

Fair-Propoly

Das
Spiel zum Fairen Handel

Die WELT
braucht
gute Ideen!



Die Entwicklung und Gestaltung von Fairpropoly wurde ermöglicht durch die Unterstützung von:



BASTELHEFT



Die
Fair-
Spielten



Diese Publikation wurde mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Union ermöglicht. Für den Inhalt der Publikation ist allein der Herausgeber BDKJ verantwortlich. Dieser kann in keiner Weise als Standpunkt der Europäischen Union angesehen werden.



Seiten	Inhalt
4, 77	Die zwei Spielfeldhälften (DIN A4) - wenn möglich auf Karton kleben.
5, 8, 76	Aktions-, Gemeinschafts- u. Ereigniskärtchen ausschneiden.
9, 73	Weltladen- und Aktionsgruppenkärtchen ausschneiden.
12, 69, 72	Produktblätter 3 aus 6.
13, 68	Ehrensachekärtchen in Farbe ausschneiden.
16, 17, 64, 65	Puzzelköpfe ausschneiden.
19, 80	Figurensockel nach Anleitung bauen und mit büstenhaften Köpfen der Fairspielten verkleben.
21, 24, 25, 56, 57, 60	Aktivblätter
56	Lösungsblatt
28, 29, 52, 53	Gemeinschaftsblätter
32, 33, 49	Ereignisblätter heraustrennen.
35, 36, 37	Spielanleitung
38, 39	Karikaturen der Fairspielten.
44	Ehrensachekärtchen sw kopieren (sollten ca. 120 sein).
10, 41	Weltläden- / Gruppenkärtchen sw (für Filialen) kopieren.
46, 48	Profil der Importeure
62	Abrechnungsblatt mehrfach kopieren.

Zusätzlich zu allem, was Ihr im Heft findet, braucht Ihr noch Bleistifte, zwei Würfel und einen Radiergummi. **Und schon kann's losgehen!**

IMPRESSUM

Herausgeber: Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ), Bundesvorstand, Carl-Mosterts-Platz 1, 40477 Düsseldorf, 0211-4693-0, www.bdkj.de

Spielidee, Gestaltung und Ausführung: Gerhard Mauch (Zeichner und Karikaturist), Daimlerstr. 3, 78628 Rottweil, 0741-1757903, gischbl13@web.de, www.fechenbach.de/mauch.htm

Lektorat: Susanne Rauh (BDKJ)

Preise: Einzelexemplar: 5,00 €, ab 5 Hefte 4,50 €, ab 10 Hefte 4,00 €
Bestellung beim Herausgeber und Gerhard Mauch

Druck: UWS Papier+Druck GmbH, Stuttgart. Gedruckt auf Recyclingkarton und Recyclingpapier

Dank an die Testspieler/-innen: Andrea, Barbara, Brigitte, Gottfried, Julika, Karl, Lena, Moni, Tanja und Ute

Quellen der Texte: Banafair, Bananenkampagne, dwp, El Puente, Epiz, Fair Trade e.V., GEPA, Weltladen Dachverband

August 2014



Einkauf im Supermarkt 2x aussetzen	WelHaden Graswurzel 40 / 2000	GEP Fair- händler	Aktions- feld	WelHaden Oase 20 / 1000	Gemein- schafts- feld	WelHaden Kunterbunt 20 / 1000	Zweifel am Engagement 1x aussetzen
---------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------	------------------	-------------------------------	-----------------------------	-------------------------------------	---------------------------------------

WelHaden Adepa 20 / 1000	dwa Fair- händler	Lutheraner Aktions- gruppe christlich	WelHaden Kipepo 20 / 1000	Gemein- schafts- feld
--------------------------------	-------------------------	--	---------------------------------	-----------------------------

WelHaden Adepa 20 / 1000



Ereignis- feld	Aktions- gruppe politisch amnesty	WelHaden Süd-Nord 40 / 2000	Aktions- feld	BANATOP Fair- händler
-------------------	--	-----------------------------------	------------------	-----------------------------



Aktionskarte (1): raus unter die Leute...

Aufgabe: Dein Weltladen, Deine Aktionsgruppe geht in die Fußgängerzone, auf den Wochenmarkt, ist Gast beim Gemeindefest (Kommune, Kirche), oder in der Schule. Mittels Eurer Infomaterialien erfahren die Passanten etwas über den Fairen Handel. Legst Du diese Karte einfach ab, gibst's wenig Kundenzuwachs. Es werden mehr, wenn Du auf beigefügtem Kompetenzblatt 2 von 4 Fragen richtig beantwortest.

Aktionskarte (2): raus unter die Leute...

Aufgabe: Dein Weltladen, Deine Aktionsgruppe geht in die Fußgängerzone, auf den Wochenmarkt, ist Gast beim Gemeindefest (Kommune, Kirche), oder in der Schule. Mittels Eurer Infomaterialien erfahren die Besucher etwas über die Unterschiede von Fairtem Handel und Fairtrade. Legst Du diese Karte einfach ab, gibst's wenig Kundenzuwachs. Besser ist, aus beigefügtem Kompetenzblatt 3 Fakten zu merken, oder Du absolviert alternativ 25 Liegestützen/Kniebeugen.

Aktionskarte (3): raus unter die Leute...

Aufgabe: Dein Weltladen, Deine Aktionsgruppe geht in die Fußgängerzone, auf den Wochenmarkt, ist Gast beim Gemeindefest (Kommune, Kirche), oder in der Schule. Bestandteil Eures Infostandes ist das Produkt-Rätselblatt 1, das den Passanten die Produktvielfalt des Fairen Hdls. aufzeigt. Legst Du diese Karte einfach ab, gibst's wenig Kundenzuwachs. Besser ist, auf beigefügtem Rätselblatt 1 Deine Produktkenntnisse zu testen.

Gemeinschaftskarte (1): zusammen aktiv...

Aufgabe: Dein Weltladen, Deine Aktionsgruppe kooperiert mit anderen Läden und Gruppen aus der Region. Ihr organisiert gemeinsam einen Theaterabend mit dem ultimativen „Szenetheater“ BERLINER COMPAGNIE. Das Publikum ist begeistert. Legst Du diese Karte einfach ab, gibst's wenig Kundenzuwachs. Es werden mehr, wenn Du Dir aus beigefügtem Kompetenzblatt 3 Fakten merkst, oder Du versuchst es alternativ mit 25 Liegestützen/Kniebeugen.

Gemeinschaftskarte (2): zusammen aktiv...

Aufgabe: Dein Weltladen, Deine Aktionsgruppe kooperiert mit anderen Läden und Gruppen aus der Region. Ihr präsentiert bei gemeinsamen Aktionen ein gepuzzeltes Promirätsel. Die Spielerei kommt gut an. Legst Du diese Karte einfach ab, gibst's wenig Kundenzuwachs. Es werden mehr, wenn Du auf beigefügtem Rätselblatt mindestens 2 von 4 Promis erkennst und die Sätze richtig zuordnest.

Gemeinschaftskarte (3): zusammen aktiv...

Aufgabe: Dein Weltladen, Deine Aktionsgruppe kooperiert mit anderen Läden und Gruppen aus der Region. Ihr organisiert die Comic-Ausstellung „Hier endet das Leben und...“ zum Thema Menschenrechte. Sie kommt gut an. Legst Du diese Karte einfach ab, gibst's wenig Kundenzuwachs. Es werden mehr, wenn Du auf beigefügtem Rätselblatt 2 von 4 Fragen richtig beantwortest.

Ereigniskarte (1): „das große Geschäft“**ignoriert täglich Menschenrechte...**

Aufgabe: Die Handelspraktiken der Riesenkonzerne sind die Hauptsache für ausbeuterische Arbeitsbedingungen und miserable Lebensbedingungen. Hier hast Du es mit der Neumann-Gruppe (Kaffeegrößhändler) zu tun. Ihr Billigkaffee lockt die Leute wieder in die Supermärkte. Du hast weniger Kundenverlust, wenn Du 2 von 4 Fragen auf dem Kompetenzblatt richtig beantwortest.

Ereigniskarte (2): „das große Geschäft“**ignoriert täglich Menschenrechte...**

Aufgabe: Die meisten Aktivitäten multinationaler Konzerne schädigen Mensch und Natur in hohem Maße. Hier hast Du es mit dem Ölkonzern Shell zu tun. Aus seinem Produkt Öl entstehen Produkte wie Kosmetika, Farben, die Kunden in die Supermärkte locken. Du kannst den Verlust an „fairen Kunden“ abschwächen. Merke Dir 3 Fakten vom zugehörigen Kompetenzblatt, oder versuche es alternativ mit 25 Liegestützen/Kniebeugen.

Aktionskarte (7): raus unter die Leute...

Aufgabe: Dein Weltladen/ Deine Aktionsgruppe geht in die Fußgängerzone, auf den Wochenmarkt, ist Gast beim Gemeindefest (Kommune, Kirche), oder in der Schule. Teil Eures Infostandes ist das Produkt-Rätselblatt 3, das den Passanten die Produktvielfalt des Fairen Hdls. aufzeigt. Legst Du diese Karte einfach ab, gibst's wenig Kundenzuwachs. Besser ist, auf beigefügtem Rätselblatt 3 Deine Produktkenntnisse zu testen.

Ereigniskarte (4): „das große Geschäft“

ignoriert täglich Menschenrechte...
Aufgabe: Viele Aktivitäten multinationaler Konzerne schädigen Mensch und Umwelt in hohem Maße. Hier hast Du es mit Coca Cola, dem populären Softdrink-Produzenten zu tun. Er suggeriert den Leuten mit seinen ungesunden Softdrinks Lebensfreude und verführt sie zum Konsum. Du kannst den Verlust von „fairen Kunden“ abschwächen. Merke Dir 3 Fakten vom zugehörigen Kompetenzblatt oder absolviere alternativ 25 Liegestützen/Kniebeugen.

Ereigniskarte (5): „das große Geschäft“

ignoriert täglich Menschenrechte...
Aufgabe: Viele Aktivitäten multinationaler Konzerne schädigen Mensch und Natur in hohem Maße. Hier hast Du es mit den Supermarktketten Edeka, Rewe, Lidl, Aldi und Metro zu tun. Sie verfügen über 90% Marktanteil im Lebensmittel Einzelhandel der BRD. Sie manipulieren den Kunden beliebig. Du kannst den Verlust an Kunden abschwächen. Merke Dir 3 Fakten vom zugehörigen Kompetenzblatt oder absolviere alternativ 25 Liegestützen/Kniebeugen.

Aktionskarte (8): raus unter die Leute...

Aufgabe: Dein Weltladen/ Deine Aktionsgruppe geht in die Fußgängerzone, auf den Wochenmarkt, ist Gast beim Gemeindefest (Kommune, Kirche), in der Schule. Teil Eures Infostandes ist ein Rätselblatt zu Fairer Schokolade. Ein Wissenstest für die Passanten. Legst Du diese Karte einfach ab, gibst's wenig Kundenzuwachs. Es werden mehr, wenn Du mindestens 2 von 4 Fragen auf beigefügtem Rätselblatt richtig beantwortest.

Gemeinschaftskarte (4): zusammen aktiv...

Aufgabe: Dein Weltladen, Deine Aktionsgruppe kooperiert mit anderen Läden und Gruppen aus der Region. Ihr präsentiert bei gemeinsamen Aktionen ein gepuzzeltes Promirätsel. Die Spielerei kommt gut an. Legst Du diese Karte einfach ab, gibst's keinen Kundenzuwachs. Es werden mehr, wenn Du auf beigefügtem Rätselblatt mindestens 2 von 4 Promis erkennst und die Sätze richtig zuordnest.

Gemeinschaftskarte (5): zusammen aktiv...

Aufgabe: Dein Weltladen, Deine Aktionsgruppe kooperiert mit anderen Läden und Gruppen aus der Region. Ihr studiert zusammen aus dem Gaukleroffer „Die kleine Weltschau“ eine „Nord-Revue“ ein. Die Vorstellaung löst Begeisterungstürme aus. Legst Du diese Karte einfach ab, gibst's wenig Kundenzuwachs. Besser ist, sich aus beigefügtem Kompetenzblatt 3 Fakten zu merken, oder Du absolviertest 25 Liegestützen/Kniebeugen.

Gemeinschaftskarte (6): zusammen aktiv...

Aufgabe: Dein Weltladen, Deine Aktionsgruppe kooperiert mit anderen Läden und Gruppen aus der Region. Ihr präsentiert bei gemeinsamen Aktionen ein gepuzzeltes Promirätsel. Die Spielerei kommt gut an. Legst Du diese Karte einfach ab, gibst's wenig Kundenzuwachs. Es werden mehr, wenn Du auf beigefügtem Rätselblatt mindestens 2 von 4 Promis erkennst und die Sätze richtig zuordnest.

Aktionskarte (4): raus unter die Leute...

Aufgabe: Dein Weltladen, Deine Aktionsgruppe geht in die Fußgängerzone, auf den Wochenmarkt, ist Gast beim Gemeindefest (Kommune, Kirche), in der Schule. Mittels Eurer Infomaterialien erfahren die Passanten etwas über fairen Kaffee – das Traditionsprodukt des Fairen Hdl's. Legst Du diese Karte einfach ab, gibst's wenig Kundenzuwachs. Besser ist, aus beigefügtem Kompetenzblatt 3 Fakten zu merken, oder Du absolviertest alternativ 25 Liegestützen/Kniebeugen.

Aktionskarte (5): raus unter die Leute...

Aufgabe: Dein Weltladen/ Deine Aktionsgruppe geht in die Fußgängerzone, auf den Wochenmarkt, ist Gast beim Gemeindefest (Kommune, Kirche), oder in der Schule. Bestandteil Eures Infostandes ist das Produktträtselblatt 2, das den Passanten die Produktvielfalt des Fairen Hdl's. aufzeigt. Legst Du diese Karte einfach ab, gibst's wenig Kundenzuwachs. Besser ist, auf beigefügtem Rätselblatt 2 Deine Produktkenntnisse zu testen.

Aktionskarte (6): raus unter die Leute...

Aufgabe: Dein Weltladen/ Deine Aktionsgruppe geht in die Fußgängerzone, auf den Wochenmarkt, ist Gast beim Gemeindefest (Kommune, Kirche), oder in der Schule. Teil Eures Infostandes ist ein Rätsel zum Fairen Handel. Ein Wissenstest für die Passanten. Legst Du diese Karte einfach ab, gibst's wenig Kundenzuwachs. Es werden mehr, wenn Du mindestens 2 von 4 Fragen auf beigefügtem Rätselblatt richtig beantwortest.



+

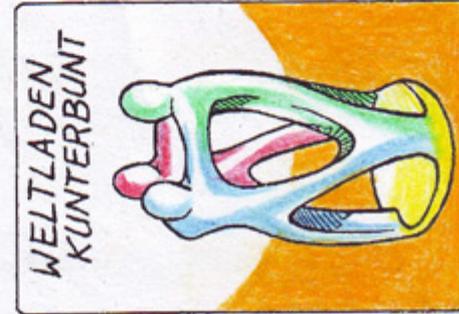
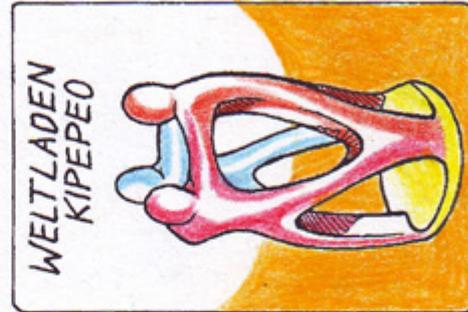
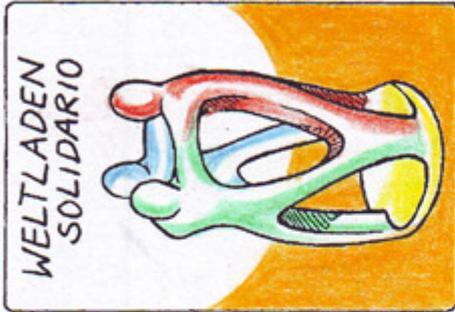
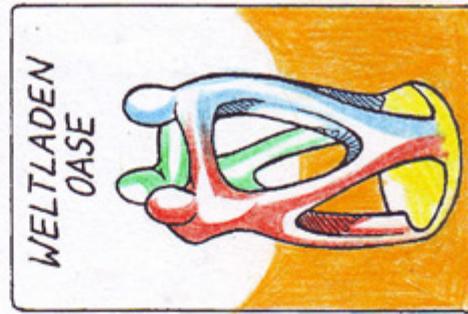
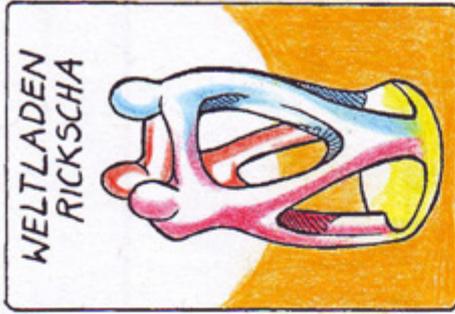
+



+

+





Profil Weltladen Oase

- + Umsatz 71 000 Euro
- + 23 Aktive (18 weibl. 5 männl.)
- + Ladengröße: 42 qm (+ Lager)
- + Öffnungszeiten normal
- + Lage: Innenstadtbereich
- + Stadtgröße: 23 000 Ew.
- + Top: Cashewnüsse, Kaffee

Profil Weltladen Rikscha

- + Umsatz: 70 000 Euro
- + 22 Aktive (16 weibl. 6 männl.)
- + Ladengröße 40 qm (+ Lager)
- + Öffnungszeiten normal
- + Lage: Nähe Fußgängerzone
- + Stadtgröße: 22 000 Ew.
- + Top: Getr. Mangos, Kaffee

Profil Weltladen Kipepeo

- + Umsatz 91 000 Euro
- + 26 Aktive (18 weibl. 8 männl.)
- + Ladengröße 52 qm (+ Lager)
- + Öffnungszeiten normal
- + Lage: Nähe Fußgängerzone
- + Stadtgröße: 33 000 Ew.
- + Top: Kaffee, Klangschalen

Profil Weltladen Solidario

- + Umsatz 93 000 Euro
- + 25 Aktive (18 weibl. 7 männl.)
- + Ladengröße 51 qm (+ Lager)
- + Öffnungszeiten normal
- + Lage: Innenstadtbereich
- + Stadtgröße: 32 000 Ew.
- + Top: Kaffee, Putumayo CD's

Profil Weltladen Adepa

- + Umsatz: 73 000 Euro
- + 20 Aktive (14 weibl. 6 männl.)
- + Ladengröße 45 qm (+Lager)
- + Öffnungszeiten normal
- + Lage: Innenstadtbereich
- + Stadtgröße: 20 000 Ew.
- + Top: Schokolade, Bananen

Profil Weltlädele

- + Umsatz 135 000 Euro
- + 25 Aktive, 0,5 Stelle
- + Ladengröße: 78 qm (+ Lager)
- + Öffnungszeiten normal
- + Lage: Nähe Fußgängerzone
- + Stadtgröße: 50 000 Ew.
- + Top: Orangensaft, Trommeln

Profil Weltladen Mandala

- + Umsatz 72 000 Euro
- + 21 Aktive (16 weibl. 5 männl.)
- + Ladengröße: 43 qm (+ Lager)
- + Öffnungszeiten normal
- + Lage: Nähe Fußgängerzone
- + Stadtgröße: 21 000 Ew.
- + Top: Schmuck, Bananen

Profil Weltladen Graswurzel

- + Umsatz 142 000 Euro
- + 28 Aktive, 0,5 Stelle
- + Ladengröße: 80 qm (+ Lager)
- + Öffngsz. Normal, Sa.- 15 Uhr
- + Lage: Fußgängerzone
- + Stadtgröße: 48 000 Ew.
- + Top: Rattankörbe, Tee

Profil Weltladen Kunterbunt

- + Umsatz 95 000 Euro
- + 24 Aktive (17 weibl. 7 männl.)
- + Ladengröße: 55 qm (+ Lager)
- + Öffnungszeiten normal
- + Lage: Innenstadtbereich
- + Stadtgröße: 35 000 Ew.
- + Top: Datteln getrock., Papier

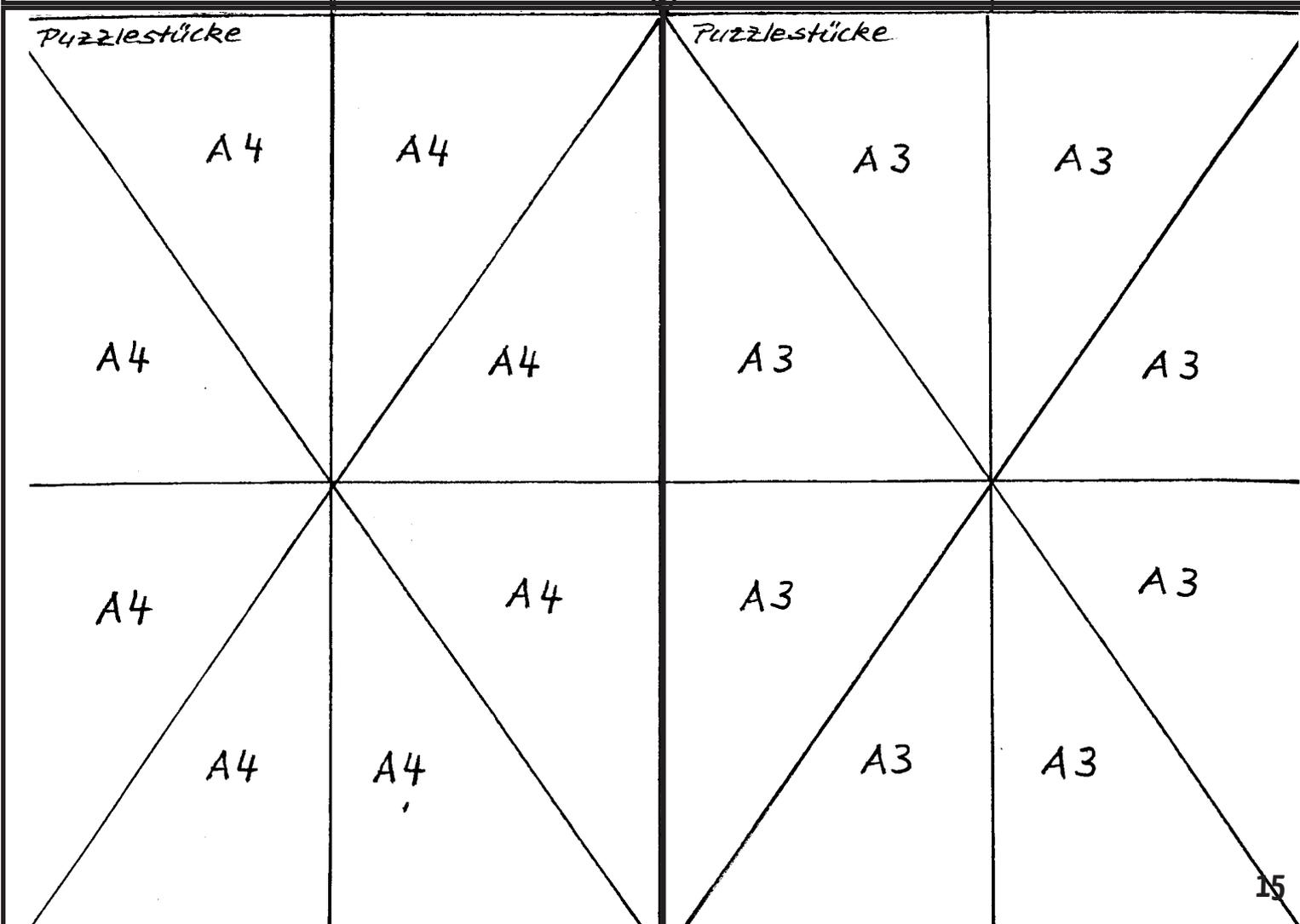
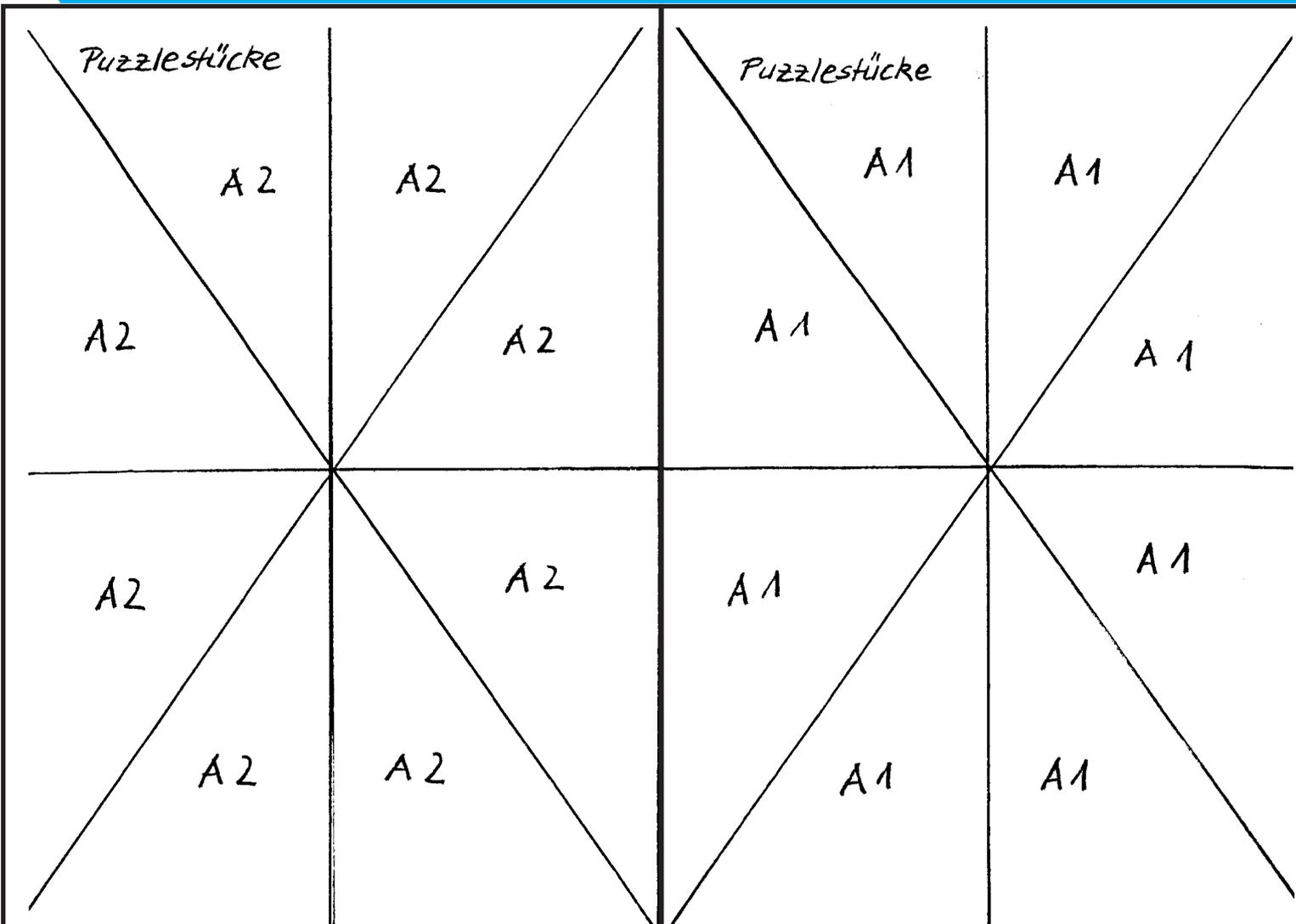
Profil Weltladen Süd-Nord

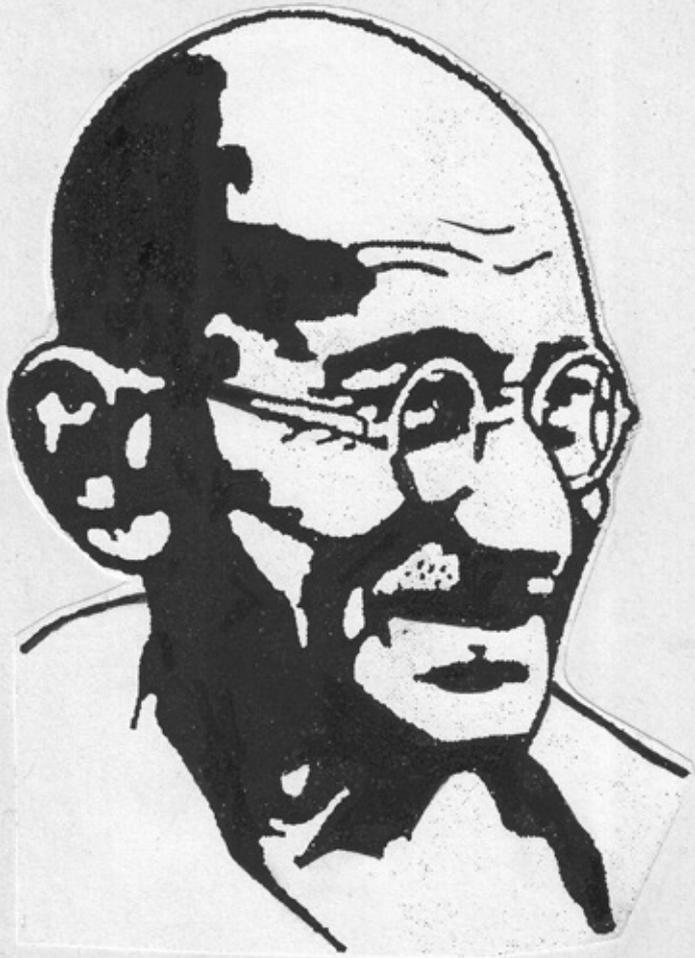
- + Umsatz 190 000 Euro
- + 2 Hauptamtl. (53 Vereinsmitgl.)
- + Ladengröße: 102 qm (+ Lager)
- + Durchgeh. geöffn., Sa. - 16 Uhr
- + Lage: Nähe Fußgängerzone
- + Stadtgröße: 95 000 Ew.
- + Top: Schmuck, Bananen

3 aus 6

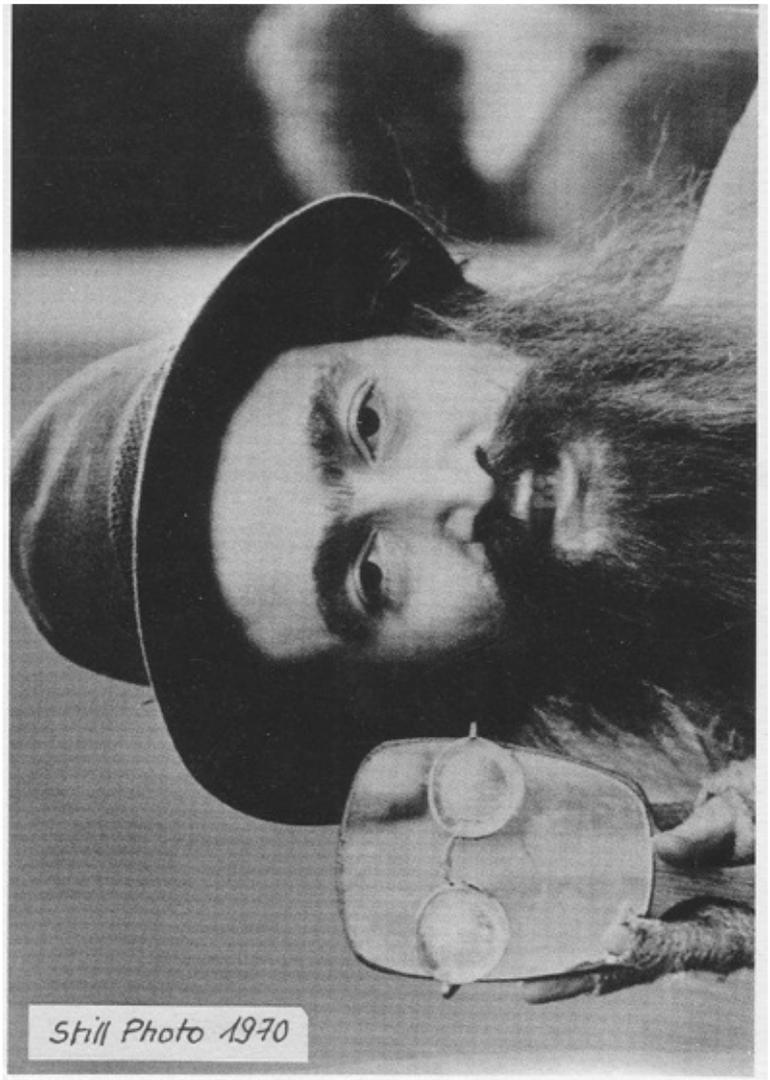
Rückseite, Blatt 1







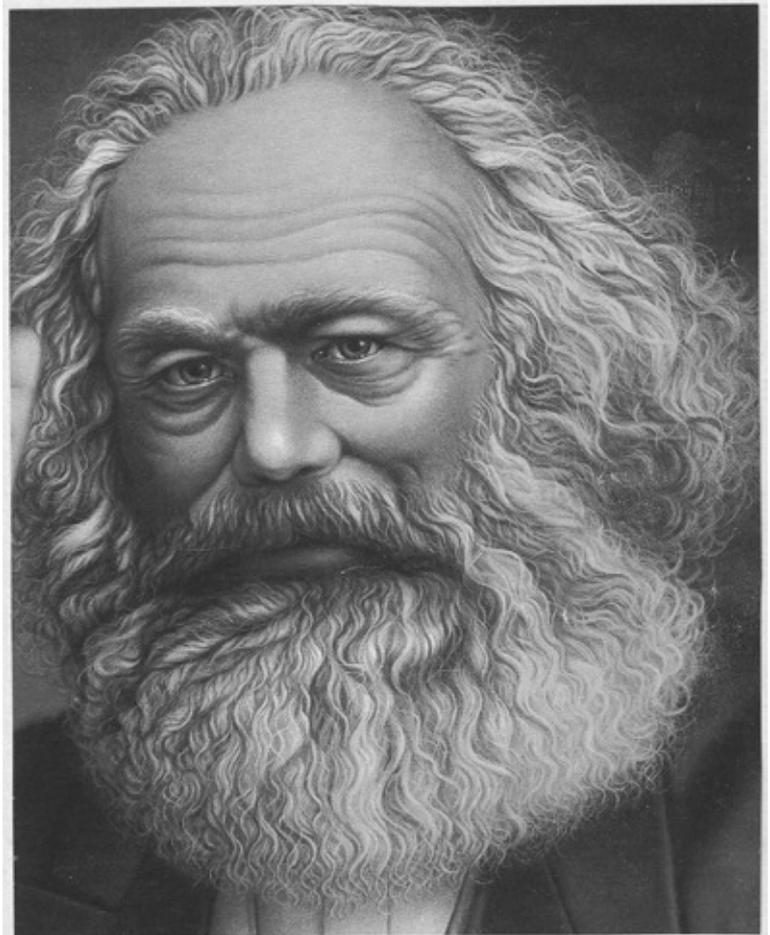
Gandhi-Informationszentrum 1993



Still Photo 1970



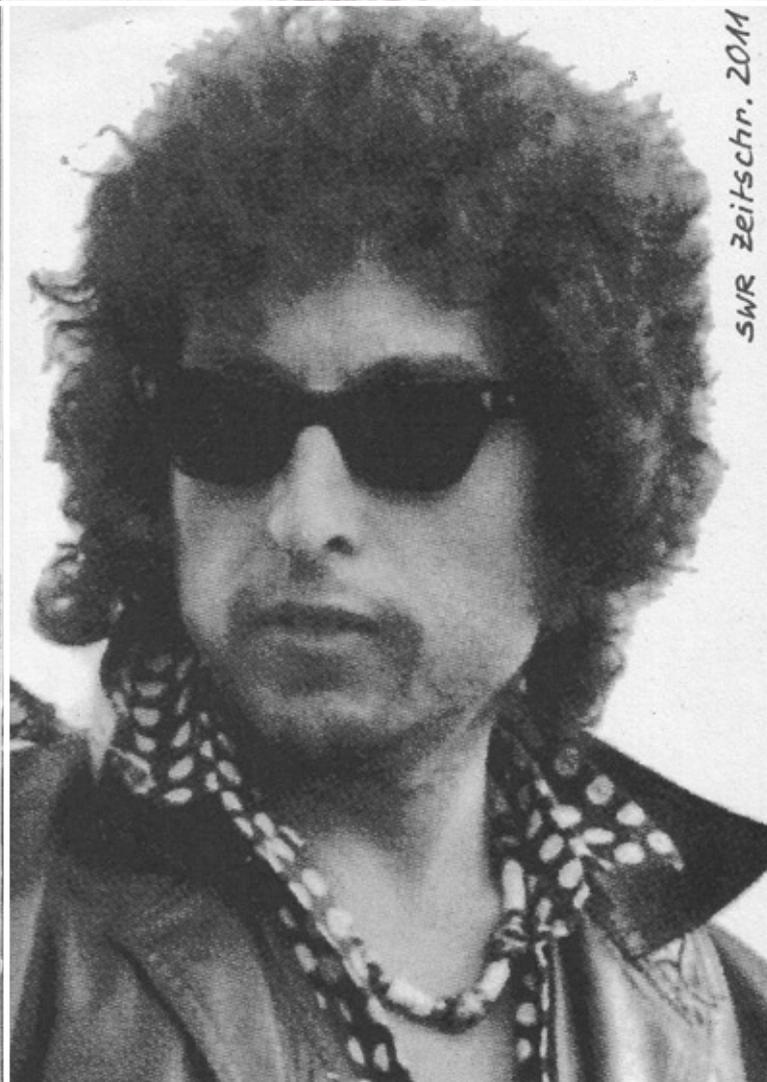
Färschen Comics Verl. 1984



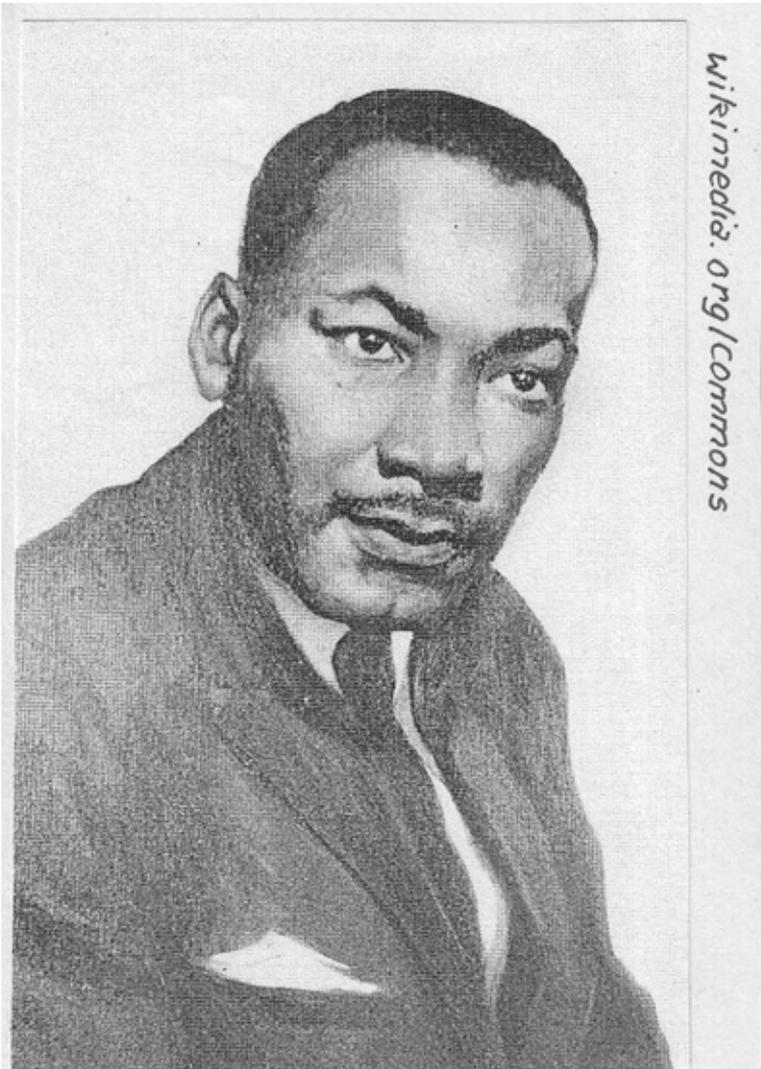
Der Spiegel Nr. 34 2005



GISCHBL 2012



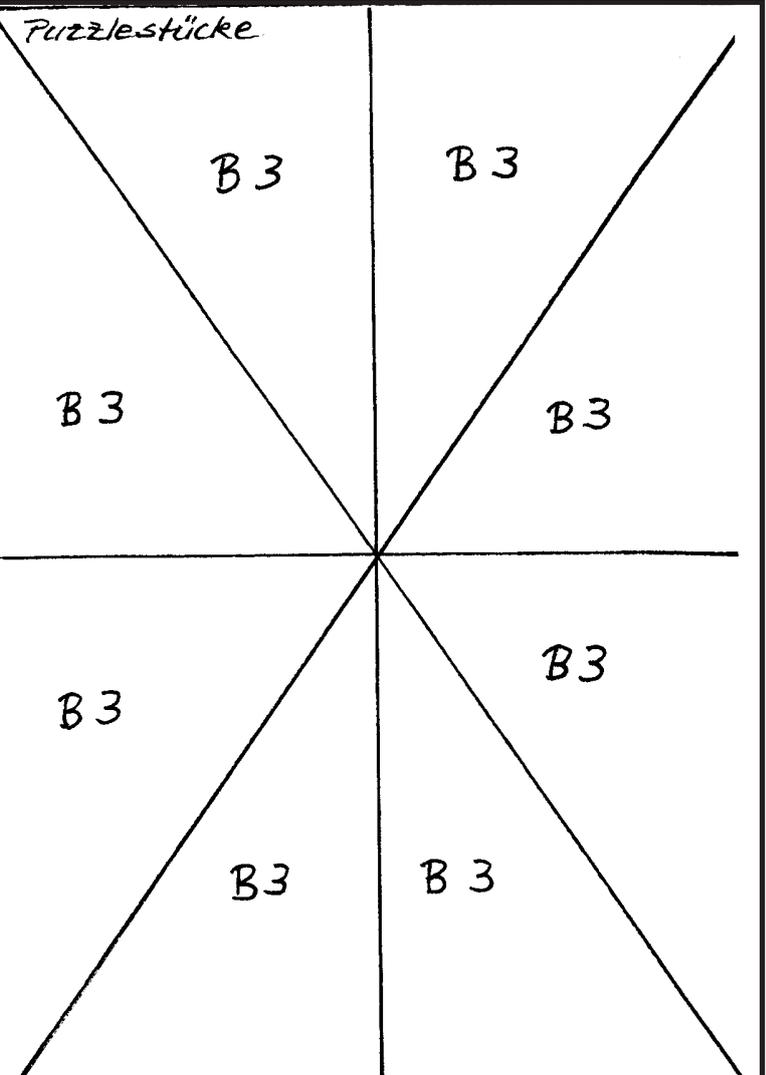
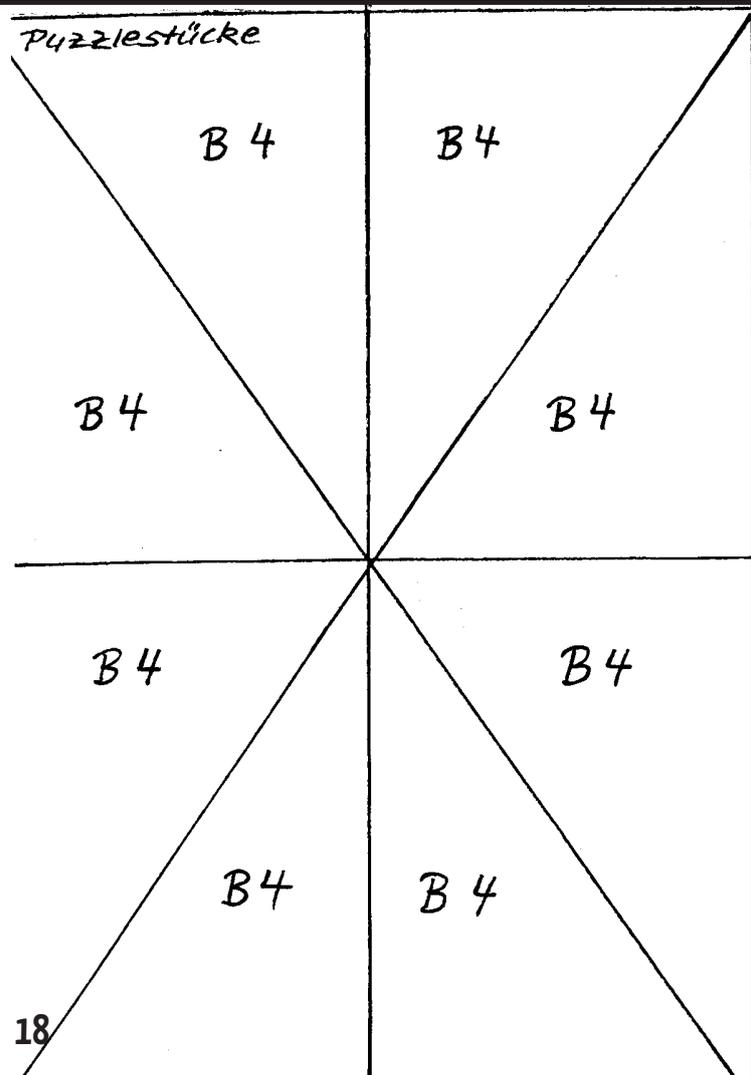
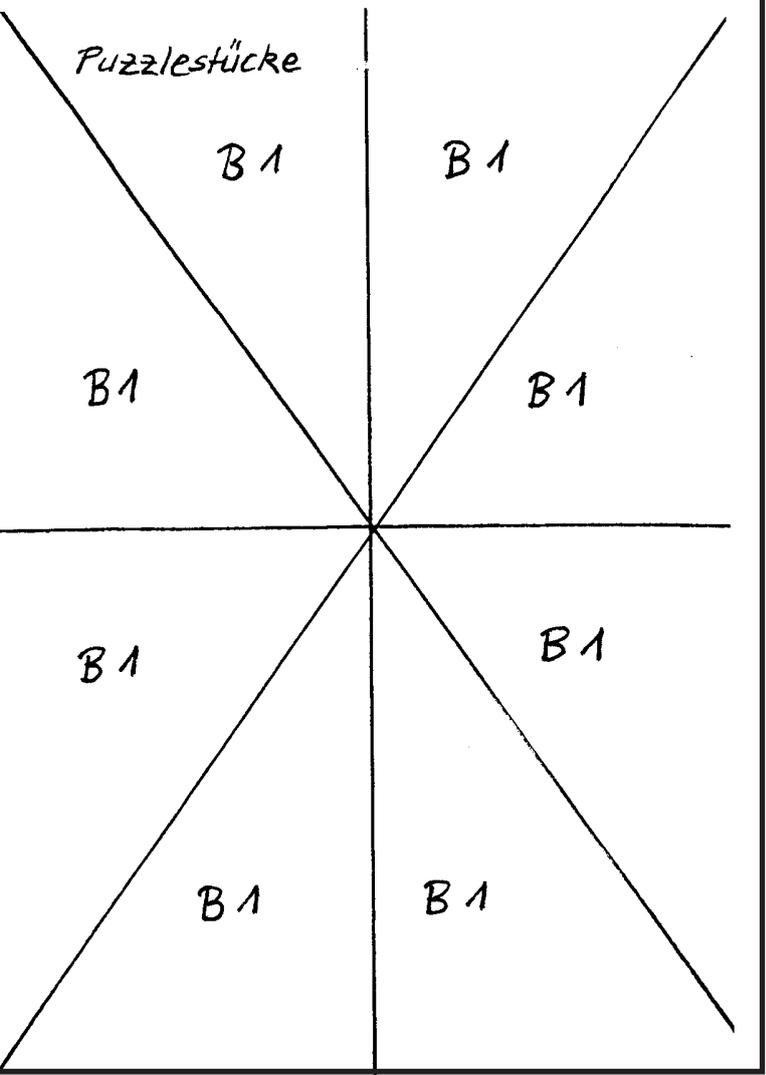
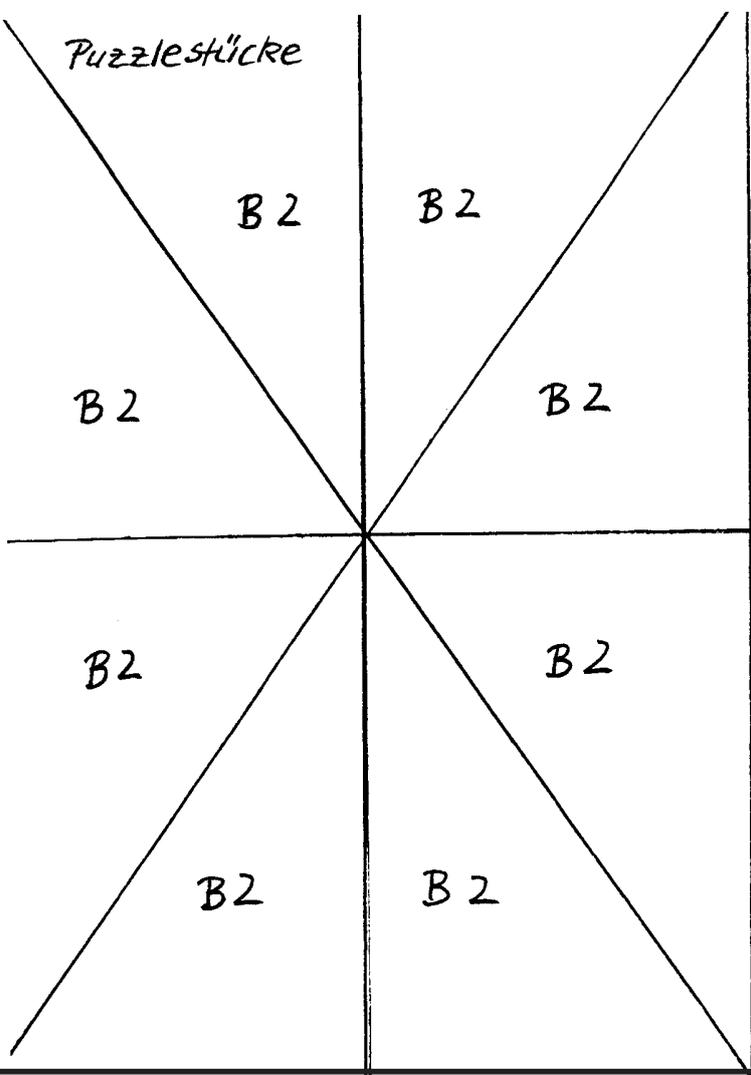
SWR Zeitschr. 2011



Wikimedia.org/Commons



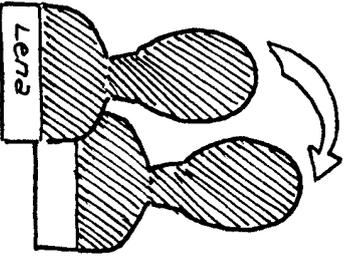
mobil zeitschr. 2005



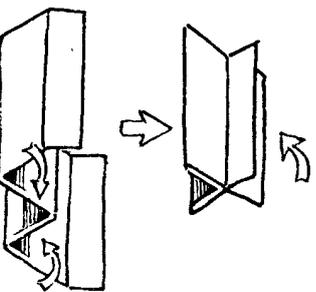
Mitte der Stütze ↕

Außenfeld ↕

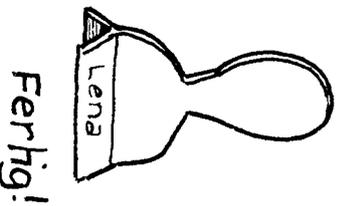
Spielfigur
Blatt ②
Bastel-
anleitung



Innenseiten von
Frontal- und
Hinterkopf-
zusammenkleben.
Das Namens-
schild freilassen!



Mitte der Stütze
als Bergfalte -
dann eine Taifalte -
Am Ende die
Augenfelder
zusammenkleben
und in Namens-
schild einkleben



Aktionskarte (1): Raus unter die Leute...

Aufgabe: Eure Infoaktion zum Fairen Handel bringt einige neue Kundinnen und Kunden. Du erreichst den Kundenzuwachs, indem Du zwei der folgenden vier Fragen richtig beantwortest. Der Kundenzuwachs rechnet sich mit der Würfelzahl x Faktor 12 bei Weltläden und Faktor 10 bei Aktionsgruppen.

Eine Antwort ist richtig:

Frage 1: Angeregt durch die kritische Jugendbewegung in den 60ern und die Zunahme des Konsums wurde das Unrecht im Welthandel für kritische Gruppierungen unübersehbar. Daraus entstand zu Beginn der 60er 70er 80er Jahre die Einsicht, nicht nur gegen „die Ungerechtigkeit in der Welt“ zu demonstrieren, sondern eine konkrete, im Alltag praktikierbare Alternative anzubieten.

Eine Antwort ist richtig:

Frage 2: Ansatz war, ein Modell zu schaffen, das den weltweiten Handel vor allem nach sozialen und menschenrechtlichen Aspekten organisieren sollte. In der Folge entwickelten die ersten nicht kommerziell ausgerichteten Importorganisationen wie El Puente Dritte Welt Partner Banafair ihre Grundsätze für den anderen, fairen Handel wie wir ihn heute kennen.

Ein Kriterium ist falsch:

Frage 3: Die Produzierenden erhalten eine angemessene Bezahlung, gesundheitliche Versorgung, Abnahmegarantien und langfristige Verträge. Schulungen zum ökologischen Anbau werden besonders gefördert. Gibt es einen klimabedingten Ernteausfall, scheiden sie aus ihrer Bauernkooperative aus.

Ein Kriterium ist falsch:

Frage 4: Die Weltläden (WL)/ Gruppen beziehen die Produkte ausschließlich von „Fairhändlern“, die sich an den Kriterien des WL Dachverbands orientieren.

In der Regel werden die Läden von 2-4 Voll- bzw. Teilzeitkräften betrieben.

Sie sind um eine kompetente Verbraucherberatung bemüht.

Sie betreiben eine intensive Info- und Öffentlichkeitsarbeit.

Aktionskarte (2): Raus unter die Leute...

Aufgabe: Eure Infoaktion zum Thema Unterschiede von Fairem Handel und Fairtrade bringt einige neue Kundinnen und Kunden. Du erreichst den Kundenzuwachs, indem Du Dir drei Fakten aus der folgenden Information merkst und der Spielgruppe vorträgst, oder Du versuchst es alternativ mit 25 Liegestützen/ Kniebeugen. Der Kundenzuwachs rechnet sich mit der Würfelzahl x Faktor 12 bei Weltläden und Faktor 10 bei Aktionsgruppen.

Fakten zu Fairer Handel kontra Fairtrade:

- Im traditionellen Fairen Handel wird die gesamte Warenkette (d.h. Produzent/-innen, Importorganisationen und Händler) kritisch geprüft.
- Also sollen sich die Beteiligten an der Warenkette an den von verschiedenen Dachverbänden (z.B. Weltladen Dachverband, World fair trade organisation) festgelegten Kriterien orientieren (z.B. bessere Bezahlung, langfristige Verträge, Öffentlichkeitsarbeit). Mehr über Fairen Handel findest Du auf dem Blatt zur Aktionskarte (1)!!
- Fairtrade wurde 1992 als Siegelorganisation u. a. von kirchlichen Entwicklungsorganisationen wie Misereor und dem EED) gegründet. Heute hat Fairtrade 35 Mitgliedsorganisationen (wie z.B. BDKJ, terre des hommes, Unicef).
- Das Fairtrade-Siegel wird an Lizenznehmer vergeben, die für bestimmte Produkte die internationalen Standards der Fairtrade Labelling Organisation einhalten. Seit einigen Jahren gehören auch Konzerne wie Tchibo, Rewe, Aldi, Lidl, Dallmayer und Nestlé zu den Lizenznehmern.
- Im Gegensatz zu den reinen „Fairhändlern“ führen Konzerne bisher nur fairtrade gesiegelte Produkte in überschaubarem Umfang. Der Kontakt zwischen den Produzent/-innen und den Unternehmen beschränkt sich in der Regel auf die Mehrpreiszahlung.
- Vieles, was die Fairhändler auszeichnet, ist bei den kommerziellen Importeuren nicht selbstverständlich.
- Auch in vielen Supermärkten und bei Discountern sind Fairtrade gesiegelte Produkte zu finden. Während dies den Umsatz enorm steigern konnte, sehen Kritiker/-innen den Versuch der „Imagepflege“. Die Strukturen und die Handelsmentalität werden durch die zusätzlichen Produkte nicht verändert.

Aktionskarte (3): Raus unter die Leute...

Aufgabe: Im Rahmen einer Infoaktion präsentiert Ihr den Passant/-innen „Das Produktblatt“. Es zeigt die Vielfalt fairer kunsthandwerklicher Produkte. Die Leute sollen von 20 abgebildeten Produkten sechs herausfinden, die nicht aus dem Fairen Handel kommen. Das knifflige Blatt kommt gut an und bewirkt einen Kundenzuwachs.

In diesem Spiel bewirkst Du den Kundenzuwachs, indem Du auf beigefügtem Blatt 1 bei mindestens 3 von 6 nicht fairen Produkten richtig liegst. Auf dem Blatt findest Du 20 durchnummerierte Produkte. Notiere die sechs Nummern Deiner Wahl auf einem separaten Blatt.

Der Kundenzuwachs rechnet sich mit der Würfelzahl x Faktor 12 bei Weltläden und Faktor 10 bei Aktionsgruppen.

Aktionskarte (4): Raus unter die Leute...

Aufgabe: Eure Infoaktion zum Kaffee - dem traditionellen Produkt des Fairen Handels, bringt einige neue Kundinnen und Kunden.

Du erreichst den Kundenzuwachs, indem Du Dir drei Fakten aus der folgenden Information merkst und der Spielgruppe vorträgst, oder Du versuchst es alternativ mit 25 Liegestützen/ Kniebeugen. Der Kundenzuwachs rechnet sich mit der Würfelzahl x Faktor 12 bei Weltläden und Faktor 10 bei Aktionsgruppen.

Fakten zum Fairen Kaffee:

- Er kommt aus der Provinz „Kaffa“ im heutigen Äthiopien. Zu Beginn des 17-ten Jahrhunderts kam er über Mekka, Kairo und Konstantinopel nach Venedig . Als Getränk etablierte er sich Ende des 17. Jh. durch Kaffeehäuser u.a. in Wien, Paris, Leipzig und Stuttgart.
- Für die erhöhte Kaffeefachfrage aus Europa und USA legten einflussreiche Händler (auch aus Deutschland) vor allem in Lateinamerika (Guatemala, Mexiko) große Kaffeepflanzungen an. In der Folge wurden viele Einheimische gewaltsam von ihrem Land verjagt und mussten in Regionen mit schlechter Vegetation ausweichen. Es blieb ihnen häufig nichts anderes übrig, als sich auf den Plantagen bei schlechter Bezahlung als „Saisonarbeiter/-innen“ zu verdingen.
- Die Kaffeepflanze wurde auf eine Buschhöhe von 1,5-3m gezüchtet. Bis der Baum die ersten Früchte trägt, dauert es 4-5 Jahre. Die Frucht der Kaffeekirsche ähnelt äußerlich unseren Kirschen. Sie enthält zwei Kerne - die Kaffeebohnen. Arabica (v.a. in Lateinamerika) und Robusta (v.a. in Afrika) sind heute weltweit die gängigsten Sorten. Wichtigste Anbauländer sind Brasilien, Kolumbien, Mexiko.
- Fair gehandelten Bio-Kaffee gibt es seit Ende der 80er Jahre. Durch Mischkultur wird die Auslaugung des Bodens verhindert, das Ökosystem bleibt im Gleichgewicht.
- Im Kaffeeverbrauch liegen die Deutschen mit 150-170 Litern pro Jahr weltweit nach den USA an zweiter Stelle.

Aktionskarte (5): Raus unter die Leute...

Aufgabe: Im Rahmen einer Infoaktion präsentiert Ihr den Passant/-innen „Das Produktblatt“. Es zeigt die Vielfalt fairer kunsthandwerklicher Produkte. Die Leute sollen von 20 abgebildeten Produkten sechs herausfinden, die nicht aus dem Fairen Handel kommen. Das knifflige Blatt kommt gut an und bewirkt einen Kundenzuwachs.

In diesem Spiel bewirkst Du den Kundenzuwachs, indem Du auf beigefügtem **Blatt 2** bei mindestens **3 von 6** nicht fairen Produkten **richtig** liegst.

Auf dem Blatt findest Du 20 durchnummerierte Produkte. Notiere die sechs Nummern Deiner Wahl auf einem separaten Blatt. Der Kundenzuwachs rechnet sich mit der Würfelzahl x Faktor 12 bei Weltläden und Faktor 10 bei Aktionsgruppen.

Aktionskarte (6): Raus unter die Leute...

Aufgabe: Ihr präsentiert im Rahmen einer Infoaktion ein Rätsel zum Fairen Handel, um dadurch in den Dialog mit den Passant/-innen zu kommen und so neue Kundinnen und Kunden zu werben. Den Kundenzuwachs erreichst Du, indem Du aus den folgenden vier Fragen mindestens zwei richtig beantwortest. Der Kundenzuwachs rechnet sich mit der Würfelzahl x Faktor 12 bei Weltläden und Faktor 10 bei Aktionsgruppen.

Frage 1: Nenne das Ursprungsland des Kaffees:

- Mexiko Äthiopien Guatemala

Frage 2: Was bedeutet das Kürzel „GEPA“?

- Große Europäische Partnerschafts - Agentur
 Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt
 Gemeinschaftliche Partnerschafts - Aktion

Frage 3: Nenne das nicht passende Kriterium des Fairen Handels:

- Die Produzenten erhalten eine angemessene Bezahlung
 Die Fairhändler garantieren eine langfristige Abnahme
 Die Zusammenarbeit mit den bisherigen Zwischenhändlern wird intensiviert

Frage 4: Welches Land begann Anfang der 70er Jahre in Europa mit dem Fairen Handel?

- Spanien Niederlande Belgien Frankreich Deutschland

Gemeinschaftskarte (1): Zusammen aktiv...

Aufgabe: Die Veranstaltung mit der BERLINER COMPAGNIE - mobilisiert eine ganze Region und bewirkt einen deutlichen Kundenzuwachs für die beteiligten Weltläden, Gruppen.

Du erreichst den Kundenzuwachs, indem Du Dir drei Fakten aus der folgenden Information merkst und der Spielgruppe vorträgst, oder es alternativ mit 25 Kniebeugen/ Liegestützen versuchst. Der Zuwachs rechnet sich dann mit Würfelzahl x Faktor 15 bei Weltläden und Faktor 13 bei Gruppen.

Fakten zur Berliner Compagnie:

- Das beispielhafte entwicklungspolitische Theater, das in einzigartiger Weise immer wieder schwierige Themen aufgreift und seit seiner Gründung im Jahr 1981 mit bisher 30 Theaterstücken die Menschen bundesweit bewegt.

Eine Auswahl an Theaterstücken:

- 1982 „Der Prozess gegen die neun von Catonsville“ (Nordamerikanische Priester und Nonnen kämpfen gegen den Vietnamkrieg).
- 1986 „Oscar Romero“ (Kirche der Befreiung und die Ermordung Romeros).
- 1989 „Jedem Das Seine“ (Über Daimler-Benz im Südafrika der Apartheid).
- 1992 „Wer tötete Chico Mendes?“ (Brasilianischer Kämpfer gegen Großgrundbesitzer).
- 1993 „Kein Asyl“ (Ein Tag im Leben des äthiopischen Flüchtlings Jonas Gamta).
- 1998 „Blut für Öl“ (Das ökologische Desaster in der Ölförderung - z.B. im Nigerdelta).
- 1999 „Schöne Eine Welt“ (Wie unsere Kleidung entsteht - in Asien).
- 2010 „Die Weißen kommen“ (Über Afrika und uns - ein Rollentausch).

Gemeinschaftskarte (2): Zusammen aktiv...

Aufgabe: Sie sind Wohltäter, Legenden, Vordenker/-innen und weltweit bekannt. Bei verschiedenen Aktionen erreicht Ihr besondere Aufmerksamkeit durch „Das gepuzzelte Promirätsel“. Das bringt den beteiligten Weltläden und Gruppen einen guten Kundenzuwachs.

Kundenzuwachs erreichst Du, indem Du mindestens zwei der vier angebotenen Promis erkennst und ihnen die richtigen Aussagen zuordnest. Der Zuwachs rechnet sich dann mit Würfelzahl x Faktor 15 bei Weltläden und Faktor 13 bei Gruppen.

Das Puzzle: Füge die Puzzlestücke A1, A2, A3, A4 jeweils zusammen und ordne sie den folgenden Namen zu (Vita muss nicht gelesen werden!):

John Lennon (1940-1980), legendärer englischer Rockmusiker, der mit nachdenklichen Texten beeindruckte und sich exponiert für den Frieden auf der Welt einsetzte. Er wurde 1980 von einem Attentäter erschossen.

Mahatma Gandhi (1869-1948), an der Spitze der indischen Nationalbewegung praktizierte er den gewaltlosen Widerstand gegen die Kolonialmacht England und setzte sich in manchen Bereichen durch. Auch er war Opfer eines Attentats.

Woody Allen (geb. 1935), gehört zur Avantgarde des modernen Films. Die meisten seiner Filme (z.B. Manhattan) zelebrieren die Selbstironie, sind amüsant und unterhaltsam, aber auch kritisch und nachdenklich.

Karl Marx (1818-1883), er war ein bedeutender Philosoph, Gesellschaftstheoretiker und der Protagonist der Arbeiterbewegung. Sein Buch „Das Kapital“ ist quasi „die Bibel der Arbeiterbewegung“.

Die Sätze: Ordne den vier Personen folgende Sätze zu:

- „Im wirklichen Leben bin ich ein ziemlicher Pessimist, das solltest du über mich wissen, wenn wir schon zusammen ausgehen.“
- „Um den allgemeinen und alles durchdringenden Geist der Wahrheit von Angesicht zu Angesicht zu schauen, muss man fähig sein, das geringste Geschöpf zu lieben wie sich selbst.“
- „Als Bildnerin von Gebrauchswerten, als nützliche Arbeit, ist die Arbeit daher eine von allen Gesellschaftsformen unabhängige Existenzbedingung des Menschen.“
- „Stell dir vor es gibt keinen Besitz, ich frag mich ob du das kannst, kein Grund für Gier und Hunger, alle Menschen wären Brüder.“

Gemeinschaftskarte (3): Zusammen aktiv...

Aufgabe: Die Ausstellung „Hier endet das Leben und das Überleben beginnt“ (von 2007) hat gute Resonanz in den Medien, mobilisiert die Menschen und bewirkt einen guten Kundenzuwachs in Weltläden und Gruppe. Du erreichst den Kundenzuwachs, indem Du zwei der folgenden vier Fragen richtig beantwortest. Der Zuwachs rechnet sich mit Würfelzahl x Faktor 15 bei Weltläden und Faktor 13 bei Gruppen.

Eine Antwort ist richtig:

Frage 1: Die Ausstellung besteht aus 40 Bänden, die das Thema „Menschenrechte“ „Nationalsozialismus“ „Kindesmissbrauch“ aufgreifen. Ergänzung - Sekundärliteratur und A3 Tafeln einzelner Seiten.

Eine Antwort ist richtig:

Frage 2: Beim Comic/ der Grafischen Literatur handelt es sich um längere Bildgeschichten mit 10, 50, 300 und mehr Seiten | einen Strip, der nach 3-4 Sequenzen in einer Pointe endet einen Sachverhalt, der auf einer Seite dargestellt wird

Ein paar Bände kurz umschrieben:

Ein Produktionsland ist falsch

Frage 3: „Der gelbe Kuss“, Gischbl, Banafair 1999, Deutschland - Der junge Chico schuftet auf einer Bananenplantage. Als er sich in der Gewerkschaft engagiert, gibt es Probleme.

„Die Goldwäscher“, Batem, Yann, Franquin, Carlsen Verlag, Italien - In Palumbien werden Straßenkinder von skrupellosen Goldwäschern entführt, um sie als Arbeitssklaven zu missbrauchen.

Zwei von vier Produktionsländern sind falsch:

Frage 4: „Red Road“, Derib, 4 Bde., Carlsen Verl. 94-98 - Schweiz Die Serie schildert das entbehrensreiche Leben einer Siouxfamilie in einem Reservat in Süddakota.

„Menschenrechte“, Manara, Breccia, Will Eisner, Verl. Comicplus 1991 - USA, Spanien, Portugal - Anthologie. Sechs der dreißig Menschenrechtsartikel werden zeichnerisch kommentiert (u.a. Folter, Diktatur, Inquisition...).

Gemeinschaftskarte (4): Zusammen aktiv...

Aufgabe: Sie sind Wohltäter, Legenden, Vordenker/-innen und weltweit bekannt. Bei verschiedenen Aktionen erreicht Ihr besondere Aufmerksamkeit durch „Das gepuzzelte Promirätsel“. Das bringt den beteiligten Weltläden und Gruppen einen guten Kundenzuwachs. Kundenzuwachs erreichst Du, indem Du mindestens zwei der vier angebotenen Promis erkennst und ihnen die richtigen Aussagen zuordnest. Der Zuwachs rechnet sich mit Würfelzahl x Faktor 15 bei Weltläden und Faktor 13 bei Gruppen.

Das Puzzle: Füge die Puzzlestücke B1, B2, B3, B4 jeweils zusammen und ordne sie den folgenden Namen zu (Vita muss nicht gelesen werden):

Bob Dylan (geb. 1941), die Ikone des amerikanischen Protestsongs. Mit zunehmender Popularität haftete ihm hie und da etwas seicht, Kitschiges an. Einer seiner erfolgreichsten Songs war „Blowin in the wind“.

Nelson Mandela (1918-2013), war der erste schwarze, demokratisch gewählte Präsident Südafrikas. Zuvor war er als Führungsfigur des ANC (African National Congress) 27 Jahre vom weißen Apartheitsstaat inhaftiert worden. Er setzte dennoch auf Versöhnung zwischen den Rassen.

Charlie Chaplin (1889-1977), der große Meister des Stummfilms. Ein genialer Schauspieler und Regisseur, der herrliche Slapstick-Szenen mit deutlicher Gesellschaftskritik verband (z.B. in Modern Times und Lichter der Großstadt).

Martin Luther-King (1929-1968), Baptistenpastor, aber vor allem engagierter Kämpfer für die Rechte seiner schwarzen Mitbürger in den USA. Er propagierte den zivilen Ungehorsam. Wurde Opfer eines Attentats.

Die Sätze: Ordne den vier Personen folgende Sätze zu:

- a - „Unser Problem war nicht die Entscheidung, ob wir kämpfen sollten, sondern die Wahl unserer Mittel.“
- b - „Wie ist es denn jetzt, so ohne Heimat zu sein - so vollkommen witzlos, wie ein rollender Stein?“
- c - „Ich muss versuchen, die Seele eines jeden Einzelnen zu verändern, damit sich die Gesellschaft verändern kann.“
- d - „Ein Tag, an dem du nicht lächelst, ist ein verlorener Tag.“

Ereigniskarte (1): „Das große Geschäft“ ignoriert täglich Menschenrechte...

Deine Aufgabe: Hier hast Du es mit der Neumann-Gruppe (Kaffeegroßhändler) zu tun, die in Uganda gegen elementare Menschenrechte verstoßen hat.

Im Spiel kannst Du jetzt dafür sorgen, dass nicht so viele Kund/-innen Deines Ladens abwandern. Du informierst Dich über die Neumann-Gruppe. Wenn Du zwei von vier Fragen richtig beantwortest, kannst Du Würfelzahl x Faktor 2 bei Weltläden und 0 bei Gruppen rechnen.

Jeweils eine Antwort ist richtig:

Frage 1: In einem ostafrikanischen Land wurden tausende gewaltsam von ihrem Land vertrieben, damit für die deutsche „Neumann Kaffee Gruppe“ (einer der größten Kaffeehändler weltweit) eine Plantage angelegt werden konnte. Wie viele Menschen wurden vertrieben? 4000 2000 10000

Frage 2: Viele Dörfer walzten die Soldaten Häuser nieder und verwüsteten Felder, um auf dem frei gewordenen Areal die neue „Kaweri Coffee Plantation“ anzulegen.

Wie viele Dörfer? 5 10 4

Frage 3: Das ist kein Einzelfall in Uganda, in Kenia, in Tansania. In den letzten Jahren haben die Landvertreibungen für Konzerninteressen zugenommen.

Frage 4: Hinzu kommt, dass sich Vertriebene, die sich gegen diese Gewaltattacken wehren

kriminalisiert werden, vom Präsidenten geehrt werden,

einen angemessenen Entschädigungsbetrag bekommen.

Quelle: Infopapier der Nichtregierungsorganisation (NRO) FIAN (Food First) 2013

Ereigniskarte (2): „Das große Geschäft“ ignoriert täglich Menschenrechte...

Deine Aufgabe: Hier hast Du es mit dem Ölkonzern Shell zu tun, der schon Jahrzehnte die Lebensgrundlagen der Menschen in Nigeria zerstört. Der Konzern ist mit verantwortlich für billige ölbasierte Produkte wie z.B. Farben, Kosmetika, Reinigungsmittel, Kunststoffe.

Verhindere im Spiel, dass Kund/-innen Deines Ladens abwandern. Informiere die Öffentlichkeit, merke Dir drei Fakten aus dem folgenden Text und trage sie der Spielgruppe vor, oder versuche es alternativ mit 25 Kniebeugen/ Liegestützen. So kannst Du Würfelzahl x Faktor 2 bei Weltläden und 0 bei Gruppen rechnen.

Die Fakten:

- Die Königlich Niederländische Petroleum Gesellschaft - die Royal Dutch Shell fördert schon seit mehr als 50 Jahren Erdöl in Nigeria.
- Etwa 40 Millionen Liter versickern jährlich im Nigerdelta, weil die Förderanlagen nicht angemessen gewartet werden und der Staat Nigeria, der in die Abhängigkeit vom Erdöl gedrängt wurde, nur zusieht.
- So genießen die Konzerne, allen voran Shell einen übergesetzlichen Status. Weiter werden bei der Förderung große Mengen an Erdgas frei, das man ab-fackelt. Das ist zwar seit 1984 verboten, aber Shell setzt sich einfach darüber hinweg. Mit schlimmen Folgen für die Umwelt.
- Mangrovenwälder werden zerstört, Flüsse und Bäche sind extrem belastet, das Grundwasser ist verschmutzt. Die Fischpopulation ist stark verringert, die Fischer haben ihre Lebensgrundlage verloren.
- Landwirtschaftliche Flächen sind belastet, ihre Nutzung ist nicht mehr möglich. Die Menschen leiden unter Atemwegerkrankungen, Hauterkrankungen und Krebs.

Quellen: Broschüre Medico International, Deutschlandradio Kultur Feuilleton 2011, Bund f. Umwelt-u. Naturschutz 2013

Ereigniskarte (3): „Das große Geschäft“ ignoriert täglich Menschenrechte...

Deine Aufgabe: Hier hast Du es mit WTO, IWF, Weltbank und weiteren Instrumenten der „nördlichen Handelspolitik“ zu tun. Diese Organisationen bereiten die Grundlage für das menschenverachtende Unrecht im Welthandel. Das bedeutet Billigprodukte in den Regalen und eine auf Verschwendung angelegte Konsumgesellschaft.

Im Spiel kannst Du dafür sorgen, dass nicht so viele Kund/-innen Deines Ladens abwandern. Du informierst Dich über die Instrumente des Welthandels. Wenn Du zwei von vier Fragen richtig beantwortest, kannst Du Würfelzahl x Faktor 2 bei Weltläden und 0 bei Gruppen rechnen.

Jeweils eine Antwort ist falsch:

Frage 1: Die Nichtregierungsorganisation (NGO) „Attack“ erklärt, dass die Industrienationen in der Welthandelsorganisation (WTO), dem Internationalen Währungsfonds (IWF) und der Weltbank die Interessen der transnationalen Konzerne durchsetzen.

In der 1995 gegründeten WTO haben die großen Industrieländer das Sagen, die Tigerstaaten das Sagen, wobei die Interessen multinationaler Konzerne großen Einfluss auf Entscheidungen und Beschlüsse haben.

Frage 2: Der seit 1944 existierende IWF vergibt günstige Kredite an Krisenstaaten. Die Zusagen sind mit sogenannten Strukturanpassungsprogrammen (SAP), Freihandelsprogrammen (FHP) verbunden. Die SAP's/ FHP's beinhalten meist die Verringerung staatlicher Sozialleistungen und den Abbau staatlicher Auflagen und Vorschriften für transnationale Konzerne.

Frage 3: Bei der Weltbank (seit 1944) verhält es sich mit der Kreditvergabe ähnlich. Nur fördert sie vorrangig Großprojekte (z.B. Staudämme), die dann eher ausländischen Konzernen, die dann eher einheimischen Firmen und einer kleinen, wohlhabenden Bevölkerungsschicht zu Gute kommen.

Frage 4: Zusätzlich arbeitet die Europäische Union (EU) noch mit Einzelverträgen, genannt EPA's (Economic Partnership Agreements), SPA's (Social Partnership Agreements) um noch mehr Handelsvorteile für internationale Konzerne zu erreichen.

Aminata Traoré (eine malische Menschenrechtlerin) bezeichnet diese Verträge als Europas Massenvernichtungswaffen. Nur all dies ermöglicht unseren verschwenderischen Konsum- und Lebensstil...

Quellen: Nichtregierungsorganisation (NRO) Attac, Dritte Welt Information

Ereigniskarte (4): „Das große Geschäft“ ignoriert täglich Menschenrechte...

Deine Aufgabe: Hier hast Du es mit Coca Cola, dem populären Softdrinkproduzenten zu tun. Er suggeriert den Leuten mit seinem Sortiment an ungesunden Softdrinks Lebensfreude und Lebensstil und verführt sie zum Konsum.

Im Spiel kannst Du dafür sorgen, dass nicht so viele Kund/-innen Deines Ladens abwandern. Informiere die Öffentlichkeit, merke Dir drei Fakten aus dem folgenden Text und trage sie der Spielgruppe vor, oder versuche es alternativ mit 25 Kniebeugen/Liegestützen. So kannst Du Würfelzahl x Faktor 2 bei Weltläden und Faktor 0 bei Gruppen rechnen.

Die Fakten:

- Die Coca Cola Company ist seit 1991 in Indien vertreten. Seit dem verbrauchen die Abfüllanlagen des Konzerns täglich viele Mio. Liter Wasser und graben umliegenden Dorfbrunnen regelrecht das Wasser ab...
- Ein Beispiel aus Kerala. Hier fördert die Company seit 1998 täglich 1,5 Mio. Liter Wasser. Folge - der Grundwasserspiegel sinkt extrem ab und Ernteverluste für die umliegenden Kleinbauern sind die Folge. Hinzu kommt die Verseuchung der Umgebung durch Abwässer des Werkes.
- 2004 verweigert der Gemeinderat die Erteilung einer Lizenz für die Abfüllanlage. 2005 bestimmt der Oberste Gerichtshof von Kerala die Erneuerung der Lizenz. Obwohl Coca Cola die Auflagen (Reinigung der Abwässer, Bereitstellung von Trinkwasser für die Bevölkerung) nicht erfüllt hat.
- An zahlreichen Orten verschärft die Company die Situation, indem der Konzern das Gemeingut Wasser über Pacht oder Besitz privatisiert, ausbeutet und verschmutzt. Der Abfüller bekommt Wasser beinahe gratis.
- 2005 werden weltweit 164 Milliarden Liter Wasser in Flaschen abgefüllt und verkauft. Nutznießer sind Konzerne wie Nestlé, Danone, Pepsi... und eben Coca Cola.

Quellen: Zeitschrift Publik Forum 2006, Zeitung Welternährung 2006

Spielziele:

Fair Propoly ist kein typisches Konkurrenzspiel. Durch kluge Kooperation schafft ihr ein Gegengewicht zu den Supermärkten. Ziel ist es, möglichst viele Kund/-innen für den Fairen Handel zu gewinnen und zum Einkauf im Weltladen zu bewegen. Gelingt es z.B. innerhalb von zwei Stunden einen Supermarkt in die Insolvenz zu treiben, haben alle gewonnen. Trotz der Kooperation ist auch Kräftemessen erlaubt: Wer wirbt die meisten Kund/-innen, wer treibt die meisten Supermärkte in die Insolvenz? Klärt Euer Spielziel zu Beginn ab.

Spielalter: ab 14 Jahre

Spielerzahl: 1-6 Personen

Zusätzliches Material: Würfel, ein Stift pro Teilnehmer/-in, ggf. Taschenrechner

Spielvorbereitung:

- Vor dem ersten Spiel muss das Spiel erst gebastelt werden. Die Bastelhinweise findet ihr auf S. 2.
- Legt die Aktions-, Gemeinschafts- und Ereigniskärtchen auf die vorgesehenen Felder.
- Bestimmt eine Person zur Spielleitung. Ihre Aufgaben: Verteilung der Ehren-, Weltladen- und Gruppenkärtchen, Überprüfen der Richtigkeit der Antworten (auch der eigenen).
- Die Spielfiguren werden nun per Würfel den Teilnehmenden zugeteilt. So wie sie von links nach rechts auf dem Spielplan stehen: 1 - Karl, 2- Lizzy - 3 Lars -4 Lena - 5 Gunter- 6 Martha. Ist die gewürfelte Zahl bereits vergeben, wird die nächst höhere, noch freie Spielfigur gewählt. Die zufällige Zuordnung hat ihren Reiz darin, dass man möglicherweise eine Figur mit anderem Geschlecht und anderem Alter bekommt und versuchen kann (nicht muss), sich in diese andere Person zu versetzen.
- Alle bekommen als „Engagement-Potential“ für die auszuwählenden Läden und Gruppen jeweils 18 Ehrenkarten („Ehrensache“).
- Die Laden- und Gruppenkärtchen werden bereitgelegt.
- Jede teilnehmende Person erhält zwei Abrechnungsblätter mit Bleistift und evtl. Radiergummi.

Spielverlauf:

Der/die Spieler/-in mit der höchsten Würfelzahl aus der Figurenwahl beginnt und dann geht es weiter im Uhrzeigersinn. Die gewürfelte Augenzahl bestimmt wie viele Felder ihr vorrücken dürft. Zunächst geht es darum, Engagement für den Fairen Handel aufzubauen. An den verschiedenen Feldern und durch verschiedene Aufgaben gelingt es, den eigenen Kundenstamm zu erweitern und Kunden der Supermärkte abzuwerben. Auf dem Kundenblatt notiert jede/r Spieler/in die aktuelle Kundenzahl von Weltladen, Aktionsgruppe und Supermarkt. Zu Beginn kann es vorkommen, dass Felder ohne das Engagement in Weltladen oder Gruppe noch keine Funktion haben. Die vier Eckfelder jedoch können immer ausgeführt werden.

Das Engagement in Weltladen oder Gruppe:

Würfelt Ihr auf ein Weltladen-, oder Aktionsgruppenfeld, das noch nicht vergeben ist, besteht die Möglichkeit, sich dort zu engagieren. Engagement erfolgt durch Abgabe von Ehrenkarten:

- 9 Ehrenkarten für das Engagement in einem großen Weltladen: Ihr erhaltet ein spezifisches Kärtchen (Motiv: Djembe, eine afrikanische Trommel) und Infos zum Weltladen. Es gibt fünf große Weltläden und jeder muss gegen einen Supermarkt am gleichen Ort bestehen. Der Weltladen hat 40 Kunden pro Tag, der Supermarkt begrüßt 2000/ Tag.
- 6 Ehrenkarten für das Engagement in einem kleinen Weltladen (Motiv: Friedenstänzer). Hier kommen 20 Kunden/ Tag. Beim Supermarkt vor Ort sind es 1000/ Tag.
- 3 Ehrenkarten für das Engagement in der Aktionsgruppe (Motiv Ball: politische Gruppe; Motiv Tasse: christlich). Hier erreicht man durchschnittlich fünf Kunden/ Tag, da die Gruppe nicht täglich verkauft. Der Supermarkt am Ort hat 500 Kund/-innen pro Tag. Im Verlauf des Spiels kann man bei verschiedenen Gelegenheiten noch weitere Ehrenkarten erwerben.

So bringe ich die Kund/-innen zum Fairen Handel:

- **Aktionsfeld:** Hier liegen Karten bereit, die eine spezielle Aktion (z.B. zum Thema Fairer Handel) der Laden-/ Aktionsgruppe beschreiben. Belässt man es bei der Karte, ist der Kundenzuwachs gering, denn die Würfelzahl wird nur mit dem Kundenfaktor „5“ bei Weltläden (WL) und „3“ bei Aktionsgruppen (AG) multipliziert ($=x$). Mehr Zuwachs erreicht man mit der Lösung verschiedener Aufgaben (Faktencheck, Produkträtsel, Faktenrätsel, s.u.). Das bedeutet dann Würfelzahl x Kundenfaktor 12 bei WL und Faktor 10 bei AGs. Für diese zusätzliche Aktivität gibt es 4 Ehrenkarten.
- **Gemeinschaftsfeld:** Diese Karten weisen auf gemeinsame Veranstaltungen (z.B. Gastspiel einer Theatergruppe) und Kampagnen mit anderen Gruppen und Läden vor Ort und aus der Region hin. Wie beim Aktionsfeld bedeutet die Karte Würfelzahl x Kundenfaktor „8“ beim Weltladen und „6“ bei der Aktionsgruppe. Einen zusätzlichen Kundenzuwachs kann man durch das Lösen verschiedener Aufgaben (Promirätsel, Faktenrätsel und Faktencheck, siehe am Ende dieser Sparte) erreichen. Die Kundenfaktoren sind dann „15“ und „13“. Zusätzlich gibt es 6 Ehrenkarten.
- **Ereignisfeld:** Diese Karten zeigen einen Rückschritt und zeigen, dass Billigangebote der Supermärkte und die „Geiz ist geil Mentalität“ zu Kundenverlusten der Weltläden und Gruppen führen. Belässt man es bei der Karte bedeutet dies ein Minus der Würfelzahl x Kundenfaktor „7“ bei Weltläden und „5“ bei Gruppen. Durch die Lösung verschiedener Aufgaben (Faktenrätsel, Faktencheck) können doch noch einige Kund/-innen vom Wechsel abgehalten werden. So wird der Minusfaktor auf „2“ bei Läden und „0“ bei Gruppen reduziert. Zusätzlich ist die Aktion 2 Ehrenkarten wert.
- **Die Felder der vier großen Importeure (Fairhändler):** Wer so ein Feld besucht (z.B. v. Banatop), geht groß einkaufen. Die Erweiterung des Sortiments des Ladens oder der Gruppe lockt Kund/-innen an: Würfelzahl x Kundenfaktor „4“ bei Weltläden und „2“ bei Aktionsgruppen. Ein zusätzlicher Faktencheck erhöht den Kundenfaktor auf „9“ bei Weltläden und Faktor „7“ bei Aktionsgruppen, plus 3 Ehrenkarten.
- **Eigenes Feld oder Feld eines Mitspielenden:** Kommt man auf ein eigenes Laden- oder Gruppenfeld, oder „besucht“ man das Feld eines Mitspielers, erfolgt auch ein Kundenzuwachs. Merkt man sich mindestens drei Fakten, die auf der Rückseite der Laden-/ Gruppenkarte stehen, bedeutet das Würfelzahl x Kundenfaktor „6“ bei Weltläden und „4“ bei Gruppen. Wird auf die Fakten verzichtet, reduzieren sich die Kundenfaktoren auf „3“ bei Weltläden und „1“ bei Gruppen. Der Kundenzuwachs kann Mitspieler/-innen geschenkt werden. Sie dürfen ihn ihrem Laden/ ihrer Gruppe gutschreiben.

- **Faktencheck:** Hier besteht die Aufgabe darin, sich mindestens drei Fakten des vorliegenden Kompetenzblattes zu merken und nach einer Runde, also sobald man wieder an der Reihe ist, der Spielgruppe vorzutragen. Wem „Gehirnjogging“ zu viel ist, kann alternativ mit 25 Liegestützen oder Kniebeugen den gleichen Kundenwechsel herbeiführen.
- **Produkt-, Promi- und Faktenrätsel:** Hier präsentierst du ebenfalls in der nächsten Runde die auf dem Themenblatt geforderte Anzahl von Lösungen.

Jeder Kundenwechsel von Supermarkt zu Weltladen/ Gruppe wird auf dem Abrechnungsblatt „der Umschwung?“ dokumentiert.

Insolvenz der Supermärkte und neue Weltläden:

Supermärkte sind ja nicht erst dann unwirtschaftlich, wenn sie gar keine Kund/-innen mehr haben, sondern deutlich früher. So ist die Bemessungsgrenze für eine Insolvenz im Spiel die Kundenzahl.

Die Insolvenzz Grenzen für die Supermärkte:

- Ursprünglich 500 Kund/-innen - insolvent bei 250,
- Ursprünglich 1000 Kund/-innen - insolvent bei 510,
- Erst bei 2000 Kund/-innen - insolvent bei 1020.

Beispiel: Wenn der Supermarkt mit ursprünglich 2000 Kund/-innen auf nur noch 1020 abgesackt ist, kann er nicht mehr wirtschaftlich arbeiten. 1020 Kund/-innen bedeutet, dass der Supermarkt 980 Kund/-innen verloren hat, ebenso hat der Weltladen 980 hinzugewonnen und hat die gleiche Anzahl (980•40) an Kund/-innen wie der Supermarkt

Durch die große Anzahl an Kund/-innen entstehen „Filialen“ für Weltläden und Gruppen:

- Der große Weltladen, den kleinen Strukturen verpflichtet, gründet einen weiteren Filial-Laden bei 450 Kunden. Schon vorher geht das mit 12 Ehrenkarten. Die „Weltladenfiliale“ heißt dann z.B. „WL Regenbogen 1“ und ermöglicht ein Drittel der Kunden, die der „Urladen“ erzielt noch drauf zu addieren. Den Filial-Laden vermerkt man auf dem Abrechnungsblatt in der passenden Spalte.
- Beim kleinen Weltladen ist ein Filial-Laden ab 240 Kunden möglich. Schon vorher geht das mit 10 Ehrenkarten. Ebenso wird ein Drittel des „Urladens“ hinzu addiert.
- Aus der Gruppe wird schon bei 40 Kunden ein Laden. Die Namesänderung kann man auf dem Abrechnungsblatt in entsprechender Spalte eintragen. Bei 110 Kunden entsteht ein „Filial-Laden“. Ein Drittel wird wie bei den anderen Läden hinzu addiert. Es geht vorher schon mit 8 Ehrenkarten.
- Die Ergänzungsweltläden übernehmen den Namen des „Urweltladens“, versehen mit einer zusätzlichen Nummer (z.B. Weltlädele 1 bei der ersten Filiale). So entsteht eine gute Streuung am Ort, die potentiellen Kunden treffen häufiger auf den Fairen Handel und die Laufkund-schaft nimmt nochmal zu.
- Auf den Kartenrückseiten sind Gruppen und Weltläden mit eher nüchternen, oberflächlichen Fakten beschrieben. Es bleibt den Spieler/-innen überlassen, daraus eine „lebendige Gruppe“ zu entwickeln (Lust- und Zeitfrage).

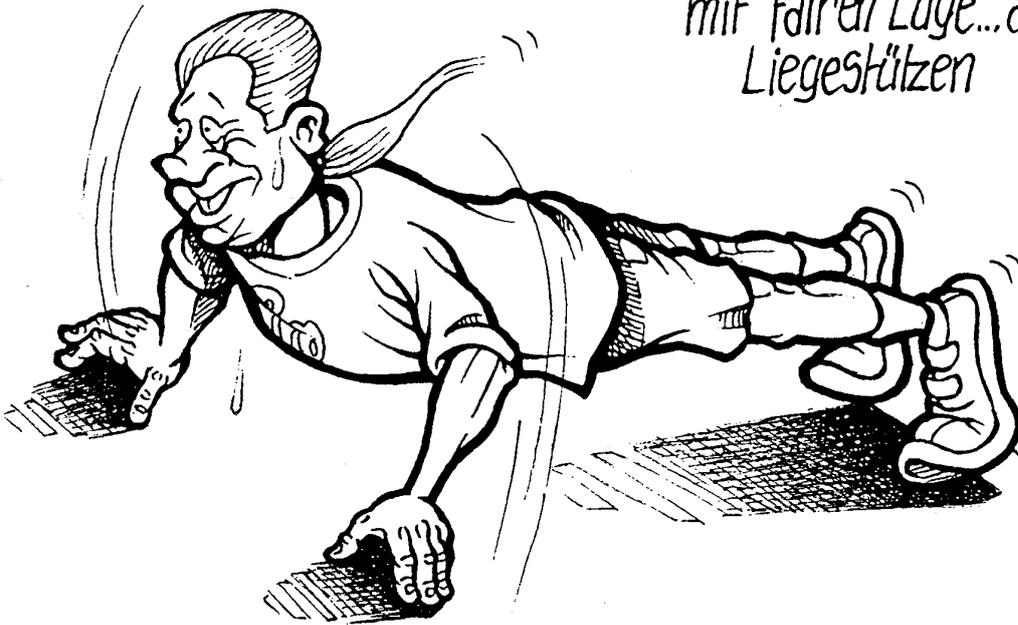
Lösungsblatt - die Lösungen für Faktenrätsel, Promirätsel und Produkträtsel findet Ihr auf Seite 25.
Kompaktblatt - ein Überblick für die Umrechnungsfaktoren und Insolvenzzahlen gibt es auf Seite 29.

Wer statt Gedächtnistraining eher Lust auf die
"Muckibude" hat - nur zu. Auch das kann zu
neuen Erkenntnissen führen...

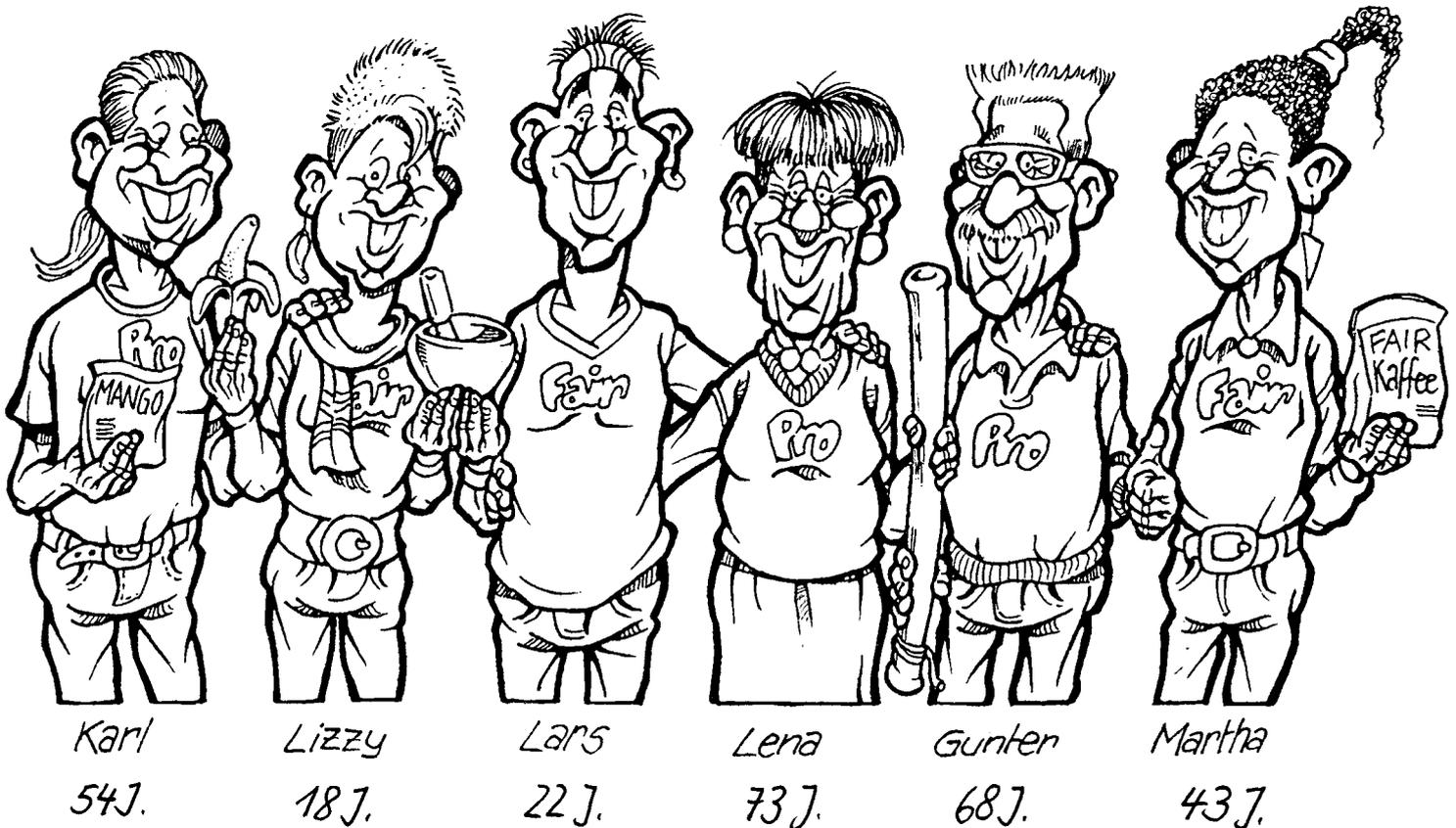
Fit for fair

Fair-Proppel

Kompetenzaneignung
mit fairen Lüge... ähh
Liegestützen



GISCHBL 13

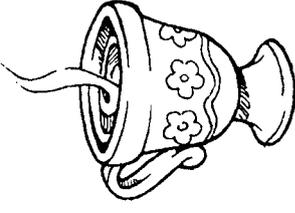


Die Fairspielten repräsentieren den idealen Altersquerschnitt eines Weltladens oder einer Aktionsgruppe.

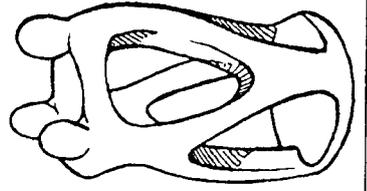
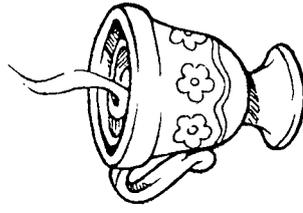
Diese Idealkonstellation wird in der Realität leider nicht erreicht. Die Altersgruppe von Lars und Lizzy (16 – 30 Jahre) ist deutlich unterrepräsentiert. Jugendliche und junge Erwachsene sind heute immer mehr an Schule und Hobby gebunden und verfügen kaum mehr über ein ausreichendes ehrenamtliches Zeitbudget. Die Altersgruppe der 58 – 75-jährigen dominiert im Weltladen. Das muss nicht negativ sein. Ein etabliertes Weltladen-Team verleiht einem „Fachgeschäft für fairen Handel“ ein hohes Maß an Erfahrung und Seriosität. Dennoch würde die Vielfalt altersbedingter Impulse die Szene deutlich bereichern.

Gerhard Mauch

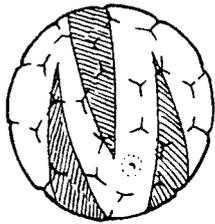
Aktionsgruppe
christlich



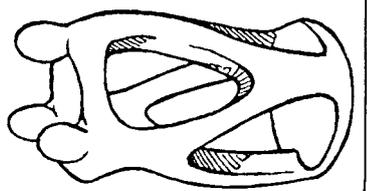
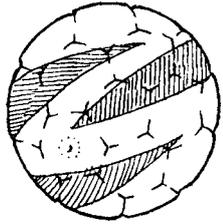
Aktionsgruppe
christlich



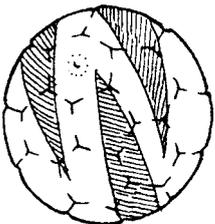
Aktionsgruppe
politisch



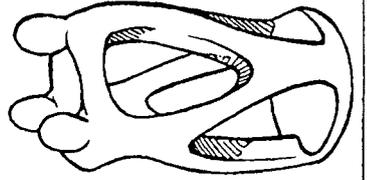
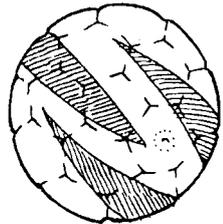
Aktionsgruppe
politisch



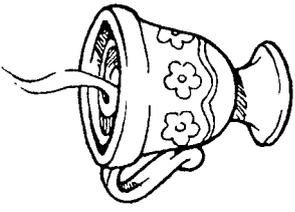
Aktionsgruppe
politisch



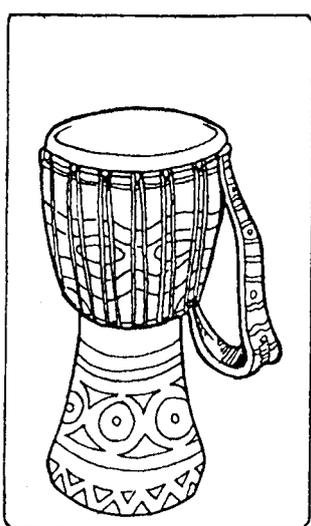
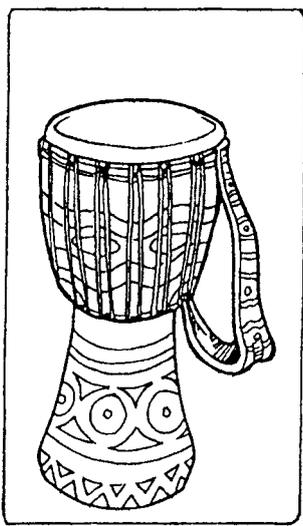
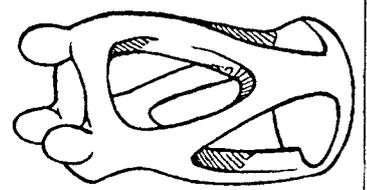
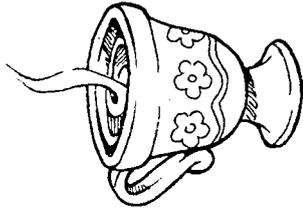
Aktionsgruppe
politisch



Aktionsgruppe
christlich



Aktionsgruppe
christlich



Einkauf beim Importeur – „dem Fairhändler“

Du wählst neue Produkte, Infomaterialien und Präsentationshilfen aus. Das weckt Interesse und bringt neue Kunden. Merke Dir drei Fakten aus dem folgenden Text und trage sie der Spielgruppe vor, oder versuche es alternativ mit 25 Kniebeugen/ Liegestützen. Dein Kundenzuwachs ergibt sich aus Würfelzahl x Faktor 9 bei Weltläden und Faktor 7 bei Gruppen.

Fakten zu Nuevo Camino GmbH Mildesheim:

- Angemessene Preise für Erzeuger, Ausschaltung von Zwischenhandel ist selbstverständlich
- Umsatz/ Jahr 7 Millionen Euro
- 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Wirtschaftsweise ist nicht gewinnorientiert
- Basisdemokratische Strukturen und Verzicht auf ausbeuterische Kinderarbeit wird von den Produzent/-innen gefordert
- Transparenz ist wichtig - bezogen auf die eigenen Geschäftsabläufe, aber auch bezogen auf die Produkte (z.B. Preiskalkulation)
- Weltläden, Gruppen, Initiativen und Produzent/-innen können Gesellschafter werden und mitbestimmen
- Es gibt einen regelmäßigen Infobrief
- Umfassende Information zu allen Produzent/-innen und Produkten steht zur Verfügung
- Förderung des kontrolliert biologischen Anbaus und eines naturverträglichen Herstellungsprozesses bei handwerklichen Produkten
- 140 Produzentenpartner kommen aus 40 Ländern in Asien (Palästina, Libanon), Amerika, Afrika und Europa (Rumänien, Bulgarien)
- Das Sortiment umfasst ca. 1600 Produkte
- Breites Angebot an Nahrungsmitteln und Kunsthandwerk - Kaffee, Trockenfrüchte, Aufstriche, Specksteinherzen, Fußbälle, Sisaltaschen...
- Zwei besondere Produkte: Mascao nach Schweizer Rezept (Kakao aus Bolivien, Dom. Rep., Zucker aus Paraguay), Cashewnüsse nicht geröstet! aus Burkina Faso, Indonesien

Einkauf beim Importeur – „dem Fairhändler“

Du wählst neue Produkte, Infomaterialien und Präsentationshilfen aus. Das weckt Interesse und bringt neue Kunden. Merke Dir drei Fakten aus dem folgenden Text und trage sie der Spielgruppe vor, oder versuche es alternativ mit 25 Kniebeugen/ Liegestützen. Dein Kundenzuwachs ergibt sich aus Würfelzahl x Faktor 9 bei Weltläden und Faktor 7 bei Gruppen.

Fakten zu GEP GmbH (Gemeinsame Entwicklung u. Partnerschaft) Schnuppertal:

- Existenzsichernde Preise für die Produzierenden unter Ausschaltung des Zwischenhandels
- Umsatz/ Jahr 25 Millionen Euro
- 120 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Nicht profitorientiert
- Vorrangige Förderung kleiner Produzentenorganisationen mit basisdemokratischen Strukturen
- Transparenz bei eigenen Geschäftsabläufen
- Gesellschafter sind die Entwicklungsorganisationen der beiden Kirchen
- Es gibt einen regelmäßigen Infobrief
- Umfassende Information zu allen Produzent/-innen und Produkten ist selbstverständlich
- Förderung des kontrolliert biologischen Anbaus und eines naturverträglichen Herstellungsprozesses bei handwerklichen Produkten
- 190 Handelspartner kommen aus 40 Ländern in Asien, Amerika, Afrika und Europa (z.B. faire Milch aus Deutschland)
- Das Sortiment umfasst ca. 1700 Produkte
- Bei Nahrungsmitteln kommen 75 Prozent aus Bioanbau
- Breites Angebot an Nahrungsmitteln und Kunsthandwerk - Kaffee, Tee, Trockenfrüchte, Quinoa, Honig, Textilien, Schmuck, Trommeln...
- Zwei besondere Produkte: Organico (Mexiko), der erste faire Kaffee aus Bioanbau, die ersten fairen Fußbälle aus Pakistan

Einkauf beim Importeur – „dem Fairhändler“

Du wählst neue Produkte, Infomaterialien und Präsentationshilfen aus. Das weckt Interesse und bringt neue Kunden. Merke Dir drei Fakten aus dem folgenden Text und trage sie der Spielgruppe vor, oder versuche es alternativ mit 25 Kniebeugen/ Liegestützen. Dein Kundenzuwachs ergibt sich aus Würfelzahl x Faktor 9 bei Weltläden und Faktor 7 bei Gruppen.

Fakten zu dwa eG (dritte welt aktion) Grafensburg:

- Produzenten erhalten existenzsichernde Vergütung unter Ausschaltung des Zwischenhandels
- Umsatz/ Jahr 6,5 Millionen Euro
- 35 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Gewinne werden reinvestiert
- Von Produzent/-innen werden basisdemokratische Strukturen und Verzicht auf ausbeuterische Kinderarbeit gefordert
- Alle Geschäftsvorgänge sollen transparent sein. Auch die Entstehung der Produkte wird offengelegt
- Privatpersonen, Weltläden, Aktionsgruppen und Produzent/-innen können Genossenschaftsanteile erwerben und mitbestimmen
- Es gibt einen regelmäßigen Infobrief
- Umfassende Information zu allen Produzent/-innen und Produkten steht zur Verfügung
- Die Förderung des kbA (kontrolliert biologischer Anbau) und möglichst naturverträgliche Herstellungsweisen bei Handwerksprodukten sind ein wichtiges Anliegen
- 138 Produzentenpartner kommen aus 39 Ländern in Asien, Afrika, Lateinamerika und Europa (Österreich)
- Das Sortiment (Nahrungs-, Genussmittel, Kunsthandwerk, Textilien) umfasst ca. 1500 Produkte
- Breites Angebot an Nahrungsmitteln und Kunsthandwerk - Kakao, Nüsse, Trockenfrüchte, Filztaschen, Honig, Textilien, Perlen aus Ton, Schmuck...
- Zwei besondere Produkte: Sidamo Kaffee aus Äthiopien (mit einem Anteil an Wildfrüchten), Mangos von den Philippinen verbunden mit einem Hilfsprojekt für Straßenkinder

Einkauf beim Importeur – „dem Fairhändler“

Du wählst neue Produkte, Infomaterialien und Präsentationshilfen aus. Das weckt Interesse und bringt neue Kunden. Merke Dir drei Fakten aus dem folgenden Text und trage sie der Spielgruppe vor, oder versuche es alternativ mit 25 Kniebeugen/ Liegestützen. Dein Kundenzuwachs ergibt sich aus Würfelzahl x Faktor 9 bei Weltläden und Faktor 7 bei Gruppen.

Fakten zu Banatop e.V. Gellhausen

- Banatop nimmt unter den Fairhändlern eine Sonderstellung ein. Sein Angebot besteht in der Hauptsache aus der Frischware Bananen. Weiter im Sortiment sind noch getrocknete Bananen, Smoothies und gelegentlich (1-2 mal/ Jahr) andere Früchte wie Orangen, Mangos, Mini- und Kochbananen...
- Der Fairhändler entstand 1986 aus einer Solidaritätsaktion für die Bananenbauern in Nicaragua, die nach der sandinistischen Revolution von dem ehemaligen Handelspartner USA boykottiert wurden
- Die Bananen werden biologisch angebaut und kommen fast ausschließlich von einem Produzentenpartner aus Ecuador. Er erhält das drei- bis vierfache im Vergleich zum konventionellen Handel
- Es gibt keinen Zwischenhandel. Banatop garantiert feste Abnahmemengen unabhängig von der schwankenden Nachfrage bei uns.
- Weitere Bio- und Sozialzuschläge (Gesundheitsversorgung und Weiterbildung) kommen noch dazu
- Umsatz pro Jahr 5 Millionen Euro
- 15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Nicht gewinnorientiert
- Transparenz in der Geschäftsführung
- Es gibt einen regelmäßigen Infobrief
- Banatop macht umfassende Öffentlichkeitsarbeit - u.a. die Koordination der „Bananenkampagne“, die regelmäßig auf Missstände im Bananenhandel aufmerksam macht und von vielen Organisationen (u.a. Brot für die Welt, Bund für Umwelt- und Naturschutz, Umweltinstitut München) unterstützt wird

Ereigniskarte (5): „Das große Geschäft“ ignoriert täglich Menschenrechte...

Deine Aufgabe: Es sind die Supermarktketten Edeka, Rewe, Lidl, Aldi und Metro.

Sie verfügen über 90 Prozent Marktanteil im Lebensmitteleinzelhandel der BRD. Diese 90 Prozent zeugen von großem Einfluss auf die Konsumierenden. **Im Spiel kannst Du dafür sorgen, dass nicht so viele Kund/-innen Deines Ladens abwandern. Informiere die Öffentlichkeit, merke Dir drei Fakten aus dem folgenden Text und trage sie der Spielgruppe vor, oder versuche es alternativ mit 25 Kniebeugen/ Liegestützen. So kannst Du Würfelzahl x Faktor 2 bei Weltläden und Faktor 0 bei Gruppen rechnen.**

Die Fakten:

- Die großen Supermarktketten expandieren, ihr Einfluss wächst. Edeka (einschl. Netto), Rewe (einschl. Penny), Lidl (einschl. Kaufland), Aldi und Metro (einschl. Galeria Kaufhof, Real) teilen sich ca. 90% des deutschen Lebensmittelmarktes.
- Nur wer kontinuierlich große Warenmengen in vorgegebener Qualität und zu niedrigen Preisen liefern kann, ist im Geschäft. Lieferanten und Erzeuger werden permanent im Preis gedrückt und bekommen nachteilige Konditionen in die Verträge diktiert. Schlecht für Kleinbauern und Arbeitskräfte.
- Billig, billig um jeden Preis. Darunter leiden Näherinnen in Bangladesch oder Arbeiterinnen, die in Costa Rica Ananas ernten. Bei Arbeitstagen von 12 Stunden erhalten die wenigsten Arbeiterinnen den gesetzlichen Mindestlohn.
- Die Beschäftigten in Bangladesch arbeiten 14 Stunden pro Schicht. Überstunden werden nur zum Teil vergütet. Und der Mindestlohn von 30,00 Euro pro Monat reicht kaum zum überleben.
- Seit Mitte der 90er Jahre breiten sich die Einzelhändler rasant in den Ländern des Südens aus. Dort begünstigt die sogenannte Liberalisierung der Märkte die Ausbreitung der Supermarktketten. Die Metrogruppe z.B. ist schon in 32 Ländern präsent...

Quellen: Oxfam-Studie, Kampagne Supermarktmacht, siehe supermarktmacht.de

Ereigniskarte (6): „Das große Geschäft“ ignoriert täglich Menschenrechte...

Deine Aufgabe: Hier hast Du es mit Nestlé dem weltweit größten Nahrungsmittelkonzern zu tun. Seine Geschichte ist besonders geprägt, von der rücksichtslosen Verbreitung seiner Babyfertiernahrung in den Ländern des Südens. **Im Spiel kannst Du dafür sorgen, dass nicht so viele Kund/-innen Deines Ladens abwandern. Du informierst Dich über den Nestlé - Konzern. Wenn Du zwei von vier Fragen richtig beantwortest, kannst Du Würfelzahl x Faktor 2 bei Weltläden und Faktor 0 bei Gruppen rechnen.**

Jeweils eine Antwort ist falsch:

Frage 1: Nestlé suggeriert seit den 70er, 80er Jahren durch Klinikpersonal in vielen Ländern des Südens, Babynahrung sei besser als das Stillen. Die Menschen können sich die notwendige Menge nicht leisten und so sterben viele Säuglinge an Mangelernährung. Trotz weltweitem Boykott in den 80ern, und Verhaltensänderung, arbeitet Nestlé heute wieder nach gleichem System.

Frage 2: Nestlé ist der weltweit größte Lebensmittelkonzern mit 73, 58 Milliarden Euro 2011. Besonders die Kaffeemarke Nespresso bringt steigende Umsätze. Aber genau diese Marke steht für ausbeuterische Löhne und miserable Arbeitsbedingungen auf den Kaffeepflanzungen.

Frage 3: Nestlé mag keine Gewerkschaften. In Pakistan, Honduras und Indonesien reagierte der Konzern auf gewerkschaftliche Aktivität mit Schikanen und willkürlichen Entlassungen.

Frage 4: Nestlé mit Hauptsitz im Westschweizer Kanton Waadt, leugnet nicht mehr, in den Jahren 2003 bis 2008 die kantonale Attac-Gruppe, Greenpeace-Gruppe mit illegalen Methoden infiltriert und ausspioniert zu haben. Die Gruppe plante damals ein kritisches Buch über das Unternehmen.

Quellen: asb-Rundbriefe 1•2/2013, Wikipedia zu Nestlé

Gemeinschaftskarte (5): Zusammen aktiv...

Aufgabe: Die Publikumsreaktion auf „Die (kl)eine Weltschau“ ist gut und bringt dem Weltladen und der Gruppe viele neue Kunden. Du erreichst den Kundenzuwachs, indem Du Dir drei Fakten aus der folgenden Information merkst und der Spielgruppe vorträgst, oder es alternativ mit 25 Kniebeugen/ Liegestützen versuchst. Der Zuwachs rechnet sich dann mit der Würfelzahl x Faktor 15 bei Weltläden und Faktor 13 bei Gruppen.

Fakten zur (Kl)einen Weltschau:

- Die (Kl)eine Weltschau wurde 1997 wurde beim EPIZ (Entwickl.- pädagog.- Info.-zentrum) Reutlingen von den EPIZ Mitarbeiterinnen Sigrid Schell-Straub, Regina Seitz und dem Zeichner Gerhard Mauch gestaltet und zusammengestellt.

Hier eine kleine Auswahl an Szenen:

- „Die Riesenpuppe Petra“ ist eine Sprechpuppe, die 2-3 Sätze in gebetsmühlenhafter Monotonie wiederholt. Ihre Bewegungen sind roboterhaft. Petra ergänzt aber ihre monotonen, wiederkehrenden Sätze (...ich bin lieb - wie geht es dir?) mit harten Fakten in anderer Tonlage (...mir geht es gut - viel besser als 500 Mio. Kindern in den südlichen Ländern).
- „Globi trifft sich selbst“, „Globi“, die karikaturistische Weltkugel, gibt es als Handpuppe. In dieser Szene trifft er seinen Doppelgänger. Der kommt „aus der Zukunft“ und berichtet dem aktuell in die Venus verliebten globi von den fatalen Zerstörungen durch den Menschen.
- „Guten Morgen Europa“, Hannelore wird von ihrem Radiowecker aus dem Schlaf gerissen. Gleich wird sie mit der Nachricht konfrontiert, dass auf unerklärliche Weise alle Produkte verschwunden sind, die aus der sogenannten Dritten Welt stammen. Gleich wird sie richtig wach, denn auch ihre Besitztümer sind betroffen... (1992 - von Klemens, Salzmann aus d. Zeitschrift d. DW Gruppen inNRW, aktualisiert)

Gemeinschaftskarte (6): Zusammen aktiv...

Aufgabe: Sie sind Wohltäter, Legenden, Vordenker/-innen und weltweit bekannt. Bei verschiedenen Aktionen erreicht Ihr besondere Aufmerksamkeit durch „Das gepuzzelte Promirätsel“. Das bringt den beteiligten Weltläden und Gruppen einen guten Kundenzuwachs. **Kundenzuwachs erreichst Du, indem Du mindestens zwei der vier angebotenen Promis erkennst und ihnen die richtigen Aussagen zuordnest.** Der Zuwachs rechnet sich dann mit Würfelzahl x Faktor 15 bei Weltläden und Faktor 13 bei Gruppen.

Das Puzzle: Füge die Puzzlestücke C1, C2, C3, C4 jeweils zusammen und ordne sie den folgenden Namen zu (Vita muss nicht gelesen werden!):

Astrid Lindgren (1907-2002), die weltweit erfolgreichste Kinderbuchautorin. Sie schuf Figuren wie Pippi Langstrumpf und Kalle Blomquist. Mischte sich häufig politisch ein, z.B. wenn es um die Wahrung der Kinderrechte ging.

John Lennon (1940-1980), legendärer englischer Rockmusiker, der mit nachdenklichen Texten beeindruckte und sich exponiert für den Frieden auf der Welt einsetzte. Er wurde 1980 von einem Fanatiker erschossen.

Ernesto Che Guevara (1928-1967), eine führende Figur der kubanischen Revolution von 1956-59. Der studierte Arzt wurde Industrieminister in Kuba. Versuchte eine Revolution in Bolivien und wurde dort 1967 vom Militär ermordet. Ein spezielles Motiv seines Kopfes wurde nach seinem Tod weltweit vermarktet.

Leonardo Di Caprio (geb. 1974), einer der aktuell erfolgreichsten Schauspieler Hollywoods. Mit einer Hauptrolle im Spielfilm „Titanic“ erfolgte ein großer Karriereschub. Er engagiert sich regelmäßig im Umweltschutz und produzierte den Doku-metarfilm 11th Hour, der Umweltkrisen thematisiert.

Die Sätze: Ordne den vier Personen folgende Sätze zu:

- „Stell dir vor alle Menschen teilen sich die Welt. Du wirst sagen ich bin ein Träumer - aber ich bin nicht der Einzige.“
- „Junge, was für ein unglaublich ambitioniertes Unternehmen. Du nimmst es mit dem großen amerikanischen Roman auf, mit einem Buch, das die Träume und Ideale dessen umfasst, was Amerika ist.“
- „Ihr verteilt den Preis an eine Person, die uralt, halb blind, halb taub und total verrückt ist.“
- „Seien wir realistisch, versuchen wir das Unmögliche.“

Gemeinschaftskarte (7): Zusammen aktiv...

Aufgabe: Sie sind Wohltäter, Legenden, Vordenker/-innen und weltweit bekannt. Bei verschiedenen Aktionen erreicht Ihr besondere Aufmerksamkeit durch „Das gepuzzelte Promirätsel“. Das bringt den beteiligten Weltläden und Gruppen einen guten Kundenzuwachs. **Kundenzuwachs erreichst Du, indem Du mindestens zwei der vier angebotenen Promis erkennst und ihnen die richtigen Aussagen zuordnest.** Der Zuwachs rechnet sich mit **Würfelzahl x Faktor 15 bei Weltläden und Faktor 13 bei Gruppen.**

Das Puzzle: Füge die Puzzlestücke D1, D2, D3, D4 jeweils zusammen und ordne sie den folgenden Namen zu (Vita muss nicht gelesen werden):

Mahatma Gandhi (1869-1948), an der Spitze der indischen Nationalbewegung praktizierte er den gewaltlosen Widerstand gegen die Kolonialmacht England und setzte sich in manchen Bereichen durch. Er wurde von einem Fanatiker ermordet.

Albert Einstein (1879-1955), ein genialer Physiker, dessen Hauptwerk die Relativitätstheorie war. Sehr bekannt - seine „Energieformel“ $E=mc^2$. Er nutzte seine Popularität, um sich für Völkerverständigung und Frieden einzusetzen.

Heinrich Böll (1917-1985), einer der bedeutendsten Schriftsteller der Nachkriegs-zeit. Ein kritischer Geist, der sich in der Friedensbewegung engagierte. Er schuf bedeutende Werke wie „Gruppenbild mit Dame“ und „Die verlorene Ehre der Katharina Blum“.

Jimi Hendrix (1942-1970), einer der bedeutendsten Gitarristen, der mit die Entwicklung der Rockmusik prägte. Herausragend seine kritische Interpretation der amerikanischen Nationalhymne (The Star-Spangled Banner) zu Zeiten des Vietnamkrieges.

Die Sätze: Ordne den vier Personen folgende Sätze zu:

- a - „Die Menschen sehen nur das, was sie noch alles haben und bekommen könnten, schätzen aber nicht was sie haben, bis sie es verlieren.“
- b - „Die einzige Drohung, die einem Deutschen Angst einjagt, ist die des sinkenden Umsatzes.“
- c - „Zahlenmäßige Stärke ist der höchste Trumpf der Ängstlichen. Die Tapferen im Geiste rühmen sich, allein zu kämpfen.“
- d - „Zwei Dinge sind unendlich: Das Universum und die menschliche Dummheit, aber beim Universum bin ich mir noch nicht ganz sicher.“

Aktionskarte (11): Raus unter die Leute...

Aufgabe: Mittels philosophischer Postkarten bietet Ihr an Eurem Infostand Anregungen auf „nachdenklicher, kontemplativer Ebene“ an. Das gefällt den Passant/-innen und Ihr generiert so neue Kundinnen und Kunden. Kundenzuwachs erreichst Du, indem Du Dir mindestens drei der folgenden poetischen Gedanken merkst und der Spielgruppe vorträgst, oder Du versuchst es alternativ mit 25 Liegestützen/ Kniebeugen. Der Kundenzuwachs rechnet sich mit der Würfelzahl x Faktor 12 bei Weltläden und Faktor 10 bei Aktionsgruppen.

Thema Poesie für Eine Welt (eine kleine Auswahl):

- *Wer zur Quelle kommen will - muss gegen den Strom schwimmen* Jerzy Lec
- *Wer will, dass die Welt so bleibt wie sie ist - will nicht, dass sie bleibt* Erich Fried
- *Sein Gewissen war rein - er benutzte es nie* Jerzy Lec
- *Erst, wenn ihr das letzte Stück Erde zerstört habt - werdet ihr sehen, dass man Geld nicht essen kann* Weissagung der Cree
- *Die Schwärmerei für die Natur - kommt von der Unbewohnbarkeit der Städte* Bertolt Brecht
- *Wenn einer träumt, bleibt es Utopie - wenn viele träumen, wird es Wirklichkeit*
Volkswisheit aus Lateinamerika
- *Ein Tag, an dem Du nicht lächelst, ist ein verlorener Tag* Charlie Chaplin
- *Es ist leichter, ein Atomkern zu zertrümmern als ein Vorurteil* Albert Einstein

Postkarten: Zu beziehen bei www.fechenbach.de

Lösungen der Fragen und Zuordnungen:

Aktionskarte(3)/ Blatt 1 - Nicht fair gehandelt: Nr.1 - Geldbeutel „Glubschauge“, Nr.2 Wärmflasche, Nr.8 Glas, Nr.12 Koffer, Nr.14 Hausschuh, Nr.17 Kochtopf

Aktionskarte(5)/ Blatt 2 - Nicht fair gehandelt: Nr.4 Schere, Nr.7 Hutschachteln, Nr. 9 Schuh, Nr.16 Fächer, Nr.18 Stoffbörse, Nr.20 Glas

Aktionskarte(7)/ Blatt 3 - Nicht fair gehandelt: Nr.5 Schere, Nr.6 Kochtopf, Nr.7 Kaffeemühle, Nr.14 Schuh, Nr.16 Nähkasten, Nr.17 Peace-VW-Bus

Aktionskarte(1) - Frage1: 70er, Frage2: El Puente, Frage3: Gibt es einen klimabedingten Ernteausfall... Frage4: Die Regel 2-4 Voll- bzw. Teilzeitkräfte...

Aktionskarte(6) - Frage1: Äthiopien, Frage2: Gesellschaft zur Förderung..., Frage3: Die Zusammenarbeit mit den bisherigen..., Frage4: Niederlande

Aktionskarte(8) - Frage1: Staudensellerie, Quittenmark, Frage2: Dafür muss die Masse erhitzt werden, Frage3: Die Tolteken kreierte..., die Spanier brachten...,

Frage4: ...wurde es von den Kenianern..., ...dann ab 1917 schwarze Sklaven...

Aktionskarte(10) - Frage1: Mexiko Organico, Frage2: Lateinamerika, Frage3: IWF, WTO, Weltbank Frage4: 1992

Gemeinschaftskarte(2) - Das Puzzle: A1=Gandhi, A2=Lennon, A3=Allen, A4=Marx, Die Sätze: a=Allen, b=Gandhi, c=Marx, d=Lennon

Gemeinschaftskarte(4) - Das Puzzle: B1=Chaplin, B2=Dylan, B3=Luther-King, B4=Mandela Die Sätze: a=Mandela, b=Dylan, c=Luther-King, d=Chaplin

Gemeinschaftskarte(6) - Das Puzzle: C1=Guevara, C2=Lindgren, C3=Di Caprio, C4=Lennon Die Sätze: a=Lennon, b=Di Caprio, c=Lindgren, d=Guevara

Gemeinschaftskarte(7) - Das Puzzle: D1=Einstein, D2=Hendrix, D3=Gandhi, D4=Böll Die Sätze: a=Hendrix, b=Böll, c=Gandhi, d=Einstein

Gemeinschaftskarte(3) - Frage1: Menschenrechte, Frage2: längere Bildgeschichten mit 10..., Frage3: Italien, Frage4: Spanien, Portugal

Ereigniskarte(1) - Frage 1: 4000, Frage 2: 4, Frage 3: Uganda, Frage 4: kriminalisiert werden...

Ereigniskarte(3) - Frage 1: Tigerstaaten, Frage 2: Freihandelsprogramme, Frage 3: einheimischen Firmen..., Frage 4: SPA (Social Partnership Agree...)

Ereigniskarte(6) - Frage 1: 70er, Frage 2: 73 Mia., Frage 3: Honduras, Frage 4: Greenpeace-Gruppe

Aktionskarte (7): Raus unter die Leute...

Aufgabe: Im Rahmen einer Infoaktion präsentiert Ihr den Passant/-innen „Das Produktblatt“. Es zeigt die Vielfalt fairer kunsthandwerklicher Produkte. Die Leute sollen von 20 abgebildeten Produkten sechs herausfinden, die nicht aus dem Fairen Handel kommen. Das knifflige Blatt kommt gut an und bewirkt einen Kundenzuwachs.

In diesem Spiel bewirkst Du den Kundenzuwachs, indem Du auf beigefügtem Blatt 3 bei mindestens 3 von 6 nicht fairen Produkten richtig liegst.

Auf dem Blatt findest Du 20 durchnummerierte Produkte. Notiere die sechs Nummern Deiner Wahl auf einem separaten Blatt. Der Kundenzuwachs rechnet sich mit der Würfelzahl x Faktor 12 bei Weltläden und Faktor 10 bei Aktionsgruppen.

Aktionskarte (8): Raus unter die Leute...

Aufgabe: Eure Infoaktion zum Thema Faire Schokolade - die es im Fairen Handel erst seit 1992 gibt, bringt einige neue Kundinnen und Kunden. Du erreichst den Kundenzuwachs, indem Du von den folgenden vier Fragen mindestens zwei richtig beantwortest. Der Kundenzuwachs rechnet sich mit der Würfelzahl x Faktor 12 bei Weltläden und Faktor 10 bei Aktionsgruppen.

Zwei Zutaten sind falsch:

Frage 1: Die „reine Faire Bioschokolade“ besteht aus:

- Kakaopulver, Zucker (am besten Vollrohr) oder Honig, Staudensellerie, Kakaobutter, Vollmilchpulver, Quittenmark.

Ein Vorgang ist falsch:

- Frage 2: Die Faire Bioschokolade kommt ohne Sojalecithin als Mischhilfe aus.
 Dafür muss die Masse stärker erhitzt werden (bis zu 80 Grad Celsius).
 Dafür muss länger umgerührt werden (conchieren) - nämlich 40-60 Stunden.

Zwei Fakten sind falsch:

Frage 3:

- Die Ursprünge des Kakao liegen im südamerikanischen Amazonasbecken.
 Die Tolteken kreierten im 12-ten Jahrhundert ein Getränk aus Bohnen (zermahlen) und verschiedenen Gewürzen das sie „Cacahuatl“ nannten.
 Die Spanier brachten die Frucht im 19. Jh. nach Europa.
 Der gezüchtete Kakaobaum wird 4-8m hoch.
 Die Früchte sind ca. 25 cm lange Schoten, die vor allem am Mittelstamm wachsen.

Zwei Fakten sind falsch:

Frage 4:

- Zuckerrohr ist die älteste Kulturpflanze und wurde schon 10 000 v. Chr. auf Neu Guinea und Melanesien angebaut.
 900 n. Chr. wurde es von den Kenianern im Mittelmeerraum verbreitet.
 Durch Kolumbus gelangte die Pflanze 1493 in die Karibik (Haiti, Dom. Rep.).
 Die Urbevölkerung wurde auf die Plantagen gezwungen und fast ausgerottet.
 Dafür wurden dann ab 1917 schwarze Sklaven auf den Inseln eingesetzt.
 Zuckerrohr gehört zu den Gräsern und kann bis zu 5m hoch werden.

Aktionskarte (9): Raus unter die Leute...

Aufgabe: Eure Infoaktion zum Thema Faire Bananen, die einzige Frischware im Fairen Handel, bringt einige neue Kundinnen und Kunden. **Du erreichst den Kundenzuwachs, indem Du Dir drei Fakten aus der folgenden Information merkst und der Spielgruppe vorträgst, oder Du versuchst es alternativ mit 25 Liegestützen/ Kniebeugen. Der Kundenzuwachs rechnet sich mit der Würfelzahl x Faktor 12 bei Weltläden und Faktor 10 bei Aktionsgruppen.**

Fakten zu Fairen Bananen:

- Die Pflanze kommt aus Südostasien (Indien, Sri Lanka). Sie wurde erstmalig vor ca. 3000 Jahren kultiviert. 650 n. Chr. kam sie durch islamische Eroberer nach Ägypten. 1402 legten die Portugiesen auf den kanarischen Inseln die ersten Plantagen an. Über die lange Distanz vom Anbaugebiet nach Europa schaffte es die Banane als „frische Frucht“ erst Ende des 19-ten Jahrhunderts durch die Entwicklung von Kühlschiffen.
- Mit dem industriellen Anbau begann 1899 die United Fruit Company (Chiquita). Die Konzerne United Fruit, Dole und Del Monte überzogen in der Folge Mittelamerika mit Bananenplantagen. Durch Bestechung von Eliten wurden Kleinbauern von ihrem angestammten fruchtbaren Land verjagt. Heute haben diese drei Konzerne einen Anteil von ca. 80 Prozent am Welthandel mit Bananen.
- Die Pflanze ist eine Staude und gehört wie z.B. Gras und Palmen zur Gattung der Einkeimblättrigen. Aus einer Wurzelknolle wachsen immer wieder neue Sprossen. Die Stauden der gängigsten Sorte „Cavendish“ werden 2,5-3m hoch. Die Bananen (arabischer Begriff für Finger) wachsen an Büscheln in 10-20 Reihen (Hände genannt) à 12-16 Bananen. Sie wachsen krumm, weil sie sich von der Blüte ausgehend erst nach unten entwickeln, bevor sie sich der Sonne zuwenden. Sie werden für den langen Weg grün geerntet.
- Als Solidaritätsaktion für die durch die USA boykottierten Bananenbauern in Nicaragua, entstand in Europa Anfang der 80er der Faire und solidarische Handel mit Bananen. Der Verein Banafair ist heute der größte Importeur von fairen Bananen in Deutschland. Die Deutschen gehören mit 14-16 kg Verbrauch zu den weltweit größten Genießern dieser faszinierenden Frucht.

Aktionskarte (10): Raus unter die Leute...

Aufgabe: Ihr präsentiert im Rahmen einer Infoaktion ein Rätsel zum Fairen Handel, um dadurch in den Dialog mit den Passanten zu kommen und so neue Kunden zu werben.

Den Kundenzuwachs erreichst Du, indem Du aus den folgenden vier Fragen mindestens zwei richtig beantwortest. Der Kundenzuwachs rechnet sich mit der Würfelzahl x Faktor 12 bei Weltläden und Faktor 10 bei Aktionsgruppen.

Frage 1: Der erste Kaffee aus kontrolliert biologischem Anbau, der 1992 in deutschen Weltläden erhältlich war hieß:

- Pidecafé Bio Mexiko Organico Bio Aymara

Frage 2: Nenne die Ursprungsregion des Kakaos:

- Lateinamerika Asien Afrika

Frage 3: Welche drei internationalen Organisationen verschlechtern die Handelsbedingungen für die Schuldnerländer des Südens?

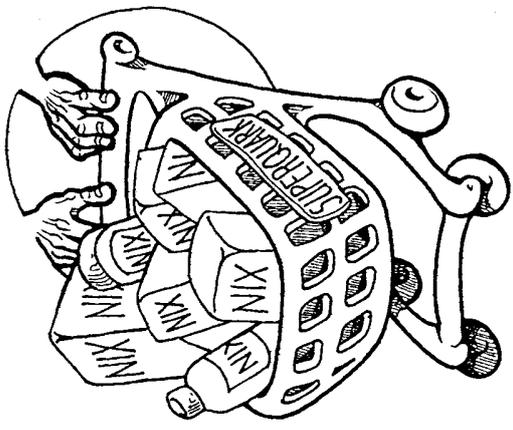
- UNO IWF FIFA Weltbank BASF WTO

Frage 4: Seit wann gibt es Schokolade im Weltladen?

- 2005 2000 1992

Abkürzungen erläutert:

UNO = Vereinte Nationen IWF= Internationaler Währungsfonds FIFA= Fußballweltverband
BASF= Badische Anilin- und Soda-Fabrik WTO= Welthandels Organisation



--	--

★ *Der Umschwung?* ★

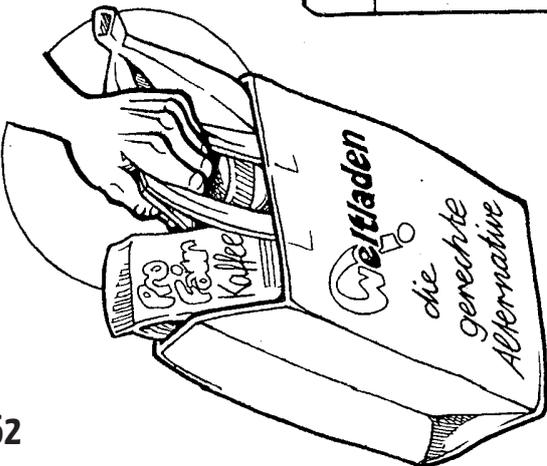
⊕/⊖ *Das Abrechnungsblatt* ⊕/⊖

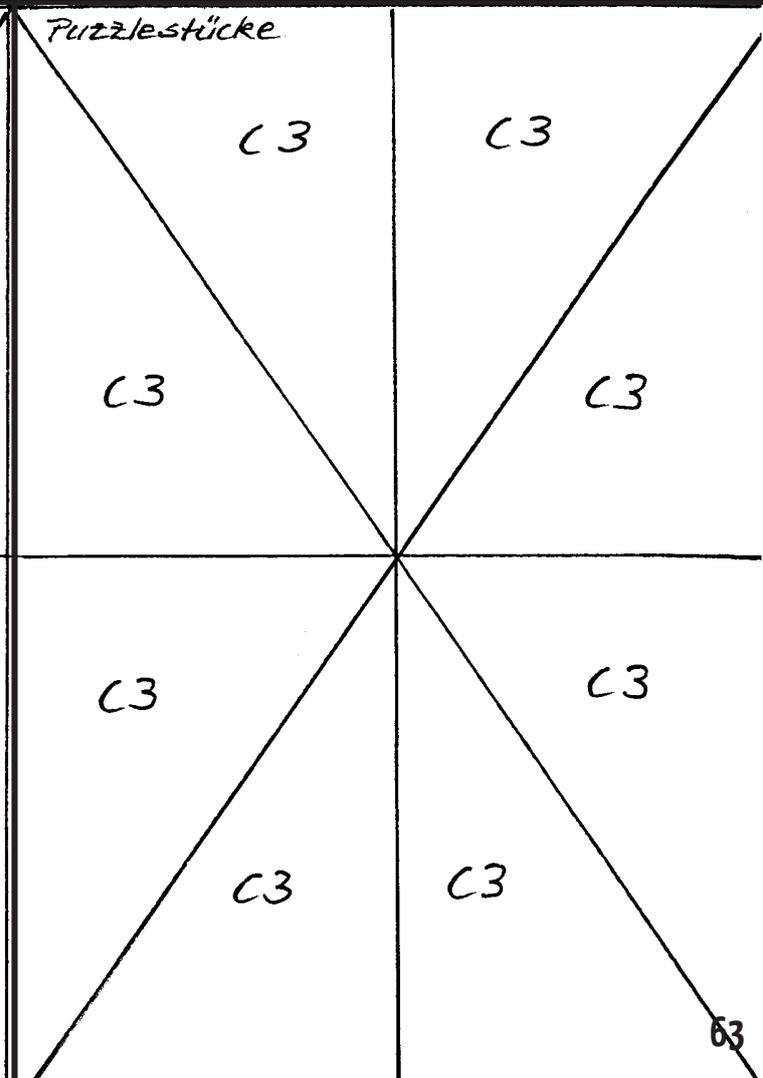
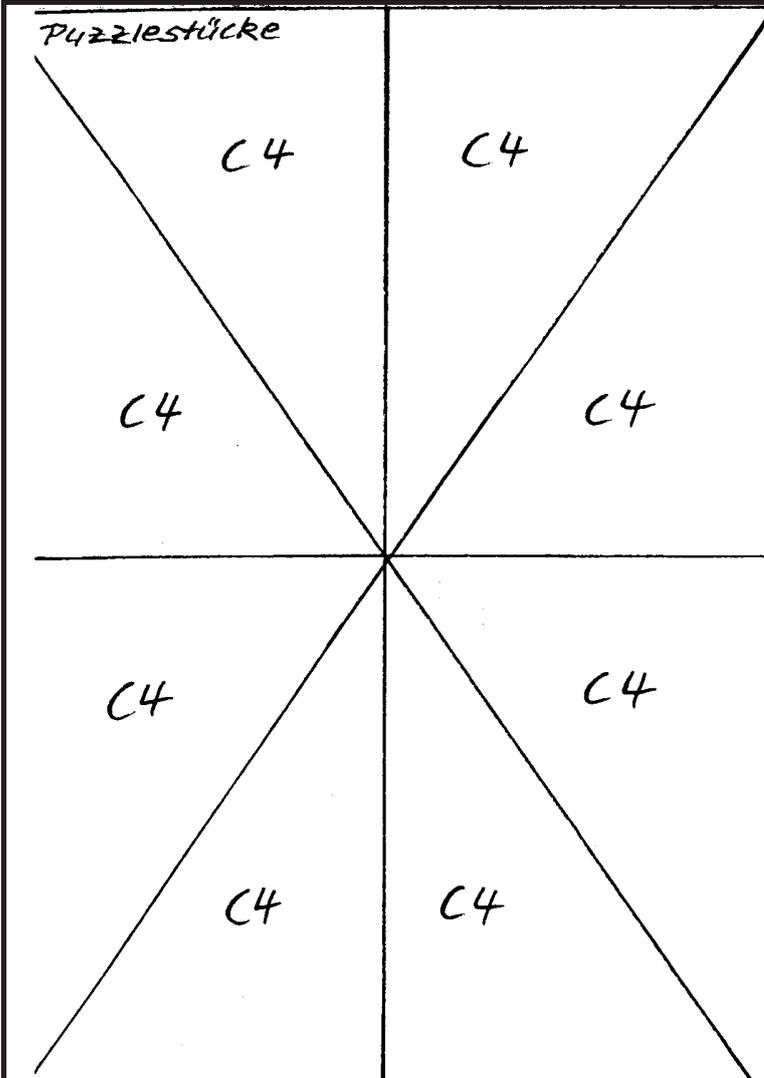
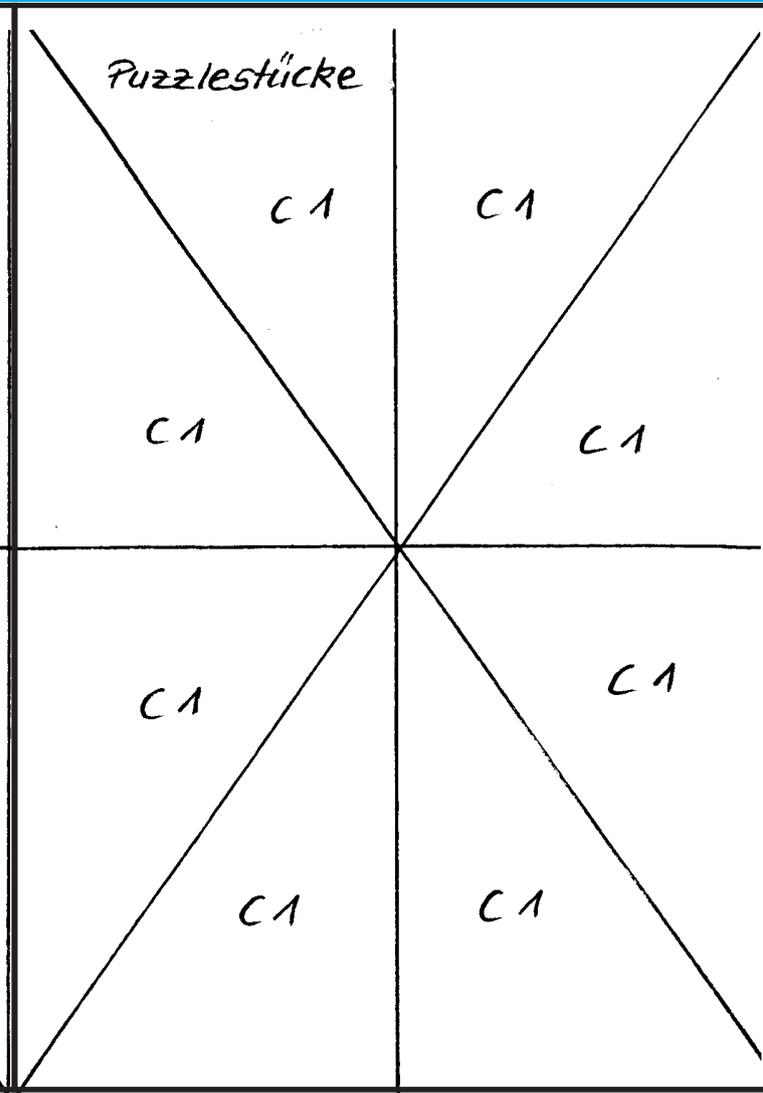
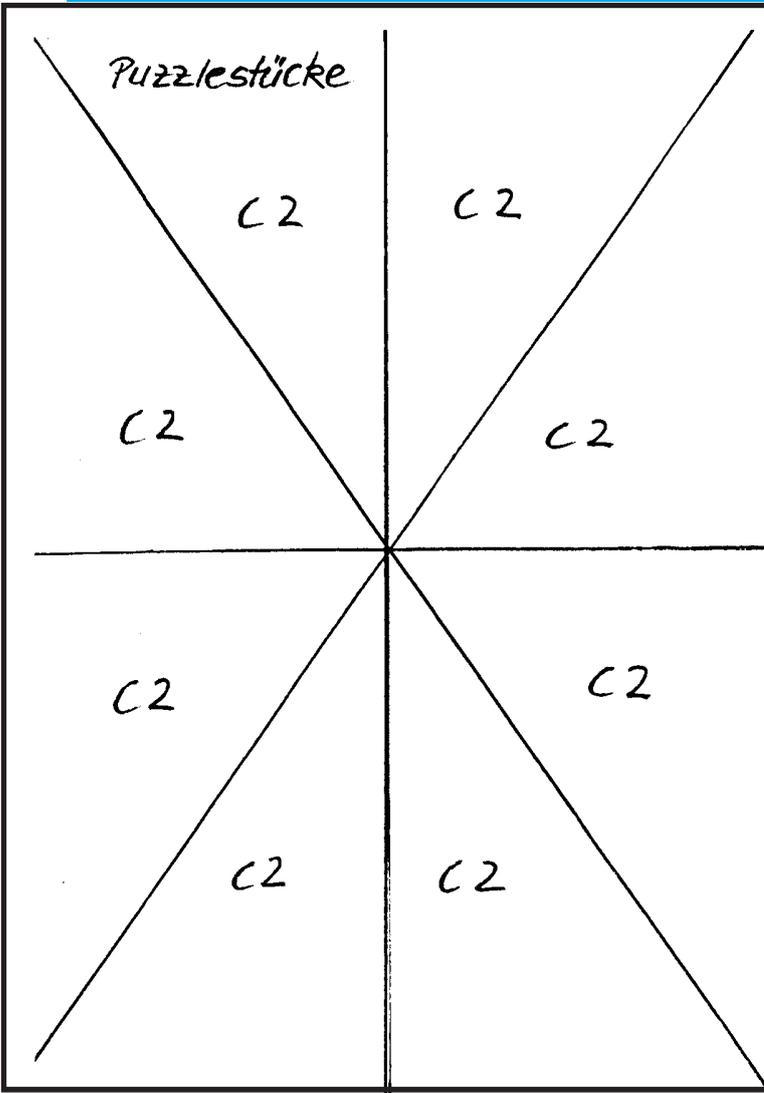
--	--

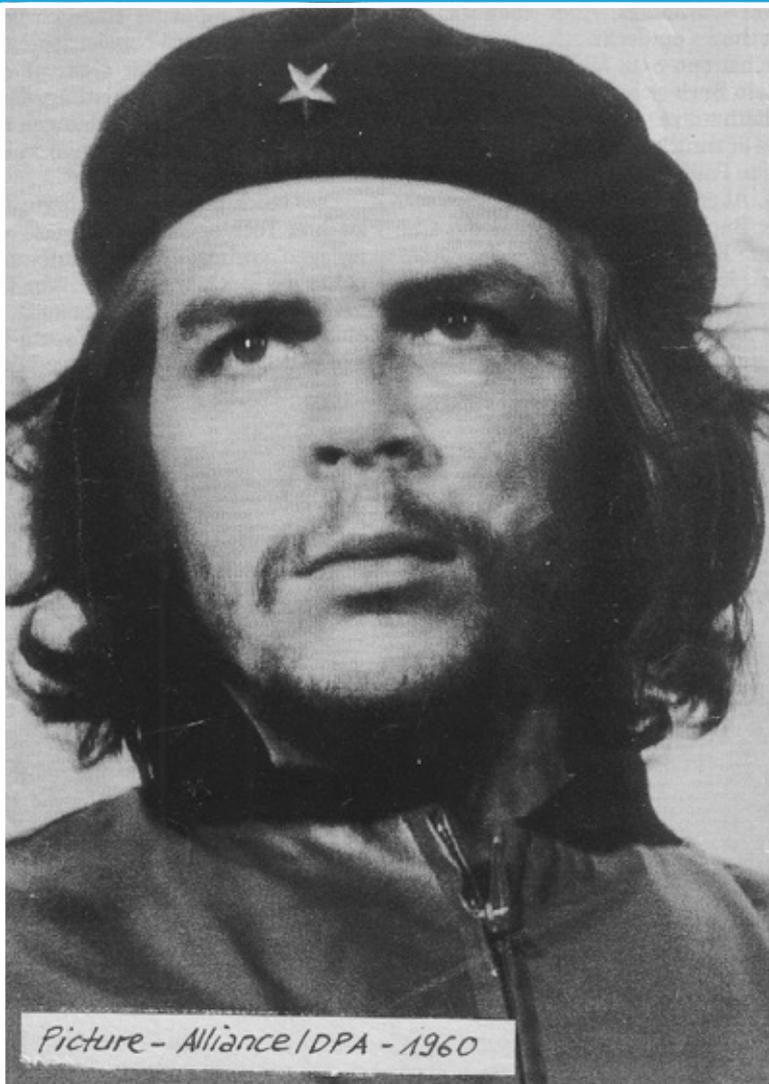
--	--

--	--

--	--







Picture - Alliance / DPA - 1960



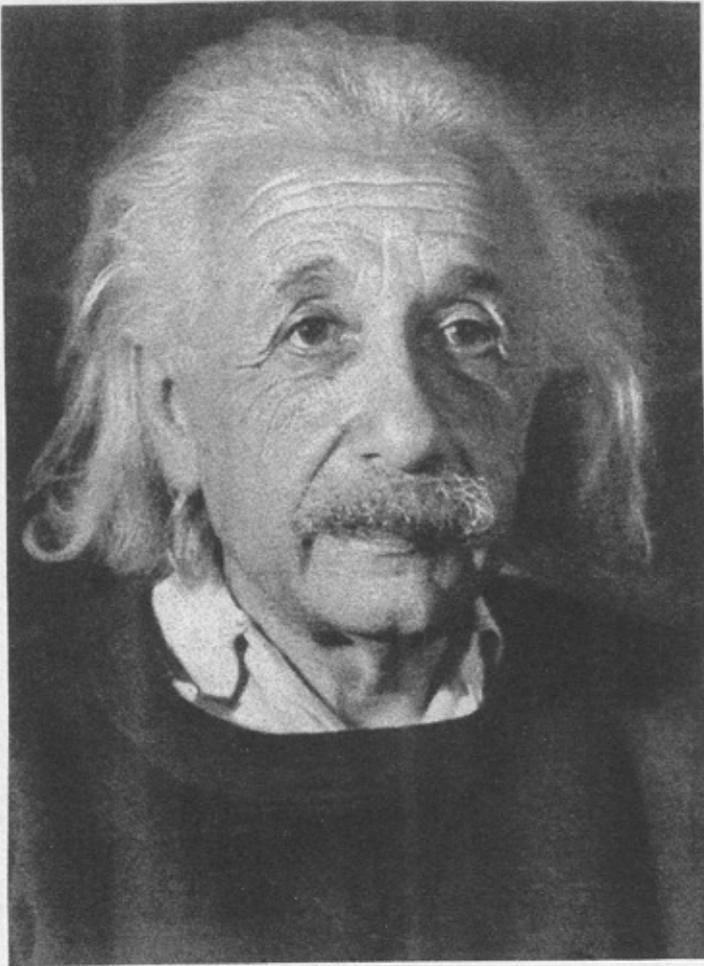
Oetinger / Karlsson 1988



wikimedia.org/commons
64



ehapa verlag 1996



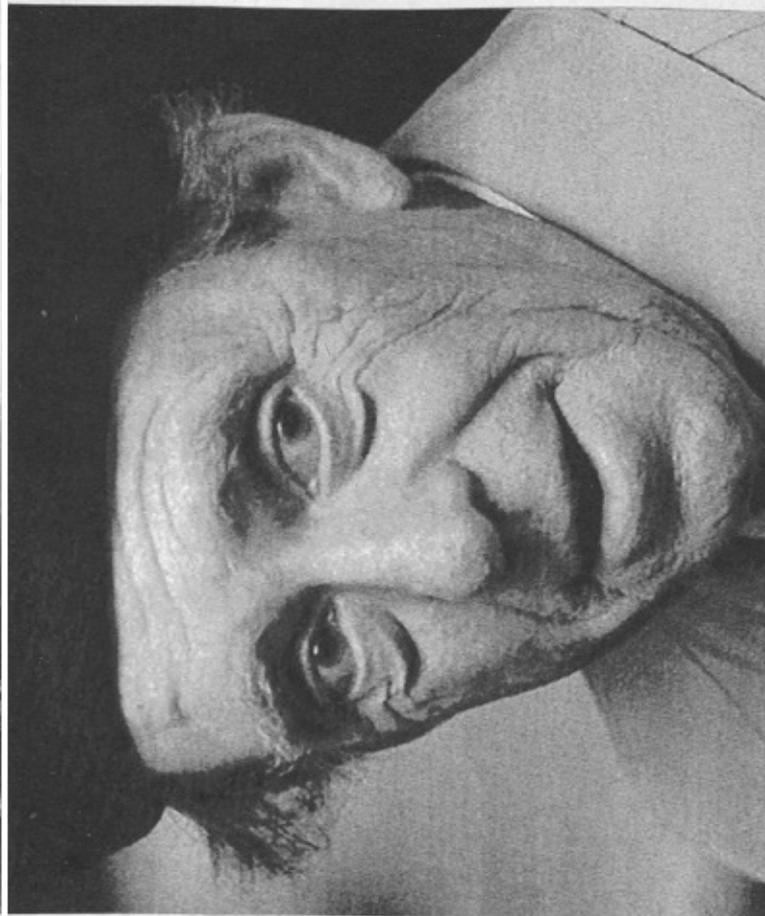
Spiegel Nr. 40 2006 /AKG



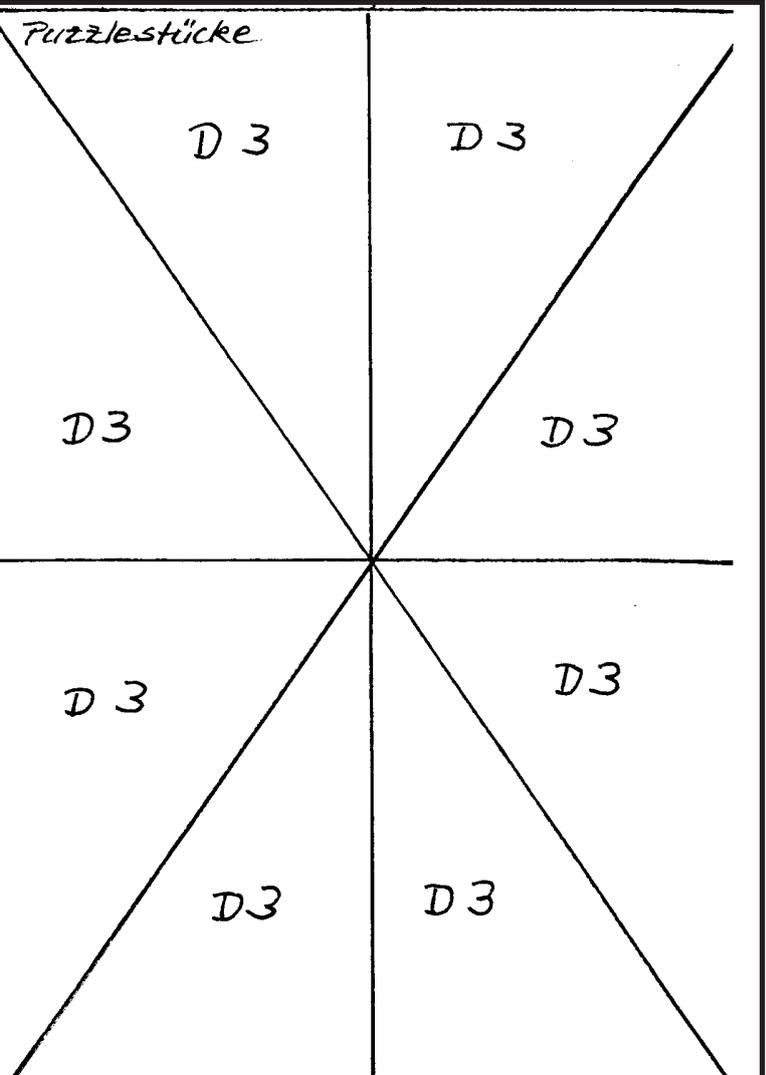
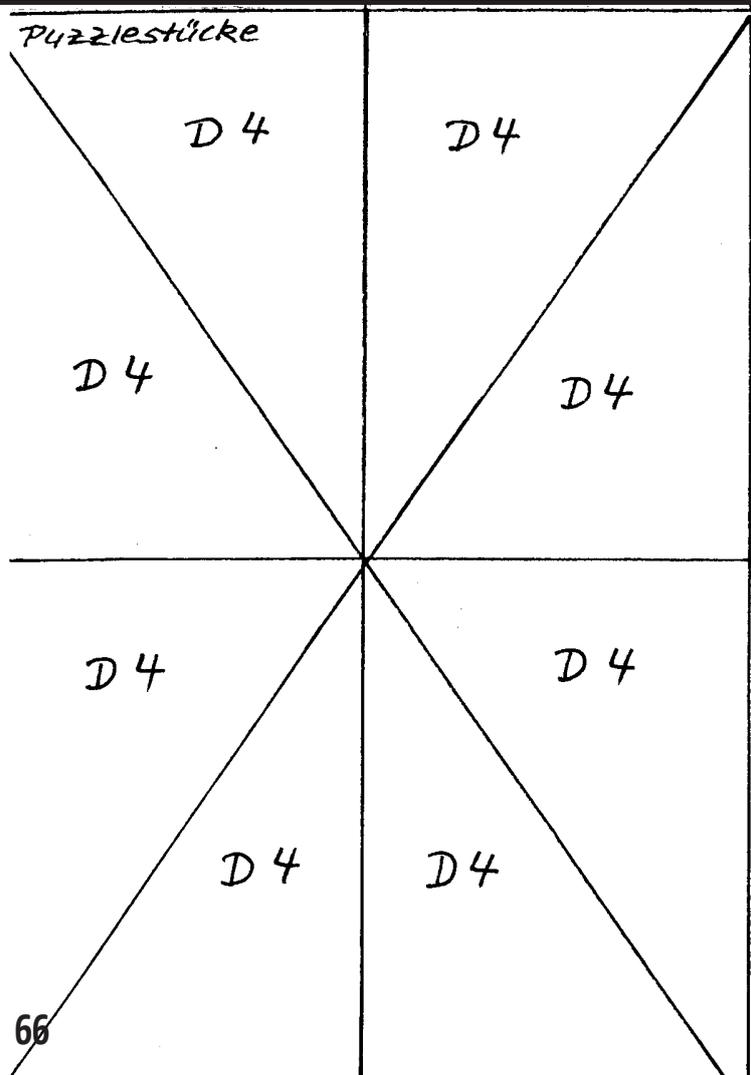
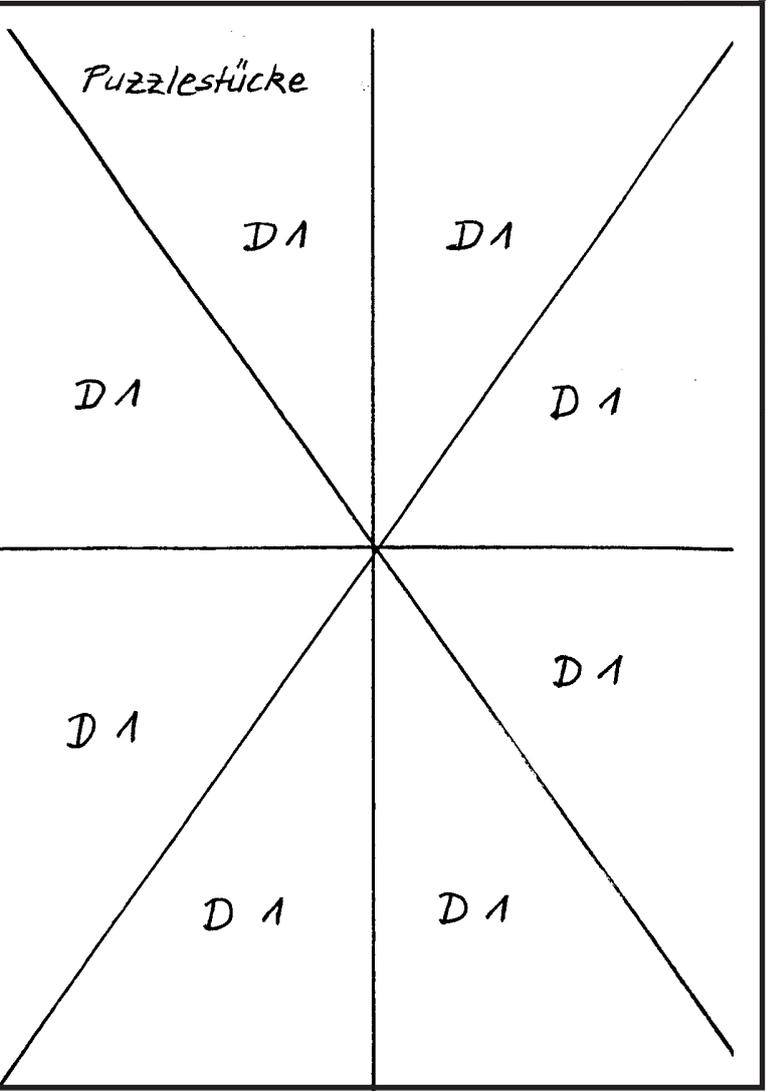
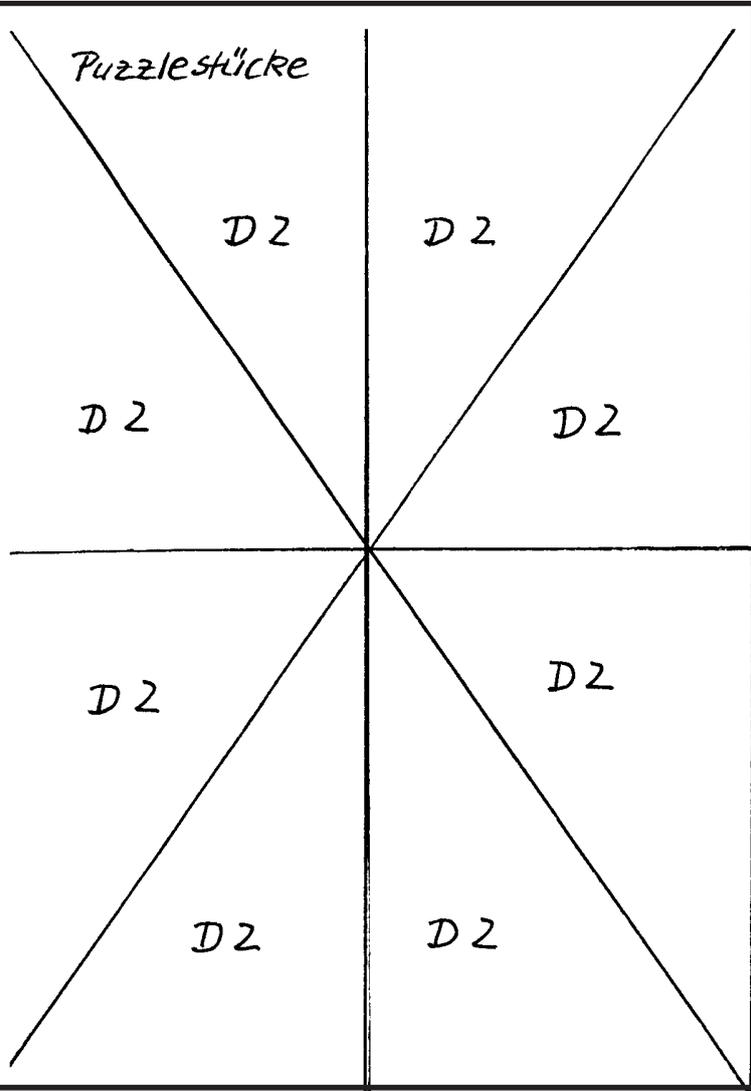
Sebastian Krüger 2004



GISCHBL 2012



Spiegel / P. Peitsch, 2006, Nr. 33



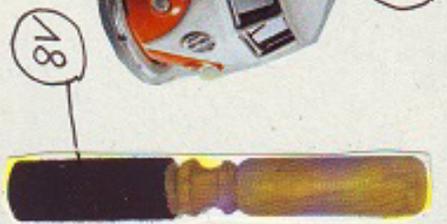
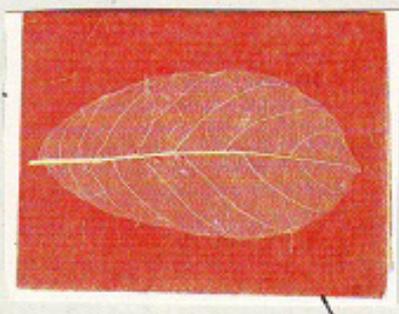
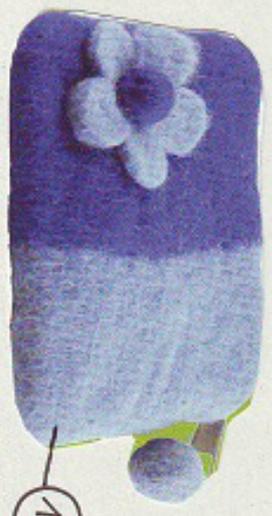
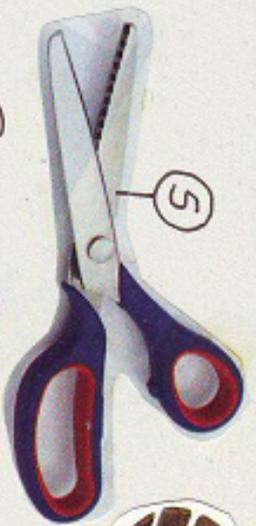
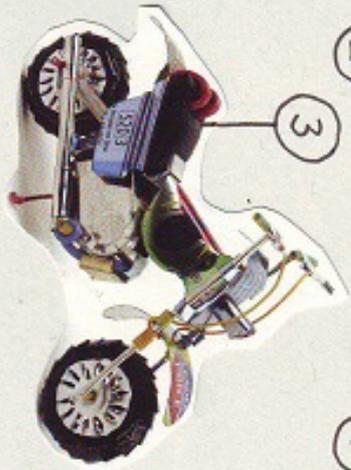
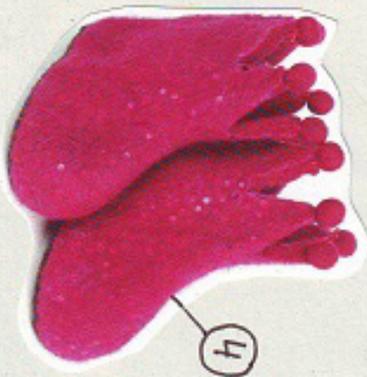


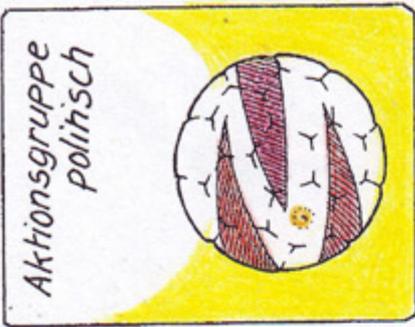
3 aus 6

Rückseite, Blatt 2

3 aus 6

Rückseite, Blatt 3





Profil Aktionsgr. christlich

- + Meist eine Gruppe der kath. oder ev. Kirchengemeinde.
- + Möglich sind auch Mitglieder der christlichen Jgd.-verbände, od. e. andere christl. Gruppierung - (siehe beigefügte Liste).
- + der Erlös wird meist gespendet.

Profil Aktionsgr. christlich

- + Meist eine Gruppe der kath. oder ev. Kirchengemeinde.
- + Möglich sind auch Mitglieder der christlichen Jgd.-verbände, od. e. andere christl. Gruppierung - (siehe beigefügte Liste).
- + der Erlös wird meist gespendet.

Profil Aktionsgr. politisch

- + Meist eine Ortsgruppe e. Nichtregierungsorganisation (NGO) (Liste siehe anbei).
- + Auch unabhängige regionale, thematische (Umwelt, Energie) Gruppen sind möglich.
- + Erlös: politische Arbeit, Spende

Profil Aktionsgr. politisch

- + Meist eine Ortsgruppe e. Nichtregierungsorganisation (NGO) (Liste siehe anbei).
- + Auch unabhängige regionale, thematische (Umwelt, Energie) Gruppen sind möglich.
- + Erlös: politische Arbeit, Spende

Profil Aktionsgr. christlich

- + Meist eine Gruppe der kath. oder ev. Kirchengemeinde.
- + Möglich sind auch Mitglieder der christlichen Jgd.-verbände, od. e. andere christl. Gruppierung - (siehe beigefügte Liste).
- + der Erlös wird meist gespendet.

Profil Aktionsgr. christlich

- + Meist eine Gruppe der kath. oder ev. Kirchengemeinde.
- + Möglich sind auch Mitglieder der christlichen Jgd.-verbände, od. e. andere christl. Gruppierung - (siehe beigefügte Liste).
- + der Erlös wird meist gespendet.

Profil Aktionsgr. politisch

- + Meist eine Ortsgruppe e. Nichtregierungsorganisation (NGO) (Liste siehe anbei).
- + Auch unabhängige regionale, thematische (Umwelt, Energie) Gruppen sind möglich.
- + Erlös: politische Arbeit, Spende

Profil Aktionsgr. politisch

- + Meist eine Ortsgruppe e. Nichtregierungsorganisation (NGO) (Liste siehe anbei).
- + Auch unabhängige regionale, thematische (Umwelt, Energie) Gruppen sind möglich.
- + Erlös: politische Arbeit, Spende

Profil Weltladen Regenbogen

- + Umsatz 220 000 Euro
- + 2,5 Hauptamtl. (60 Vereinsmitgl.)
- + Ladengröße: 116 qm (+ Lager)
- + Durchgehend geöffnet
- + Lage: In der Fußgängerzone
- + Stadtgröße: 110 000 Ew.
- + Top: Friedenstänzer, Kaffee

Profil Weltladen Pro Terra

- + Umsatz 151 000 Euro
- + 30 Aktive, 1 Hauptamtl.
- + Ladengröße: 82 qm (+ Lager)
- + Öffngsz. Normal, Sa.- 14 Uhr
- + Lage: In der Fußgängerzone
- + Stadtgröße: 54 000 Ew.
- + Top: Rooibos, Schokolade

Aktionskarte (9): raus unter die Leute...

Aufgabe: Dein Weltladen, Deine Aktionsgruppe geht in die Fußgängerzone, auf den Wochenmarkt, ist Gast beim Gemeindefest (Kommune, Kirche), in der Schule. Mittels Eurer Infomaterialien erfahren die Leute etwas über Faire Bananen – das Frischeprodukt im Fairen Hdl.. **Legst Du diese Karte einfach ab, gibt's wenig Kundenzuwachs. Besser ist, aus beigefügtem Kompetenzblatt 3 Fakten zu merken, oder Du versuchst es alternativ mit 25 Liegestützen/ Kniebeugen.**

Aktionskarte (10): raus unter die Leute...

Aufgabe: Dein Weltladen, Deine Aktionsgruppe geht in die Fußgängerzone, auf den Wochenmarkt, ist Gast beim Gemeindefest (Kommune, Kirche), in der Schule. Teil Eures Infostandes ist ein Rätselblatt zum Fairen Handel. Ein Wissenstest für die Passanten. **Legst Du diese Karte einfach ab, gibt's wenig Kundenzuwachs. Es werden mehr, wenn Du mindestens 2 von 4 Fragen auf beigefügtem Rätselblatt richtig beantwortest.**

Aktionskarte (11): raus unter die Leute...

Aufgabe: Dein Weltladen, Deine Aktionsgruppe geht in die Fußgängerzone, auf den Wochenmarkt, ist Gast beim Gemeindefest (Kommune, Kirche), in der Schule. Teil Eures Infostandes sind Postische Postkarten mit nachdenklichem Inhalt. Ihr zeigt den Passanten eine neue Ebene des Fairen Hdl.. **Legst Du diese Karte einfach ab, gibt's wenig Kundenzuwachs. Besser ist Dir 3 Gedichte, Aphorismen zu merken, oder Du versuchst es alternativ mit 25 Liegestützen/ Kniebeugen.**

Gemeinschaftskarte (7): zusammen aktiv...

Aufgabe: Dein Weltladen, Deine Aktionsgruppe kooperiert mit anderen Läden und Gruppen aus der Region. Ihr präsentiert bei gemeinsamen Aktionen ein gepuzzeltes Promirätsel. Die Spielerei kommt gut an. **Legst Du diese Karte einfach ab, gibt's wenig Kundenzuwachs. Es werden mehr, wenn Du auf beigefügtem Rätselblatt mindestens 2 von 4 Promis erkennst und die Sätze richtig zuordnest.**

Ereigniskarte (3): „das große Geschäft“ ignoriert täglich Menschenrechte...

Aufgabe: Die meisten Aktivitäten multinationaler Konzerne schädigen Mensch und Umwelt in hohem Maße. Hier hast Du es mit WTO, IWF, Weltbank u. weiteren Instrumenten d. ungerechten Handels zu tun. Ihre Politik bringt Billigprodukte. **Du hast weniger Kundenverlust, wenn Du 2 von 4 Fragen auf dem Kompetenzblatt richtig beantwortest.**

Ereigniskarte (6): „das große Geschäft“ ignoriert täglich Menschenrechte...

Aufgabe: Viele Aktivitäten multinationaler Konzerne schädigen Mensch und Natur in hohem Maße. Hier hast Du es mit Nestlé dem weltweit größten Nahrungsmittelkonzern zu tun. Sein breites Sortiment an „Markenprodukten“ bedeutet starke Kundenbindung. **Beantworte 2 von 4 Fragen richtig, um den Kundenverlust gering zu halten.**



+

+



+

+





Ereignisfeld



Die Fairspielerten



Ergebnisfeld	Aktionsgruppe christlich St. Martin	WelHaden Regenbogen 40 / 2000	Aktionsgruppe politisch attac	Aktionsfeld	Mach was werde aktiv ↑
--------------	--	----------------------------------	----------------------------------	-------------	---------------------------

WelHaden Mandala 20 / 1000	Aktionsgruppe politisch terre d. hommes	Gemeinschaftsfeld	WelHaden Pro Terra 40 / 2000	Aktionsgruppe christlich BDKJ	Einladung zu BIG MAC abgesagt... Nochmal würfeln
-------------------------------	--	-------------------	---------------------------------	----------------------------------	---

WelHaden Rickscha
20 / 1000

NUEVO CAMINO
Fairhändler

WelHaden Solidario
20 / 1000

Ereignisfeld

Aktionsfeld

Weltlädele
40 / 2000

