

917 614 534

Markus Raschke

Fairer Handel

Engagement für eine gerechte Weltwirtschaft

B 362186



MATTHIAS-GRÜNEWALD-VERLAG

Inhalt

1

Fairer Handel „zur Einführung“	15
1.1. Fairer Handel – Erste Skizze einer Solidaritätsbewegung	17
1.1.1. Entwicklung und Selbstverständnis	17
1.1.2. Christliche und kirchliche Verwurzelung	19
1.2. Das entwicklungspolitische und ökonomische Konzept im Überblick	21
1.2.1. Grundsätze des Fairen Handels	21
1.2.2. Leistungen und Grenzen	26
1.3. Forschungslage, praktisch-theologischer Ansatz und der Aufriss der Arbeit	30
1.3.1. Praktische Theologie im Kontext der vorliegenden Studie	31
1.3.2. Über den Status quo hinaus: die Utopie einer fair(er)en Zukunft	34

2

Entstehung und Entwicklung in Gegensätzen. Geschichte der Fair-Handels-Bewegung in Deutschland	37
2.1. Entstehungskontext und Gründungsphase der „Aktion Dritte-Welt-Handel“	40
2.1.1. Kontext Dritte-Welt-Bewegung	41
2.1.2. Zwischen integrierter und kritischer Aktion	42
2.1.3. Anfänge der „Aktion Dritte-Welt-Handel“	45
2.1.4. Die Initiative zur Aktion Dritte-Welt-Handel und erste konzeptionelle Festlegungen	47
2.2. Die Entstehung pädagogischer und wirtschaftlicher Strukturen	50
2.2.1. Der verworrene Weg zur Gründung des A3WH e.V. und der GEPA	51
2.2.2. (Vor)Geschichte der Gründung der Importorganisation El Puente	55
2.2.3. Die Entstehung der Weltläden und Gründung ihrer Dachorganisation	56
2.2.4. Die Rolle des Vereins: „pädagogischer Arm“ oder zentrale Leitungsinstanz?	57
2.2.5. Die Vereinsauflösung als Konflikt zwischen integrierter und kritischer Aktion	59
2.3. Aktionskampagnen mit politischen Waren	62
2.3.1. Aktion „Indio-Kaffee“	63
2.3.2. Aktion „Aluschok“	64

2.3.3.	„Simba- und Singa-Teeaktion“	66
2.3.4.	Aktion „Jute statt Plastik“	67
2.3.5.	Weitere produktbezogene Aktionen.....	70
2.4.	Von der pädagogischen Aktion zum „Alternativen Handel“	72
2.4.1.	„Anders leben“ rückt Verkauf der Waren in den Vordergrund.....	73
2.4.2.	Alternativer Handel entwickelt weitere Wirtschaftsstrukturen	74
2.4.3.	Kriterien für den Umgang mit den Projektpartnern	77
2.4.4.	Uneinigkeit über das Verhältnis von Verkauf und Bildungsarbeit.....	80
2.5.	Auseinandersetzungen um die „richtige Solidarität“ am Beispiel	
	Kaffee.....	82
2.5.1.	Die Kontroverse um das Fedecocagua-Projekt in Guatemala	82
2.5.2.	Kontroverse um die „richtige“ Solidarität mittels Nicaragua-Kaffee....	84
2.5.3.	Eine Alternative zur Alternative: Die Gründung der „Mitka“	87
2.5.4.	Die Kaffeeekampagne „Gegen die Macht der Kaffeekonzerne“	88
2.6.	Bananen: Beispiel für Kampagnenarbeit im Fairen Handel	89
2.6.1.	Erste Aktionen mit Bananen	89
2.6.2.	Aufbau der AG Nicaragua-Bananen und des fairen Bananenhandels...91	
2.6.3.	Schwierigkeiten nach dem Machtwechsel in Nicaragua	92
2.6.4.	Die eigentliche „Bananenkampagne“	93
2.6.5.	Faire Bananen im Supermarkt.....	94
2.7.	Das Projekt Handelsausweitung entzweit die Bewegung	96
2.7.1.	Handelsausdehnung als Versuch betriebswirtschaftlicher Stabilisierung bei El Puente	96
2.7.2.	Handelsausdehnung als Antwort auf die Anfragen der Produzenten bei GEPA	97
2.7.3.	Dezentrale Alternativlösungen bei Weltläden und anderen Importeuren.....	100
2.8.	Von der Kampagne „Sauberer Kaffee“ zum TransFair-Siegel	102
2.8.1.	Kontroverse Debatte über das holländische Vorbild „Sauberer Kaffee“.....	103
2.8.2.	Die Tübinger Supermarktaktion bei Gottlieb.....	105
2.8.3.	Das Konzept der Kaffee-Kampagne und Beginn der AG Kleinbauernkaffee.....	106
2.8.4.	Die Würzburger Kupsch-Aktion	108
2.8.5.	Konzeptionelle Vertiefung der Planungen	110
2.8.6.	Die Kaffeeinitiative – eine Zerreißprobe innerhalb der AG3WL	111
2.8.7.	Erfolgreicher Start: Großes Medienecho mit kritischen Zwischentönen	113

2.9. Profilierung und Professionalisierung der Weltläden	117
2.9.1. Auf dem Weg zu einer Profilierungskampagne	118
2.9.2. Profilierungskampagne und gesellschaftspolitische Positionierung der Aktion Dritte-Welt-Handel	119
2.9.3. Neuorientierung über das Profil der AG3WL	123
2.9.4. Die Strukturreform: AG3WL + rsk = Weltladen-Dachverband.....	125
2.9.5. Einheitliches Erscheinungsbild, „Konvention der Weltläden“ und Beurteilung der Importeure	126
2.9.6. Neue Impulse in der Öffentlichkeitsarbeit: Die Kampagnen „Made in Dignity“ und „Land Macht Satt“	129
2.10. Die GEPA-Krise schafft neue Strukturen und neue Verwerfungen .	134
2.10.1. In der Dynamik der Handelsausweitung ein Schritt zu weit gegangen	134
2.10.2. GEPA in der Krise ... und im neuerlichen Konflikt mit den Weltläden	136
2.10.3. Verselbständigung des Fair Trade e.V. bis zur Unterbrechung der Geschäftstätigkeit.....	139
2.11. „Zwang zur Konzertierung“: neue Zusammenarbeit der deutschen Fair-Handels-Akteure	140
2.11.1. Gemeinsames Auftreten bei Kirchentagen.....	140
2.11.2. Kooperationsverträge statt Gesellschafterstatus: Weltladen- Dachverband und Importorganisationen	141
2.11.3. „Faire Woche“ – erstmalig bewegungsübergreifende Öffentlichkeitsarbeit	144
2.11.4. Auf dem Weg zum organisierten Netzwerk: Forum Fairer Handel	146
2.12. Zwischen Discount und Lifestyle – der Markt entdeckt den Fairen Handel.....	148
2.13. Die Fair-Handels-Bewegung in europäischen Nachbarländern	151
2.14. Resümee: Fairer Handel als ‘Neue Soziale Bewegung’	154

3

Gruppen und Geschäfte vor Ort.

Engagement in Weltläden und kirchlichen Aktionsgruppen

3.1. Weltläden: Fachgeschäfte und Bildungsorte des Fairen Handels	160
3.1.1. Selbstverständnis von Weltläden und ihre Arbeitsweise?.....	162
3.1.2. Professionalisierungsbestrebungen als Motivationsfaktor?	167

3.2. Kirchliche Aktionsgruppen:	
Mobile und stationäre Fair-Handels-Präsenz	172
3.2.1. Verbreitung des Fairen Handels in der kirchengemeindlichen Eine-Welt-Arbeit	173
3.2.2. Aktionsformen des Fairen Handels im kirchengemeindlichen Milieu	175
3.2.3. Empirische Daten zum „Milieu“ christlicher Eine-Welt-Arbeit	180
3.3. Zum Selbstverständnis des ehrenamtlichen Engagements im Fairen Handel.....	183
3.3.1. „Thematisch sind schon sehr viele Parallelen da, nicht?“ – Zwischen Gemeindenähe und Randständigkeit	183
3.3.2. „Das ist halt christliches Bewusstsein irgendwie ...“ – Unklarheit religiöser Deutekategorien	187
3.3.3. „Verkaufen ist nicht alles“ – Balance zwischen Bildungsauftrag und Warenverkauf.....	191
3.3.4. „Eure Almosen könnt Ihr behalten...!“ – Die ambivalente Rolle von Spenden und Projektarbeit.....	195
4	
Positionen und Produkte.	
Das Engagement kirchlicher Akteure im Fairen Handel.....	201
4.1. Fairer Handel in synodalen Dokumenten der Kirchen in Deutschland.....	205
4.1.1. Die Gemeinsame Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland in Würzburg (1971-1975)	207
4.1.1.1. „Das Reich Gottes ist nicht indifferent gegenüber den Welthandelspreisen“	207
4.1.1.2. Die Anliegen aus den Ländern des Südens und der Beschluss „Entwicklung und Frieden“	208
4.1.1.3. Die „Aktion Dritte-Welt-Handel“ im Hintergrund des Würzburger Synodenbeschlusses	211
4.1.2. Dokumente synodalen Charakters aus den katholischen Diözesen Deutschlands	212
4.1.2.1. Diözesansynode Rottenburg-Stuttgart 1985/86	212
4.1.2.2. Diözesansynode Hildesheim 1989/1990.....	214
4.1.2.3. Prozess Weggemeinschaft im Bistum Aachen 1989-2002	216
4.1.2.4. Freiburger Diözesanforum 1991/92.....	219
4.1.2.5. Pastoraler Dialog im Bistum Würzburg 1993-1997	222
4.1.2.6. Diözesanforum Regensburg 1994/95.....	226
4.1.2.7. Diözesanforum Münster 1996/97	227
4.1.2.8. Bamberger Pastoralgespräch 1997-2004	229
4.1.2.9. Diözesanes Pastoralforum im Erzbistum Berlin 1998-2000.....	233
4.1.2.10. Pastorales Zukunftsgespräch im Bistum Osnabrück 1999.....	234

4.1.3.	Synode und Rat der Evangelischen Kirche in Deutschland	236
4.1.3.1.	Die EKD-Denkschrift 1973	236
4.1.3.2.	EKD-Synode 1986	239
4.1.3.3.	Die EKD-Denkschrift 1991	239
4.1.3.4.	EKD-Synode 2002	240
4.1.3.5.	Die EKD-Denkschrift 2006	242
4.1.4.	Synoden der Evangelischen Landeskirchen in Deutschland	243
4.1.4.1.	Die Landessynode der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern 1995	243
4.1.4.2.	Die Landessynode der Evangelischen Kirche von Westfalen 2004	247
4.1.4.3.	Landeskirchenrat der Evangelisch-Lutherischen Kirche Bayern 2005	249
4.1.4.4.	Evangelisch-Lutherische Landessynode Mecklenburgs 2007	251
4.1.4.5.	Landessynode der Evangelischen Kirche im Rheinland 2008	253
4.1.5.	Die Rolle von Welthandelsfragen und Fairem Handel in den synodalen Dokumenten im Überblick	254
4.2.	Fair-Handels-Produkte von Verbänden, Diözesen und Hilfswerken	261
4.2.1.	Projekte katholischer Jugend- und Erwachsenenverbände	262
4.2.1.1.	Kolping-Kaffee „Tatico mild“	262
4.2.1.2.	LamuLamu-Textilien der Katholischen Landjugend	266
4.2.1.3.	KDFB-Kaffee	271
4.2.1.4.	kfd-Kaffee	274
4.2.1.5.	kfd-Grüntee im Diözesanverband Aachen	276
4.2.1.6.	Schokoriegel „Fairetta black ’n white“ im BDKJ Limburg	277
4.2.1.7.	Schokoriegel in der Erzdiözese München und Freising	279
4.2.2.	Partnerschaftskaffees von Diözesen und ihren Kooperationspartnern	280
4.2.2.1.	Amistad-Kaffee in Aachen	280
4.2.2.2.	Würzburger Partnerkaffee	281
4.2.3.	Projekte von kirchlichen Hilfswerken	285
4.2.3.1.	CaféPlus von Brot für die Welt	285
4.2.3.2.	Misereor unterstützt Café Orgánico	289
4.2.3.3.	Schutzengel-Produkte: Missio	292
4.2.3.4.	Weitere Einzelinitiativen	294
4.2.4.	Projekte außerhalb der Kirchen:	
	Faire Stadt-, Regional-, Verbands- und Pressecaffees	295
4.2.4.1.	faire Stadt- und Regionalkaffees	295
4.2.4.2.	LBV-Kaffee	298
4.2.4.3.	tazpresso	298
4.2.4.4.	Schalke-Kaffee	298
4.2.5.	Kirchliche Fair-Handels-Produkte und ihre Rolle in der Fair-Handels-Bewegung im Überblick	299
4.3.	Resümee: Fairer Handel als erklärte und praktizierte Weltverantwortung in den Kirchen	303

5	
Gerechtigkeit und Barmherzigkeit, Ordnungs- und Solidaritätsethik. Deutungsparadigmen des Fairen Handels	305
5.1. Fairer Handel zwischen Gerechtigkeit und Barmherzigkeit – Impulse aus Sozialphilosophie und Theologie	311
5.1.1. Gerechtigkeit als Interpretationshorizont des Fairen Handels.....	316
5.1.1.1. Grundbegriffe und Dimensionen von „Gerechtigkeit“	317
5.1.1.2. Gerechtigkeit als Fairness nach John Rawls	320
5.1.1.3. Gerechtigkeit als Chance zur Verwirklichung guten Lebens nach Amartya Sen und Martha Nussbaum	328
5.1.1.4. Fairer Handel im Horizont des Gerechtigkeitsparadigmas	332
5.1.2. Barmherzigkeit und Compassion als Interpretationshorizont des Fairen Handels	337
5.1.2.1. Biblische und theologiegeschichtliche Aspekte der Barmherzigkeit.....	340
5.1.2.2. Compassion als Weltprogramm des Christentums nach Johann B. Metz	342
5.1.2.3. Das Barmherzigkeitsprinzip als Bedingung wahren Menschseins nach Jon Sobrino	349
5.1.2.4. Fairer Handel im Horizont des Barmherzigkeitsparadigmas	352
5.2. Fairer Handel zwischen Ordnungs- und Solidaritätsethik – Impulse aus der kirchlichen Soziallehre.....	356
5.2.1. Die Ordnungsethik der katholischen Soziallehre als Interpretationshorizont des Fairen Handels: Gerechte Wirtschaftsordnung und faire Handelsbedingungen	359
5.2.1.1. Die Lehre vom gerechten Lohn und fairen Preis	362
5.2.1.2. Internationale Preispolitik und die Forderung nach partnerschaftlicher Zusammenarbeit	369
5.2.1.3. Koalitionsrecht: Förderung von Vereinigungen und genossenschaftlichem Zusammenschluß.....	376
5.2.1.4. Fairer Handel im Zusammenhang der Ordnungsethik der katholischen Soziallehre	379
5.2.2. Die Solidaritätsethik der Konzilstheologie als Interpretationshorizont des Fairen Handels: Verpflichtung zu Solidarität und Parteilichkeit	382
5.2.2.1. Solidarität und Barmherzigkeit als christliche Grundeinstellung (nach Gaudium et spes)	384
5.2.2.2. Die Solidaritätsverpflichtung der Christen und Kirchen nach Johannes Paul II.	387
5.2.2.3. Liebe statt Gerechtigkeit – Entpolitisierungstendenzen in der sozial-caritativen Lehre Benedikts XVI.	392
5.2.2.4. Fairer Handel im Zusammenhang der Solidaritätsethik der Konzilstheologie	398

5.2.3.	Die Widerstandsethik der Ökumenischen Bewegung und des Protestantismus als Interpretationshorizont des Fairen Handels: Das Fernziel der solidarischen Wirtschaftsordnung.....	401
5.2.3.1.	Dokumente und Diskussionsanstöße in der Ökumenischen Bewegung 1968 bis 1998.....	402
5.2.3.2.	Der Lutherische „Aufruf zur Beteiligung an der Verwandlung der wirtschaftlichen Globalisierung“.....	403
5.2.3.3.	Der Brief der Soesterberg-Konsultation zu einer „Wirtschaft im Dienst des Lebens“.....	405
5.2.3.4.	Die Vision einer „Alternativen Globalisierung“ des Ökumenischen Rats der Kirchen.....	407
5.2.3.5.	Fairer Handel im Kontext der visionären Widerstandsethik der ökumenischen Bewegung.....	412
5.3.	Resümee: Fairer Handel als Modell der Weltverantwortung.....	414
5.3.1.	In der Schnittmenge von Ordnungs- und Solidaritätsethik – Eine theoretische Standortbestimmung.....	414
5.3.2.	Fairer Handel in bipolaren Deutungsparadigmen – Ein Fazit in Thesen.....	419
5.3.3.	Modellhaftigkeit angesichts des Ernstfalls Globalisierung.....	429
6		
	Gnade und Reich Gottes. Religiöse Motivhorizonte christlichen Fair-Handels-Engagements.....	431
6.1.	Reich-Gottes-Praxis: biblisch-theologischer Handlungsrahmen christlicher Weltgestaltung.....	436
6.1.1.	Reich Gottes – Jesu Praxis zugunsten einer anderen, besseren Welt ..	436
6.1.2.	Reich Gottes – Handlungsgrund christlichen Engagements im Kontext der Globalisierung.....	439
6.2.	Gnaden-theologie: systematisch-theologischer Rahmendiskurs für Gottes Weltgestaltung mit den Menschen.....	443
6.2.1.	Gottes Gnade – wirksam und erfahrbar in menschlichem Handeln ..	443
6.2.2.	Gottes Gnade – aktuell und konkret in Gerechtigkeit und Solidarität.....	447
6.3.	Von der „Gnade“ des Fairen Handels angesichts der Globalisierung: Vorgeschnack des Reiches Gottes?.....	450
6.3.1.	Der Faire Handel als Senfkorn – dem Reich Gottes ähnlich.....	451
6.3.2.	Produktverkauf als „Zeichenhandlung“.....	451
6.3.3.	Informations- und Bewusstseinsbildungsarbeit als „Reich-Gottes-Zeugnis“.....	453
6.3.4.	Anwaltschaftliches Handeln als Prophetie.....	454
6.3.5.	Grundsätze und Kriterien des Fairen Handels als „Strukturen der Gnade“.....	455

6.3.6.	Wirkungen des Fairen Handels als „Werk der Gnade“	456
6.3.7.	Das Gnadengeschehen im eigenen Engagement entdecken	457
6.3.8.	Fairer Handel: Modell christlicher Weltverantwortung aus dem Glauben an das Reich Gottes und seine Gnade	458

7 Fairer Handel mit Perspektiven461

7.1.	Zukunftsszenario: Als Bewegung den Wandel von der Nischenexistenz zur Marktbranche meistern	463
7.1.1.	Ambivalenz einer Überwindung der Nischenexistenz	465
7.1.2.	Fairer Handel als Marktbranche?	467
7.1.3.	Neue Aufgaben für das Ehrenamt im Fairen Handel?	469
7.1.4.	Engagementfelder in einer veränderten bewegungsgetragenen Einzelhandelsstruktur?	471
7.1.5.	Notwendiges Alleinstellungsmerkmal von Aktionsgruppen innerhalb der „Fair-Handels-Branche“	473
7.2.	Zukunftsszenario: Als Bildungsbewegung den Fairen Handel verbreiten und Welthandel mitgestalten.....	475
7.2.1.	Anforderungen an Materialien und Strukturen für Bildungsarbeit im Kontext einer Handelsbewegung	476
7.2.2.	Zielgruppenorientierung der Bildungsarbeit: die junge Generation....	478
7.2.3.	Bewusstseinsbildung: Von individueller Ansprache zu gemeinschaftlichem Handeln.....	480
7.2.4.	Öffentlichkeitswirksame Kampagnenarbeit zur Sensibilisierung der Bevölkerung.....	481
7.2.5.	„FairÄnderung“ des Welthandels durch anwaltschaftliche Lobbyarbeit.....	483
7.3.	Zukunftsszenario: Als Kirchen den Fairen Handel und seine Anliegen mittragen	487
7.3.1.	Profilierung des Engagements von Fair-Handels-Gruppen im Gemeindeleben	487
7.3.2.	Kirchliche Gemeinden und Einrichtungen und ihr „Beschaffungswesen“	490
7.3.3.	Kirchliche Unternehmensbeteiligungen im Fairen Handel: kirchenrechtliche Möglichkeiten.....	492
7.3.4.	Wertorientierter Unterricht dank Fairem Handel in (kirchlichen) Schulen	495
7.3.5.	Bildungshäuser als Orte der Bewusstseinsbildung und fairen Hauswirtschaft	498
7.3.6.	Bistümer und Landeskirchen als Vorbilder?.....	501

7.3.7. Kirchliche Verbände: Vorreiter des Fairen Handels mit spezifischen Profilen	503
Ein Plädoyer: Fairen Handel als Modell christlicher Weltverantwortung ernst nehmen	505
Nachwort & Dank.....	507
Literatur- und Abkürzungsverzeichnis	508
a) Periodika der Fair-Handels-Bewegung.....	508
b) Dokumente, Einzelartikel und Monographien.....	508
c) Abkürzungen und Erläuterung der Akteure im Fairen Handel	531