

Leckere Mitbringsel – fair meets regional

Workshop, Mittwoch, 08. Oktober 2025
Referent: Christoph Löffler (SKEW)

Wer sind wir?

Organisation

- Engagement Global arbeitet im Auftrag des Bundesentwicklungsministeriums...
- ...und unterstützt entwicklungspolitisches Engagement von Zivilgesellschaft, Vereinen und Kommunen in Deutschland
- Servicestelle Kommunen in der Einen Welt – kurz SKEW – ist ein Fachbereich von Engagement Global



Wer sind wir?

Das bieten wir an



Individuelle
Beratung



Finanzielle
Förderung



Vernetzung



Personelle
Förderung



Qualifizierung



Internationale
Begegnungen

Wer sind wir?

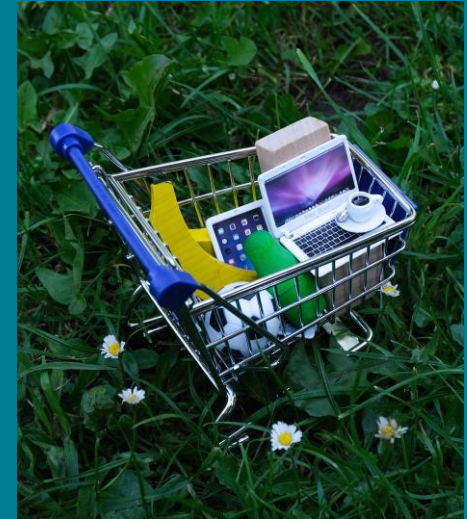
Schwerpunktt Themen



Strategische Verankerung
Agenda 2030



Internationale
Zusammenarbeit



Fairer Handel und
Faire Beschaffung

Teil 1

**Thematische Einführung mit
interaktivem Kennenlernen**

Thematische Einführung mit interaktivem Kennenlernen

- » Wozu faires Stadtmarketing?
- » Risiken in der Lieferkette von
Lebensmittel?
- » Regional und Fair?

Wozu faires Stadtmarketing?

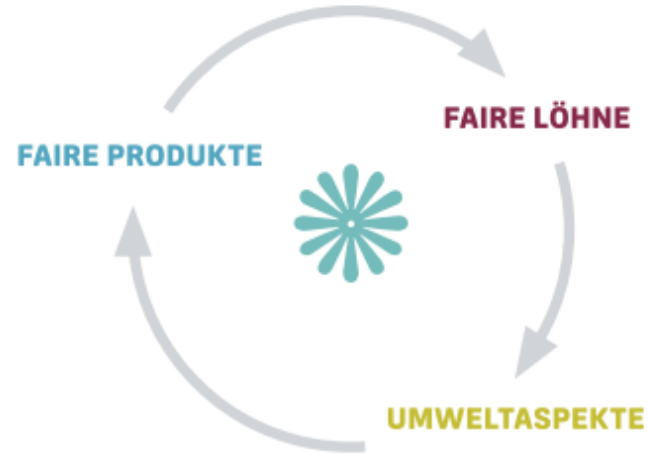
- Bewusstsein zu schaffen
 - Erste Schritte öffnen die Bürger und Touristen zu sensibilisieren
- Ein einfacher Einstieg zum Fairen Handel
- Motivation erwecken für weitere Aktivitäten
- Super Image für die Stadt/Region
- Erhalt der Natur vor Ort



Quelle: Stadt Niebüll

Faires Stadtmarketing mit Lebensmitteln

- Menschenrechts- und Arbeitsrechtsprobleme treten oft entlang der Lebensmittelproduktion auf.
- Soziale und ökologische Kosten bleiben unberücksichtigt
- Lebensmittelproduktion ist für viele ein „blinder Fleck“
 - 70 % der Kinderarbeit finden in der Landwirtschaft statt



Quelle:
[gute gründe fuer faire beschaffung weed 2022.pdf](#)

DIE WELT AUF UNSEREM TELLER



Landwirtschaft



Erstverarbeitung



Verarbeitende Industrie



Großhandel

Weiter Informationen: [Kompass Nachhaltigkeit](#)

Schwerwiegende Menschenrechts-verletzungen, z.B. durch

- Sklaverei-ähnliche Arbeitsbedingungen
- fehlenden Arbeitsschutz
- intransparente Lohnzahlungen
- Pestizide schaden Mensch und Umwelt

• **Verbot von Gewerkschaften und Kollektivverhandlungen**

- geringe Löhne
- Einschüchterungen
- Arbeitsdruck
- Diskriminierung und Belästigung

• **unfaire Handelspraktiken**

• **unverantwortliche Preispolitik des Handels**

• **Prekarisierung der Arbeit durch Auslagerung an Subunternehmen**

Quelle: „Sozial Verantwortliche Öffentliche Beschaffung von Lebensmitteln“ Praxisleitfaden der Romero Initiative, 2019

Sensible Lebensmittel

Im Fokus stehen hier

Lebensmittel, die im „Globalen Süden“
angebaut und/oder weiterverarbeitet
werden

..und bei deren die Einhaltung von
Menschenrechten, grundlegenden
Arbeitsstandards und die Auszahlung
eines existenzsichernden Einkommens
häufig nicht gewährleistet ist – sog.
sensible Produkte.

„Sensible Produkte“



Gewürze



Kaffee, Tee und Kakao



Nüsse und Kokosprodukte



Honig und Zucker



Palmöl



Reis und Quinoa



Schokolade und Süßwaren
mit Kakaoanteil

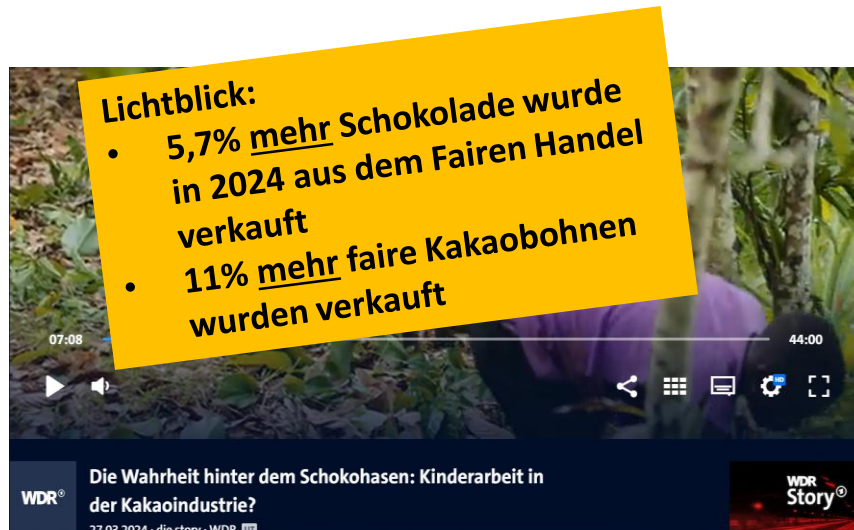


Südfrüchte

Beispiel Kakaoanbau in Westafrika

Fast 9 Kg Schokolade wird in Deutschland gegessen

1,5 Mio. Kinder auf Plantagen in Westafrika



Kinderarbeit ist meist die Folge
unzureichender Einkommen in
Agrarsektor!

Verwendung von Pestiziden die in der EU verboten sind

[Link zur Doku](#)

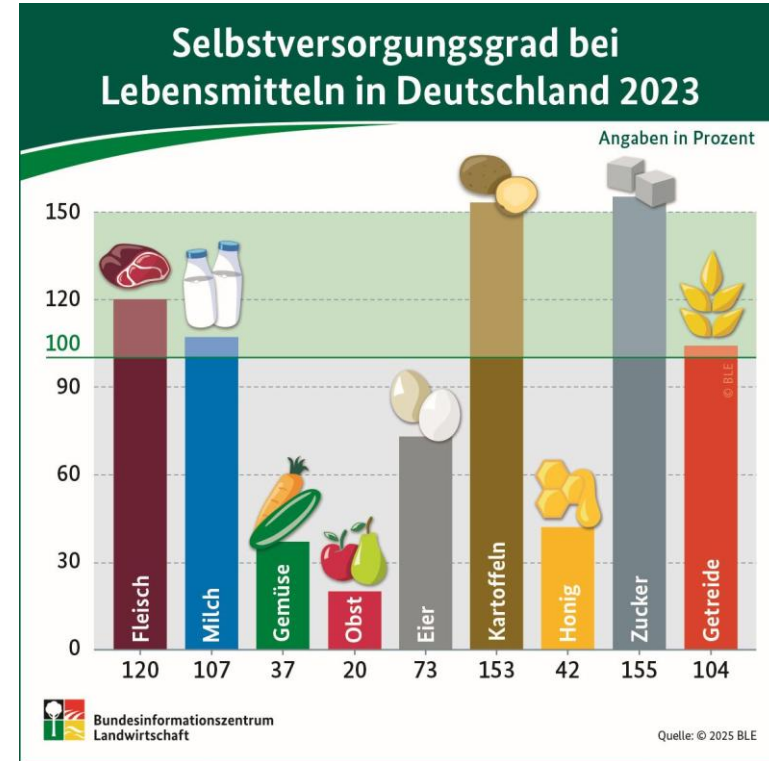
Quellen: [FFH](#); [Fairtrade](#); [WDR 2024](#) [INKOTA](#)

Die Kombi: Fair und Regional



Die Kombi: Fair und Regional

Setzen Sie auf Fair-Trade-Produkte, die ohnehin importiert werden – so lassen sich regionale, saisonale und faire Kriterien optimal verbinden



Emission im Ernährungssystem

Klimagase aus der Lebensmittelkette: ein knappes Drittel

Ernährungssysteme tragen durch Energieverbrauch und veränderte Landnutzungen vom Feld bis zum Teller erheblich zu Treibhausgasemissionen bei.

Drei große Emittenten, in Gigatonne CO₂-Äquivalent

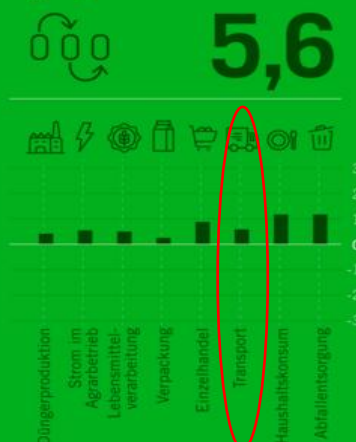
Erzeugung auf den Höfen



Landnutzungs- änderung



Vor- und nach- gelagerte Prozesse



Transport: nur ca. 4 % der Emissionen – Transportart entscheidend

Lagerung: hoher Energiebedarf, v. a. bei Kühlung

Düngung: viel CO₂ durch synthetische Dünger

Gewächshäuser: beheizt = klimaschädlicher

Landnutzung: Änderungen verursachen rund 20 % der Gesamtemissionen

Interaktives Kennenlernen

Ich habe vom Fairen Handel bei Lebensmitteln gehört und seine Verbindung zur Nachhaltigkeit kennengelernt



Ich habe mich mit dem Thema Fairer Handel auseinandergesetzt



Ich habe faire Produkte für das lokale Marketing entwickelt



Ich weiß, was Fairer Handel bedeutet und habe bereits faire Produkte gekauft



Ich habe mich auf kommunaler und regionaler Ebene für die Stärkung des Fairen Handels eingesetzt



Teil 2

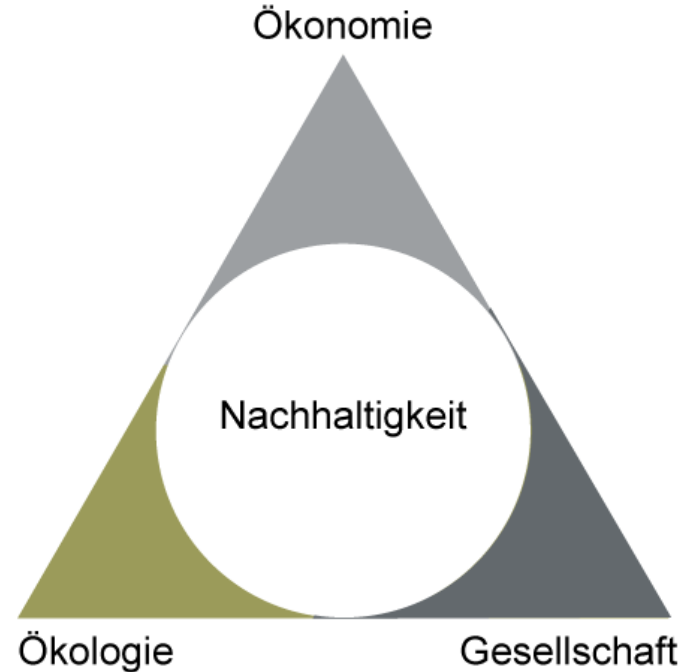
**Faire Lebensmittelprodukte
erkennen und finden**

Faire Lebensmittelprodukte erkennen und

- » Soziale Nachhaltigkeit
- » Was sind faire Lebensmittel?
- » Gütezeichen
- » Wie sehen typische Beispiele aus?
- » Wo finde ich Faire Produkte?

Nachhaltige Entwicklung

ein **gutes Leben** für **alle Menschen**
weltweit
im **Einklang** mit den **Ressourcen** des
Planeten
für **heutige und zukünftige Generationen**
ermöglichen.



Nachhaltige Entwicklung + Fairer Handel



- **Gesellschaft: Soziale Nachhaltigkeit**
 - **Der Mensch und die Gesellschaft steht im Mittelpunkt**
 - **Menschenrechte**
 - **Faire Arbeitsbedingungen**
 - **Faire Löhne**
 - **Allgemeinen Gesundheit des Menschen**
 - **Förderung der Entwicklung des Menschen**

Fairer Handel und Faire Beschaffung im Rahmen der Agenda 2030



Fairer Handel und Faire Beschaffung im Rahmen der Agenda 2030



ZIEL **12-7**



In der öffentlichen Beschaffung
nachhaltige Verfahren fördern, im
Einklang mit den nationalen
Politiken und Prioritäten



Was ist Fair?

- Da die Begriffe „fair“ und „fair gehandelt“ nicht rechtlich definiert sind (im Gegensatz zum Begriff „bio“) ist es wichtig, die Kriterien genau zu definieren, denen „fairen“ Produkte zugrunde liegen.



ILO-Normen für den faire Handel und der fairen Beschaffung



Einhaltung von ILO-Kernarbeitsnormen (ILO-KAN)

- Keine Zwangsarbeit (Nr. 29 und 105)
- Keine ausbeuterische Kinderarbeit (Nr. 138 und 182)
- Versammlungsfreiheit, Recht auf Kollektivverhandlungen (Nr. 87 und 98)
- Keine Diskriminierung (Nr. 100 und 111)
- Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz (Nr. 155)*

Level 1

Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO)

Einhaltung weiterer ILO-Normen

wie zum Beispiel

angemessene & transparente Arbeitszeit
Zahlung eines Mindestlohns (Nr. 131) und Sozialleistungen Nr. 102
weitere Regelungen im Arbeits- und Gesundheitsschutz, wie z.B.
Mutterschutz (Nr. 103 und 183)

Level 2

➔ Mindeststandards für menschenwürdiges Arbeiten (Quelle: [BMZ](#))

*seit 2022 in den Rang von Kernarbeitsnormen aufgenommen. Eigentlich sind es insgesamt 10 Kernarbeitsnormen. Insbesondere aus der ILO Nr. 187 (Förderung von Arbeitsschutz) ergeben sich aber nur mittelbar Verpflichtungen für Unternehmen, weshalb hier nur 9 Normen aufgelistet sind.

Kriterien im Rahmen des fairen Handels und der Fairen Beschaffung



ENGAGEMENT
GLOBAL



Level 3: Einhaltung der Kriterien des Fairen Handels



Mindestlohn



existenzsichernder
Lohn

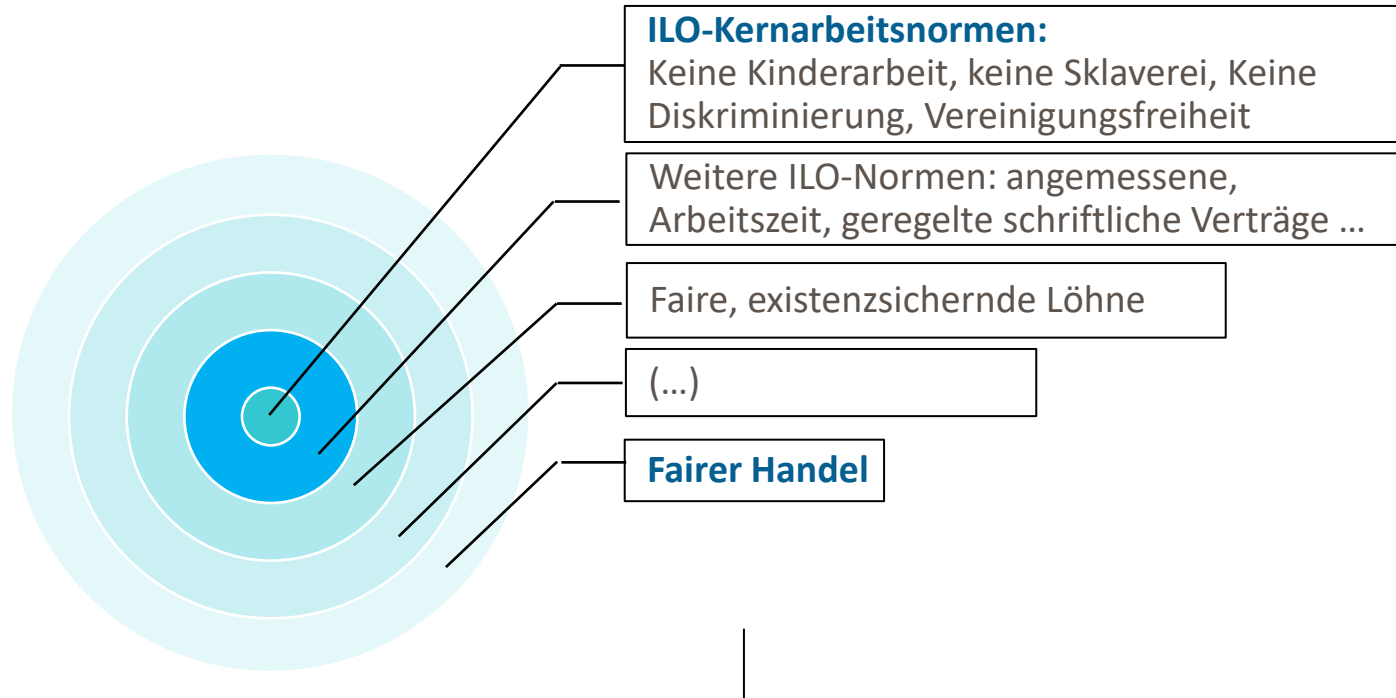
REFERENZWERT
EXISTENZSICHERNDE EINKOMMEN



[Forum Fairer Handel](#)

WFTO: Internationale Dachorganisation für Fair-Trade-Produkte. Alle Hersteller müssen der Organisation ihre Arbeits- und Produktionsbedingungen offenlegen. Hierbei handelt es sich um eine MSI ([Multi Stakeholder Initiative](#)), die sich aus Unternehmen der gesamten Wertschätzungsschätzungskette zusammensetzt. Unternehmen können nur Mitglieder der WFTO werden, wenn sie alle Standards erfüllen.

Soziale Kriterien in die kommunale Beschaffung integrieren – ILO-Kernarbeitsnormen und mehr



Was sind Gütezeichen und wie helfen Sie beim fairen Stadtmarketing?



Welche Ziele haben Gütezeichen?



Hilfestellung für
nachhaltigeres
Wirtschaften



Hilfe zur Unterscheidung
nachhaltiger Produkte von
konventionellen Produkten

Anforderungen an ein gutes Gütezeichen

Anforderungen

Der Standard hinter dem Gütezeichen sollte **relevant** sein

Gütezeichen sind objektiv nachprüfbar

Gütezeichen sind transparent

→ Kriterien des Fairen Handels (nicht nur die ILO-Kernarbeitsnormen) sollten abgedeckt sein!

Vergleich von Gütezeichen

glaubwürdig Gütezeichen zu Lebensmittel

→ www.forum-fairer-handel.de

→ Orientierung über Labelbewertung der CIR: www.labelchecker.de

→ [Kompass Nachhaltigkeit](#)



Glaubwürdige Gütezeichen

Produktzertifizierungen



Initiativen und Unternehmen



Wie sehen typische Faire Stadtmarketing Produkte aus?



Wo finde ich faire Lebensmittel?

ENGAGEMENT
GLOBAL



[Weltladen Dachverband](#)



[GEPA Shop](#)
[GEPA Blanko Schokolade](#)



[El Puente](#)



[Fairtrade Produkt-Finder](#)
[Fairtrade Select](#)



[Welpartner](#)



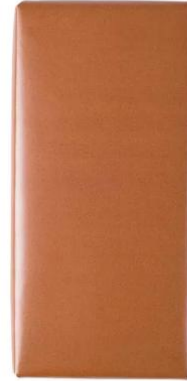
[Süd-Nord Kontor](#)



[Cafe Chavalo](#)



[Faire Merchandise-Produkte](#)



Bio Aktionsschokolade Vollmilch 37%

★★★★★ Basierend auf 27 Bewertungen

3,29 € / Stk.* 32,90 €/kg



Ab 1 Stk.	3,29 € Stk.*	32,90 €/kg
Ab 10 Stk.	3,21 € Stk.*	32,10 €/kg
1 Karton = 10 Stk.		

Preis jeweils inkl. 7% MwSt. zzgl. Versand

Vollmilch Schoko zur eigenen Gestaltung
100 g

Bio Vollmilchschokolade

Anzahl (Stk.)

1

Jetzt kaufen

Artikelnummer: 895180211

Lieferzeit

Sofort verfügbar, Lieferung in 3-4 Werktagen



100% Fair Trade



Kostenlose
Rücksendung



Klimafreundlicher
Versand

Quelle: [Gepa](#)

Teil 3

Beispiele aus der Praxis

Die Badnauheimer Teestunde: Ein Qualitätsprodukt

- Produkt
 - Qualitatives und wiedererkennendes Stadtmarketing-Produkt gesucht
 - Ökologische und fairer Bio-Darjeeling First Flush FTGFOP1 aus einer Kleinbauernkooperative
- Umsetzung
 - Nutzung der lokalen Ressourcen und Netzwerke
 - Bürger*innen und Handelsstrukturen
- Motivation
 - Stärkung von gerechtem Handel und sozialer Infrastruktur
 - Förderung der regionalen Identität



Quelle: Bad Nauheim

Was bedeutet diese Beispiel?

- Erfolgsfaktoren
 - Hohe Qualität des Produktes
 - Direkte Strukturen
 - Einbezug der Bürger*innen
 - Lokale Wertschöpfungsketten
- Herausforderungen
 - Andere Teilnehmer ins Boot zu holen



Quelle: Bad Nauheim

Apfel-Mango-Saft – Landkreis Main Spessart meets Philippinen

- Produkt
 - Vor 20 Jahren zur Erhaltung der Streuobstwiesen in der Region
 - Saft aus der Kombination der regionalen Äpfel und Mangofrüchte von den Philippinen
- Umsetzung
 - Kooperation unterschiedlicher Partner
- Motivation
 - Erhalt der regionalen Streuobstwiese
 - Menschenwürdiges Arbeiten in den Philippinen



Quelle: [Apfel-Mango-Saft](#)

Apfel-Mango-Saft – Landkreis Main Spessart meets Philippinen

- Erfolgsfaktoren
 - Zahlreiche Kommunen (40) in ganz Deutschland haben das Konzept übernommen
 - Erhalt der Biodiversität/Kulturgutes in den Philippinen und Deutschland



Quelle: [Apfel-Mango-Saft](#)

Klimafaire Ruhrgebiets-Schokolade: Ein Faires Rundumpakt aus Ghana

- Produkt
 - Klimafaire Regionalschokolade für die Faire Metropole Ruhr
 - Vollständige Produktion der Schokolade in Ghana
 - Individuelle und regionale Banderole
- Umsetzung
 - Kooperation im Rahmen des Projektes „Gemeinsam fair handeln“ mit 12 Kommunen
 - Nutzung bestehender Partnerschaften
- Motivation
 - Wertschöpfungskette in Ghana fördern



Quelle: Faire Metropole Ruhr

Klimafaire Ruhrgebiets-Schokolade: Ein Faires Rundumpaket aus Ghana

- Erfolgsfaktoren
 - Ein einzigartiges Produkt
 - Faste Klimaneutral Produktion
- Herausforderung
 - EU-Richtlinien zur Einführung von Milchprodukten



Quelle: Faire Metropole Ruhr

Der Faire Schwabacher Lebkuchen: Handgemachte Fairness

- Produkt
 - Fairer Lebkuchen – Kombination regionaler und faire Zutaten
- Umsetzung
 - Lokale Bäckerei
 - Zusammenarbeit
 - Tipps von Nürnberg und Erlangen
- Motivation
 - Fairen Handel in die Bevölkerung tragen



Stadt Schwabach

Der Faire Schwabacher Lebkuchen: Handgemachte Fairness

- Erfolgsfaktoren
 - Lokale Netzwerke
 - Neue Verbindungen zu den Nachbarorten
- Herausforderung
 - Eine Umweltfreundliche Verpackung finden
 - Kalkulation der Verkaufsmenge und Lagerung



Stadt Schwabach

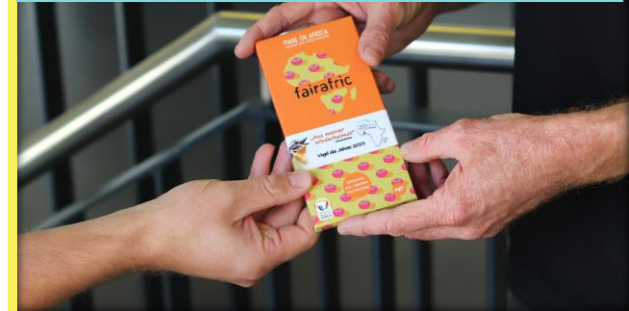
Faire Kamelle in Monheim am Rhein



Fairer Advent in Ebern



Faire Schokolade & Naturschutz im Lahn-Dill-Kreis



Faire Wein aus Neumarkt



Faire Verpflegung im Stadtmuseum Fürth



Ausführliche
Hintergrundinformationen zu
allen Beispielen finden Sie [hier](#)
und [hier](#)

Teil 4

Tipps für die Umsetzung

Tipps für die Umsetzung

- 1. Am Anfang die Idee
 - Diese Schritte machen Sie gerade
- 2. Partner zur Umsetzung gewinnen
 - Zivilgesellschaft
 - Andere Kommunen
 - Lokale Einzelhändler*innen



Stadt Markleeberg

Tipps für die Umsetzung

- 3. Produkte festlegen
 - Welches Produkt hat Tradition in unserer Kommune/Region?
 - Gibt es schon direkte Verbindungen zum Globalen Süden?
 - Wollen wir noch andere Themen zusammen adressieren (z.B. Gendergerechtigkeit)?



Quelle: Stadt Schwabach

Tipps für die Umsetzung

- 4. Erfahrungen anderer nutzen
 - Nutzen Sie den Kompass Nachhaltigkeit für Beispiele
 - Verbindungen anderer
- 5. Beschaffungsweg definieren
 - Bestellung über Handelspartner
 - Komplette Wertschöpfung im Globalen Süden
 - Outsourcing an Genossenschaften



Quelle: Faire Metropole Ruhr

Tipps für die Umsetzung

- 6. Vertriebswege festlegen
 - Verkauf in Supermärkten, Tourist-Informationen
- 7. Preis bestimmen
 - Den Mittelweg finden
- 8. Verpackung wählen
 - Blanko-Verpackung
 - Eigene Verpackung
 - Design und Herstellung

Quelle: Stadt
Greifswald



Tipps für die Umsetzung

- 9. Marketing und Sensibilisierung
 - Nutzung von Veranstaltungen
 - Vorträge
 - Workshops
- 10. Monitoring und Anpassung
 - Wie verkauft sich das Produkt?

Vertiefungsmaterial zu [Stadtmarketing](#) und [Sensibilisierung](#) von Fairem Handel und Lebensmittel.



Quelle: Stadt Mohnheim

Teil 5

**Zeit für Diskussion und weiteren
Austausch**

Diskussion

**Womit möchte Sie anfangen?
(Wunsch)**

**Wie wäre es das erste Stadtmarketing
Produkt umzusetzen?
(Ergebniss)**

**Welche Hindernisse können
aufkommen?
(Hindernis)**

**Wie können diese Hindernisse
überwunden werden?
(Planen)**

Übersicht Angebote Fairer Handel Faire Beschaffung kommunal

- [Beratungs-](#) und [Schulungsangebote](#)
- [Kompass Nachhaltigkeit](#)
- [Netzwerk Faire Beschaffung](#) und Fachaustausch
- [Finanzielle Unterstützung von Projektvorhaben](#)
- [Einstiegsangebote](#), [Informationsarbeit](#) und [Publikationen](#)
- [E-Learning mit 5 Schwerpunkte](#)



Das Ende der Präsentation. Der Anfang von mehr Engagement.

Rückfragen, Rückmeldungen und Anregungen gerne an:
christoph.loeffler@engagement-global.de

Impressum

Engagement Global gGmbH

Friedrich-Ebert-Allee 40
53113 Bonn

Telefon +49 228 20 717-0
E-Mail: info@engagement-global.de
Sitz der Gesellschaft: Bonn
www.engagement-global.de

Vertretungsberechtigte Geschäftsführung

Dr. Jens Kreuter, Ingrid Arenz

Handelsregister

Amtsgericht Bonn HRB 19021



Im Auftrag des



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung