nicht die hohe Verschuldung der Stadt immer wieder als Totschlag-Argument dagegen eingesetzt hätte. Leider laufen viele Aktionen ins Leere, wenn sie nicht von der Verwaltungsspitze unterstützt werden. Hoffnungsvoll bin ich deswegen, weil wir spätestens im Jahr 2018 einen anderen Bürgermeister, ggf. eine Bürgermeisterin, haben werden. Auf Landesebene haben unser Vorbild als Fairtrade-Stadt und die Beratung, die das BEI im Rahmen der Kampagne geleistet hat, sicher dazu geführt, dass jetzt bereits 14 weitere Kommunen ausgezeichnet wurden und der Faire Handel und insbesondere die faire öffentliche Beschaffung deutlich zugenommen haben. Die weitere Entwicklung wird stark abhängig sein vom Ausgang der Landtagswahl dieses Jahr.

Welche Herausforderungen sehen Sie für den Fairen Handel insgesamt und insbesondere in Schleswig-Holstein?

Ich denke, es ist wichtig, durch Kampagnen, Informations- und Bildungsarbeit noch stärker als bisher ein Bewußtsein für die positiven Wirkungen des Fairen Handels und seinen ethischen Mehrwert zu schaffen. Außerdem sollte der „Siegel-Dschungel“ gelichtet und durch einige wenige seriöse Siegel größere Transparenz für faire Produkte und faire Unternehmen bzw. Lieferketten geschaffen werden.

Wo sehen Sie den Fairen Handel in zehn Jahren?

Laut „Forum Fairer Handel“ gaben Verbraucher/innen im Jahr 2015 in Deutschland 1,139 Milliarden Euro für fair gehandelte Produkte aus. Im EU-Vergleich hinkt Deutschland jedoch mit 14 Euro pro Einwohner und Jahr der Schweiz und Großbritannien deutlich hinterher – die Schweizer/innen gaben 2015 vier Mal so viel für fair gehandelte Produkte aus. Die zweistelligen Zuwachsraten, die der Faire Handel in Deutschland seit Jahren hat, geben zwar Anlass zur Freude. Wachstum aber darf nicht als einziges Erfolgskriterium angesehen werden. ■

1999

In Schleswig-Holstein findet die erste landesweite „Faire Woche“ statt – ein Aktionszeitraum zum Fairen Handel mit unterschiedlichen Akteuren

2014:

Erstmals steigt der Umsatz fair gehandelter Produkte in Deutschland über eine Milliarde Euro

2011

Auszeichnung Lübecks als erste Fairtrade Town Schleswig-Holstein. Die Kampagne von TransFair wird seit 2009 in Deutschland durchgeführt



MINUTEN AUF
DEN TOD GEWARTET.

DIE WELT BESTEHT AUS MEHR ALS LOOKS.
DIE GESCHICHTE DAHINTER:

MENSCHLICHKEIT.DE

World Fair Trade Day // Tag des Fairen Handels // Weltladentag

Zeit und Ort:

13.5.2017 - weltweit

Der internationale „Tag des Fairen Handels“ findet 2017 bereits zum 22. Mal statt, um Fair Trade als konkreten Beitrag zur Bekämpfung von Armut, Ausbeutung, Klimawandel und der Wirtschaftskrise zu feiern. Der Aktionstag wird weltweit von der World Fair Trade Organization (WFTO) geführt. In Deutschland organisiert der Dachverband der Weltläden dazu den „Weltladentag“

Weitere Informationen und Kontakt:

World Faire Trade Organization (WFTO): www.wfto.com
Weltladen Dachverband: www.weltladen.de/de/weltladentag.html

Heldenmarkt Hamburg // Verbrauchermesse für nachhaltigen Konsum

Zeit und Ort:

04.05.2017 bis 05.05.2017

Hamburg Cruise Center

Verbrauchermesse für nachhaltigen Konsum: Lebensmittel, Mode, Kosmetik, Wohnen, Mobilität oder Geldanlagen.
Neben Verkaufsständen auch Rahmenprogramm mit Kochshows, Vorträgen und Aktionen. Der Heldenmarkt lädt ein zum Informieren, Einkaufen und Erleben.

Weitere Informationen und Kontakt:

www.heldenmarkt.de

Faire Woche 2017

Zeit und Ort:

15.09.2017 bis 29.09.2017

Deutschlandweit

Größte Aktionswoche des Fairen Handels in Deutschland. Bundesweit beteiligen sich Menschen und Organisationen mit über 2.000 Aktionen: Flashmobs, faire Verkostungen und Kochshows, Infoveranstaltungen, etc.
Veranstalter:
Forum Fairer Handel e.V.
in Kooperation mit dem Weltladen-Dachverband e.V. und TransFair e.V.

Weitere Informationen und Kontakt:

www.faire-woche.de

Fachtagung „Faire Kommunen in Schleswig-Holstein“

Zeit und Ort:

6.10.2017 - Eckernförde

Eine Vielzahl von Kommunen in Schleswig-Holstein engagieren sich bereits aktiv im Fairen Handel und nutzen beispielsweise die Auszeichnung als „Fairtrade Town“ für sich. Auf der Fachtagung treffen Sie hilfreiche Menschen und Organisationen für eine eigene Initiative.

Weitere Informationen und Kontakt:

Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein e.V. (BEI)
Markus Schwarz
(Promotor für nachhaltige Beschaffung, Fairen Handel und Unternehmensverantwortung)
markus.schwarz@bei-sh.org
0431 67939900
www.bei-sh.org/fairerhandel.html
und www.fairtrade-towns.de

Impressum

ZUKUNFT.GLOBAL

Magazin für Entwicklung und Zusammenarbeit aus Schleswig-Holstein
Ausgabe 1 – März 2017
www.zukunft.global

Herausgeber:

Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein e.V. (BEI)
Dachverband entwicklungspolitischer Organisationen
Walkerdamm 1, 24103 Kiel, Deutschland
Tel.: +49(0)431-679399 00
Fax: +49(0)431-679399 06
info@bei-sh.org, www.bei-sh.org
Vereinsregister-Nr.: AG Kiel, VR 3739 KI

Vorstand:

Irene Fröhlich, Andrea Bastian, Martin Elbeshausen, Volker Leptien, Gerfried Schröder, Lazarus Tomdio

Redaktion:

Benjamin Hellwig und Fridtjof Stechmann // Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein e.V. (BEI)
redaktion@zukunft.global
www.zukunft.global

Gestaltung und Satz:

www.a-visio.de
Gunnar Städtler

Webdesign und Technik:

Matthias Koch, Mare Multimedia
info@mare-m.de, www.mare-m.de

Das Magazin ZUKUNFT.GLOBAL wird erstellt im Rahmen des Projekts „Eine Welt PromotorInnenprogramm“ und wird unterstützt durch „Engagement Global“ im Auftrag des BMZ (Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung), MELUR (Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume des Landes Schleswig-Holstein) und „Bingo! Die Umweltlotterie“.

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein der Herausgeber verantwortlich. Die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von „Engagement Global gGmbH“ und des BMZ wieder.

Gefördert von Engagement Global im Auftrag des BMZ.



Klimaneutral gedruckt auf 100% Recyclingpapier.



BÜNDNIS EINE WELT SCHLESWIG-HOLSTEIN E.V. (BEI)

DACHVERBAND ENTWICKLUNGSPOLITISCHER ORGANISATIONEN

Globale Partnerschaften und Entwicklung

VEREINE, SCHULEN, GEMEINDEN, STÄDTE
WELTWEIT GEMEINSAM ENTWICKLUNG
VORANTREIBEN

Bildungsarbeit

„GLOBALES LERNEN“ UND
„BILDUNG FÜR NACHHALTIGE
ENTWICKLUNG“ IN DER PRAXIS

Migration und Entwicklung

VONEINANDER LERNEN UND
ZUKUNFT GEMEINSAM GESTALTEN

Fair Trade

FAIRER HANDEL,
UNTERNEHMENSVERANTWORTUNG
UND NACHHALTIGE BESCHAFFUNG



ZUKUNFT.GLOBAL
Magazin für Entwicklung
und Zusammenarbeit aus
Schleswig-Holstein

Alle Ausgaben lesen oder
Heft bestellen:
www.zukunft.global/



NEWSLETTER
Bündnis Eine Welt
Schleswig-Holstein e.V. (BEI)
Dachverband entwicklungspolitischer Organisationen

Abonnieren unter:
www.bei-sh.org/newsletter.html

WWW.BEI-SH.ORG

Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein e.V. (BEI) | Walkerdamm 1 | 24103 Kiel | Deutschland



SCHIET WEDDER

GREEN PIECE



UNSER 3-LAGEN-MANTEL SPRAY. AUS 100% RECYCELTEM POLYESTER.

Für Sportler, die sich nicht zwischen, sondern für Performance, Style und Nachhaltigkeit entscheiden. Unsere Vision? Hochfunktionale Produkte ohne Footprint. Diese Meilensteine haben wir schon erreicht: geschlossener Recyclingkreislauf, giftfreie Imprägnierung, Produktion in Europa.

Lust auf unbeschwerte Performance? Green Pieces gibt's auf www.pyua.de

PYUA wurde bereits mehrfach für seine ecorrecte Outdoor Bekleidung ausgezeichnet.

