

MAKE FRUIT
FAIR!



Internationale Kampagne für nachhaltigen
Bananen- und Ananashandel
www.makefruitfair.de

Die Mitmach- Anleitung





Faire Löhne und Preise – für mehr Gerechtigkeit in der Fruchtindustrie

Grußwort von **Iris Mungia**, Honduras,
stellvertretene Koordinatorin von COLSIBA

Die Koordinierung der Gewerkschaften der Bananen- und Ananasarbeiter/innen in Lateinamerika COLSIBA kämpft für das Recht auf freie Gewerkschaftszugehörigkeit. Für die große Mehrheit unserer Kolleginnen und Kollegen ist das noch immer ein nicht erreichtes Ziel, denn überall herrscht eine starke Repression gegen diejenigen, die sich organisieren wollen.

Unsere Arbeiter/innen leiden unter vielen Problemen: Überstunden werden nicht bezahlt; viele haben keine Sozialversicherung; sie bekommen kein 13. Monatsgehalt, keinen Schul-Bonus für ihre Kinder, kein Arbeitslosengeld, kein Entlassungsgeld, und den Frauen werden der Mutterschaftsurlaub und die Stillzeiten nicht gewährt. Die geringen Löhne reichen nicht für den Kauf der Grundnahrungsmittel und schon gar nicht für die Schulbildung der Kinder, eine Wohnung und die Gesundheitsversorgung.

Bis zu einem Viertel der gewöhnlich mit Frauen besetzten Arbeitsplätze sind verschwunden. Das ist die Folge der Diskriminierung der Frauen durch die Unternehmen. Denn sie betrachten uns Frauen als großes Risiko auf Grund unseres Geschlechts, weil wir Recht auf Mutterschaftsurlaub und Kinderbetreuungszeiten haben. Der Verlust der Arbeitsmöglichkeiten für Frauen in der Bananenproduktion hat schlimme Folgen für die Bewohner/innen der Landgemeinden, weil die meisten Frauen der Bananenarbeiterfamilien für den Unterhalt ihrer Familien aufkommen müssen.

Die Unternehmen halten die gesetzlich verankerten Arbeitsrechte nicht ein. Ebenso wenig halten sie sich an ihre eigenen ethischen Verhaltenskodexe oder die mit der Gewerkschafts koordinierung abgeschlossenen Rahmenabkommen und Tarifverträge. Allerdings sind die Löhne und Sozialleistungen dort etwas besser, wo es Gewerkschaften gibt.

Wir hoffen, dass die Löhne bei uns in der Produktion besser werden und es mehr gesetzliche Gerechtigkeit für uns Arbeiter/innen geben wird, wenn Ihr Konsument/innen beim Kauf von Bananen oder Ananas darauf achtet, unter welchen Bedingungen diese Produkte erzeugt wurden. Denn sie können zwar sehr schmackhaft und nährreich beim Verzehr sein, aber noch genussvoller wären sie für uns alle, wenn Ihr sicher sein könntet, dass die Bezahlung eines fairen Preises für Gerechtigkeit bei der sozialen Absicherung und den Arbeitsbedingungen der Arbeiter/innen auf den Bananen- und Ananasplantagen sorgt.

Einleitung	4
------------	---

Hintergrundinformationen

■ Wo und wie werden Ananas und Bananen produziert?	5
■ Wer verdient wie viel im Bananen- und Ananashandel?	8
■ Welche Rolle spielen die Supermarktketten?	8
■ Worum geht es bei der Kampagne Make Fruit Fair!?	9

Was können Sie tun?

■ Die Klassiker	10
■ Mitmachaktionen	12
■ Bildungsarbeit	14
■ Rezepte	15

Aktionsplanung

■ Wie organisiere ich Aktionen?	16
■ Wie mache ich begleitende Pressearbeit?	17
■ Wie kommen meine Fotos und Filme auf die Make Fruit Fair! Webseite?	17

Literatur- und Materialhinweise	18
---------------------------------------	----

Anhang

■ Materialvorlagen	19
--------------------------	----

Impressum

Make Fruit Fair! –
Internationale Kampagne für
nachhaltigen Bananen- und
Ananashandel
C/o BanaFair e.V.
Langgasse 41
63571 Gelnhausen
Deutschland

Text/Redaktion:
Bettina Burkert,
Helge Fischer,
Rudi Pfeifer

Grafik:
Lütke Fahle Seifert AGD,
Jan Augusta

Druck:
Imprenta Obertshausen

Fotos/Abbildungen:
Banana Link, BanaFair, Jan Christensen,
International Institute of Tropical Agriculture (IITA)

Gelnhausen, im Februar 2011



Internationale Kampagne für nachhaltigen Bananen- und Ananashandel

Mit dieser Anleitung wollen wir Ihnen die Arbeit der Kampagne Make Fruit Fair! vorstellen und Hintergrund-Informationen zur Problematik der Ananas- und Bananenindustrie bereitstellen. Wir möchten Ihnen Möglichkeiten eröffnen, wie Sie sich engagieren und aktiv werden können. Das Handbuch soll Ihnen Mut machen, eigene Aktionen zu starten und bietet dazu Beispiele, Ideen und Anregungen.

Wir wollen, dass Ihr Engagement Ihnen Spaß und Freude bereitet. Die Möglichkeiten sind vielfältig: Machen Sie mit bei einer Eilaktion der Make Fruit Fair! Kampagne, gestalten Sie Ihre eigene Aktion, um die Forderungen der Kampagne sichtbar zu machen und senden Sie uns Ihre Fotos und Filme darüber. Diese stellen wir dann auf unsere Webseite. Aktionen sind wichtig für den Erfolg der Kampagne Make Fruit Fair! Aktionen an denen möglichst viele Menschen beteiligt sind, die sich für faire Arbeitsbedingungen und nachhaltige Produktion in der Fruchtindustrie einsetzen.

Sie sind dabei nicht allein: Die Internationale Kampagne bezieht Partner aus Europa, Lateinamerika, der Karibik und Afrika mit ein. Wir wollen mehr als 500.000 Menschen erreichen, die sich per Unterschrift oder Aktion an der Kampagne beteiligen bzw. die als politische oder wirtschaftliche Entscheidungsträger für nachhaltige Bananen- und Ananasbeschaffungsketten verantwortlich sind.

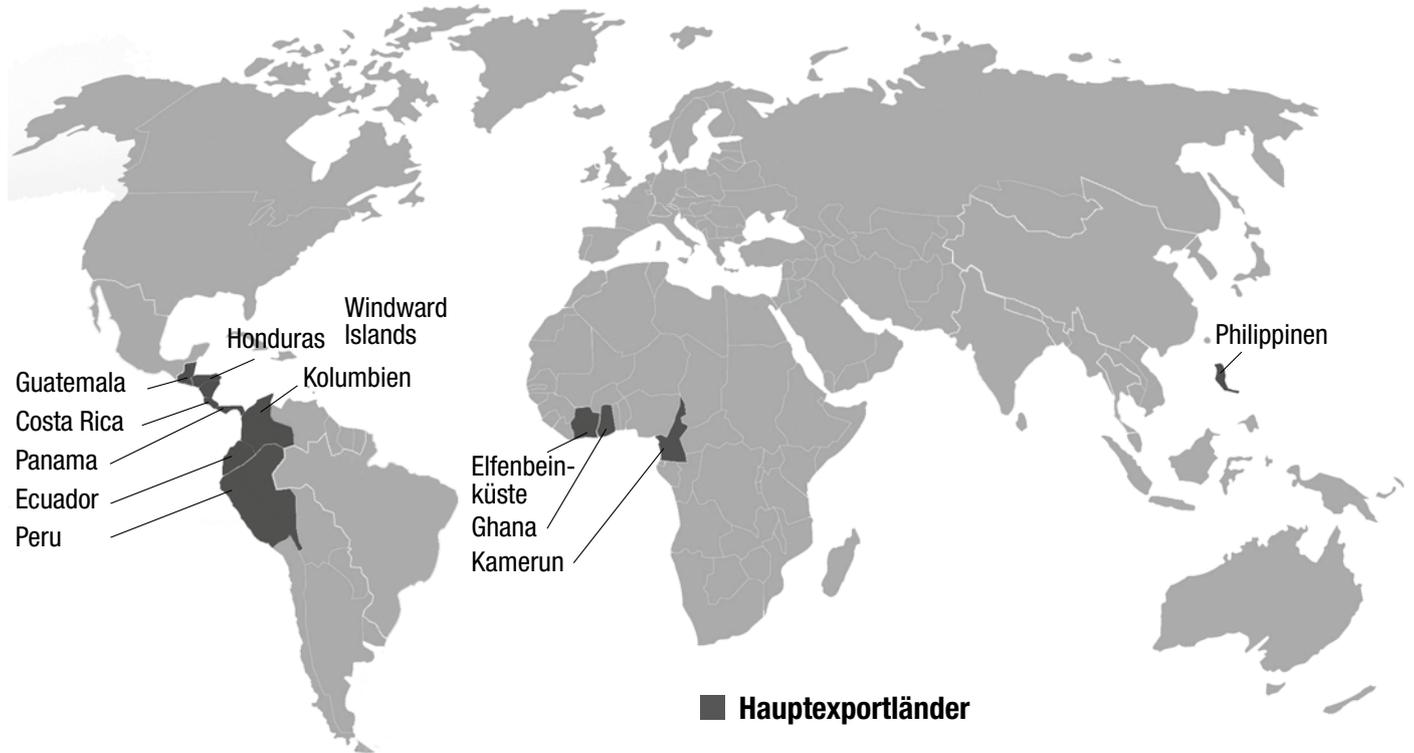
Im Rahmen der Kampagne wird es 2011 und 2012 auch gemeinsame Aktionen/Aktionstage mit den europäischen Partnern geben, die sich an den aktuellen Entwicklungen im Fruchthandel und der Politik orientieren.

Auf diese Aktionen verweisen wir auf unserer Webseite.

Warum eine Kampagne zu Bananen und Ananas?

BanaFair engagiert sich als Fairhandelsorganisation seit Jahren für nachhaltige Bananenproduktion und fairen Handel. Ananas und Bananen haben vieles gemeinsam bezüglich der Art der Produktion und des Handels. Bananen sind die am meisten gehandelten Früchte der Welt. Der Welthandel mit Ananas wächst sehr schnell, jede zweite Ananas wird zur Zeit für den Export angebaut. Bananen- und Ananasbeschaffungsketten sind sich sehr ähnlich, die Früchte wachsen in denselben Produktionsländern und werden von denselben multinationalen Fruchunternehmen gehandelt. Die Verletzung von Arbeitsrechten und mangelhafter Umweltschutz gibt es zunehmend sowohl in der Bananen- als auch in der Ananasindustrie. Jetzt wollen wir gemeinsam mit internationalen Partnern für positive Veränderungen im Fruchthandel mobilisieren und benötigen dazu Ihre Unterstützung, Ihre Aktionen!

Ihre wichtigste Aktion: Informieren Sie sich regelmäßig über aktuelle Infos und Aktionen auf der Internetseite der Kampagne auf www.makefruitfair.de



Wo und wie werden Bananen und Ananas angebaut?

Bananen sind bei Europas Konsument/innen die beliebteste tropische Frucht. In den Produktionsländern hängt das Einkommen von Millionen Menschen von einer Beschäftigung in der Bananenwirtschaft ab. Der Handel wird von fünf multinationalen Fruchtunternehmen kontrolliert: Dole, Chiquita, Del Monte, Fyffes und Noboa. Der Ananas-Weltmarkt ist in den letzten 20 Jahren schnell gewachsen, allein seit 1998 um fast 50%. Hier sind dieselben Fruchtunternehmen tätig, beschäftigen Tausende von Arbeiter/innen unter Bedingungen, die denen im Bananenbereich sehr ähnlich sind.

Die meisten Export-Ananas und Bananen werden auf großen Plantagen in Lateinamerika und zunehmend in Afrika angebaut. Sie wachsen auf Monokulturfeldern, unter Anbaumethoden, die ganze Ökosysteme zerstören können. In der Bananenproduktion werden mehr Agrarchemikalien eingesetzt als in vergleichbaren Bereichen, ausgenommen der Baumwollanbau. Einige der verwendeten Agrarchemikalien werden von der Weltgesundheitsorganisation als gefährlich eingestuft. Agrarchemikalien vergiften Wasservorkommen und können schlimme Gesundheitsschäden bei den Arbeiter/innen verursachen. Die Kleinproduktion in Lateinamerika und der Karibik bietet mehr Nachhaltigkeit. Aber die geringen Erzeugerpreise haben viele Kleinbauern vom Weltmarkt verdrängt.

75% der Ananas für Europa stammen von Plantagen aus Costa Rica. Dort sind rund 70% der Arbeiter Migranten aus Nicaragua. Sie sind das Geheimnis des Erfolgs der Ananas aus Costa Rica, weil sie billiger und flexibler arbeiten als Einheimische. Viele haben keine offiziellen Dokumente und kein Visum. Sie sind besonders der Willkür der Unternehmer ausgeliefert, die sie feuern, wenn es Anzeichen für Probleme gibt, z.B. wenn sie sich über die Arbeitsbedingungen beschweren oder einer Gewerkschaft beitreten.

Supermärkte sind die stärksten Akteure in der Lieferkette für tropische Früchte. Sie erzielen wesentliche Gewinnmargen durch die Zahlung von nicht nachhaltigen, weil zu geringen Kaufpreisen an die Fruchtgesellschaften, die Früchte aus eigener Produktion oder dem Ankauf bei Lieferanten-Plantagen vertreiben. Die Folge ist ein Wettlauf nach unten in der Ananas- und Bananenindustrie. Die Fruchtunternehmen verlagern sich in den Anbauregionen dorthin, wo Arbeitskräfte billiger und die Arbeitsgesetzgebung schwächer sind. Die Unternehmer setzen immer mehr Leiharbeiter ein, um sich ihrer Verantwortung für die Arbeitsbedingungen zu entziehen, Kern-Arbeitsschutzbestimmungen zu unterlaufen und Löhne unter Lebenshaltungskosten zu zahlen. Plantagenarbeit wird immer mehr zur Gelegenheitsarbeit für viele Arbeiter/innen mit Zeitarbeits- oder Tagelöhner-Verträgen. In einigen Ländern sind deshalb die Mitgliederzahlen der unabhängigen Gewerkschaften gesunken.

Die Zustände auf den Plantagen sind rauh. Arbeiter/innen schuften in unerträglicher Hitze 10 bis 12 Stunden an sechs Wochentagen. Viele Arbeiter/innen erreichen kein ausreichendes Lohnniveau, um die Grundbedürfnisse ihrer Familien, z.B. Wohnung, Essen, Kleidung und Schulbesuch befriedigen zu können.

Ananasanbau in Costa Rica

Rund 50% der Arbeiter/innen auf den Ananasplantagen in Costa Rica sind über Sub-Unternehmen beschäftigt. Dadurch werden Kosten gespart. Die über Subunternehmer eingestellten Arbeiter/innen müssen flexibel sein, bekommen geringere Löhne und sind nicht ge-

werkschaftlich organisiert. Subunternehmen verringern zudem die direkte Verantwortung der Fruchtunternehmen für angemessene Arbeitsbedingungen und Einhaltung von nationalen und internationalen Arbeitsgesetzen.

Die meisten Arbeiter/innen bekommen einen Lohn, der zwar nominal über dem nationalen Mindestlohn liegt. Aber dafür müssen sie 14 Stunden am Tag arbeiten, an sechs Tagen in der

Woche. Viele Ananas-Arbeiter verdienen nur die Hälfte dessen, was ein existenzsichernder Lohn wäre. Die Ananasunternehmen ziehen als Beschäftigte immer mehr Männer vor, wegen der „hohen Kosten“ durch die Beschäftigung von Frauen, wobei sie u.a. die Lohnfortzahlung während des Mutterschaftsurlaubs anführen. Für Frauen, die trotzdem einen Job bekommen, können die Bedingungen sehr hart sein, z.B. durch die Diskriminierung und die sexuelle Belästigung. Die langen Arbeitstage sind besonders für Frauen sehr problematisch, weil sie an erster Stelle für die Versorgung von Familie und Haushalt verantwortlich sind.

Der gewerkschaftliche Organisationsgrad in der Ananas-Produktion ist extrem gering (ca. 2%). Gewerkschaftsmitglieder sind oft Diskriminierungen, Verfolgungen und manchmal auch Gewalt ausgesetzt. Gegen Gewerkschaften werden folgende Taktiken angewendet:

- Versetzung von Gewerkschaftsmitgliedern zu unbeliebten und gering bezahlten Arbeitsstellen.
- Massive Entlassungen, danach Neuanstellungen nur für Nicht-Gewerkschaftsmitglieder.
- Gewerkschaftsmitglieder werden in „Schwarzen Listen“ geführt und finden dann auf anderen Plantagen keine Arbeit mehr.

Ich bin das einzige Gewerkschaftsmitglied in meinem Team. Andere Arbeiter treten aus Angst, ihre Arbeit zu verlieren, nicht in die Gewerkschaft ein.

— Pablo López, Costa Rica —

Die umweltschädlichen Produktionsmethoden der nationalen und internationalen Unternehmen verursachen Umweltprobleme durch die Kontaminierung von Grundwasservorkommen, Bodenerosion und Abholzung.

In vielen Gemeinden sind die natürlichen Trinkwasservorkommen kontaminiert, z.B. in den Gemeinden El Cairo, La Francia und Luisa in Costa Rica, wo mehr als 6.000 Menschen auf die Trinkwasserversorgung durch Tankwagen der Regierung angewiesen sind. Es werden Gesundheitsprobleme wie Hautkrankheiten, Atembeschwerden, Gastritis und Geburtsfehler aus diesen Gemeinden berichtet.

Trotz nationaler und internationaler Kampagnen für den Stopp der schädlichen Ausweitung der Ananasproduktion und für die Haftbarmachung der Unternehmen für ihre Geschäftspolitik werden Umweltbestimmungen weiter missachtet. Die finanzielle und politische Macht der Ananas-Unternehmen sichert ihre Straffreiheit.

Bananen – Billige Früchte haben ihren Preis

In einigen Ländern, z.B. der Dominikanischen Republik und in Costa Rica, sind viele Bananenarbeiter Migrant*innen. Ihre Arbeitsrechte werden kaum beachtet. Außerdem gibt es viele Leiharbeiter, die billiger, flexibler und ohne den Schutz einer Gewerkschaftsorganisation arbeiten. In wichtigen Bananenexportländern, z.B. Ecuador und Costa Rica, sind weniger als 7% der Beschäftigten Frauen. Die Unternehmer sehen sie als „kostenträchtige Hochrisiko-Beschäftigte“ an. Am Arbeitsplatz sind Frauen oft Opfer von sexueller Diskriminierung und Belästigung. Die Gesundheit und Sicherheit der Arbeiter wird gewöhnlich durch giftige Agrarchemikalien und mangelnde Schutzkleidung gefährdet. Die Feldarbeit unter tropischen Bedingungen ist sehr anstrengend. Starke Gewerkschaften sind notwendig, um die Einhaltung der Gesundheits- und Sicherheitsrichtlinien zu prüfen und anzumahnen, dass die Staaten für die Durchsetzung nationaler Gesetze und freiwilliger Richtlinien sorgen müssen. In der Bananenwirtschaft werden nationale und internationale Arbeitsgesetze, z.B. das Recht auf unabhängige Gewerkschaften, regelmäßig



verletzt, obwohl sie oft von den jeweiligen Ländern ratifiziert wurden. In den letzten Jahren hat es durch Zertifizierungen eine Tendenz zur privaten Handhabung von Arbeitsrichtlinien gegeben.

Jedoch kann es wirkliche Verbesserungen vor Ort nur geben, wenn das Recht auf freie Organisation für Gewerkschaften gewährleistet ist. Sie können durch Tarifverhandlungen und die nachfolgende Durchsetzung der wichtigsten Arbeitsrechte die Arbeitsbedingungen der Belegschaften verbessern.

In der gesamten Bananenwirtschaft ist die gewerkschaftliche Organisation niedrig. Ursache sind die antigewerkschaftlichen Maßnahmen der einheimischen und multinationalen Bananenunternehmen. In Guatemala gibt es besonders negative Bedingungen für Bananenarbeiter/innen. Sie leiden unter Diskriminierung und Gewalt. Gewerkschaftsmitglieder müssen um ihr Leben fürchten. In Costa Rica bedienen sich die Bananenunternehmen des Solidarismo, mit dem eine alternative Organisationsform simuliert wird, um die Arbeit der rechtmäßigen Gewerkschaften zu unterlaufen.

Die meisten nach Europa exportierten Bananen werden auf großen Plantagen in Lateinamerika und zunehmend in Westafrika angebaut. Intensive Anbaumethoden maximieren die Produktivität, aber verursachen schwere Umweltschäden. Bananenplantagen sind Monokulturen mit nur einer Erntepflanze. 97% der weltweit gehandelten Bananen stammen von einer einzigen Varietät, der Cavendish. Die mangelnde genetische Vielfalt und die hohe Pflanzdichte machen Bananenpflanzen auf konventionellen Plantagen hochempfindlich für Schädlinge, Pilze und Krankheiten. Deshalb werden große Mengen von Insektiziden und Pestiziden auf die Erntepflanzen ausgebracht. Wenn die Schädlinge und Krankheitserreger resistent werden, müssen noch stärkere, schädlichere Pestizide verwendet werden. Viele Plantagenbesitzer geben mehr Geld für Agrarchemikalien aus als für ihre Arbeiter/innen. Düngemittel und Pestizide vergiften Wasserläufe, töten Fische und zerstören weitere Wasserlebewesen einschließlich Korallenriffe. Fahrlässig gelagerte Chemikalien sickern in den Boden und in die Wasserläufe. Das vergiftete Wasser wird flussabwärts zum Trinken, Kochen und Waschen benutzt.

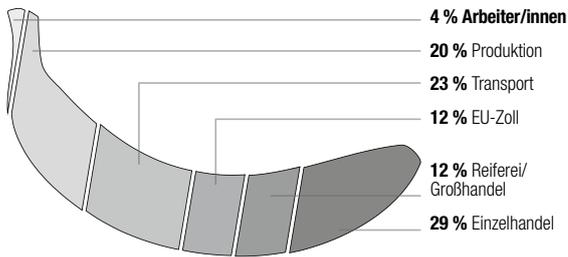
Agrarchemikalien werden per Hand ausgebracht und aus der Luft versprüht. Schätzungsweise 85% der per Flugzeug gesprühten Chemikalien verfehlen die Erntepflanzen. Stattdessen reichern sie sich in umliegenden Gebieten an, ebenso in den Arbeiter/innen, ihren Häusern und ihren Lebensmitteln. Vorschriften, die den Aufenthalt von Personen in den besprühten Bereichen verbieten, werden gewöhnlich nicht beachtet. Plantagenarbeiter und Anwohner kennen viele gut dokumentierte Gesundheitsschäden durch extensiven Einsatz von Agrarchemikalien. Sie reichen von Depressionen und Atemwegsproblemen hin zu Fehlgeburten und Erbschäden. Zehntausende durch das Nematizid DBCP in Nicaragua und in Costa Rica in den 1970er und 1980er Jahren steril gewordene Arbeiter verlangen mit Klagen gegen multinationale Unternehmen vor US-Tribunalen nach Gerechtigkeit.

Wussten Sie, dass...?!

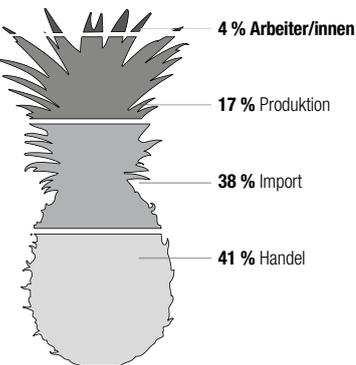
- der weltweite Jahreskonsum auf 108.225.000.000 Bananen geschätzt wird?
- Indien mit 21,8 Millionen Tonnen der größte Bananenproduzent ist? Jedoch ist das Land kein bedeutender Bananenexporteur.
- Ecuador die meisten Bananen exportiert, während Costa Rica der größte Ananasexporteur ist?
- die Bananenpflanze das größte Krautgewächs der Welt ist?
- der Name Banane eine Ableitung vom arabischen Wort banan = Finger ist?
- es mehrere hundert Bananensorten gibt, aber 97% der weltweit gehandelten Bananen von einer einzigen Sorte stammen, nämlich der Cavendish-Banane?
- Bananen 9 bis 10 Monate und Ananas 18 bis 24 Monate zum Wachsen brauchen?
- Ananas ihren Ursprung in Brasilien und Paraguay haben, während Bananen aus Südostasien stammen?
- Bananen zwischen Juli 1993 und Dezember 2009 der Gegenstand für den längsten und bittersten Handelsstreit der Welthandelsorganisation (WTO) waren?

Wer verdient wie viel im Bananen- und Ananashandel?

Der Preis der Banane*



Der Preis der Ananas**



* Die Zahlen basieren auf dem Preis für costaricanische Bananen in Supermärkten in Großbritannien.

** Die Zahlen basieren auf dem Preis für costaricanische Ananas in EU-Supermärkten.

Die „Ananas-Splitter“ im Schaubild zeigen die Aufteilung der Wertschöpfungskette entlang der Handelskette. Der Einzelhandel nimmt 41% des Werts in Beschlag. Dieser Anteil steigt stetig, weil die Einzelhändler den Zwischenhandel und damit die multinationalen Unternehmen ausschalten und direkt bei den Produzenten kaufen. Für die Arbeiter/innen im Ananasanbau bleibt nur ein sehr kleiner Anteil von 4% in der Wertschöpfungskette. Deshalb sind die Bedingungen für die Arbeiter/innen allgemein schlecht. Sie leiden unter Armutslöhnen, überlangen Arbeitstagen, Gewerkschaftsunterdrückung, Geschlechterdiskriminierung und Gesundheitsproblemen durch die Arbeit mit giftigen Chemikalien. In der Bananenindustrie sind die Bedingungen ähnlich und auch die Aufteilung der Wertschöpfungskette zeigt, dass bei denen, die jeden Tag unter Einsatz ihrer Arbeitskraft und ihrer Gesundheit dafür schufteten, dass in den Konsumentenländern ausreichend Bananen auf dem Markt in der erwarteten Qualität zur Verfügung stehen, am wenigsten davon profitieren.

Beispiele für gute Bedingungen in sozialer und ökologischer Hinsicht kann man bei Kleinproduzenten von Ananas mit Bio- und Fair-Trade-Zertifizierung in der Nordregion von Costa Rica finden. Jedoch sind sie eine Minderheit in einem Landwirtschaftszweig, der von wenigen großen, herkömmlichen und mächtigen Fruchtunternehmen beherrscht wird. Im Bananenbereich gibt es in weiteren Ländern wie Ecuador, Dominikanische Republik, Peru und den Windward Inseln Kleinproduzent/innen, aber auch ihr weltweiter Marktanteil ist gering.

Welche Rolle spielen die Supermarktketten?

Supermärkte sind die mächtigsten Akteure entlang der Lieferkette für tropische Früchte. Sie kaufen in riesigen Mengen ein und haben dadurch enormen Einfluss. In einigen Ländern sind Bananen das wertvollste Produkt im Sortiment. Supermärkte können hohe Profite erzielen, wenn sie Lieferanten unter Druck setzen und Bananen und Ananas zu nicht nachhaltigen, niedrigen Preisen einkaufen. Der Preiskrieg zwischen den Supermärkten bei Bananen und jüngst bei Ananas drückt die Preise weiter nach unten. Das führt zu geringen Löhnen,

schlechten Arbeitsbedingungen, Arbeitsrechtsverstößen, mangelhaftem Gesundheitsschutz und schlechten Sicherheitsstandards sowie mangelhaftem Umweltschutz. Fünf Supermärkte beherrschen 60% bis 80% des Lebensmittel Einzelhandels in Großbritannien, Deutschland und Frankreich. Die Marktkonzentration nimmt zu, auch in der Republik Tschechien. Supermärkte können ihre Nachfragemacht nicht nur zum Preisdrücken einsetzen, sondern auch für Forderungen nach rückwirkenden Preisnachlässen, verspäteten Zahlungen und Drohungen mit dem Auslisten von Lieferanten. Weil der Markt des Lebensmitteleinzelhandels sich immer mehr in der Hand einiger weniger Einzelhandelsunternehmen konzentriert, bleibt den Lieferanten kaum etwas anderes übrig, als solche Konditionen zu akzeptieren. Die aktuelle Wettbewerbspolitik der Staaten und der EU hat keine Vorsorge getroffen gegen den Missbrauch von Nachfragemacht und ihre Auswirkungen

auf Lieferanten außerhalb der EU. So gibt es keine wirkungsvollen nationalen Gesetzgebungen, um Supermärkte haftbar zu machen für die Folgen ihrer Beschaffungspolitik in den Produzentenländern. Viele Supermärkte haben sich Richtlinien für soziale Unternehmensverantwortung gegeben, um sozialen und ökologische Standards entlang der Beschaffungskette zu entsprechen. Sie haben sich auch einer Reihe freiwilliger Initiativen angeschlossen. Aber die Arbeiter/innen konnten bisher wenig oder gar keine Veränderungen vor Ort feststellen.

Der Obsteinkauf im Supermarkt ist eventuell unser engster Kontakt mit den Produzentenländern. Unsere verantwortliche Kaufentscheidung kann direkte Auswirkungen haben auf die Arbeitsbedingungen, die Löhne und den Umgang mit der Umwelt in diesen Ländern.

Worum geht es bei der Kampagne Make Fruit Fair!?

Die wichtigsten Anliegen der Kampagne sind:

- Förderung fairer und nachhaltiger Bananen- und Ananasbeschaffung
- Durchsetzung von Arbeitsrechten und Umweltschutz in Produktionsländern
- Die Anliegen unserer Partner aus den Produktionsländern bei uns hör- und sichtbar machen.
- Brücken zwischen Menschen in Produktionsländern und Konsumentenländern zu bauen
- Neue Formen internationaler Handelspolitik und -praxis zu unterstützen.



Wofür setzt sich die Kampagne Make Fruit Fair! ein?

Wir wollen, dass Supermärkte als machtvollste Akteure in der Beschaffungskette faire Preise an ihre Zulieferer zahlen.

Wir fordern **Fruchthandelskonzerne und Supermärkte** dazu auf

- Die Zahlung existenzsichernder Löhne und Preise auf den Plantagen zu gewährleisten, von denen sie Bananen und Ananas beschaffen.
- Die Einhaltung von Arbeitsrechten zu garantieren, einschließlich des Rechtes, sich in unabhängigen Gewerkschaften zu organisieren.
- Für den Schutz der Umwelt und eine Verringerung des Einsatzes hochgiftiger Pflanzenschutzmitteln zu sorgen.

Wir fordern von den **Regierungen:**

- Den Missbrauch der Einkaufsmacht der Supermärkte zu regulieren.
- Sicherzustellen, dass Unternehmen für die Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern haftbar gemacht werden können.
- Eine Politik für faire und nachhaltige Fruchtproduktion zu unterstützen.

Machen Sie mit!

Sie als Konsument/in haben die Macht, politische und wirtschaftliche Entscheidungsträger zu beeinflussen. Diese sind für eine Verbesserung der Situation in der Bananen- und Ananasbeschaffung verantwortlich.

Sie können über Ihren verantwortungsvollen Einkauf fairen Handel und nachhaltige Produktion unterstützen!



Ihr lokales Engagement ist wichtig - im internationalen Kampf für gerechte Arbeitsbedingungen und Umweltschutz im Ananas- und Bananenbereich und für die Eindämmung der

Supermarktmacht: Gemeinsam mit Mitstreiter/innen vor Ort, Bündnispartner/innen, Kooperationspartner können Sie vielfältige, effiziente Aktionen starten, die weitere Menschen zum Mitmachen bewegen und das Thema Supermarktmacht und die Folgen in die Öffentlichkeit bringen. Ein wichtiges Ziel der Kampagne Make Fruit Fair! ist, den Arbeiter/innen und Kleinproduzent/innen im Ananas- und Bananenanbau eine Stimme zu geben, uns für Ihre Anliegen einzusetzen. Um die Öffentlichkeit zu informieren, Forderungen an politische und ökonomische Entscheidungsträger durchzusetzen, bedarf es der ständigen Aufmerksamkeit und des Drucks vieler Menschen. Nutzen Sie vor allem auch unsere Webseite, um sich über die neuesten Aktionen und Mitmachideen zu informieren.

Und: Machen Sie tolle Fotos und Filme von Ihren Veranstaltungen und Aktionen, mit denen Sie und wir an die Öffentlichkeit, auf die Homepage der Kampagne gehen können. So können wir noch mehr Menschen zum Mitmachen aktivieren.

Die Klassiker



Der Informationsstand

Egal ob in der Fußgängerzone, auf dem Wochenmarkt, bei Schul- oder Gemeindefesten oder im Rahmenprogramm von (Groß-)Veranstaltungen: Der Infostand passt überall dort hin, wo Sie Aufmerksamkeit für die Anliegen der Kampagne, die Folgen der Supermarktmacht oder den Fairen Handel wecken wollen.

Zunächst müssen Sie sich für einen geeigneten Ort entscheiden. Dass Sie Ihren Infostand dort aufbauen, wo sich möglichst viele Menschen aufhalten, versteht sich von selbst. Dieses Grundprinzip sollten Sie sich in der Hektik der Planungen immer wieder als Selbstprüfung vor Augen führen. Denn schließlich wollen Sie nicht alleine an Ihrem Infostand stehen, sondern Kontakte zu Menschen knüpfen, die Sie normalerweise nicht erreichen. Ein einfacher Infostand ist schnell zusammengestellt. Als Grundzutaten brauchen Sie:

Einen Stehtisch für Gespräche, den Sie zum Beispiel auch aus einem Bananenkartonstapel und einer Glasplatte selbst bauen können, und Stellwände oder ein Banner als begrenzende Rückwand. Als Infomaterial können Sie die Materialien der Kampagne und von BanaFair nutzen. Dazu gehören das Kampagnenfaltblatt und die Poster. Weitere Materialien finden Sie im Anhang. Ist der Stand im Grundgerüst einmal aufgebaut, geht es um die Gestaltungsdetails. Jeder muss auf den ersten Blick sehen

können wofür und für wen Ihr Infostand wirbt. Mit anderen einfachen Mitteln lässt sich zusätzlich Wirkung erzielen: Zum Beispiel mit Bananenpflanzen, Stoffbahnen oder Rollups, die Sie bei BanaFair ausleihen können.

Aktionen und Give aways am Stand sind wichtig, um die Aufmerksamkeit der Passant/innen zu

erregen. Ein Ananasdrink oder ein Stück Bananenkuchen (siehe Rezeptteil), Buttons mit dem Kampagnenlogo und weitere Materialien, die wir im Rahmen der Kampagnenaktivitäten für Sie zur Verfügung stellen werden. Auf der Webseite, im Newsletter oder unter info@makefruitfair.de erfahren Sie mehr darüber. Vor allem gute Aktionsideen werten Ihren Stand so richtig auf und machen ihn für andere attraktiv. Bieten Sie für Kinder zum Beispiel das Ananas- und Bananensplitpuzzle an. Das Material zum Kopieren und Laminieren finden Sie im Anhang. Im Rahmen der Kampagne Make Fruit Fair werden regelmäßig Eilaktionen durchgeführt. Wenn eine aktuelle Aktion in die Zeit Ihrer Veranstaltung fällt, können Sie an Ihrem Stand Unterschriften dafür sammeln und über die Hintergründe der Aktion informieren. Oder ergänzen Sie Ihren Infostand durch eine der Mitmachaktionen im nächsten Kapitel.

Die Unterschriftensammlung

Sammeln Sie Unterschriften für eine Eilaktion oder im Rahmen einer Lobbyaktion für einen politischen oder wirtschaftlichen Entscheidungsträger. Abonnieren Sie den Newsletter oder schauen Sie sich die Webseite von Make Fruit Fair! regelmäßig an: Dort gibt es in den nächsten zwei Jahren immer neue Aktionen, an denen sich die Öffentlichkeit beteiligen

soll. Eilaktionen bei konkreten Rechtverstößen auf Plantagen, Forderungen an Politiker/innen nach gesetzlichen Regelungen zur Eindämmung der Supermarktmacht oder Forderungen nach einer besseren Beschaffungspolitik bei Supermarktketten. Das Material dazu können Sie sich direkt von der Webseite herunterladen oder bei BanaFair bestellen.

Die Eilaktionen

Es geht ganz einfach: Registrieren Sie sich für unseren Newsletter auf der Make Fruit Fair! Webseite! Wir informieren Sie regelmäßig über aktuelle Eilaktionen und den Fortgang vorheriger Aktionen. Auf diese Weise können Sie auch als Einzelperson an einer globalen Aktion teilnehmen und sich für die Rechte der betreffenden Arbeiter/innen einsetzen.

Die Beteiligung an und Weiterleitung von Eilaktionen oder sogenannten Urgent Actions ist ein wichtiges Instrument der Kampagne Make Fruit Fair! Eine Eilaktion ist die Aufforderung von Partnern in den Produktionsländern, aktiv zu werden und etwas zu unternehmen, um unsere Unterstützung zu demonstrieren. Meist geht es um das Versenden einer Email an eine/n Plantagenbesitzer/in oder ein Unternehmen, in dem diese/r aufgefordert wird, eine Arbeits- und/oder Menschenrechtsverletzung zu korrigieren. Wir stellen Ihnen einen Briefvorschlag und die dazugehörige Übersetzung zum Versenden zur Verfügung. Unternehmen, aber auch Politiker/innen reagieren sehr sensibel auf die öffentliche Meinung und solche Proteste haben schon oft positive Auswirkungen erzielt.

Sie können die Forderungen der Arbeiter/innen noch breiter unterstützen, indem Sie die Unterschriftenaktion an Ihren Freundes- und Bekanntenkreis oder an Arbeitskolleg/innen weiterleiten.

Wir halten Sie über den Fortgang der Eil- oder Lobbyaktion auf dem Laufenden und informieren Sie, ob es weiteren Handlungsbedarf gibt.

Die Vortragsveranstaltung

Organisieren Sie eine Vortragsveranstaltung, um eine größere Gruppe, die Sie gezielt einladen, über die Themen der Kampagne Make Fruit Fair zu informieren.

Wichtig für den Vortrag ist, neben der Auswahl des konkreten Themas, die Wahl des Redners/der Rednerin. Zuvor muss natürlich entschieden werden, welche Zielgruppe Sie erreichen wollen: Eher ein Fachpublikum oder die breite Öffentlichkeit? Vielleicht möchten Sie weitere Kooperationspartner im Ort gewinnen und gemeinsam die Veranstaltung planen?

Wenden Sie sich gerne an uns, wenn Sie einen Referent/innen von BanaFair einladen oder im Rahmen einer Speaker Tours mit Arbeiter/innen oder Produzent/innen von vor Ort eine Veranstaltung machen möchten. Wir laden im Rahmen der Kampagne in den nächsten zwei Jahren Vertreter/innen von Partnerorganisationen ein. Informieren Sie sich auf unserer Webseite über die Termine oder fragen Sie im BanaFair-Büro.

Die Podiumsdiskussion

Auch sie gehört zu den Klassikern der Veranstaltungsorganisation. Die nötigen Vorüberlegungen sind ähnlich wie beim Vortrag. Größter Unterschied: Als Thema der Veranstaltung sollten Sie eine knackige, vielleicht auch kontroverse These vorgeben Sie benötigen nicht nur einen Redner, sondern eine breitere Palette von vier bis fünf Personen, die natürlich unterschiedliche Meinungen zum Thema und unterschiedliche Hintergründe haben sollten z.B. Vertreter einer Supermarktkette, der örtlichen Gewerkschaft, der Kirche. Die wahrscheinlich wichtigste Person bei der Podiumsdiskussion ist der Moderator bzw. die Moderatorin. Der Moderator sollte sich nicht nur selbst gut im Thema auskennen, sondern auch in der Lage sein, die Diskussion in geordnete Bahnen zu lenken und immer den Überblick zu behalten. Hintergrundinformationen zur Vorbereitung finden Sie nicht nur in diesem Handbuch, sondern auch auf der Make Fruit Fair-Webseite.



Das Faire Frühstück

Ein faires Frühstück ist eine einfache und kommunikative Möglichkeit, Menschen an die Themen der Kampagne heranzuführen. Im Weltladen, im Gemeinderaum, im Umweltzentrum oder im örtlichen Cafe. Hauptsache der Ort ist zentral gelegen und für eine gemütliche Frühstücksatmosphäre geeignet. Laden Sie Menschen ein, die für Sie wichtig sind: Multiplikator/innen, Politiker/innen, Pressevertreter/innen. Natürlich gibt es verschiedene Bio- und fair gehandelte Produkte zum Trinken und Essen, aber eben auch Informationen über die Kampagne, den Fairen



Handel und die Probleme von Kleinproduzent/innen auf dem Weltmarkt und warum der faire Handel ein wichtiges Instrument ist, um benachteiligten Produzent/innen einen Marktzugang zu schaffen.

Dazu können Sie vielleicht einen Film (siehe Materialliste im Anhang) zeigen oder Stellwände mit Kampagneninformationen aufstellen.

Die Zutaten und Dekorationsmaterialien für das Frühstück können Sie im örtlichen Weltladen und/oder Bioladen einkaufen. In den meisten Fällen geben Weltläden Waren auch auf Kommissionsbasis ab, was sich besonders für das faire Frühstück anbietet, wenn unklar ist, mit wie vielen Gästen zu rechnen ist. Wichtig ist eine frühzeitige Absprache mit allen Beteiligten.

Mitmach-Aktionen

Mitmach-Aktionen



Straßentheater

Politische Öffentlichkeitsarbeit wird meist mit viel Papier betrieben. Straßentheater ist eine andere, kreative Möglichkeit, die Inhalte der Kampagne in die Öffentlichkeit zu bringen. Vor dem Weltladen, in der Fußgängerzone oder bei Gemeinde- und Pfarrfesten, bei der Arbeit mit Jugendlichen. Diese können auch versuchen, selbst Szenen zu entwickeln, Sketche, ein kurzes Stück. Der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt. Wichtig ist, dass die Präsentation entwicklungspolitischer Inhalte einmal anders daherkommt, witzig, nachdenklich, prägnant. Es soll Neugierde geweckt werden oder ein Dialog entstehen mit den Passant/innen. Noch besser wirkt die Szene/Aktion, wenn Großobjekte dazu kommen. Riesige Schaumstoff- oder Pappmaché-Bananen ziehen garantiert die Blicke auf sich.

Besonders gelungene Straßentheaterszenen sollten Sie filmen und uns zusenden, damit wir Sie auf unsere Webseite stellen können (siehe Seite 17).

Und so könnte es aussehen, vor dem Weltladen, der Kirche, auf dem Marktplatz:

Beispielszene 1

Zwei Frauen in der Verpackstation, Arbeit wie am Fließband, die Hitze wird spürbar, der Gestank von Pestiziden erfüllt die Luft, sie packen Bananenkartons... „Tritt in die Gewerkschaft ein“, flüstert die eine. Die andere überlegt. „Hier verdienst Du nicht einmal den Mindestlohn“ „Dann bist Du nicht allein“ „Sie werden Dich feuern“. Das Gewissen ist vielstimmig. Wie wird sich die Frau entscheiden?“

Diese Szene kann immer wieder von vorn gespielt werden, was auch den Vorteil hat, das Vorübergehende sehr gut angesprochen werden können bzw. die Möglichkeit haben, den Anfang der Szene noch mal anzuschauen, oder etwas, was sie verpasst haben. Oder die Szene wird mit einer abschließenden Lösungsmöglichkeit gespielt: Die Angesprochene fragt: „Wann trifft Ihr Euch?“

Beispielszene 2

Eine typische Verkaufsszene in der Fußgängerzone: Jemand steht an einem kleinen Tisch und schält und schneidet Bananen, wie Leute, die Küchengeräte oder Autoputzmittel verkaufen und erzählt dabei in ähnlicher Weise ununter-

brochen, aber eben nicht über die Vorteile des Küchengerätes, sondern über Lebens- und Arbeitsbedingungen der Arbeiter/innen von Ananas- und Bananenplantagen. Für Gern- und Vielsprecher/innen geeignet.

Beispielszene 3: Traumjob gesucht!

Diese Aktion will auf die unzumutbaren Arbeitsbedingungen der Frauen hinweisen, die in den Fruchtunternehmen oft nur als Kostenposten wahrgenommen werden.

Sie brauchen dazu einen Plantagenbesitzer, einen Vorarbeiter, evtl. einen Vertreter einer Supermarktkette aus Deutschland, eine Reihe von Arbeiter/innen, Arbeitskleidung und „Arbeitsplätze“. Stellen Sie dazu Tische mit Abwaschschüsseln und Bananenkartons auf. Direkt vor dieser Verpackstation hängen Sie ein Schild mit dem Slogan „Traumjob gesucht? Wir garantieren niedrigen Lohn für harte Arbeit“ auf. Versuchen Sie Passant/innen anzulocken und spielen Sie verschiedene Szenen: Interessierte Frauen können sich beim kompromisslosen Plantagenbesitzer vorstellen und anschließend in der Verpackstation ihre Arbeit aufnehmen. Der Vorarbeiter rennt herum, schreit die Arbeiter/innen an, mahnt lautstark zu schnellerer Arbeit und fordert die Arbeiter/innen zur Schwangerschaftskontrolle auf. Mutterschutzkosten kann sich das Unternehmen nicht leisten. Gelingt einer Arbeiterin die schnellere Produktion nicht oder fällt ihr Schwangerschaftstest positiv aus, wird sie fristlos entlassen.

Verstecktes/Unsichtbares Theater (in Supermärkten)

Bei dem versteckten Theater handelt es sich um eine politische oder künstlerische Aktionsform, bei der es darum geht, Theaterstücke nicht auf einer Bühne aufzuführen, sondern ohne Wissen der Zuschauer/innen an öffentlichen Orten. Im Rahmen dieser Kampagne eignen sich dafür natürlich in erster Linie Supermärkte.

Dort können zwei „Kund/innen“ zum Beispiel einen Dialog über billige Ananas oder Bananen „aufführen“. Nach dem Motto: „Schön, dass die Ananas heute wieder so billig sind. Da nehme ich doch gleich 2 mit.“ „Ja, schon, aber ich habe gestern einen Film darüber gesehen, unter welchen Bedingungen Ananas angebaut werden, da vergeht Dir der Appetit.“ „Wieso?“



Auch die oben genannten Beispiel-Theaterszenen können in abgewandelter Form im Supermarkt „zur Aufführung“ kommen.

Bananen- Ananas- Akkord

Diese Aktion können Sie mit Schüler/innen, Jugendlichen und Konfirmand/innen als Teil einer größeren Einheit zum Thema Probleme im Ananas- und Bananenanbau durchführen. Während des Unterrichtes, auf einem Gemeindefest oder eines Seminars. Es vermittelt das Gefühl von Stress und lässt Teilnehmer/innen die Auswirkungen von Monotonie- und Frustrationszuständen erleben.

Mehrere Gruppen von Teilnehmer/innen mit je 3 Personen arbeiten als Staffel und erhalten den Auftrag, auf ein großes Stück Papier zunächst Bananen und/oder Ananas (Vorlagen siehe Anhang) zu zeichnen, diese auszuschneiden und zu bemalen. So sollen sie als Staffel möglichst viele Bananen/Ananas in einer bestimmten Zeit produzieren. Auf Tischen liegen große Bögen Papier (A3), Schere, Stifte. Jeder Arbeitsschritt muss von jeweils einer Person durchgeführt werden. Jede/r Teilnehmer/in muss genau wissen, für welchen Arbeitsschritt sie/er wann zuständig ist. Die Teilnehmer/innen stellen sich einige Meter von den Tischen entfernt auf. Ab jetzt wird die Zeit (z.B. 10 Minuten) gestoppt: Wenn die Zeit abgelaufen ist, bringt die letzte Person aus der „Staffel“ alle produzierten Bananen/Ananas zum/r Aufseher/in zur Überprüfung. Jene Gruppe, die am Schluss die meisten Papier-Bananen/Ananas herstellen konnte, sollte die Siegergruppe sein. „Leider“ hat aber auch diese – trotz größter

Anstrengung – die vorgegebene Stückzahl (Akkord) nicht erreicht und fehlerhafte Stücke produziert, die nicht anerkannt werden.

Workshop

Gemeinsam macht es mehr Spaß: Sich über Inhalte zu informieren und Aktionen auszuprobieren. Organisieren Sie für Ihre (Jugend-) Gruppe evtl. mit weiteren interessierten Organisationen im Ort einen Workshop. Dort können Sie die Kampagne und Hintergrundinfos vorstellen, eigene (Straßentheater-) Szenen entwickeln, vorgeschlagene Aktionen ausprobieren und damit als Teil des Seminars gleich gemeinsam in die Öffentlichkeit gehen. Machen Sie von dieser Aktion Fotos und/oder Filme für die Make Fruit Fair-Webseite.

Oder melden Sie sich für einen unserer Workshops an, die wir im nächsten Jahr im Rahmen der Kampagne Make Fruit Fair! anbieten. Die Termine finden Sie auf der Webseite oder fragen Sie im BanaFair-Büro.

Fotoaktion

Fotografieren Sie Freunde, Prominente, Politiker/innen mit dem Logo und Slogan und evtl. einer konkreten Forderung der Kampagne. Das Logo/Motto Schildchen können Sie als Kampagnen-Material bei uns bestellen oder selbst basteln. Die Forderungen können Sie bei Bedarf ebenfalls auf ein größeres Format kopieren und auf Pappe kleben. Machen Sie so sichtbar, wer sich alles für unsere Kampagne engagiert und senden Sie uns Ihre Fotos. Wir stellen diese auf unsere Webseite. Sie selbst können die Fotos auch auf Ihre Webseite und/oder in die regionale Presse bringen. Öffentlichkeitswirksam sind die Fotos auch, wenn sie im Weltladen / Gemeinderaum ausgehängt bzw. zu einer kleinen Ausstellung zusammengefasst werden.

Fotoaktion II: Bringen Sie den Kampagnenlogan „Make Fruit Fair!“ in die Öffentlichkeit!

Dies ist auch eine Fotoaktion: Stellen Sie den Schriftzug Make Fruit Fair! auf einem prominenten Platz in Ihrem Ort oder vor einem Supermarkt nach. Dies kann mit Hilfe von Personen geschehen, die sich je nach Buchstabe in unterschiedlichen Farben kleiden oder mit Bierzelttischen. Fotografieren sie den Schriftzug möglichst senkrecht von oben (vom Hausdach, Feuerwehrlleiter, Kirchturm, Hochhaus). Fragen Sie den Sportverein, die Feuerwehr oder eine Schule und laden Sie sie zum Mitmachen bei dieser außergewöhnlichen Aktion ein.

Smart Mob

Organisieren Sie einen Smart-Mob vor einem Supermarkt, auf dem Marktplatz oder einem anderen zentralen Platz. Dies ist eine schnelle Aktion mit viel Spaß! Sie brauchen dazu vor allem: möglichst viele Menschen, die zunächst Teil einer anonymen Masse sind, an einem öffentlichen Ort und sorgen dann für eine plötzliche, überraschende, aufmerksamkeitsstarke Aktion. Diese sollten Sie vorab genau planen, sie sollte für alle leicht verständlich und durchführbar sein. Alle treffen sich pünktlich am verabredeten Ort und bestreiten gemeinsam eine kleine Aktion. Zum Beispiel bringen alle Teilnehmer/innen das Schild mit dem Motto der Kampagne mit und halten es alle gemeinsam eine bestimmte Zeit in die Höhe. Danach verteilen Sie an die umstehenden Schaulustigen die Kampagnen-Flyer. Statt der Schilder können Sie auch alle eine BanaFair-Banane mitbringen.

Bei der Vorbereitung müssen Sie unbedingt den genauen Zeitpunkt und Ort der Aktion festlegen. Dann laden Sie persönlich, per E-Mail, SMS, telefonisch, im Web 2.0 Freunde und Bekannte ein, teilen die genaue Zeit, Ort, Ablauf, was mitzubringen ist mit und bitten um Weiterleitung der Aktionsdaten.

Smart Mobs zu filmen sind eine Herausforderung, aber vielleicht haben Sie jemand im Bekanntenkreis, die/der sich das zutraut! Schön wären dann vorab noch eine kleine Dokumentation der Vorbereitung und kleine Interviews mit Beteiligten nach der Aktion! Senden Sie uns Ihren Film für die Webseite der Kampagne.

Bildungsarbeit

Unterstützen Sie nachhaltige Produktion und Fairen Handel indem Sie möglichst viele Menschen von diesen Themen berichten. Dazu können Sie das Kampagnen- und Bildungsmaterial von BanaFair nutzen. In Schulen, für Gruppen, Konfirmand/innen-Freizeiten oder während der Projekttag. Haben Sie zum Beispiel bereits den BanaFair-Bananenparcours mit Bananenwetternten ausprobiert? Sie können die in diesem Material enthaltene Banner auch „nur“ zur Information Ihrer Schüler/innen nutzen oder nur Teile des Parcours. Anknüpfungspunkte für die Themen Supermarktmacht und Fairer Handel gibt es im Alltag und

bei Unterrichtsthemen der Einen Welt reichlich. Ganz praktisch können Sie mit Ihrer Zielgruppe den fairen Handel unterstützen, indem Sie Produkte aus Fairem Handel im Schulkiosk, nach dem Gottesdienst oder auf dem Gemeindefest verkaufen.

Organisieren Sie Veranstaltungen, wie im Kapitel »Die Klassiker« beschrieben, gemeinsam mit Ihrer Gruppe, Ihren Schüler/innen. Oder sie können eine der verschiedenen Mitmachaktionen mit Ihrer Zielgruppe umsetzen, zum Beispiel die Einstudierung eines Straßentheaterstückes.

Rezepte

Hier finden Sie Snacks für Events und kleine Gerichte für Veranstaltungen. Weitere Rezepte finden Sie auf unsere Webseite und im Rezeptheft von BanaFair.

Bitte möglichst viele Zutaten aus der Region, aus biologischem Anbau und/oder Fairem Handel verwenden!

Agua Fresca - Kühles Wasser

Zutaten: 3 reife Bananen
8 Tassen Wasser
Zucker oder Honig

Zubereitung: Die Bananen mit dem Wasser pürieren. Mit Zucker oder Honig abschmecken. Gut umrühren und kalt servieren.



Ananas-Drink

Zutaten: 4 Scheiben Ananas
1 Tasse Ananassaft
1 Tasse Tomatensaft
2 TL Honig
2 TL Saure Sahne
1 Msp Curry

Zubereitung: Ananas klein schneiden und im Mixer pürieren. Die übrigen Zutaten dazugeben, kurz mixen. In hohe Trinkbecher über Eiswürfel gießen.



Schnelle Bananen-Creme - Krem Pisang

Für 4 Personen. Zubereitungszeit: 10 Minuten.
Kühlzeit: 1-2 Stunden

Zutaten: 2 große reife Bananen
1-2 EL Zitronensaft
2 EL brauner Zucker
1 Prise Zimt
150 ml Schlagsahne

Zubereitung: Bananen mit Zitronensaft, Zucker und Zimt pürieren. Sahne steif schlagen und unterrühren. In Schalen füllen und bis zum Servieren kalt stellen.

Bananenwalnusskäse-Canapé

Zutaten: 150 g Roquefortkäse
1 Banane
einige Walnushälften
1 cl Weißwein
1 Baguette

Zubereitung: Käse mit etwas Weißwein cremig rühren. Auf Baguettescheiben streichen, mit Bananenscheiben und Walnushälften garnieren.



Bananenkuchen

Zutaten: 350 g Vollkornmehl
150 g Margarine oder Butter
160 g brauner Zucker
100 g Haselnüsse oder Mandeln, gerieben
3 Eier
3 Bananen, zerdrückt
1 Päckchen Vanillezucker
3 TL Backpulver
ca. 1/8 l Milch

Zubereitung: Die Zutaten zu einem Rührteig verarbeiten und bei 180 Grad C ca. 60 - 70 Minuten backen. Nach dem Erkalten kann der Kuchen mit einem Guss (z.B. Nuss) verfeinert werden.

MAKE FRUIT
FAIR!



Wie organisiere ich Aktionen?



Wenn Sie bzw. Ihre Gruppe eine Aktion planen müssen Sie sich zunächst auf ein bestimmtes **Thema** einigen. Anregungen dazu finden Sie in diesem Handbuch bzw. auf der Kampagnenseite von www.makefruitfair.de. Dort können Sie sich über die aktuellen Entwicklungen der Kampagne informieren, Eilaktionen, weitere Unterschriftenaktionen oder Materialien herunterladen. Sie können uns auch kontaktieren unter der E-Mailadresse: info@makefruitfair.de

Suchen Sie dann nach der für Sie bzw. Ihre Gruppe geeigneten **Aktionsform**.

Wichtig sind auch **Kooperationspartner**: Weltläden, Verbraucherorganisationen, Gewerkschafts- oder ATTAC-Gruppen. Je mehr Leute mitmachen, umso mehr Aufmerksamkeit können Sie in der Öffentlichkeit und den Medien erzeugen. Außerdem können Sie die anstehenden Aufgaben auf mehr Helfer/innen verteilen!

Der **Ort** der Durchführung sollte bei der Planung einer Aktion sorgfältig überlegt und vorher genau angeschaut werden. Er trägt wesentlich zur Atmosphäre bei, in der die Inhalte transportiert werden sollen. Die Kernaussage Ihrer Aktion soll in einem entsprechenden Rahmen vermittelt werden können. Sie werden

schließlich auch dort auftreten wollen, wo Sie mit Sicherheit die von Ihnen definierte **Zielgruppe** antreffen.

Bei der Wahl des richtigen **Zeitpunkts** für Ihre Aktion sollten Sie das örtliche Veranstaltungsangebot vorher prüfen. Einen inhaltlichen Anknüpfungspunkt haben Sie, wenn Sie sich für Ihre Aktion einen Jahrestag auszusuchen, wie z.B. den Internationalen Frauentag (8. März), den Tag der Umwelt (5. Juni) oder den Tag der Menschenrechte (10. Dezember).

Was müssen Sie noch beachten?

Prüfen Sie, ob Ihre Veranstaltung in der Öffentlichkeit angekündigt werden muss.

Wer eine Aktion auf einem öffentlichen Platz durchführen will, muss dafür im Vorfeld die **Erlaubnis** bei Städten oder Gemeinden einholen. Gut zu wissen ist auch, ob **Strom** und gegebenenfalls **Wasser** vorhanden sind bzw. woher diese genommen werden können, wenn Sie diese benötigen. Findet die Aktion unter freiem Himmel statt, sollten Sie **Regenschutz** und wasserfeste Materialien bzw. eine Ausweichmöglichkeit bei ganz schlechtem Wetter mit einplanen.

Machen Sie vorab **Werbung** für Ihre Veranstaltung mithilfe von Handzetteln, die Sie an geeigneten Orten auslegen oder zum Beispiel von verkleideten Bananen und Ananas in der Stadt verteilen lassen. Vielleicht können Sie sogar ein eigenes Plakat entwerfen und an verschiedenen Orten aufhängen.

Vor der Veranstaltung/Aktion sollten Sie mit Ihrer Gruppe den chronologischen Ablauf noch einmal genau besprechen und für die einzelnen Aufgaben Verantwortliche benennen. Diesen **Plan** machen Sie am besten schriftlich und tragen dort auch die Telefonnummern aller Verantwortlichen ein

Wie mache ich begleitende Pressearbeit?

Presse- und Medienarbeit sollte ein wichtiger Teil Ihrer Aktionsplanung sein. Ohne Zeitungsartikel oder Radiobeitrag findet Ihre Veranstaltung, so gut sie auch sein mag, unter Ausschluss der Öffentlichkeit statt. Sie sollten daher lokale Medien von der Aktion vorab berichten und einladen. Diese sind sehr interessiert am lokalen Geschehen und eine besondere Aktion hat große Chancen in die Presse zu kommen. Gerade die örtliche Tageszeitung hat eine große Reichweite und selbst ein kurzer Bericht ist besser als gar keiner.

Schreiben Sie eine Pressemitteilung und weisen Sie kurz und prägnant auf Ihre Veranstaltung hin oder informieren Sie über die Ergebnisse der Aktion. Eine Pressemitteilung muss bestimmten Regeln folgen:

Das Wichtigste steht am Anfang: Die 7 W's wer, was, wo, wann, wie, warum, woher/welche Quelle sollten gleich im ersten Absatz beantwortet werden. Dann folgen die Einzelheiten, am Ende die Hintergrundinformationen. Es sollten möglichst viele Zitate eingesetzt

werden und auch ein gutes Foto. Je nach der Art Ihrer Aktion schaffen Sie selbst ein gutes Bildmotive oder Sie nehmen eines aus Ihrem Archiv.

Wenn Sie einen prominenten Gast oder Vertreter/innen aus den Produktionsländern bei Ihrer Veranstaltung haben, bieten Sie Gespräche mit diesen an.

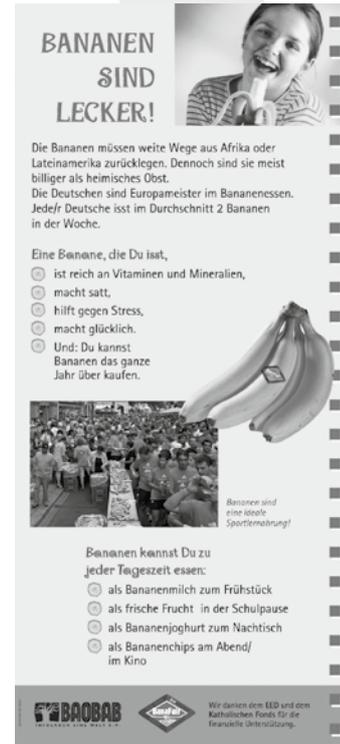
In der Regel sollen alle Informationen auf einer DIN A4 Seite Platz finden. Nicht zu vergessen sind die Angaben zur Kontaktperson (E-Mail, Mobiltelefonnummer und Homepage-Adresse) für eventuelle Rückfragen. Erkundigen Sie sich vorab nach den Zeiten des Redaktionsschlusses und nennen Sie im Betreff Ihrer Pressemitteilung genau worum es geht.

Stellen Sie vor der Veranstaltung eine Pressemappe zusammen. Mit Hintergrundinformationen zur Kampagne „Make Fruit Fair!“, über Ihre Gruppe und zur Aktivität selbst sowie die Namen aller beteiligende Organisationen.



Wie kommen meine Fotos und Filme auf die Webseite von Make Fruit Fair!?

Sie haben eine tolle Aktion durchgeführt? Sie haben die Kampagnenziele sichtbar gemacht? Oder eine Veranstaltung mit Prominenten/Vertreter/innen aus dem Süden durchgeführt? Dann sollten möglichst viele Menschen davon erfahren. Senden Sie Ihre Fotos und gelungenen Filme über Ihre Aktionen und Veranstaltungen an info@makefruitfair.de. Wir setzen diese dann auf die Make Fruit Fair! Webseite. Eine tolle Werbung für Sie, ein Anreiz für andere Gruppen, ähnliche Aktionen durchzuführen und die Kampagne kreativ und erfolgreich zu machen!



Literatur- und Materialhinweise

Endstation Ladentheke

Einzelhandel-Macht-Einkauf: Unter welchen Bedingungen Bananen und Ananas produziert werden, die in Deutschland über die Ladentheke gehen. Oxfam (Hrsg.) 2008

Hohe Gewinne – wenig Verantwortung

Wie Metro seine Marktposition in Indien auf Kosten der Landarbeiter/innen und Angestellten ausbaut. Oxfam (Hrsg.) 2009

Info-Faltblatt Make Fruit Fair!

DIN A6, 8 Seiten, BanaFair 2010

2 Poster Make Fruit Fair!

DIN A2, BanaFair, 2011

Weitere Kampagnen-Materialien

z.B. Banner oder Make Fruit Fair Schilder, erscheinen im Laufe des Jahres 2011, bitte im Internet oder im BanaFair-Büro erkundigen.

Film Pura Vida

Jan Nimmo, Thema: Ökologische und soziale Probleme in der Bananen- und Ananasproduktion in Costa Rica, DVD, 29 Min. (engl./span. mit deutschen Untertiteln), 2007

Film Krumm, Gelb und Fair – Bio-Bananen aus Ecuador

Elke Werry, Brot für die Welt, DVD 15 Min. 2007

Der Bananenparcours – Ein Stationenspiel für 8-14jährige

Mit 6 thematischen Stationsbannern, einem umfangreichen Begleitheft und Material für ein spannendes Bananenuetterten. Ausleihe über BanaFair.

Ausstellung: Bananen um jeden Preis?

10 Tafeln, 70x100 cm, Themen: Geschichte der Banane, Arbeitsbedingungen und Menschenrechte, Plantagen vs Kleinbauern, Gewerkschaften und soziale Rechte, der Preis der Banane, fairer Handel. Ausleihe über BanaFair.

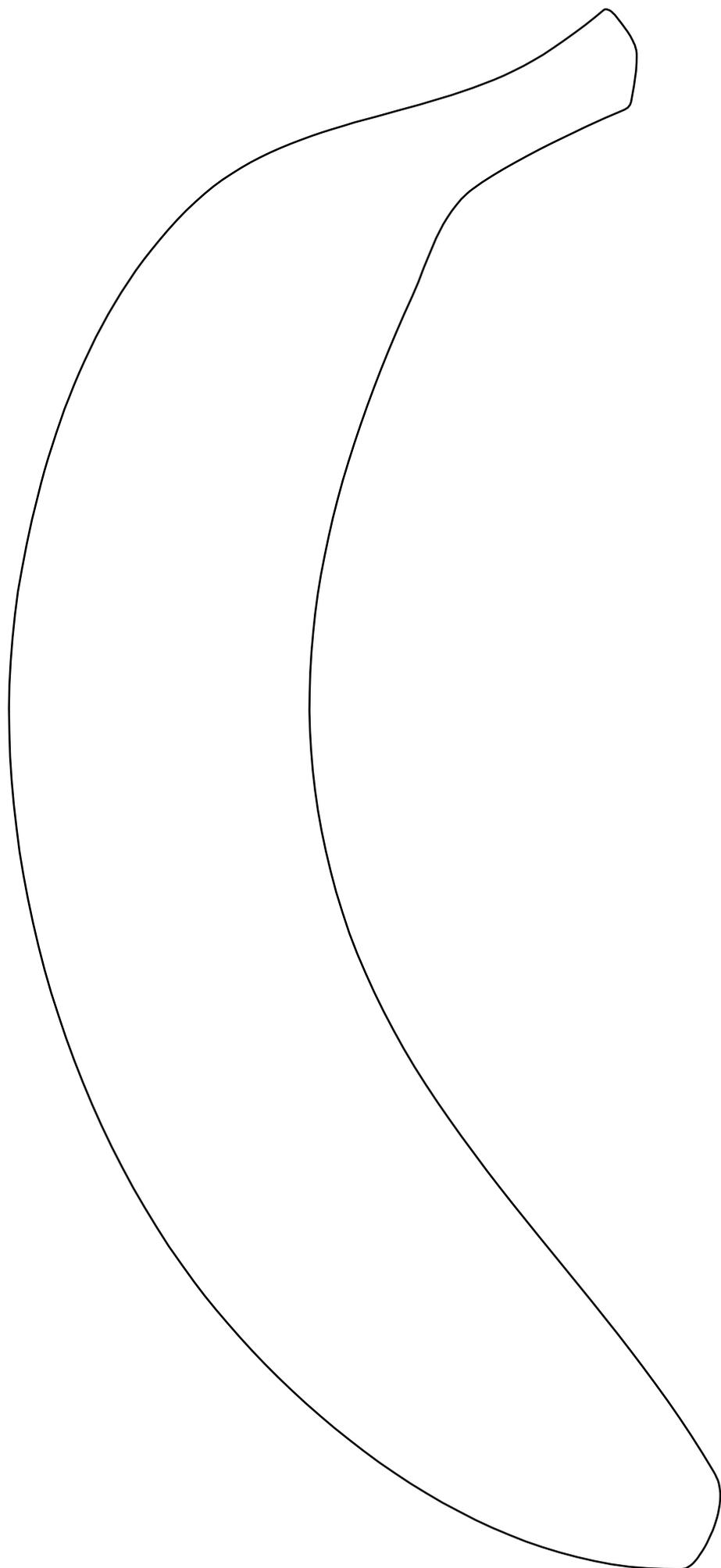
Internetlinks

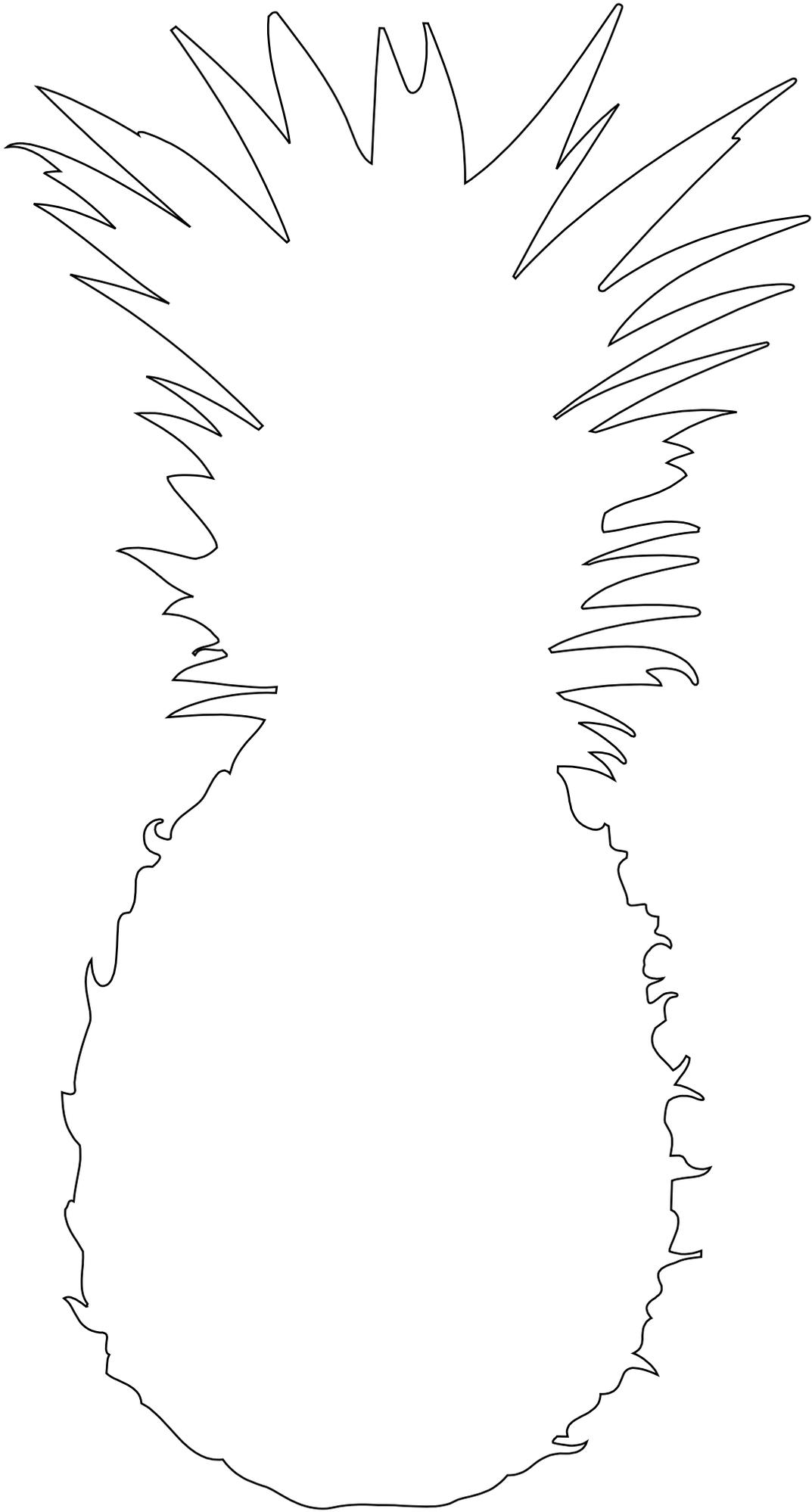
www.banafair.de
www.cora-netz.de
www.fair4you-online.de
www.forum-fairer-handel.de
www.makefruitfair.de
www.supermarktmacht.de
www.rechtfuermenschen.de
www.weltladen.de



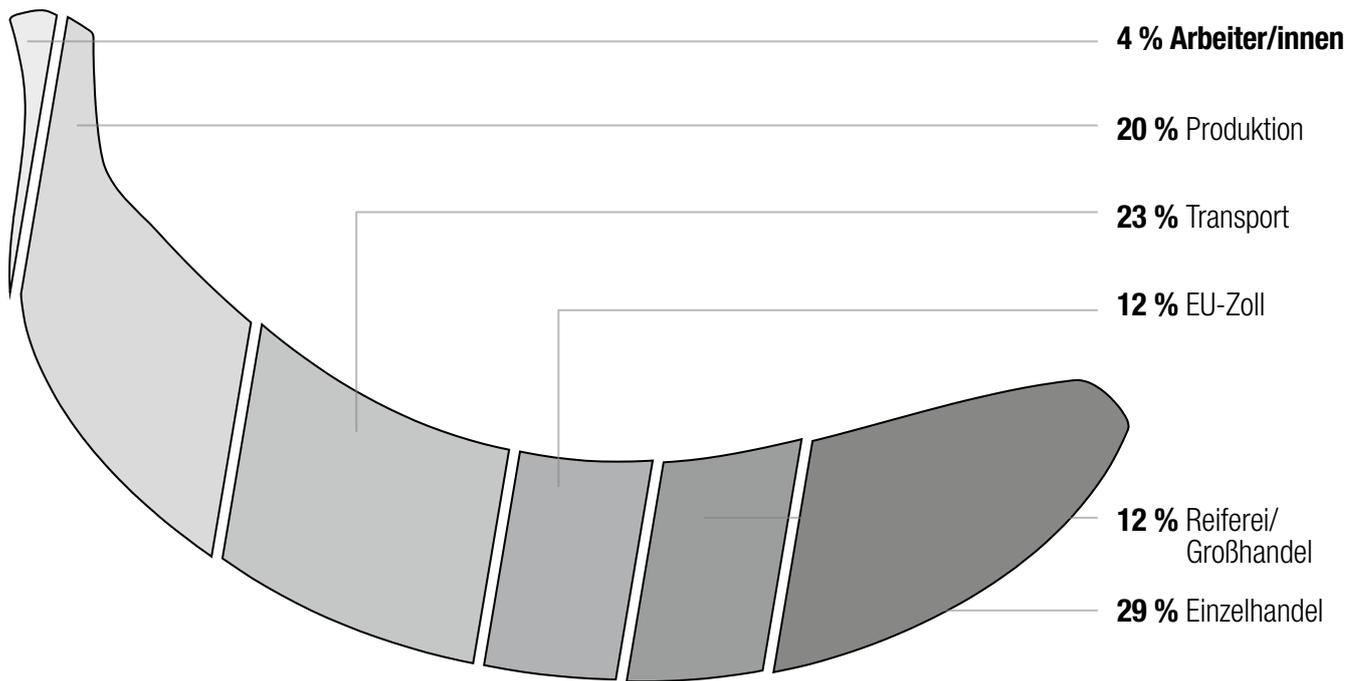
**MAKE FRUIT
FAIR!**



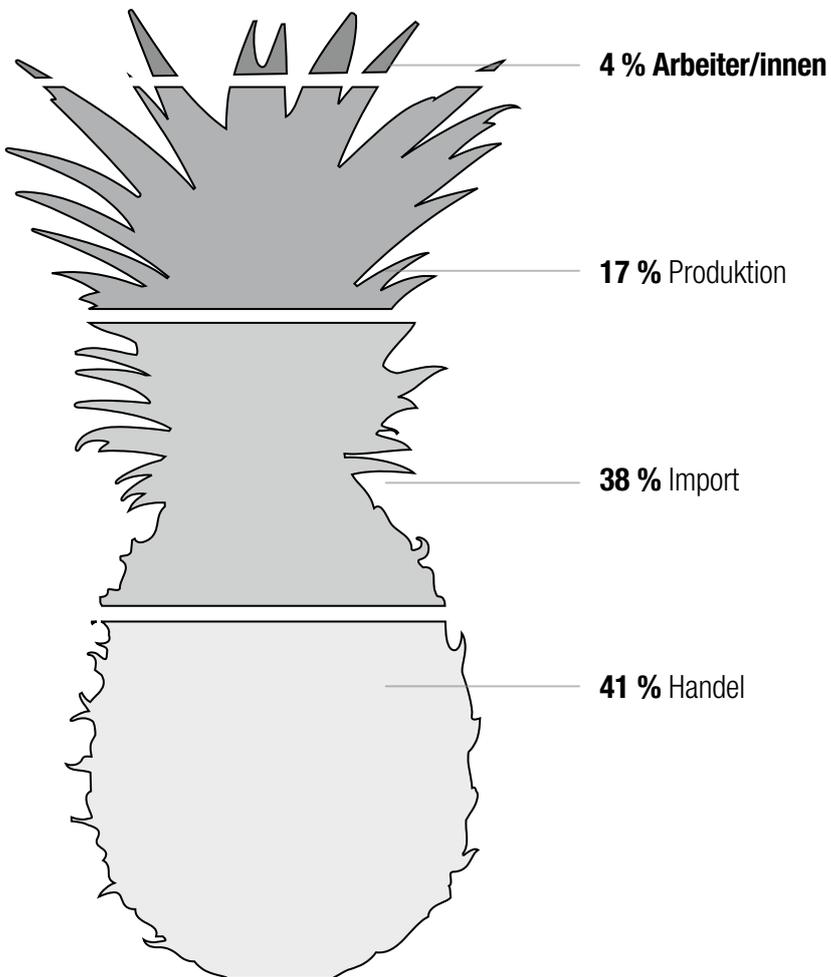




Der Preis der Banane*

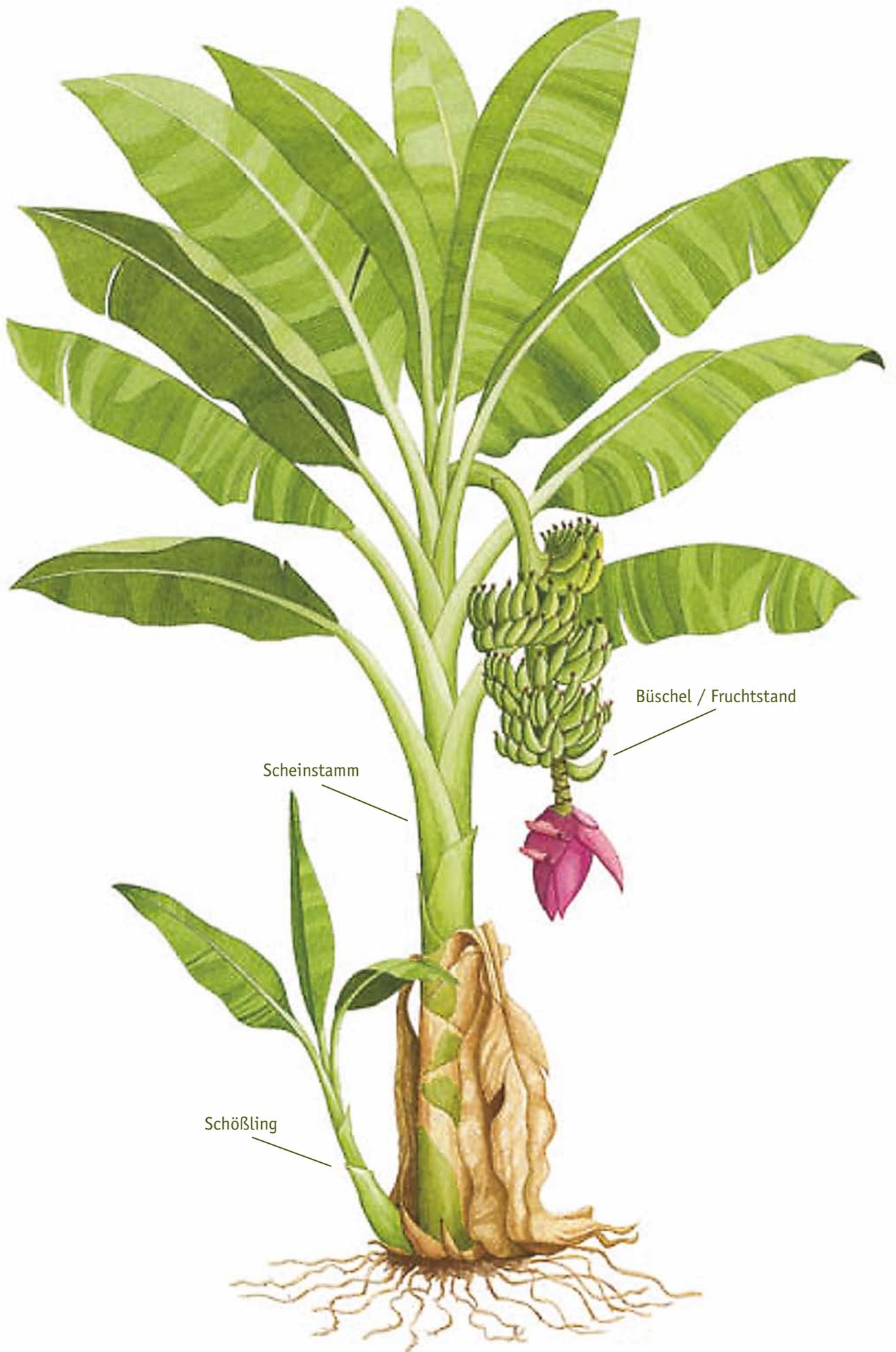


Der Preis der Ananas**



** Die Zahlen basieren auf dem Preis für costaricanische Bananen in Supermärkten in Großbritannien.

** Die Zahlen basieren auf dem Preis für costaricanische Ananas in EU-Supermärkten.



Scheinstamm

Büschel / Fruchtstand

Schößling

Wer sind wir?



BanaFair ist eine deutsche Fair-Handels-Organisation, die Fairen Handel mit Kleinproduzent/innen betreibt, Bildungs- und Lobbyarbeit durchführt und finanzielle Mittel für Projekte sowie zur Unterstützung von Bananenarbeitergewerkschaften und Partnerorganisationen in Lateinamerika und der Karibik zur Verfügung stellt. www.banafair.de



Banana Link ist eine britische Nicht-Regierungsorganisation, die sich für Fairness, Nachhaltigkeit und Gerechtigkeit in Produktion und Handel mit Bananen und Ananas einsetzt. www.bananalink.org.uk



Peuples Solidaires, in Zusammenarbeit mit Action Aid, ist eine internationale Solidaritätsorganisation, die in Frankreich ansässig ist und weltweit Menschen unterstützt, die für ihre Rechte kämpfen. www.peuples-solidaires.org



Společnost pro Fair Trade ist eine tschechische Nicht-Regierungsorganisation, die Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit über die sozialen, ökonomischen und ökologischen (Arbeits-) Bedingungen in der Produktion im globalen Süden macht. Fairer Handel wird als eine positive Alternative unterstützt. www.fairtrade.cz

Alle vier Organisationen bilden eine Koalition für diese Kampagne und sind zudem jeweils Mitglied in **EUROBAN** (Europäisches Aktionsnetz zur Bananen- und Agro-industrie). Gemeinsames Ziel ist soziale Gerechtigkeit und ökologische Nachhaltigkeit in der Produktion und im Handel mit Bananen und Ananas.

Kontakt: **BanaFair e. V.**

Langgasse 41 | 63571 Gelnhausen | Deutschland
Tel: 06051-8366-0 | Fax: 06051-8366-77
info@banafair.de
www.banafair.de



Dieses Dokument wurde mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Union erstellt. Für seinen Inhalt ist allein BanaFair verantwortlich; es gibt nicht den Standpunkt der Europäischen Union wieder.

gefördert durch

