

## Stadt Heidelberg

Federführung:

Dezernat I, Amt für Umweltschutz, Gewerbeaufsicht und Energie

Beteiligung:

Betreff:

**Beteiligung an der Kampagne Fairtrade  
Towns**

# Informationsvorlage

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Kenntnis genommen:	Handzeichen:
Umweltausschuss	06.10.2009	Ö	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	
Gemeinderat	22.10.2009	Ö	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein	

**Inhalt der Information:**

*Der Umweltausschuss und der Gemeinderat nehmen die Informationen zur Bewerbung/Teilnahme an der Kampagne FAIR Trade Towns zur Kenntnis.*

## A. Prüfung der Nachhaltigkeit der Maßnahme in Bezug auf die Ziele des Stadtentwicklungsplanes / der Lokalen Agenda Heidelberg

### 1. Betroffene Ziele des Stadtentwicklungsplanes

Nummer/n: (Codierung)	+ / - berührt:	Ziel/e:
QU 2	+	Investitionen fördern, die einen gleichermaßen sozialen, ökonomischen und ökologischen Nutzen aufweisen <b>Begründung:</b> Förderung von Fair-Trade-Produkten <b>Ziel/e:</b>
UM 8	+	Umweltbewusstes Handeln und Eigeninitiative fördern <b>Begründung:</b> Förderung des ökologischen Anbau in den Produktionsländern <b>Ziel/e:</b>
SOZ 1	+	Armut bekämpfen <b>Begründung:</b> Bekämpfung der Armut in Produktionsländern und Eröffnung von Perspektiven durch neue Arbeitsplätze, Sozialsysteme und Verbesserung der Arbeitsbedingungen.

### 2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

Keine

## B. Begründung:

### Hintergrund:

TransFair, das die Kampagne Fairtrade Towns initiiert hat, startete 1992 als gemeinnütziger Verein seine Arbeit, mit dem Ziel benachteiligte Produzentenfamilien in Afrika, Asien und Lateinamerika zu fördern und durch den Fairen Handel ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen zu verbessern. TransFair selbst handelt nicht mit Waren, sondern vergibt das Fair-Trade-Siegel für fair gehandelte Produkte. Mit seinen Kooperationspartnern erweitert TransFair das Fairtrade-Produktsortiment, erschließt neue Vertriebswege, vermarktet das Siegel und betreibt Informations- und Lobbyarbeit.

Das Fair-Trade Siegel steht für soziale, ökonomische und ökologische Standards im Fairen Handel:

#### Soziale Standards:

Arbeitsbedingungen, Gemeinschaftsprojekte, Versammlungsfreiheit, Diskriminierungsverbot, keine illegale Kinderarbeit.

#### Ökonomische Standards:

Stabile Mindestpreise, Fair Trade Prämien, Beratung, langfristige Handelsbeziehungen.

#### Ökologische Standards:

Liste verbotener Substanzen, umweltschonender Anbau, Förderung des Bio-Anbaus, Verbot gentechnisch veränderter Organismen, Bioaufschlag.

Die Kampagne Fairtrade Towns startete im Jahr 2000 in Großbritannien. Neben London, Dublin, Rom, Brüssel, Wien und Kopenhagen haben sich San Francisco, Lyon, Bergen und viele weitere Städte als Fairtrade Town qualifiziert. In insgesamt 17 Ländern gibt es bereits 550 „Fairtrade-Towns“ z. B. in Großbritannien (Cambridge), Belgien, Österreich, Schweden, USA und Australien.

Zu Cambridge ergeben sich durch die Teilnahme an der Kampagne ggf. neue Kooperationsmöglichkeiten in der Städtepartnerschaft.

Seit Januar 2009 können sich nun auch Kommunen in Deutschland um den Titel „Fairtrade-Stadt“ bewerben. Mit Saarbrücken und Neuss hat Deutschland inzwischen seine beiden ersten Fairtrade-Städte. Heidelberg möchte sich auch für diesen Titel bewerben und könnte damit eine der ersten Städte in Baden-Württemberg bzw. der Metropolregion werden.

### **Inhalt/Rahmenbedingungen**

Kriterien für die Teilnahme an der Kampagne Fairtrade Towns sind:

#### **1. Vorlage eines Ratsbeschlusses zur Verwendung von Fairtrade-Produkten in der Verwaltung**

Liegt mit dem Beschluss des Gemeinderates zur Fairen Beschaffung in der Verwaltung vom Februar 2007 vor (siehe Drucksache: 0037/2007/BV)

#### **2. Bildung einer Steuerungsgruppe**

Ein erstes Treffen der Projektgruppe bestehend aus Vertretern und Vertreterinnen des Eine-Welt-Zentrums, Vertreter/in des Weltladens, und Agenda-Büro hat bereits stattgefunden. Im weiteren Projektverlauf ist geplant, weitere Kooperationspartner aus Handel, Schulen etc. mit einzubeziehen.

#### **3. Verfügbarkeit von Fairtrade-Produkten im Einzelhandel und in der Gastronomie**

Das Agenda-Büro erarbeitet derzeit einen „Marktführer“ für Heidelberg. In vielen Supermärkten sowie Eine-Welt-Läden ist mittlerweile eine breite Palette von Produkten erhältlich, die den Bürgerinnen und Bürgern mit Hilfe eines Flyers näher gebracht werden soll.

#### **4. Verwendung von Fairtrade-Produkten in öffentlichen Einrichtungen**

Bei einer Einwohnerzahl unter 200.000 muss neben der Stadtverwaltung jeweils eine Schule, ein Verein und eine Kirche gewonnen werden. Einmal pro Jahr sollte eine Aktion durchgeführt werden.

#### **5. Berichterstattung der lokalen Medien**

Als Ergebnis sollen mindestens 4 Artikel pro Jahr publiziert werden.

Geplante Aktionen/Projekte im Rahmen der Kampagne 2009/2010:

- Organisation eines Fairen Frühstücks bei Agenda-Tagen 9/2009 auf der Neckarwiese.
- Organisation von Fußballturnieren mit Fair Trade Bällen wie z. B. im Jahr 2009 bei der TSG Rohrbach und 8/2009 bei der DJK/FC Ziegelhausen/Peterstal.
- Ausschank von Fair-Trade-Produkten bei Veranstaltungen (Stadtfesten).
- Erstellung eines Einkaufsführers für faire Produkte in Heidelberg (in Vorbereitung).
- Aktion im Supermarkt/Weltladen z. B. während der „Fairen Woche“.
- Evaluation der Praxis zur Umsetzung des Gemeinderatsbeschlusses und der Dienstanweisung in der Verwaltung.
- Kostenloser, verwaltungsinterner Workshop mit **f i n e p** (forum für internationale entwicklung + planung zur Fairen Beschaffung). Heidelberg wurde als eine von zehn Kommunen in Baden-Württemberg ausgewählt. Dieser Workshop wird am 8. Oktober durchgeführt.
- Fair-Trade-Kaffeeverkostung in Cafés in Heidelberg.
- Projekte mit Schulen und Vereinen zur Sensibilisierung für Fair Trade-Produkte.

Ein weiteres Ziel ist es, neben den Fair Trade Produkten insbesondere auch regionale und Bio-  
produkte einzuführen, da dies zur Erhaltung regionaler Wirtschaftskreisläufe und zur Förderung  
der heimischen Absatzmärkte beiträgt sowie durch kurze Transportwege CO<sub>2</sub>-Emissionen ver-  
meidet.

gezeichnet

Dr. Eckart Würzner

**Anlage zur Drucksache:**

Nummer:	Bezeichnung
A 01	Flyer Kampagne Fair Trade Towns