

Weltläden und Fairtrade-Schools

Ein Informations- und Diskussionspapier für Weltladen-Mitarbeiter*innen über Potentiale und Herausforderungen bei Kooperationen mit Schulen im Rahmen der Auszeichnungs-Kampagne

Liebe Weltladen-Mitarbeiter*innen,
in der AG Bildung beschäftigen wir uns schon seit Längerem mit der Kampagne der Fairtrade-Schools und tauschen dazu unsere Erfahrungen aus. Wir haben einige unserer Fragen hier aufgenommen und stehen Weltläden, die dazu angefragt werden oder sich an der Kampagne proaktiv beteiligen möchten, gerne beratend zur Seite.
Wir unterstützen die Fairtrade Schools Kampagne als Anstoß zu verstärkter Kooperation zwischen Schulen und Fair-Handels-Akteur*innen. Dennoch wollen wir mit diesem Papier auch auf einige Fragen in Bezug auf die Kampagne hinweisen, die sich bei einer möglichen Beteiligung einzelner Weltläden ergeben können. Voraussetzung hierfür ist für uns eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe zwischen allen Beteiligten.

In diesem Papier werden folgende Punkte kurz umrissen:

1. Was ist die Fairtrade-Schools Kampagne?
2. Welche weiteren Schulauszeichnungen mit fairem Profil gibt es?
3. Was bedeutet die Fairtrade-Schools Kampagne für Weltläden?
4. Die kleine Checkliste vor der Zusammenarbeit
5. Stellungnahme der AG Bildung vom Weltladen-Dachverband zur Fairtrade-Schools Kampagne

1. Was ist die Fairtrade-Schools Kampagne?

Die Kampagne wurde von Fairtrade Deutschland 2012 in NRW gestartet und wird nun auch bundesweit durchgeführt.¹ Schulen können sich für eine Auszeichnung als Fairtrade-School bewerben und müssen dafür fünf Kriterien erfüllen:



1. Gründung eines Fairtrade-Schulteams (Lehrer*innen, Schüler*innen, Eltern sowie weitere Interessierte).
2. Erstellen eines „Fairtrade-Kompasses“. Dies ist ein Papier, das bestätigt, dass sich die Schule für die Erreichung der Kriterien einsetzt und Fairtrade-School werden möchte. Es muss vom Rektor / von der Rektorin unterzeichnet sein.
3. Verkauf und Verzehr von (mind.) zwei fair gehandelten Produkten an der Schule. Diese müssen nicht permanent im Kiosk oder Automaten zugänglich sein, sondern können auch vereinzelt bei Schulaktionen verkauft werden. Akzeptiert sind alle Produkte mit dem Fairtrade-Siegel oder von WFTO-Mitgliedern.
4. In (mind.) zwei unterschiedlichen Klassenstufen / Jahrgängen muss in zwei

¹ Mehr Infos dazu auf der Kampagnen Website: www.fairtrade-schools.de

unterschiedlichen Fächern „der Faire Handel“ im Unterricht behandelt werden. Diese Stunden müssen dokumentiert und auf dem Fairtrade-School Blog beschrieben werden: <http://blog.fairtrade-schools.de/>

5. Einmal im Schuljahr muss es eine „Schulaktion zum Fairen Handel“ geben (mind.). Dazu zählt z.B. ein Schulfest unter dem Motto „Fairer Handel“, eine Ausstellung zum Fairen Handel, eine faire Modenschau, faire Produkte und Informationen zum Fairen Handel beim Tag der offenen Tür oder Elternsprechtag (siehe Kriterium 3). Auch hierüber soll auf dem Blog berichtet werden.

Nach zwei Jahren wird nachgefragt, ob noch alle Kriterien erfüllt sind und der Status „Fairtrade-School“ noch gültig ist. Hierfür muss über den Stand der Kriterien im Fairtrade-Schools-Blog informiert werden (zu jedem der 5 Kriterien eine Auflistung des aktuellen Stands). Werden die Kriterien noch im angemessenen Sinne erfüllt, bleibt der Status "Fairtrade-School" für weitere zwei Jahre erhalten.

2. Welche weiteren Schulauszeichnungen mit fairem Profil gibt es?

Es gibt einige Auszeichnungen für Schulen, um ihr Schulprofil im Nachhaltigkeitsbereich und in Bezug auf den Fairen Handel zu schärfen. Diese beinhalten im Vergleich zur Fairtrade-School Kampagne oftmals weitergehende Kriterien oder setzen auch andere Schwerpunkte. Es kann hilfreich sein, diese zu kennen (falls sie auch für eure Region zutreffen), um ggf. Schulen darauf hinweisen und sich ein eigenes Bild über die jeweiligen Kriterien machen zu können.

Wir haben hier nur einige Schulprofile exemplarisch aufgeführt, diese decken nicht das gesamte Angebot an regionalen Schulauszeichnungen ab:

- Eine-Welt-Schulen in Hessen (im Werra-Meißner-Kreis und Hersfeld-Rotenburg); Kontakt Schulamt in Bebra: poststelle.ssa.bebra@kultus.hessen.de
- Hessen Umweltschulen: www.umweltschule-hessen.de
- Umweltschule in Europa: <https://www.landesschulbehoerde-niedersachsen.de/bu/schulen/schulentwicklung/bne/umweltschule>
- Faire Schule Berlin (epiz) (mittlerweile können auch Schulen aus Brandenburg und Hamburg an diesem Programm teilnehmen): <http://www.faire-schule.eu>
- Schule der Zukunft NRW: www.schule-der-zukunft.nrw.de
- Modellschulen Globales Lernen (Bielefeld): <http://www.modellschulen-globales-lernen.de/>
- Faire Klasse (Auszeichnung für Schulklassen): <http://www.faire-klasse.de/>
- UNESCO-Projekt-Schulen: <http://ups-schulen.de/>
- „Fair macht Schule“ ein Projekt des Dachverband Entwicklungspolitik Baden-Württemberg e. V. (DEAB): <https://www.deab.de/themen-programme/fair-macht-schule-fairaendere-deine-stadt/das-projekt/>

3. Was bedeutet die Fairtrade-Schools-Kampagne für Weltläden?

Die Erfüllung der Kriterien kann eine Schulklasse auch ohne Unterstützung außerschulischer Partner bewältigen. Im Prinzip geht es um den Verkauf von zwei fair gehandelten Produkten, zwei Unterrichtsprojekte und eine Aktion zum Fairen Handel pro Schuljahr.

Die Schulen können jedoch auch bei Weltläden vor Ort nach Unterstützung fragen.

Diese Zusammenarbeit kann ganz unterschiedliche Formate haben, was auch von den Kapazitäten des Weltladens und der betreuenden Lehrperson abhängt. Wir haben ein paar Szenarien aufgeführt, wie die Schulkoooperation aussehen kann (in der Realität sind Mischformen am wahrscheinlichsten):

- a) Eine Schule hat Interesse, sich an der Auszeichnungskampagne zu beteiligen, und der Weltladen wird in den Prozess eingebunden und zu den Vorbereitungstreffen mit eingeladen. Es sind viele Lehrer*innen und Schüler*innen an der Gestaltung beteiligt und viele Klassen werden involviert. Die Unterrichtseinheiten werden gemeinsam mit dem Weltladen geplant und durchgeführt, Materialien werden zur Verfügung gestellt und die Lehrkräfte lassen sich im Weltladen beraten. Der Weltladen berät die Schulen auch zu fair gehandelten Produkten, die für Schulen geeignet sind und unterstützt bei der Beschaffung. Das Projekt führt zu einer guten, nachhaltigen Kooperation, der Weltladen wird an der Schule bekannter und beteiligt sich auch an der Auszeichnungsfeier. Die Presse erwähnt die gute Kooperation und Unterstützung durch den Weltladen, dadurch steigert sich sein Bekanntheitsgrad und es kommt zu weiteren Schulkontakten. Der Weltladen bewirbt die Kampagne auch aktiv und nutzt die Synergieeffekte.
- b) Eine Schule pflegt schon seit Jahren eine gute Kooperation und Zusammenarbeit auf mehreren Ebenen mit dem Weltladen vor Ort. Beide beschließen die Kampagne zur Fairtrade School als gemeinsames Projekt durchzuführen. Sie nutzen das Projekt für die öffentliche Anerkennung und Wertschätzung des jahrelangen Engagements der Lehrer*innen und auch des Weltladens.
- c) Eine kleine Gruppe rund um das Fairtrade-Schulteam ist in der Schule an der Kampagne beteiligt. Ihnen fehlt am Ende noch die Erfüllung des 4. Kriteriums (Bildungsveranstaltung) und dafür laden sie den Weltladen kurzfristig ein, um den Aspekt „abzuhaken“. Der Weltladen erfährt nichts über den Hintergrund der Einladung. Die Schule erwirbt zwei gesiegelte Produkte von Lidl und verkauft sie auf dem Schulfest, das sie unter dem Motto „Fairtrade“ veranstalten, weiter. Im Unterricht wird nur der Ansatz der Produktzertifizierung von Fairtrade thematisiert und aufbereitet. In der Öffentlichkeitsarbeit der Schule bleibt der Weltladen unsichtbar, allein das Siegel wird als Fairer Handel wahrgenommen.
- d) Eine Schule wird Fairtrade-School, ohne dass der Weltladen informiert wird. Er erfährt erst aus der Presse davon. Die Schule hat nie etwas von einem Weltladen in der Stadt gehört. Der Faire Handel boomt (auch als Thema), es wird allerdings nicht mit dem Weltladen in Verbindung gebracht.

Mögliches Potential für Weltläden:

- Interesse und Aufmerksamkeit der Schulen für den Fairen Handel und den Weltladen wecken
- Neue Schulkontakte (Startschuss, um an Schulen aktiv zu werden) und Intensivierung von Schulkontakten durch ein gemeinsames Projekt
- Möglichkeit, kontinuierlich mit Schulen zu arbeiten (Kooperationen für Bildungsveranstaltungen vereinbaren: Interesse der Schule nutzen)
- Längerfristige Vernetzung mit Lehrer*innen, Interessierten und anderen außerschulischen Lernanbieter*innen
- Wertschätzung für die Schulen/Lehrer*innen, die sich schon lange im Fairen Handel engagieren. Die Auszeichnung bietet eine Legitimation und einen Bezug für die stärkere Verankerung des Fairen Handels im Lehrplan und Schulprofil
- Chance, Inhalte zum Fairen Handel auch aus Weltladen-Perspektive einzubringen
- Werbung für den Fairen Handel, den Weltladen und seine Bildungsarbeit

Mögliche Herausforderungen für Weltläden:

- Der Weltladen wird nicht sichtbar (Presse, Schule und Kampagnenmaterial berichten nur über Fairtrade)
- Der Einsatz des Weltladens wird nicht sichtbar, evtl. werden die Weltladen-Referent*innen sogar als Fairtrade Mitarbeiter*innen wahrgenommen
- Keine Partizipationsmöglichkeit im Auszeichnungsprozess
- Fehlende Kommunikation über den Auszeichnungsprozess, der Weltladen erfährt erst aus der Presse vom Engagement der Schule
- Undifferenzierte Bearbeitung und Vereinfachung des Fairen Handels durch die Kampagne

4. Die kleine Checkliste vor der Zusammenarbeit

- ✓ Sich über das Siegel sowie die Kriterien der Kampagne informieren und eine eigene Haltung (vom Weltladen) dazu entwickeln
- ✓ Klären, ob der Weltladen die Auszeichnungskampagne aktiv bewirbt (z.B. durch das Auslegen von Flyern oder auf der Website auf Schulen in der Region hinweisen, die schon aktiv sind) oder nur auf Schul-Anfragen reagiert
- ✓ Rolle des Weltladens in der Zusammenarbeit, in Bezug auf Ressourcen und Kapazitäten klären: Werden Material und Konzepte z.B. aus der Bildungssäule zum Verleih angeboten? Können Schulen von Weltläden zu Produkten beraten und damit beliefert werden? Können Bildungsveranstaltungen oder Projektstage vom Weltladen an den Schulen angeboten werden?
- ✓ Eure Bedingungen klären, die an die Zusammenarbeit mit Schulen geknüpft werden
- ✓ Überlegen, wie der Weltladen sichtbar werden kann. Zum Beispiel auf der Schulhomepage das Weltladen-Logo einbringen oder auf Weltladen-Homepage verweisen, sich bei der Auszeichnungs-Veranstaltung einbringen oder bei der Presse auf den Weltladen hinweisen

5. Stellungnahme der AG Bildung des Weltladen-Dachverbands zur Fairtrade-Schools-Kampagne

Wir halten die Kriterien der Kampagne für Minimalkriterien, die für Schulen relativ einfach umzusetzen sind. Durch die starke Betonung der Auszeichnung nach Erreichung der Kriterien wird ein abgeschlossener Prozess und Status Quo mit Endergebnis suggeriert. Wir verstehen die Kriterien eher als Einstieg in und Anstoß für die vertiefende und kontroverse Auseinandersetzung mit dem Fairen Handel. Wir betrachten die Auszeichnung nicht als Abschluss, sondern als Beginn einer Schulprofilentwicklung, die der kontinuierlichen und langfristigen Beteiligung vieler Akteure bedarf. Die einfach zu erreichenden Ziele senken zum einen die Hemmschwelle für Schulen, sich zu beteiligen, lassen aber zum anderen auch einige Möglichkeiten ungenutzt.

Der Kontakt zu außerschulischen Partnern (wie z.B. Weltläden) wird zwar angeregt genauso wie eine strukturelle Verankerung des Fairen Handels im Lehrplan und Schulprofil der Schule. Allerdings könnte das Potential, das Weltläden für eine Zusammenarbeit im Rahmen der Fair-Trade-School Kampagne bieten, auch im Rahmen der Bildungsarbeit stärker hervorgehoben werden, z. B. durch den Hinweis, dass auch einige Weltläden neben dem Verkauf von fair gehandelten Produkten Bildungsarbeit betreiben und hier als Partner genutzt werden können.

Bei der Kampagne und ihrer Kommunikation liegt der Fokus allerdings noch stark auf dem Fairtrade-Siegel. In der Wahrnehmung der Gesellschaft wird *Fair Trade* mit *Fairtrade* oftmals gleichgesetzt. In ihrer Öffentlichkeitsarbeit hat die Kampagne diesbezüglich nachgearbeitet, insoweit, dass auch andere Akteure des Fairen Handels, wie die Weltläden benannt werden

(teilweise auch in den Bundesländern unterschiedlich). Dennoch wird durch das Fairtrade-Logo und die Bildsprache in der Kommunikation die Gleichsetzung von Fairem Handel allgemein und „Fairtrade“ weiterhin stark gefördert. Das wird der Vielfalt der Fair-Handels-Bewegung nicht gerecht.

Die AG Bildung setzt auf eine Einbindung der Weltläden auf Augenhöhe. Sie dürfen nicht nur als außerschulische Bildungsanbieter für die Erreichung der Kampagnenziele wahrgenommen werden, sondern sind gleichberechtigte Partner im gesamten Prozess und sollten entsprechend sichtbar sein.

Für die weitere Entwicklung der Kampagne empfehlen wir, dass

... auf Weltläden als außerschulische Lernorte hingewiesen wird, die z.B. Bildungsmaterialien und Konzepte entleihen und evtl. auch als Referent*innen angefragt werden können.

...die Kooperation der Schule mit Weltläden oder anderen außerschulischen Lernorten des Fairen Handels in der Überarbeitung der Kriterien bzw. in der „Rezertifizierung“ der Fairtrade-Schools nach zwei Jahren berücksichtigt wird, ebenso wie eine strukturelle Verankerung des Themas in der Schule.

...in der Kampagne, auf deren Homepage und in allen weiteren Materialien Weltläden, die Bildungsangebote für Schulen haben oder diese beraten, sichtbar gemacht werden. Bisher werden sie im Aktionsleitfaden „Mitmachen und Fairtrade-School werden“ nur einmal als „Eine-Welt-Läden“ erwähnt.

Wir wünschen allen Weltläden eine erfolgreiche und bereichernde Zusammenarbeit mit den Schulen im Rahmen der Fairtrade-Schools-Kampagne!

Die AG Bildung vom Weltladen-Dachverband e. V.

März 2015, Marburg/Mainz (aktualisiert im September 2019, Frankfurt)

Kontakt: bildung@weltladen.de