Fairtrade-Universities

Wie sich Hochschulen für den fairen Handel engagieren

fairer Campus faire Zukunft

Eine Kampagne von Fairtrade Deutschland

fairtrade-universities.de

Immer mehr Studierende und Hochschulakteur*innen möchten das Campusleben selbst nachhaltiger gestalten. Wie das geht, zeigen die Fairtrade-Universities.

© Fairtrade / verenafotografiert

Fairer Handel(n) auf dem Campus

Fairer Handel ist ein wichtiger Aspekt im Nachhaltigkeitsdiskurs, sowohl gesellschaftlich als auch wissenschaftlich. Die Bedingungen unter denen Produkte weltweit hergestellt werden sowie deren Folgen für Mensch und Umwelt rücken immer mehr ins Zentrum des öffentlichen Interesses, insbesondere im Hinblick auf die Erreichung der von den Vereinten Nationen verabschiedeten globalen Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, SDGs). Hochschulen sind wichtige Impulsgeber für die soziale, ökologische und ökonomische Entwicklung einer Gesellschaft und so lassen sich in jedem Fachbereich sowie im Betrieb Bezüge zu den verschiedenen Aspekten des fairen Handels herstellen.

Nachhaltigkeit erforschen, gestalten und in den eigenen Hochschulstrukturen praktisch umsetzen: Das ist der Anspruch der Fairtrade-Universities.

Im Rahmen der Kampagne Fairtrade-Universities bündeln Studierendenschaft, Verwaltung und Gastronomie ihre Ideen, Kräfte und Ressourcen, um gemeinsam den fairen Handel mit konkreten Maßnahmen im Hochschulalltag zu verankern. Über den Ausschank von fair gehandeltem Kaffee und Tee in der Mensa, die Teilnahme an Aktionen wie der Fashion Revolution oder den Einkauf von fairen Baumwollbeuteln für die Studierendenvertretung – es gibt unzählige Möglichkeiten, das Campusleben nachhaltiger zu gestalten. In Deutschland wird die Kampagne Fairtrade-Universities von Fairtrade Deutschland e.V. getragen.

Seit 2014 hat der Verein bereits rund 40 Hochschulen, Fachhochschulen und Universitäten ausgezeichnet, die sich für mehr fairen Handel auf dem Campus engagieren. International gibt es die Kampagne in Großbritannien, Südkorea und Brasilien.

Um Fairtrade-University zu werden, müssen fünf Kriterien erfüllt werden: ein Hochschulbeschluss zur Teilnahme an der Kampagne, eine koordinierende Steuerungsgruppe, ein Angebot von Fairtrade-Produkten bei offiziellen Hochschul-Veranstaltungen und -Sitzungen sowie in Geschäften, Cafeterien und Mensen auf dem Campus, regelmäßige Veranstaltungen sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zum Engagement der Hochschule für den fairen Handel. Für die Erfüllung der Kriterien hält Fairtrade Deutschland viele Tipps und Hilfestellungen bereit.

Die Fairtrade-Universities schaffen einen gemeinsamen Rahmen für alle Akteur*innen einer Hochschule und geben einen Fahrplan zur Umsetzung konkreter Maßnahmen. Hierfür wurde die Kampagne vom RENN-Netzwerk in Kooperation mit dem Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) als Projekt Nachhaltigkeit 2019 ausgezeichnet.

Das Ziel von Fairtrade ist es, globale Fairness und Nachhaltigkeit in Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft zu verankern. Die Fairtrade-Universities laden alle Hochschulen dazu ein, Teil dieser globalen Bewegung zu werden.

Fünf Argumente für Fairtrade-Universities

Die Fairtrade-Universities zeichnen sich aus durch interdisziplinäre Vernetzung und setzen Impulse für Betrieb, Lehre und Forschung.

1

Austausch & Kooperationen

Ein enger Austausch zwischen Studierenden und Akteur*innen einer Hochschule sowie die Vernetzung der Fairtrade-Universities untereinander tragenden fairen Handel sowohl in die Tiefe als auch in die Breite der Hochschullandschaft. Kooperationen mit den Partner-Kampagnen Fairtrade-Towns und Fairtrade-Schools sowie mit den Mitgliedsorganisationen von Fairtrade Deutschland eröffnen neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit.

2

Ganzheitlicher Ansatz

Fairtrade-Universities bringen fairen Handel auf den Campus: einerseits mit Produkten aus fairem Handel in der Mensa, im Hochschulmarketing oder im Einkauf, andererseits als mögliche Themen für Forschung und Lehre. Daher ist die Kampagne ein wichtiges Element in der ganzheitlichen Umgestaltung der Hochschule zu mehr Nachhaltigkeit.

3

Aufbau neuer Kompetenzen

Studierende werden in ihrem gesellschaftlichen Engagement unterstützt und gestärkt. Sie arbeiten sich in die Themen des fairen Handels mit seinen sozialen, ökologischen, kulturellen und ökonomischen Aspekten ein und bilden sich auch methodisch weiter. Als Teil der Steuerungsgruppe erhalten sie tiefere Einblicke in die internen Abläufe ihrer Hochschule und können sie auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit mitgestalten.

4

Aktion & Strategie

Die Kampagne bietet den Hochschulen einen Orientierungsrahmen im Nachhaltigkeitsdiskurs und gibt konkrete, umsetzbare Handlungsoptionen für Verwaltung, Gastronomie und Studierendenschaft. Die fünf Kriterien für die Auszeichnung stoßen Prozesse auf verschiedenen Ebenen an und sind ein Baustein zur Erreichung interner und globaler Nachhaltigkeitsziele.

5

Faires Engagement mit Außenwirkung

Mit einer Auszeichnung als Fairtrade-University positioniert sich die Hochschule als wichtiger und innovativer gesellschaftlicher Akteur. Mit Aktionsideen, Materialien sowie individueller Unterstützung und Beratung durch Fairtrade Deutschland können fairer Handel und Nachhaltigkeit für die interne und externe Kommunikation genutzt werden.

Vernetzung aller Hochschulakteur*innen

© Fairtrade / verenafotografiert

Studierendenschaft

Gemeinsam mit weiteren Akteur*innen der Hochschule organisiert die Studierendenschaft Aktionen zum fairen Handel auf dem Campus und informiert Kommiliton*innen über dessen Wirksamkeit. Dabei erweitern die Studierenden ihre Kenntnisse und Fähigkeiten, lernen wichtige Themen der Nachhaltigkeitsdebatten kennen und sehen, wie sie sich an ihrer Hochschule und in ihrer Stadt wirksam einbringen können.

Verwaltung

Als Mitglied der Steuerungsgruppe sensibilisieren Verwaltungsangestellte für fairen Handel, gestalten Aktionen mit und tragen Nachhaltigkeitsaspekte in den strategischen Einkauf – auch für Produkte jenseits von Lebensmitteln und Textilien. Darüber hinaus sind sie ein wichtiges Bindeglied für die verschiedenen Akteur*innen und haben Berührungspunkte mit Studierenden, den Studierendenwerken sowie dem wissenschaftlichen Personal.

Studierendenwerke

Die Erweiterung der fairen Produktpalette in Mensen und Cafeterien fällt in die Zuständigkeit der Studierendenwerke. Sie ordern fair gehandelte Produkte wie Kaffee, Tee, Saft, Schokoriegel oder auch Textilien in großen Mengen und erreichen somit signifikante Absatzsteigerungen für die Fairtrade-Produzent*innen im globalen Süden. In der Steuerungsgruppe nimmt das Studierendenwerk als „Versorger“ eine wichtige Rolle ein.

Wissenschaftliches Personal

Die Akteur*innen aus Forschung und Lehre tragen fairen Handel in den wissenschaftlichen Diskurs, zum Beispiel im Rahmen von interdisziplinaren Ringvorlesungen und Seminaren. Die Möglichkeiten einer Kooperation verschiedener Lehrstühle sind dabei sehr vielfältig, etwa in Wirtschaft, Gender Studies, Politik, Agrarwissenschaften oder Geografie. Die Impulse aus der Kampagne werden durch das Lehrpersonal dauerhaft in den Strukturen der Hochschule verankert.

Ganzheitlicher Ansatz: Die Kampagne Fairtrade-Universities leistet einen umfassenden Beitrag für nachhaltige Entwicklung auf verschiedenen Ebenen der Hochschule – und darüber hinaus.

Wirkung nach innen & außen

Stark vernetzt in Lehre und Forschung

Gemeinsame Veranstaltung: Die Alanus Hochschule in Alfter, die Hochschule Bonn-Rhein-Sieg und die Universität Bonn organisierten gemeinsam die Themenreihe „Sustainability in Trade: Eine Frage der Transparenz?“, die von Fairtrade Deutschland und FEMNET e.V. konzipiert wurde. In fünf Online-Veranstaltungen diskutierten Hochschulakteur*innen und Expert*innen über nachhaltige Lieferketten-Modelle, platzierten das Thema in den jeweiligen Hochschulen und stießen eine weiterführende Vernetzung der Beteiligten an.

Krea(k)tiv für fairen Handel

Ob digital oder vor Ort – die Fairtrade-Universities bringen fairen Handel auf den Campus! So feierte die Universität Hildesheim ihre Auszeichnung zur Fairtrade-University trotz Pandemie online mit einer Themenwoche auf Social Media. Im Rahmen der Fairen Woche organisierte die Universität zu Köln eine Stadtrallye mit Stationen vor der Mensa und im Umkreis der Hochschule. Die Universität Bonn veranstaltete ein Torwandschießen mit fair gehandelten Fußbällen auf dem Campus und vermittelte dabei spielerisch Informationen zur Produktion von Fußbällen.

Langfristige und vielfältige Kooperation

Akademischer Austausch: Gemeinsam mit dem Global South Studies Center (GSSC) der Universität zu Köln organisierte Fairtrade Deutschland 2018 eine Fachtagung zum Forschungsstand des fairen Handels im deutschsprachigen Raum. Der Start einer fruchtbaren Kooperation, die unter anderem mit der Beteiligung an der Kölner „Fair Trade Night“, der Publikation eines Tagungsbandes im Oekom-Verlag sowie einer Fachtagung zum Thema Existenzsichernde Einkommen und Löhne 2021 ausgebaut wurde.

Martin Butzlaff, Präsident der Universität Witten/Herdecke, anlässlich der Auszeichnung zur Fairtrade-University

„Als Universität übernehmen wir gesellschaftliche Verantwortung und haben deshalb einen engagierten Nachhaltigkeitsprozess angestoßen. Diese Auszeichnung zeigt, dass wir dies auch global denken und neben ökologischen Themen auch die sozialen Aspekte in den Blick nehmen.“

© Universität Witten / Herdeck

Corinna Köhler, Studentin in der Steuerungsgruppe der Universität zu Köln

„Fairtrade-University zu sein bedeutet für uns, Produkte aus fairem Handel für eine breite Masse zugänglich zumachen und bei Studierenden ein Bewusstsein für eine gerechtere Welt zu schaffen.“

© Fairtrade / Anna Maria Langer

Jürgen Huber, Geschäftsführer des Studierendenwerks Bonn

„Tausende Studierende essen und wohnen bei uns und nutzen unsere weiteren Leistungen. Bei diesen Dimensionen bewegen wir wirklich etwas, wenn wir uns täglich der Nachhaltigkeit verschreiben.“

© Studierendenwerk Bonn

Fairtrade ist eine internationale Bewegung. Rund 1,7 Millionen Familien in 75 Ländern des globalen Südens profitieren von Fairtrade durch bessere Bezahlung, die Stärkung ihrer Rechte und Klimaschutzmaßnahmen.

Was ist Fairtrade?

© Fairtrade / Christoph Köstlin

Ein Siegel – und vieles mehr

Die meisten Menschen verbinden mit Fairtrade das blau-grün-schwarze Siegel, das auf Produkten wie Kaffee, Schokolade oder Bananen zu finden ist. Doch Fairtrade ist viel mehr als ein Produktsiegel – es ist eine globale Bewegung, die immer größer wird.

Der Mensch im Mittelpunkt

Das übergeordnete Ziel von Fairtrade ist es, Kleinbauernfamilien und lohnabhängig Beschäftigten im globalen Süden die Möglichkeit zu eröffnen, ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen aus eigener Kraft zu verbessern. Dies geschieht vor allem über stabile Fairtrade-Mindestpreise, die den Produzent*innen in Zeiten schlechter Weltmarktpreise als finanzielles Sicherheitsnetz dienen, und die zusätzlich gezahlte Fairtrade-Prämie für Projekte, die der ganzen Gemeinschaft zu Gute kommen. In Schulungen, Projekten und Programmen vor Ort erlangen Produzent*innen in Afrika, Lateinamerika und Asien zukunftsorientiertes Know-how in Theorie und Praxis – wie etwa im Bereich Umwelt- und Klimaschutz, Frauen-, Kinder- und Arbeiterrechte oder Förderung von kleinbäuerlicher Agrarwirtschaft. Denn: Nur wer gut informiert ist, kann sich gegen aktuelle und zukünftige Herausforderungen wappnen.

Partnerschaft auf Augenhöhe

Selbstbestimmung und gleichberechtigte Beteiligung sind wichtige Grundpfeiler von Fairtrade. Die Produzentenorganisationen sind mit 50 Prozent der Stimmen in allen relevanten Gremien des Dachverbandes Fairtrade International vertreten. Sie entscheiden paritätisch mit, wie sich der gesiegelte faire Handel ausrichten soll, insbesondere im Hinblick auf globale Herausforderungen wie den Auswirkungen des Klimawandels. Auch die (Weiter-) Entwicklung der Fairtrade-Standards gehört zu den Aufgaben, für die die gleichberechtigte Beteiligung der Produzentenvertreter*innen unerlässlich sind. Diese paritätische Organisationsstruktur unterscheidet Fairtrade von allen anderen globalen Nachhaltigkeitsbewegungen und unterstreicht den partnerschaftlichen Ansatz des Fairtrade-Systems.

Breit vernetzt für mehr Fairness im Welthandel

Nationale Fairtrade-Organisationen wie Fairtrade-Deutschland tragen den fairen Handel in alle Bereiche der Gesellschaft und bauen das Netzwerk engagierter Unterstützer*innen auf unternehmerischer, politischer und zivilgesellschaftlicher Ebene immer weiter aus. In Deutschland sind die Community-Kampagnen Fairtrade-Towns, Fairtrade-Schools und FairtradeUniversities zu wichtigen Faktoren der Fair-Handels-Szene geworden. Gemeinsam mit über 30 Mitgliedsorganisationen von Fairtrade Deutschland, zahlreichen sozial engagierten Gruppen, Vereinen, Initiativen und Privatpersonen nehmen sie an den jährlich stattfindenden Aktionskampagnen wie FlowerPower, Faires Frühstück, Fashion Revolution oder der Fairen Woche teil, erhöhen so die Strahlkraft der Fairhandels-Idee und die Nachfrage nach fair gehandelten Produkten bundesweit.

Jede Universität, Fachhochschule und Akademie in Deutschland kann sich als Fairtrade-University bewerben. Die Teilnahme an der Kampagne Fairtrade-University ist kostenfrei. Mehr Infos unter *www.fairtrade-universities.de/kriterien*

Ist Ihre Hochschule schon eine Fairtrade-University? Finden Sie es heraus in unserem Hochschulverzeichnis.

Impressum

Herausgeber: Fairtrade Deutschland e.V., Maarweg 165, 50825 Köln, Telefon: 0221 94 20 40-0, E-Mail: info@fairtrade-deutschland.de | **V.i.S.d.P.:** Marcelo Crescenti | **Gestaltung & Satz:** Ladiges Studio | **Druck:** Klimaneutral durch Thiekötter Druck | **Erschienen**: Oktober 2021

FAIRTRADE DEUTSCHLAND