

Erzdiözese Bamberg
PROJEKT FAIRER HANDEL

KURZFASSUNG DER ERGEBNISSE

Ein Projekt des Bundes der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ)
in der Erzdiözese Bamberg in Kooperation mit der Geschäftsstelle der Pastoralkommission

Gefördert vom Katholischen Fonds für weltkirchliche und entwicklungsbezogene
Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit

Projektreferent und Autor:

Andreas Schneider (Bamberg)

Laufzeit und Erhebung der wesentlichen Ergebnisse:

Oktober 2002 bis Mai 2003

Nacharbeit der Ergebnisse und endgültiger Abschluss des Projektes:

November 2003

Kontakt und Bestellung der gesamten Studie als PDF-Datei:

Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ) in der Erzdiözese Bamberg
Kleberstraße 28
96047 Bamberg

Telefon: 0951.8688-0 – Fax: 0951.8688-66 – E-Mail: info@eja-bamberg.de

andreas.schneider@eja-bamberg.de

Veröffentlichung der Ergebnisse im Internet ab Januar 2004:

www.bdkj-bamberg.de

www.erzbistum-bamberg.de

1. Das Projekt Fairer Handel:

a) Die Einmaligkeit des Vorhabens und erste zentrale Ergebnisse

Erstmals legt hier nun eine deutsche Diözese eine umfassende Untersuchung über den Fairen Handel vor. Wer verkauft fair gehandelte Produkte und wer trinkt Kaffee fair? Wo, wie oft und warum nicht? Welche Ansatzpunkte und Perspektiven gibt es für die entwicklungspolitische und weltkirchliche Bildungsarbeit und zur Verkaufsförderung? Bislang konnte man hinsichtlich der Breite der Aktivitäten, als auch über das Ausmaß des Engagements hier immer nur Vermutungen anstellen.

Dabei liefert die Erhebung überraschende Erkenntnisse: Verkaufsfaktionen und ein Ausschank von fair gehandeltem Kaffee sind weit mehr verbreitet als angenommen und auch bekannt. So hat die Untersuchung ergeben, dass beispielsweise in 72 Prozent aller Pfarrgemeinden regelmäßig fair gehandelte Produkte verkauft werden. Und mit 59 Prozent ist der Ausschank vor fair gehandeltem Kaffee in den kirchlichen Bildungshäusern beachtlich hoch.

Wenn es auch einige Regionen und Gruppen mit akuten Krisenerscheinungen gibt¹, so kann man dennoch grundsätzlich feststellen, dass der Faire Handel in der Region nach wie vor boomt, dass die Szene nicht tot sondern quicklebendig (und sehr vielschichtig) ist und dass zumindest mit Blick auf die Erzdiözese Bamberg von einer allgemeinen Krise des Fairen Handels keine Rede sein kann. **Der Faire Handel ist nach wie vor eine Idee, die viele begeistert und fasziniert** und stellt ein einfaches und niedrigschwelliges Handlungsangebot im Rahmen weltkirchlichen Engagements dar.

Aufgrund der Ergebnisse über das **Ausmaß des Engagements** und der Breite der Aktivitäten ist festzustellen, dass es neben der Kirche keine andere Organisation gibt, die hier mehr beteiligte Einzelpersonen und Gruppen aufzuweisen hat und ein solches Engagement auch so flächendeckend anbieten kann.

b) Der Faire Handel: Ein pastorales Handlungsfeld und eine pastorale Herausforderung (auch für die Erzdiözese Bamberg)

Der Faire Handel ist **ein zentrales kirchliches und pastorales Anliegen**. Dies machen die Kirchen nicht nur durch ihre Trägerschaft der Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt (Gepa), sondern - wie diese Erhebung zeigt - auch in der Praxis, deutlich.

Denn die zentrale Aufgabe der Kirche ist die Evangelisierung: die Verkündigung des Evangeliums.² So ist es primär die Sendung der Kirche das Reich Gottes (und dessen Gerechtigkeit) anzukündigen.³ Bezugnehmend auf diese Aufgabenstellung stellt die **Synode der Bistümer in der Bundesrepublik Deutschland 1975** fest, dass die Präsenz und Verheißung des Reiches Gottes nicht gleichgültig gegenüber dem „Terror der

¹ So gibt es im Dekanat Lichtenfels derzeit keinen Weltladen, der die Nachfrage der Gemeinden entsprechend befriedigen könnte, im Dekanat Hof dämpft die schwierige wirtschaftliche Lage den Verkaufserfolg und die Motivation der Engagierten, im Dekanat Neunkirchen/Sand blieb der Faire Handel ein weitgehend auf die evangelische Kirche begrenztes Angebot und gerade in Nürnberg fühlen sich viele Gruppen überaltert und ausgebrannt.

² Vgl. dazu das Schreiben „Evangelii nuntiandi“ von Papst Paul VI. von 1975 (besonders Nr. 14).

³ Vgl. Lumen gentium 5 und Mt 6,33.

Ungerechtigkeit“ und „nicht indifferent gegenüber den Welthandelspreisen ist“.⁴ Weiter stellt die Synode fest, dass wir die Kirche eines vergleichsweise reichen und wirtschaftlich mächtigen Landes sind: *„Deshalb wollen und müssen wir uns zu einer besonderen gesamtkirchlichen Verpflichtung und Sendung im Blick auf die Kirchen der Dritten Welt bekennen. Auch diese Verpflichtung hat zutiefst theologische und kirchliche Wurzeln, und sie entspringt nicht nur dem Diktat eines sozialen oder politischen Programms.“*⁵ *„Hier müssen gerade wir in unserem Land handeln und helfen und teilen - aus dem Bewußtsein heraus, ein gemeinsames Volk Gottes zu sein, das zum Subjekt einer neuen verheißungsvollen Geschichte berufen wurde, um teilzuhaben an der einen Tischgemeinschaft des Herrn als dem großen Sakrament dieser neuen Geschichte. Die Kosten, die uns dafür abverlangt werden, sind nicht ein nachträgliches Almosen, sie sind eigentlich die Unkosten unserer Katholizität, die Unkosten unseres Volk-Gottes-Seins, der Preis unserer Orthodoxie.“*⁶

Vor diesem Hintergrund schreibt der Bamberger Erzbischof Karl Braun in einem **Hirtenwort zum Erntedankfest 1999**, dass Menschen, die in Armut und in Entwicklungsländern leben unseren besonderen Beistand brauchen. Braun fragt dabei kritisch, ob wir im Zusammenhang mit dieser Frage auch die Bedingungen im Blick haben, wo und wie Lebensmittel produziert werden. Denn solch ein Engagement beginnt im Alltagshandeln: *„Das, was wir konsumieren, unser Essen und Trinken, sind Teil gelebter oder verspielter Alltagsspiritualität. An den praktischen Fragen unseres Alltags entscheidet es sich, ob und wie wir Verantwortung für die Umwelt und für die Gemeinschaft aller Menschen wahrnehmen.“* *„Durch unseren bewußten Konsum können wir dazu beitragen, dass die Lebensmittel umweltschonend, sozialverträglich und tiergerecht erzeugt werden. Wir können durch unser Verhalten zum Beispiel den biologischen Landbau fördern und Bemühungen unterstützen, dass Bauern in der Dritten Welt gerechte Preise für ihre Produkte erhalten. Jede und jeder kann dazu im eigenen Haushalt, in der Gemeinde oder im Betrieb den Anfang machen, schreibt Erzbischof Braun.“*⁷

So war es nur konsequent, dass das **Bamberger Pastoralgespräch** dieses Anliegen aufgriff und in zwei Anträgen zum Thema Fairen Handel im Frühjahr 2000 auch präziserte. So wurde die Zielsetzung formuliert, dass in jeder Pfarrei ein regelmäßiger Verkauf von Produkten aus Fairem Handel organisiert wird und dass jede kirchliche Einrichtung Produkte aus Fairem Handel verwendet.⁸

Ziel des Projekts Fairer Handel war es, eine Grundlage zu schaffen und einen Hintergrund zu erarbeiten, auf dem die Umsetzung dieser Beschlüsse dann weitergedacht und weiter vorangetrieben werden kann. So hat das Projekt zum einen eine Analyse über die gegebene Situation erstellt und andererseits erste Umsetzungsschritte schon einmal beispielhaft ausprobiert, um konkrete Erfahrungen für das weitere Vorgehen zu sammeln. Außerdem sollten bereits erreichbare Etappenziele deutlich machen, was möglich ist und die verschiedenen Akteure motivieren eine Umsetzung dieser Anträge selbst in die Hand zu nehmen.

⁴ Synodenbeschuß „Unsere Hoffnung“ Teil I: 6.

⁵ Vgl. Synodenbeschuß „Unsere Hoffnung“ Teil IV: 3.

⁶ Ebd. So ist der Mehrpreis fair gehandelter Produkte im Endeffekt der Preis für unsere Orthodoxie, für unsere Katholizität, für unser Volk-Gottes-Sein.

⁷ Vgl. Wort des Erzbischofs zum Erntedankfest 1999 S. 4, 6 und 7.

⁸ Vgl. Beschlüsse des Diözesanforums des Bamberger Pastoralgesprächs, Antrag 2.3.3. und Antrag 2.3.4. S. 39 - 40.

Wie die Studie zeigt konnten durch das Pastoralgespräch und das Engagements des Arbeitskreises Fairer Handel des BDKJ in den letzten Jahren wichtige Etappenziele **auf dem Weg zu einer global fair handelnden Diözese** erreicht werden. Zumindest ist nun einmal die Situation, die Ausgangslage bekannt von der ausgehend zukünftige Vorhaben und Projekte zur Förderung dieses Anliegens konzipiert werden können.

Daher wäre zu entscheiden, ob der Erzdiözese Bamberg durch diese bundesweit einmalige Gegebenheit und Entwicklung nicht eine besondere Rolle zukommt, der sie in Zukunft durch eine **bewußte Schwerpunktsetzung im Bereich Fairer Handel** Rechnung tragen könnte. Etliche Diözesen nehmen eine Schwerpunktsetzung ihres weltkirchlichen Engagements bislang über diözesane Partnerschaften wahr. In Bamberg hat sich eine solche Tradition nicht ergeben. Nachdem man sich nun bundesweit mit dem Thema Fairer Handel profiliert hat, wäre es ernsthaft zu überlegen, ob man nicht an diese Tradition anknüpft und an dieser Thematik konkret weiterarbeitet. Noch gibt es keine Diözese, die sich ein solches Profil gegeben hat. Gerade hier hat die Erzdiözese Bamberg eine Chance sich im Bereich Weltkirche ein eigenes Profil zuzulegen, die sie sich nicht entgehen lassen sollte.

c) Grundsätzliche Anmerkungen und Beobachtungen zum Projekt

Schon die Ankündigung des Projekts und die alleinige Tatsache, dass sich Kirche hier nun konkret engagiert war für viele Fürsprecher des Fairen Handels in den Gemeinden, für hauptberufliche Mitarbeiter und Akteure wie **eine Initialzündung**. Vielerorts wurden die Presseberichte über das Projekt ausgehängt, in etliche Pfarrgemeinderäte wurde die Idee von Verkaufsaktionen oder einer Verwendung von fair gehandeltem Kaffee eingebracht und nach langen Jahren endlich positiv beschieden. Allein vier Gemeinden meldeten sich, dass sie in absehbarer Zeit einen neuen Weltladen in ihrem Ort gründen wollen.

Das Projekt Fairer Handel hat vielen Engagierten, die sich vielerorts wie einsame Rufer in der Wüste oder als verkannte Propheten vorkamen endlich eine lang ersehnte **Rückendeckung**, eine kirchliche Anerkennung und damit auch Aufwertung ihres Engagements geben können. Die Bedeutung, dass sich Kirche hier nun ganz offiziell engagiert, dass sie den Fairen Handel aktiv unterstützt und eine Umstellung ihrer eigenen Einrichtungen anstrebt kann gar nicht hoch genug eingeschätzt werden. Es war das lang ersehnte Signal, auf das viele (bisher vergeblich) gewartet hatten.

So hat das Projekt Fairer Handel auch im Rahmen der Umfrageaktion vielerorts **offene Türen eingerannt**. Nahezu nirgends ist das Projekt auf grundsätzliche Ablehnung gestoßen. Nahezu überall wurde der Impuls ernstgenommen, über eine grundsätzliche oder konsequentere Verwendung fair gehandelter Produkte nachzudenken. Leider war es aufgrund des Zeitrahmens nicht möglich eine umfassende Rückmeldung und Erfolgskontrolle zu bekommen.

Die Telefonumfrage hat ergeben, dass es in vielen Gemeinden **einen sehr großen Beratungsbedarf** in Bezug auf den Fairen Handel, dessen Funktion und über fair gehandelten Kaffee gibt. Fast flächendeckend fehlt es an Kenntnis über Geschmack, Angebot und Qualität des Kaffees und dessen Mahlgrad (für die in der Pfarrei oder Einrichtung vorhandenen Maschinen). Dieser Mangel an Fachwissen wirkt sich vielerorts dramatisch aus, da die Akteure vor Ort oft lange schon gegen Vorbehalte in Bezug auf fair gehandelte Produkte kämpfen und keinen Ansatzpunkt mehr wissen die Ablehnung zu durchbrechen.

Der Telefonkontakt im Rahmen der Umfrage war in vielen Fällen das erste mal, dass sich jemand danach erkundigt hat, wie es den Engagierten hier geht. Noch nie hat sich jemand umfassend die Sorgen und Nöte der Akteure angehört, fachkundig Beratung gegeben und sich als **Ansprechpartner für Probleme und sich ergebende Fragen** zur Verfügung gestellt.

Was in einer Gemeinde läuft oder möglich ist hängt nach wie vor ganz stark von Hauptamtlichen ab. Insbesondere **Pfarrer haben eine ganz entscheidend prägende Wirkung** auf das, was möglich oder unmöglich ist, welche Projekte gefördert werden, ob Gruppen Räume zur Verfügung gestellt bekommen, eine Heimat in der Gemeinde finden, ihre Waren unterstellen können und ob fair gehandelte Produkte im Pfarrbüro oder in der Bibliothek verkauft werden können. Über den Ausschank von fair gehandeltem Kaffee entscheiden in nahezu allen Pfarrgemeinde (ganz nach dem Muster der klassischen Rollenverteilung) fast immer die Frauen. In vielen Fällen obliegt die Küchenhoheit dem Seniorenkreis.

Nach wie vor spielt auch **die traditionelle konfessionelle Prägung** einer Region eine nicht unerhebliche Rolle für das Engagement katholischer wie auch evangelischer Gemeinden im Fairen Handel. Die Weltläden im Erzbistum Bamberg haben sich fast immer (mit nur wenigen Ausnahmen) aus dem Umfeld der jeweils traditionell vorherrschenden Konfession entwickelt und sind in vielen Fällen auch heute noch mehr oder weniger dort beheimatet.⁹

Im Lauf des Projekts Fairer Handel zeichnete es sich nach und nach immer deutlicher ab, dass nach der Professionalisierungskampagne für die Weltläden nun eine **Professionalisierungskampagne für die Verkaufgruppen** bitter nötig wäre. Gerade die Aktionsgruppen tragen bei vielen Läden wesentlich zum Umsatz bei und stehen Woche für Woche in direktem Kontakt mit den Endkunden. Bei der Umfrage des Projekts Fairer Handel wurde in erschreckendem Maß deutlich, wie viele Fachfragen und noch nie geklärte Anliegen diese Gruppen haben und dass viele Gruppen über Beratungs- und Vernetzungsangebote, Strukturen, Hintergründe, Produktinnovationen und ansprechende Kaffeesorten oft wenig Ahnung haben.

d) Grundsätzliche Anmerkungen zu den erhobenen Daten

Nach einem vorher festgelegten und differenzierten Frageraster wurden die drei Bereiche dann primär per Telefon, in Einzelfällen auch durch direkte Gespräche erfaßt. Dabei wurden sowohl **qualitative, als auch quantitative Informationen** gesammelt. Neben der Tatsache wo und wann verkauft (Pastoralgespräch Antrag 2.3.3.) und fair gehandelter Kaffee ausgeschenkt wird (Pastoralgespräch Antrag 2.3.4), sollten neben der aktuellen Lage in diesen Bereichen auch Hinweise auf Probleme und Perspektiven zur Weiterarbeit gesammelt werden. Ziel war es, mit den maßgeblich Verantwortlichen Personen für den Verkauf und den Kaffeeausschank kurz ins Gespräch zu kommen.

Dieser Methode haftet vor allem das Problem einer gewissen **Subjektivität der Aussagen** an. Es muß daher beachtet werden, dass die Schilderungen (vor allem in den Pfarrgemeinden) manchmal nur die eine Sicht der Dinge, in Einzelfällen auch eine geschönte oder verzerrte Wahrnehmung der tatsächlichen Realität darstellen. Teils wurden die Ergebnisse zwar mit

⁹ Für das katholische Umfeld gilt dies insbesondere für die Weltläden in Bamberg, Forchheim, Aschbach, Burgwindheim, Ebermannstadt, Kulmbach, Kronach und Lichtenfels, für traditionell evangelisch geprägte Gebiete gilt dies insbesondere für die Weltläden in Erlangen, Coburg, Lauf, Zirndorf, Cadolzburg, Langenzenn, Hersbruck, Neustadt/Aisch, Ansbach, Rödental, Oberasbach und Nürnberg (Lorenzkirche). Die Weltläden in Scheinfeld, Fürth und Bayreuth bilden in diesem Szenario (aus unterschiedlichen Gründen) eine Ausnahme.

Informationen aus den Weltläden oder mit einer zweiten Quelle abgeglichen, insgesamt erheben die die hier erfaßten Ergebnisse jedoch keinen Anspruch auf umfassende und vollständige Objektivität.

Aus den Informationen und Gesprächen entstand so nach und nach **diözesanweites Gesamtbild**, deren Eindrücke sowohl bei den Dekanatsanalysen, als auch hier in der Einleitung wiedergegeben werden. Dabei muß auch beachtet werden, dass die Studie hier nicht auf umfangreich erfaßtes Datenmaterial zurückgreifen konnte, sondern lediglich auf Wahrnehmungen und Einschätzungen der jeweiligen Akteure, die sich im Lauf der Umfrage mehr und mehr verdichteten. Dem gegenüber beruhen alle Zahlen, die in der Erhebung erfaßt wurden auf tatsächlich vorhandenem und ausgezähltem Datenmaterial, alle anderen Aussagen sind jedoch Thesen, die der Autor der Studie verfaßt hat, die im Einzelfall jedoch durch tatsächliche statistische Untersuchung verifiziert werden müßten. Dies konnte das Projekt nicht leisten. Insgesamt muß auch mit einer gewissen **Halbwertszeit und Verfallsdauer der Daten** und einer Veränderung der Situation gerechnet werden.

Zielpunkt der Nachfrage in punkto Kaffeekonsum konnte **nur der jeweils offiziell in der Einrichtung ausgeschenkte Kaffee** (Tagungsbetrieb, Konferenzen...) sein, da der private Kaffeekonsum der jeweiligen Mitarbeiter nicht Erkenntnisinteresse dieser Erhebung war. Gerade in kleinen Einrichtungen und Büros gibt es hier jedoch eine gewisse Grauzone, mit der die Gesprächspartner aber sehr souverän umgingen und einer Anfrage in Bezug auf die Verwendung fairer Produkte in der Einrichtung überraschend offen gegenüber standen. Faktisch wurde bei der Erhebung jedoch strikt zwischen offiziellem Ausschank und privatem Konsum getrennt.

2. Bildungs- und Tagungshäuser in der Erzdiözese Bamberg und fair gehandelte Produkte

Neben den Pfarrgemeinden und den kirchlichen Einrichtungen und Dienststellen ist die Verwendung fair gehandelter Produkte in den Bildungs- und Tagungshäusern der Diözese **einer der drei zentralen Bereiche dieser Untersuchung**.

Wenn es auch in manchen Bildungshäusern **Verkaufsstellen für fair gehandelte Produkte** gibt, so ist hier doch hauptsächlich von Interesse welcher Kaffee in den Häusern ausgeschenkt wird. Denn Kaffee ist nach wie vor das Prestigeprodukt des Fairen Handels. An ihm lassen sich die Zusammenhänge einer ungerechten Weltwirtschaft am Besten aufzeigen. Darüber hinaus ist Kaffee das beliebteste Getränk in Deutschland und hat nach wie vor im Fairen Handel die größten Umsatzzahlen.

Insgesamt ist das Engagement katholischer Bildungs- und Tagungshäuser in der Diözese für fairen Kaffee relativ groß. Vor allem Häuser mit mehr oder weniger direkter Anbindung an die katholische Jugendverbandsarbeit haben bereits komplett auf fair gehandelten Kaffee umgestellt. Eine kleinere Anzahl an Häusern hält - zum Teil auch nicht unbegründet - nach wie vor starr an ethisch problematischem Kaffee fest.

Gründe für die Ablehnung des fairen Kaffees sind einerseits schlechte Erfahrungen mit der Qualität des Produkts aber auch der deutlich höhere Preis für Waren aus Fairem Handel. Für das erste Argument trägt der Faire Handel auf unterschiedliche Weise selbst Mitschuld.

Einerseits wurden lange Jahre aus Gründen der Solidarität auch schlechte Kaffeequalitäten importiert, andererseits gab es gerade für Großverbaucher mit Gastronomie-Maschinen bei uns in der Region lange keine gezielte professionelle Beratung. So haben nicht wenige Häuser gerade in der Anfangszeit des Fairen Handels aus gutem Willen mit Päckchenkaffe aus den Läden herumexperimentiert und schlechte Erfahrungen gemacht ohne zu Wissen, dass dieser Kaffee für die oft äußerst sensiblen Maschinen in der Großgastronomie überhaupt nicht geeignet ist.

Mit dem **Projekt Fairer Handel** wurde diese mangelnde Beratung jetzt zumindest per Telefon nachgeholt, was zum Teil zu überraschenden Einsichten und Erkenntnissen bei den Leitungen der Häuser und der Hauswirtschaften geführt hat. So konnten durch das Projekt Fairer Handel zumindest einige Häuser neu dafür gewonnen werden fair gehandelten Kaffee zu testen und einzuführen. Darüber hinaus laufen in manchen Häusern noch Anfragen, die derzeit von den Hausleitungen geprüft werden.

Für die durch die derzeit knappe öffentliche und kirchliche Kassenlage eh schon unter Druck geratenen Bildungs- und Tagungshäuser, die gerade im Kostenbereich und somit auch in der Hauswirtschaft hart kalkulieren, stellt die Umstellung auf Produkte aus Fairem Handel eine Herausforderung dar. Ein **Mehrpreis von** fair gehandeltem Kaffee kann zum einen durch eine relativ geringfügige Erhöhung von **4 Cent pro Tasse** pro Gast bei den Beleggebühren aufgefangen werden - was für kirchliche Häuser nach Außen hin sicher kommunizierbar ist, wenn ein politischer Wille dazu vorhanden ist.¹⁰

Andererseits sollten Bildungs- und Tagungshäuser grundsätzlich überlegen, wie aufgrund des Kosten- und Konkurrenzdrucks im Rahmen eines Gesamtkonzepts einer sozial gerechten und ökologischen Bewirtschaftung Kosten reduziert und so auch die **Qualität der Einrichtung** erhöht werden kann. Es gibt zahlreiche Beispiele wie bei einem bewußten, saisonalen und regionalen Einkauf solche Mehrausgaben im Rahmen einer Gesamtstrategie sogar eingespart werden können und wie sich kirchliche Häuser durch eine nachhaltige Wirtschaftsweise auch Wettbewerbsvorteile auf dem Markt erarbeiten und sichern können.¹¹

Die Bildungs- und Tagungshäuser in der Diözese, die bereits auf eine ökologische und faire Wirtschaftsweise umgestellt haben, besitzen für die anderen Einrichtungen in der Diözese dabei eine nicht zu unterschätzende **Vorbildfunktion**, die sie in Zukunft aber noch stärker herausstellen müssen.

Im Rahmen eines solchen Monitorings könnte dann auch weiter angedacht werden, wie das Pastoralgespräch in Bezug auf die **Verwendung weiterer fair gehandelter Produkte** - wie Tee, Orangensaft, Bananen, Reis, Gewürze und Brotausfstriche - umgesetzt werden kann. Denn außer Kaffee werden nach Information des Projekts Fairer Handel derzeit keine weiteren Transfair-Produkte in den Tagungs- und Bildungshäusern der Diözese verwendet.

Nicht miterfasst wurden im Rahmen dieser Untersuchung die Klöster und Niederlassungen der Orden im Diözesangebiet, die keinen offenen Tagungshausbetrieb und keine Funktion als Beleghaus haben. Hintergrund dafür ist vor allem die kirchenrechtliche Nichtzuständigkeit

¹⁰ Diese Angabe verdankt das Projekt Fairer Handel Hauswirtschaftsleiterin Maria Erber aus dem Caritas Alten- und Pflegeheim St. Elisabeth Neunkirchen am Brand, die den Mehrpreis von fairem Kaffee mit einem professionellem Basisrezept-Programm für die Kostenkalkulation in der Hauswirtschaft im Vergleich zu Melitta-Kaffee ermittelt hat.

¹¹ Vor allem auf katholischer Seite ist hier das nachhaltige Betrieb der Landvolkshochschule Niederalteich ein oft zitiertes Beispiel.

der Diözese - und damit des Pastoralgesprächs - für diese Häuser. Dennoch wurden hier die großen **Beleg- und Tagungshäuser der Orden** und der Säkularinstitute im Diözesangebiet allein der Vollständigkeit halber mit aufgeführt.

Bildungshäuser als Verkaufsstellen für fair gehandelte Produkte:

Verkaufsstellen für fair gehandelte Produkte in Trägerschaft von Häusern: 3

Burg Feuerstein, Haus am Knock und Kloster Untermerzbach

Einrichtung von Verkaufsstellen in Häusern angedacht: 2

Arbeitnehmerbildungsstätte Obertrubach und Bildungshaus Marianum

Bildungshäuser und die Verwendung von fair gehandeltem Kaffee:

Gesamtzahl der Häuser in der Erzdiözese: 17 = 100 %

Keine Verwendung von fair gehandeltem Kaffee: 7 = 41 %

Bildungshaus des Englischen Instituts

Diözesanhaus Vierzehnheiligen

Bildungshaus Untermerzbach

Don Bosco Jugendherberge Forchheim

Haus Frankenthal

Bildungshaus Marianum

Schönstatt-Zentrum

Verwendung von fair gehandeltem Kaffee: 10 = 59 %

Abtei Maria Frieden Kirchsulleten

Arbeitnehmerbildungs- und Begegnungsstätte Obertrubach

Bildungshaus Kloster Scheinfeld

Caritas-Pirckheimer Haus

Edith-Stein-Haus Weisendorf

Haus Sankt Elisabeth Gößweinstein

Jugendbildungshaus „Am Knock“

Jugendbildungs- und Freizeitstätte Burg Feuerstein

Kolping Bildungshaus Sankt Josef

Katholische Landvolkshochschule

Bildungshäuser, Aktivitäten des Projekts Fairer Handel und Perspektiven:

Verwendung anderer fair gehandelter Produkten in der Hauswirtschaft: 1

Jugendbildungshaus „Am Knock“

Umstellung der Hauswirtschaft im Rahmen des Projekts auf fairen Kaffee: 2

Arbeitnehmerbildungsstätte Obertrubach und Haus Sankt Elisabeth

Perspektiven zur Einführung von fair gehandeltem Kaffee: 4

Untermerzbach, Jugendherberge Forchheim, Haus Frankenthal, Schönstatt-Zentrum

Perspektiven zur Einführung anderer fair gehandelter Produkte: 9

Während bis Herbst 2002 acht Tagungs- und Bildungshäuser fair gehandelten Kaffee nutzten konnte die Quote durch das Projekt Fairer Handel auf insgesamt zehn Häuser erhöht werden. Allerdings ist zu bedenken, dass die Einrichtungen in Obertrubach und Gößweinstein im Rahmen der Umstellung derzeit erst einmal einen Kaffee-Probetrieb laufen haben. Mit den noch offenen vier Anfragen können jederzeit weitere Häuser hinzukommen. Präzisere Angaben waren aufgrund der kurzen Projektlaufzeit nicht machbar.

3. Kirchliche Dienststellen und Ämter in der Erzdiözese Bamberg und fair gehandelte Produkte

Rund 50 Einrichtungen, Ämter und Dienststellen in der Erzdiözese Bamberg wurden auf die Verwendung fair gehandelter Produkte hin befragt. In der Regel dreht sich eine Verwendung von fair gehandelten Produkten auch in den Ämtern, Dienststellen und Projekten um fair gehandelten Kaffee. **Festzustellen ist, dass in der Mehrheit kirchlicher Büros und Einrichtungen fair gehandelte Kaffee verwendet wird.** Es fällt jedoch auf, dass viele Einrichtungen fair gehandelte Produkte jedoch nicht kontinuierlich, nur teilweise und auch inkonsequent verwenden.

Verwendung fair gehandelter Produkte in kirchlichen Dienststellen und Einrichtungen:

Anzahl der befragten Einrichtungen: 47 = 100 %

Keine Verwendung fair gehandelter Produkte: 20 = 43 %

Verwendung fair gehandelter Produkte: 27 = 57 %

Konsequenz der Verwendung fair gehandelter Produkte in den Dienststellen und Büros:

Anzahl der Büros, die fair gehandelte Produkte verwenden: 27 = 100 %

Kontinuierliche und umfassende Verwendung: 15 = 56 %

Im Vergleich mit der Gesamtzahl aller Dienststellen: 15 = 32 %

Teilweise und inkonsequente Verwendung fairer Produkte: 12 = 44 %

Im Vergleich mit der Gesamtzahl aller Dienststellen: 12 = 25 %

Perspektiven zur Weiterarbeit:

Gesamtzahl aller Einrichtungen: 47

Keine Weiterarbeit nötig oder möglich: 18

Perspektiven und weitere Ansatzmöglichkeiten: 29

4. Pfarrgemeinden in der Erzdiözese Bamberg und fair gehandelte Produkte

Für die Analyse dieser Szene wurden **alle Pfarrgemeinden der Erzdiözese per Telefonanruf kontaktiert**. Insgesamt gab es Kontakt zu 330 Gemeinden in allen 21 Dekanaten der Diözese. Dennoch ist zu beachten, dass es sich nicht bei allen Gemeindegkontakten auch um Pfarrgemeinden handelt und dass manche Kontakte - zu mittlerweile komplex gewordenen Seelsorgeeinheiten mehrerer Pfarrgemeinden - in einem Gliederungspunkt zusammengefasst wurden. Dennoch liegt hier eine komplette Analyse aller Pfarrgemeinden in der gesamten Diözese vor.

Insgesamt kann man sagen, dass die **Verbreitung des Fairen Handels** in den Pfarrgemeinden im Erzbistum äußerst groß ist. Neben den beiden Kirchen kann wohl kein anderer Akteur in der Region und keine andere Organisation eine solch hohe und auch in der Fläche breite Mobilisierung für die Aktion Dritte-Welt-Handel für sich in Anspruch nehmen. Die einzelnen Ergebnisse der Untersuchung untermauern diese These eindrucksvoll.

Die Aufstellung auf der nächsten Seite ermöglicht einen ersten Überblick über die Situation und das Ausmaß dieses nahezu vollständig ehrenamtlich erbrachten Engagements:

Anzahl der befragten Gemeinden in den einzelnen Dekanaten	Anzahl der befragten Gemeinden, die Verkaufsaktionen durchführen	
Dekanat	Gesamt:	in Prozent:

Ansbach	11	10	91 %
Auerbach	14	8	57 %
Bamberg	13	13	100 %
Bayreuth	15	9	60 %
Burgebrach	16	8	50 %
Coburg	10	8	80 %
Ebermannstadt	14	10	71 %
Erlangen	25	21	84 %
Forchheim	21	18	86 %
Fürth	15	12	80 %
Hallstadt/Scheßlitz	19	13	68 %
Hirschaid	12	8	66 %
Höchstadt	9	6	66 %
Hof	13	10	77 %
Kronach	18	15	83 %
Kulmbach	14	12	86 %
Lichtenfels	28	11	39 %
Neunkirchen	12	9	75 %
Neustadt	18	11	61 %
Nürnberg	26	21	81 %
Teuschnitz	7	6	86 %
Gesamt:	330	239	

Das hohe Engagement der katholischen Gemeinden bei Verkaufsaktionen wird auch durch die absoluten Zahlen eindrucksvoll untermauert. In mehr als zwei Drittel aller Pfarrgemeinden werden mehr oder weniger oft fair gehandelte Produkte verkauft. Die Anzahl der Gemeinden in denen derzeit überhaupt keine Verkaufsaktionen gibt ist mit 28 Prozent unerwartet niedrig.

Anzahl der befragten Seelsorgeeinheiten: 330 = 100 %

Bei Verkaufsaktionen engagiert: 239 = 72 %

Überhaupt nicht in Verkaufsaktionen engagiert: 91 = 28 %

Weitere Auskunft über das Ausmaß des Engagements der katholischen Gemeinden im Fairen Handel zeigt die Statistik wie stark sich die einzelnen Gemeinden an Verkaufsaktionen beteiligen. Mit hineingerechnet in diese Aufstellung sind auch Gemeinden, die selbst eine kleine Verkaufsstelle oder einen mehr oder weniger selbständigen Weltladen tragen. **Eigene Weltläden gibt es derzeit in sechs Pfarrgemeinden.** (in zwei Fällen als ökumenisches Unternehmung).¹²

14 weitere Pfarrgemeinden unterhalten kleinere Verkaufsstellen oder auch Verkaufsregale, die in einem Pfarrbüro, im Kirchturm, in benachbarten Klosterräumen, in einer Kantine oder in einer Pfarrbibliothek untergebracht sind. Von den Läden unterscheiden sich solche Verkaufsstellen in der Regel dadurch, dass eigenständige Räumlichkeiten, ein ehrenamtliches Ladenteam fehlen und dass dort nur ein kleines, eingeschränktes Warensortiment verkauft wird. Dennoch zeichnen sich solche Verkaufsstellen dadurch aus, dass sie öffentlich zugänglich sind und zu festen Zeiten regelmäßig geöffnet haben. Folgende Pfarrgemeinden unterhalten derzeit solche mehr oder weniger umfangreichen Regale.¹³

Daneben gibt es genau 220 Gruppen und Einzelpersonen, die fair gehandelte Produkte an mehr oder weniger mobilen Verkaufsständen am Wochenende zumeist nach Gottesdiensten - im Einzelfall auch im Rahmen eines Bazars, von Kirchweih- oder Pfarrfesten - anbieten. Nicht wenige Läden haben sich einst aus solchen Aktionsgruppen entwickelt. Im Vergleich ergeben sich folgende Prozentwerte:

Einzelaufstellung nach Art des Verkaufs:

Engagement der Gemeinden im Verkauf: 239 = 100 %

Mobile Verkaufsaktionen nach dem Gottesdienst: 220 = 92 %

Läden in Trägerschaft der Pfarrgemeinden: 6 = 2,5 %

Feste Verkaufsregale im Pfarrbüro oder der Bibliothek: 14 = 6 %

Bei den Aktionsgruppen selbst ist das Modell ein bis fünf mal im Jahr zu bestimmten Anlässen zu verkaufen der am häufigsten vertretene Grundtyp der Verkaufsaktionen. Fast immer werden dazu bestimmte Anlässe, wie der Weltmissionssonntag, die Adventszeit und die Fastenzeit mit dem Fastenessen und dem Misereorsonntag genutzt. Diese Form des Verkaufs praktizieren rund zwei Drittel aller Verkaufsgruppen. In rund einem Drittel aller Pfarrgemeinden können Kundinnen und Kunden regelmäßig fair gehandelte Produkte kaufen.

¹² In Ansbach Christkönig, Aschbach Aufnahme Mariens in den Himmel, Auerbach Sankt Johannes der Täufer, Büchenbach zu den Heiligen Aposteln, Burgwindheim Sankt Jakobus der Ältere und in Röttenbach Sankt Mauritius.

¹³ In Autenhausen Sankt Sebastian, Bamberg Sankt Kunigund, Bayreuth Sankt Hedwig, Bayreuth Unsere Liebe Frau, Bubenreuth Maria Heimsuchung, Erlangen Sankt Heinrich, Feuerstein Verklärung Christi, Fürth Christkönig, Kaltenbrunn Sankt Wolfgang, Kulmbach Sankt Hedwig, Nürnberg Sankt Karl, Nürnberg Sankt Michael, Nürnberg Sankt Clemens und in Uffenheim Herz Jesu

Im Vergleich mit den Verkaufsstellen und den Läden der Gemeinden ergeben sich daher folgende Werte (siehe nächste Seite):

Einzelauflistung nach der Häufigkeit des Verkaufs:

Engagement der Pfarrgemeinden im Verkauf:	239 =	100 %
Jede Woche oder mindestens alle zwei Wochen:	15 =	6,5 %
Jeden Monat oder mindestens alle zwei Monate:	58 =	24,5 %
Mehrfach im Jahr:	77 =	32 %
Einmal im Jahr oder höchstens auch zwei mal im Jahr:	82 =	34 %
Selten einmal eine Verkaufsaktion:	6 =	2,5 %
Saisonale Verkaufsaktionen zu bestimmten Jahreszeiten:	1 =	0,5 %

Der Blick auf die Häufigkeit von Verkaufsaktionen wird wichtig, wenn man bedenkt, dass das Dekanat Teuschnitz im Gegensatz zu Bayreuth zwar über eine relativ große Anzahl an Gemeinden hat, die Verkaufsaktionen durchführen (86 Prozent aller Gemeinden in Teuschnitz und dagegen nur 60 Prozent der Gemeinden in Bayreuth), in Teuschnitz gibt es aber keine Gruppe, die regelmäßig verkauft, während in Bayreuth rund ein Viertel aller Gruppen sogar einmal monatlich fair gehandelte Produkte anbieten. Näheres dazu kann man dann der Einzelanalyse der Dekanate entnehmen.

Ein weiteres Erkenntnisinteresse der Analyse war mit Blick auf den zweiten Antrag des Pastoralgesprächs die Verwendung fair gehandelter Produkte in den Pfarrgemeinden. Im Regelfall betrifft das die Verwendung von fair gehandeltem Kaffee. Auffällig ist dabei, dass eine Verwendung fair gehandelter Produkte in den Gemeinden weit hinter dem Engagement im Verkauf zurückbleibt. Während sich immerhin 72 Prozent aller Gemeinden im Verkauf beteiligt sind spielen diese Produkte mit 44 Prozent Verwendung nur in weniger als der Hälfte der Gemeinden auch im Alltagsleben eine Rolle. Noch eindrucksvoller ist diese Diskrepanz, wenn man bedenkt, dass fair gehandelte Produkte in etwa der Hälfte dieser Gemeinden nur teilweise bis selten verwendet werden. Aufgrund des noch nicht genutzten oder nur zum Teil genutzten Potentials gibt es gerade hier, sowohl zur Umsetzung des Pastoralgesprächs als auch für die Multiplikatoren im Fairen Handel, noch viele Betätigungsmöglichkeiten.

Verwendung von fair gehandelter Produkten in den Pfarrgemeinden der Erzdiözese:

Anzahl der befragten Seelsorgeeinheiten insgesamt:	330 =	100 %
Teilweise oder konsequente Verwendung fairer Produkte:	145 =	44 %

davon konsequent: 21 %

und nur punktuell: 23 %

Überhaupt keine Verwendung fair gehandelter Produkte: 185 = 56 %

Auch im **Vergleich mit den anderen kirchlichen Einrichtungen** in der Diözese schneiden die Pfarrgemeinden bei der kontinuierlichen Verwendung von fair gehandeltem Kaffee mit Abstand am schlechtesten ab.

5. Weitere Ansatzpunkte und Perspektiven

Im Rahmen des Projekts Fairer Handel wurden zugleich **erste praktische Schritte** zur Umsetzung und zur Einführung des Kaffees angegangen. Neben dem Versand von Briefen an Gemeindeverantwortliche und der Zustellung der Pastoralgesprächsbeschlüsse per Fax wurden direkt am Telefon nicht wenige Einkaufs- und Bestelladressen vermittelt und Termine für Kaffeeproben mit Ladenverantwortlichen und Referenten vereinbart. Bei nicht wenigen Gesprächspartnern war das Projekt zur Umsetzung des Pastoralgesprächs ein Impuls das Thema in der Gemeinde und in dafür zuständige Gremien einzubringen.

- Neben dem nun bereits neu eröffneten Eine-Welt-Zentrum in Burgwindheim gibt es mittelfristig in zwei weiteren Gemeinden den Plan neue Weltläden zu gründen: (in Höchststadt/Aisch und Neunkirchen/Brand)
- 4 Gemeinden möchten in Zukunft feste Verkaufsregale einrichten (Bamberg-Gaustadt, Niederndorf, Baiersdorf, Schlüsselfeld)
- In insgesamt 14 Gemeinden wurde ein konkretes Interesse an einer zukünftigen Organisation von Verkaufsaktionen formuliert
- Die Gesamtzahl aller Gemeinden, in denen es Perspektiven zur Weiterarbeit an den Beschlüssen des Pastoralgesprächs zum Fairen Handel gibt beläuft sich insgesamt auf 170
- Konkretes Interesse an fairem Kaffee haben 43 Pfarrgemeinden signalisiert
- Außerdem haben 13 Gruppen massive Probleme geschildert, bräuchten unbedingt Begleitung und Beratung bräuchten, da sie derzeit eine Krise durchlaufen (mit Schwerpunkten in den Dekanaten Lichtenfels, Nürnberg, Hof und Neunkirchen/Sand)

Da das Projekt im Einzelfall, vor allem in den Pfarrgemeinden zuerst einmal **keine umfassende Erfolgskontrolle** und Nacharbeit beinhaltet, bleiben die hier tatsächlich gegebenen Impulse und Wirkungen erst einmal im Dunkeln.¹⁴ Auch hier ergäben sich im Rahmen einer zweiten Projektphase umfangreiche Ansatzpunkte zu einer Weiterarbeit.

Aus Zeit- und Kapazitätsgründen sind drei weitere, anfangs noch angedachte Bereiche im Lauf des Projekts weggefallen und nicht weiter bearbeitet worden: Selbstversorgerhäuser, der Bereich der Caritas, Klöster und Niederlassungen der Orden,

¹⁴ Für den Bereich der Bildungshäuser konnte dies während der Projektlaufzeit noch am ehesten geleistet werden. Außerdem gab es nach Abschluß der Umfrage zwei Gemeindebesuche in Bamberg Sankt Heinrich und in Erlangen Sankt Bonifaz. Hier wurde der jeweils aktuelle Stand noch nachträglich eingearbeitet.

sofern diese nicht unmittelbar Hauptverantwortlich für eine Pfarrgemeinde oder Träger eines Bildungshauses sind. Genau diese Bereiche könnten weitere Folgeprojekte bearbeiten.

Als weitere **Ansatzpunkte und Perspektiven** für den Fairen Handel wäre daher zu nennen:

- Direkte Ortstermine, persönliche Gespräche und Kaffeeproben mit den jeweils für den Kaffeeausschank Zuständigen in Pfarrgemeinden und kirchlichen Bildungshäusern
- Controlling und Evaluation der ersten Projektphase: Weiterarbeit an den Perspektiven und Fortsetzung der Umsetzung der Anträge
- Qualifizierte Beratungs- und Bildungsangebote für die in den Pfarrgemeinden Engagierten und auch für Hauptberufliche zum Thema Fairer Handel und zu den verschiedenen Möglichkeiten eines weltkirchlichen Engagements
- Verankerung des Themas Fairer Handel in der Aus- und Fortbildung der Hauptberuflichen
- Weiterarbeit an den noch offenen Bereichen der ersten Analyse: Bereich Caritas, Klöster und Selbstversorgerhäuser in der Erzdiözese
- Akute Nothilfe für in eine Krise geratene Gruppe und für Weltläden mit Absatzproblemen
- Entwicklung von Strategien und Einleiten von praktischen Schritten zur Überwindung der konfessionellen Aufteilung des Fairen Handels
- Bezugnahme auf weitere fair gehandelte Produkte in der Pastoral, die nicht so sehr im Mittelpunkt stehen: Geschenkartikel, faire Spielzeug, Blumenschmuck und Teppiche
- Entwicklung eines Partnerschaftskaffees für die Erzdiözese
- Erstellung einer Infobroschüre über die Strukturen, Ansprechpartner, Weltläden und Akteure des Fairen Handels in der Erzdiözese

Bamberg: 15. Dezember 2003

Andreas Schneider