

ZIEL FAIRTRADE TOWN

🇪🇺 Hamburg will Stadt der fairen Produkte werden

VON ALEXANDER KARL UND DANIELA STÜRMLINGER

Hamburg will 2011 die Auszeichnung FairTrade Town erwerben. Der Antrag wird zum Jahresende gestellt. Restaurants müssen nachbessern.



Anke Steuber (l.) und Helene Stanienda im Weltladen in Eimsbüttel.
Foto: Marcelo Hernandez

HAMBURG. Die Vorarbeiten laufen mit Hochdruck. Gerade gestern hat sich wieder ein Komitee getroffen, das Pläne schmiedet, schaut, was noch verbessert werden muss und wo es schon rund läuft. Nachdem sich **Hamburg** im Jahr 2011 bereits mit dem imageträchtigen Titel Green Capital, also grüne Umwelthauptstadt, schmücken darf, will die Stadt jetzt im gleichen Jahr die Auszeichnung **FairTrade Town** erwerben. Hamburg soll so eine der deutschen Metropolen für fair gehandelte Produkte werden.

FairTrade garantiert unter anderem, dass die Produzenten etwa aus Entwicklungsländern faire Preise erhalten, faire Arbeitsbedingungen bieten und nachhaltige Rohstoffe für Kaffee, Jeans und Co. verwenden. "Wir erfüllen schon die meisten Kriterien für das Siegel", sagte Wolfgang Grätz, der in der Senatskanzlei für Entwicklungspolitik und internationale Zusammenarbeit zuständig ist, dem Abendblatt. Er ist zuversichtlich, dass die Stadt bis Ende des Jahres das Siegel beantragen kann.

185 Geschäfte und 92 Gastrobetriebe müssen FairTrade-Produkte haben

Dazu müssen in Hamburg unter anderem mindestens 185 Geschäfte FairTrade-Produkte im Sortiment haben. "Dieses Kriterium dürften wir schon deshalb erfüllen, weil Budnikowsky, **Rewe** oder Rossmann solche Artikel führen", so Grätz. Zudem gibt es in der Stadt elf Weltläden und vier kirchliche Fair-Handelsgruppen, die ausschließlich Produkte aus Entwicklungsländern anbieten. "Die Arbeit im Weltladen ist mein Beitrag für die Gerechtigkeit im Handel", sagt Heidburg Behling, 71. Die frühere Religionslehrerin hat zusammen mit elf weiteren Gesellschaftern den Laden in der Osterstraße durch eine finanzielle Beteiligung ermöglicht. Mit Produktpräsentationen und Modenschauen wie etwa am 24. September sollen Kunden für die FairTrade-Erzeugnisse begeistert werden.

Während Hamburg im Einzelhandel kein Problem als FairTrade Town haben dürfte, besteht Nachholbedarf in der Gastronomie. Mindestens 92 Betriebe in der Stadt müssen FairTrade-Getränke oder Speisen auf der Karte haben. Doch bislang sind es nur 70, darunter das Hotel Vier Jahreszeiten oder auch die Kaffeekette Starbucks. Die Branche in Hamburg hat das Problem offenbar erkannt. Am 10. September startet sie mit der Aktion "Hamburg kocht mal fair" im Bistro des Starkochs Heinz O. Wehmann eine Veranstaltungsreihe mit fairem Essen. Weitere Gastronomiebetriebe sollen schon Interesse gezeigt haben. Denn der Einsatz lohnt sich offenbar. Laut Brigitte Frommeyer, Sprecherin des Lebensmittelgroßhändlers Gepa - The Fair Trade Company, hat ihr Unternehmen im Ende März zu Ende gegangenen Geschäftsjahr FairTrade-Produkte im Wert von 80 000 Euro allein an Hamburger Gastronomiebetriebe verkauft.

Neben der Stadt treibt vor allem die Initiative "Hamburg mal fair", die Schülern FairTrade nahebringt, das Projekt voran. Die Stadt unterstützt die Initiative mit 55 000 Euro pro Jahr. Geld vom Steuerzahler für die Gastronomie oder den Handel gibt es aber nicht.

FairTrade-Produkte sind in Hamburg schon Tradition

Ein starkes Argument für Hamburg als Metropole des fairen Handels ist, dass in der Hansestadt große Firmen sitzen, für die faire Produkte schon zum täglichen Geschäft gehören. So führt J.J. Darboven bereits seit 1993 fairen Kaffee im Sortiment, Tchibo plant, dass bis 2015 immerhin 25 Prozent des Gesamtsortiments nachhaltig angebaut werden oder das FairTrade-Siegel tragen. "2009 wurden in Deutschland 238 Millionen Tassen fairer Kaffee getrunken", sagte Claudia Brück, Sprecherin des Vereins TransFair, dem Abendblatt. Mit 5900 Tonnen der braunen Bohnen mit dem FairTrade-Siegel wurden 13 Prozent mehr abgesetzt als 2008. Über alle Produkte hinweg wurden im vergangenen Jahr in Deutschland 322 Millionen Euro Erlöse erzielt, was im Jahresvergleich ein Plus von 21 Prozent bedeutet.

Auch in Sachen Bekleidung gibt es schon faire Ansätze in der Stadt. So hat der Versandhändler Otto seit 2007 mit der Marke Cotton made in Africa ein nachhaltiges und faires Produkt im Katalog. Das Unternehmen will sein Engagement weiter ausbauen. "Wir hoffen, dass sich noch mehr Unternehmen im fairen Handel engagieren, denn FairTrade ermöglicht Menschen bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen", so Claudia Brück von TransFair.