

31.10.2017

«Fair Trade ist eine Chance für die Gastronomie und Hotellerie»

«Fair Trade Town» ist eine Auszeichnung für Gemeinden, die sich für den fairen Handel engagieren. Auch für Gastro- und Hotelbetriebe lohne es sich mitzuziehen, sagt der Geschäftsführer des Fair-Trade-Dachverbands.

Von Tobias Fischer



Das SV-Restaurant Espace am Post-Hauptsitz in Bern.

/ BON APPÉTIT

Eine spannende Restaurantwahl. Da darf Philipp Scheidiger – wie in unserer Rubrik Bon Appétit üblich – den Ort wählen, an dem wir uns zum Essen und zum Interview treffen, und wofür entscheidet er sich? Für das Personalrestaurant am Post-Hauptsitz in Bern.

So begegnen wir dem Geschäftsführer des Dachverbandes Swiss Fair Trade also an einem Mittag vor dem 2015 fertiggestellten Post-Neubau im Berner Wankdorf. An einer postgelben Wand vorbei geht es hinein, das Restaurant ist öffentlich zugänglich, heisst «Espace» und wird von der SV-Group betrieben. Schon im Entrée zeigen Bildschirme das aktuelle Angebot. Doch noch vor der Frage, was wir essen möchten, wollen wir klären, weshalb Philipp Scheidiger

extra aus Basel angereist ist und diesen Ort gewählt hat.

Eine politische Wahl

«In Bern sind wir, weil die Stadt seit Februar Fair Trade Town ist», erklärt Philipp Scheidiger. Dass nach den drei Gemeinden Glarus Nord, Zweisimmen und Frutigen gleich die Bundeshauptstadt diese Auszeichnung erhält, darauf ist er sichtlich stolz. Auch bei der Wahl des Restaurants liess sich der Botschafter des fairen Handels nicht rein von der Lust leiten. «Die SV-Restaurants engagieren sich sehr umfassend für die Nachhaltigkeit. Ich finde das sensationell.» Nun aber doch zur Frage, die auch alle anderen Gäste vor den Menü-bildschirmen beschäftigt: Was soll es heute Mittag sein?

Als «Chefs Choice» wird ein grilliertes Rindshuftsteak mit Blattspinat, Feta, getrockneten Tomaten und Brätler Kartoffeln ange-

boten, ausserdem «Torchietti aglio al olio con peroncini», als «Postino»-Menü Poulet mit Joghurtsauce, Berberitzen-Pilaw und

«In Bern sind wir, weil die Stadt seit Februar Fair Trade Town ist»

Philipp Scheidiger

gebackenen Peperoni und als Vegimenü Toast Hawaii mit Fair-Trade-Ananas. Was der Geschäftsführer von Swiss Fair Trade wählt, überrascht nicht. Mit dem Fair-Trade-Toast, einer Fair-Trade-Limonade und einem gemischten Salat auf dem Tablett geht er zu einem Tisch – vorbei an einer Infowand, die erklärt, was Philipp Scheidiger vorhin angedeutet hat: das Nachhaltigkeits-Engagement der SV-Restaurants.

«100% Schweizer Fleisch, davon mind. 50% aus besonders tierfreundlicher Haltung», steht da an erster Stelle. Weiter würden die SV-Restaurants unter anderem auf Fisch aus nachhaltigem Fang und verantwortungsvoller Zucht setzen sowie auf Schweizer Eier aus Freilandhaltung. Man engagiere sich für Energieeffizienz,



Fair Trade durch und durch: Philipp Scheidiger und sein Menü.

gegen Lebensmittelabfälle – und für eine stetige Erweiterung des Fair-Trade-Angebots. Das ist ganz im Sinne der Kampagne Fair Trade Town. Und die lassen wir uns nun am Mittagstisch erklären.

Menschen zusammenbringen

Um die Auszeichnung Fair Trade Town zu erhalten, müsse sich eine Gemeinde zuerst einmal politisch zum fairen Handel bekennen. Dann wird verlangt, dass eine Arbeitsgruppe das Fair-Trade-Engagement koordiniert. Darin sollen neben der Politik auch das

Gewerbe und die Bevölkerung vertreten sein. «Das ist eine Stärke dieser Kampagne», sagt Scheidiger, «dass Menschen aus verschiedenen Kreisen zusammenkommen und sich zu einem gemeinsamen Prozess für Nachhaltigkeit bekennen. Daraus kann eine unglaubliche Kraft entstehen, welche die Gemeinde weiterbringt.» Das Ziel der Arbeitsgruppe ist, dass die Gemeinde auch die weiteren Anforderungen erfüllt. Nämlich dass die Öffentlichkeit über den fairen Handel informiert wird, dass Institutionen und Gewerbe Fair-Trade-Produkte verwenden und dass Detailhändler, Restaurants und Hotels solche Produkte anbieten. Was heisst das genau?

Mindestens drei Fair-Trade-Produkte

«Restaurants und Hotels müssen mindestens drei Fair-Trade-Produkte im Angebot haben», so Philipp Scheidiger. «Klassiker sind Kaffee und Tee, weiter könnten das Früchte wie Ananas oder Bananen sein, Reis, Zucker oder Schokolade.» Zudem sollen die Betriebe ihre Gäste über diese Produkte und den fairen Handel informieren und ihr Engagement auf der Website von Fair Trade Town sichtbar machen. Wie viele Restaurants und Hotels teilnehmen müssen, damit die Gemeinde das Label erhält, hängt von der Bevölkerungszahl ab. Und: «Natürlich können Hoteliers und Wirte auch weitergehen und auch bei Arbeitskleidern, Blumen und anderen Artikeln darauf achten, dass sie aus fairem Handel kommen.»

Philipp Scheidiger geniesst seinen Toast Hawaii und seine Limonade – zwei Fair-Trade-Produkte. Schon ein weiteres würde also reichen, damit das Restaurant die Kriterien erfüllt. Das ist nicht gerade viel. Doch anders als bei anderen Labels steht bei Fair Trade Town nicht die Auszeichnung an sich im Vordergrund, sondern der Prozess.

**«Wenn man begriffen hat, wie der
faire Handel funktioniert – zum Beispiel
am Beispiel des Kaffees – ist es sehr
viel einfacher, diesen Ansatz auch bei
grösseren Ausgaben zu beachten.»**

Philipp Scheidiger

«Wir sehen das als niederschweligen Einstieg ins Thema», erklärt der Geschäftsführer des Fair-Trade-Dachverbands. «Wenn man begriffen hat, wie der faire Handel funktioniert – zum Beispiel am Beispiel des Kaffees – ist es sehr viel einfacher, diesen Ansatz auch bei grösseren Ausgaben zu beachten und den Mehrwert von Fair Trade aufzuzeigen. In einer Gemeinde zum Beispiel bei der Beschaffung von Pflastersteinen oder bei Finanzanlagen.»

Macht das die Welt besser?

Kaffee ist ein gutes Stichwort. Tablett verräumen und hinauf in den ersten Stock des Post-Hauptsitzes, ins Café. Fair-Trade-Kaffee mit Fair-Trade-Zucker natürlich. Macht es die Welt besser, wenn ein Restaurant solche Produkte anbietet? «Ja», sagt Philipp Scheidiger, «jedenfalls ein Stück weit.» Kaffeebauern würden oft einen sehr tiefen Preis für ihre Bohnen erhalten. Mit Fair Trade wird ihnen ein Mindestpreis garantiert – unabhängig vom Marktpreis. Und es wird eine Sozialprämie bezahlt, mit der Projekte in der jeweiligen Gemeinde verwirklicht werden. «Man baut Brunnen oder Schulen, investiert in

Weltweit 2000 Fair Trade Towns

Die Kampagne Fair Trade Town läuft in mehr als 30 Ländern. Weltweit tragen rund 2000 Städte und Gemeinden die Auszeichnung, davon mehr als 600 im Vereinigten Königreich und rund 500 in Deutschland.



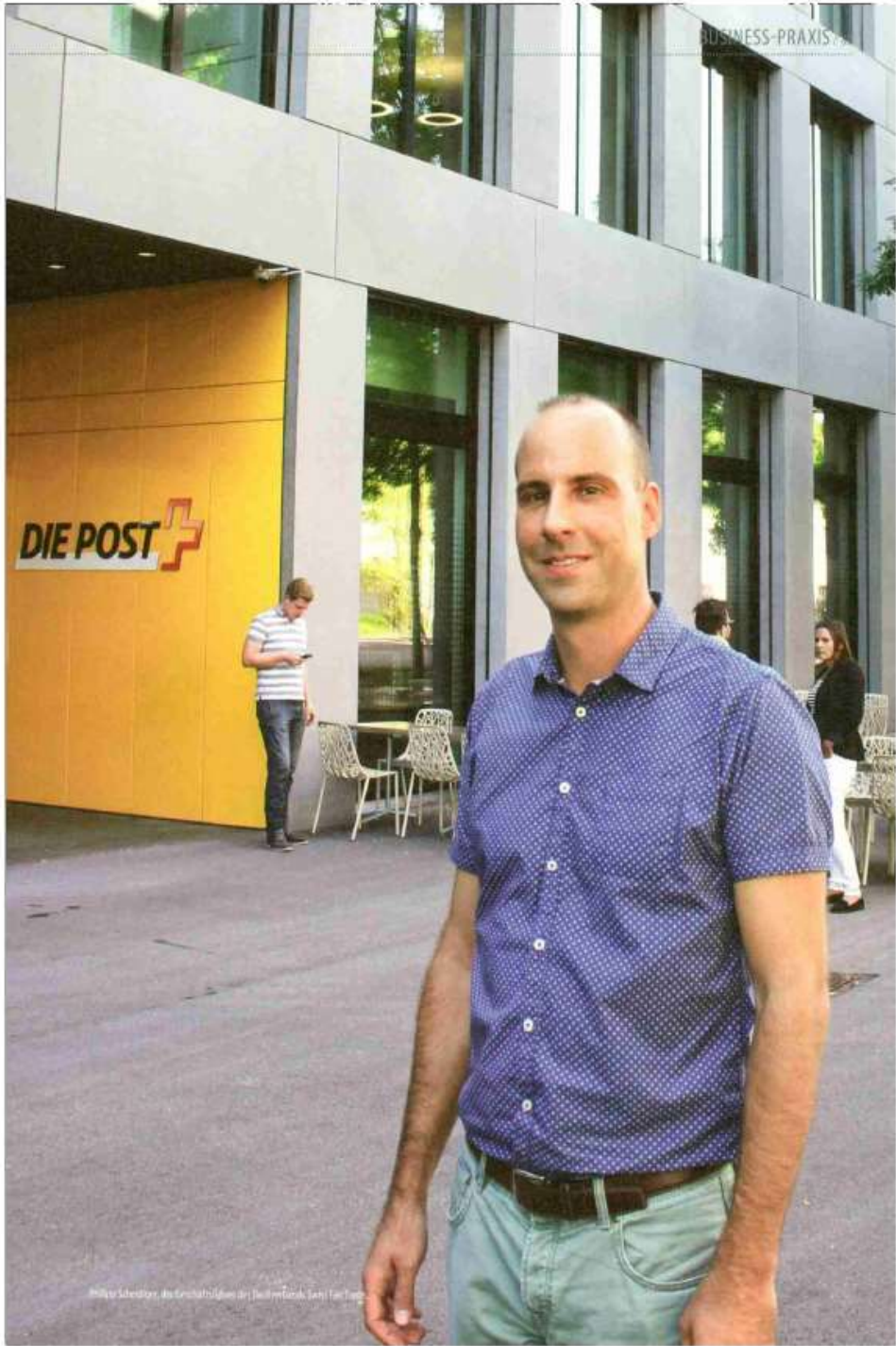
bessere Produktionsmittel. Damit wird nicht nur dem Bauern, sondern seiner ganzen Gemeinschaft eine Entwicklung ermöglicht.»

«Fair Trade finde ich gut, klar, das will ich: Das sagen viele Menschen – und doch sieht es in ihrem Einkaufswagen dann anders aus», erklärt Philipp Scheidiger. Der Grund: «Einen Grossteil der Kaufentscheidungen treffen wir emotional. Beim Einkaufen verlocken uns Aktionen, das Licht, die Musik.» Philipp Scheidiger, der Betriebswirtschaft studiert und dann für einen Markenartikelher-

steller gearbeitet hat, verurteilt niemanden: «Ich nehme mich da nicht heraus. Wenn ich Lust auf Schoggi habe, dann verzichte ich nicht, wenn es gerade keine Fair-Trade-Schokolade hat.» Wichtig sei, dass auch Fair Trade mit Lust verbunden sei. «Und das war am Anfang das Problem: Fair-Trade-Kaffee schmeckte oft einfach nicht so gut.» Das sei heute ganz anders.

Trend in Städten, Verständnis in den Bergen

Fair-Trade-Produkte werden immer vielfältiger, geschmacklich besser – und sind «in Städten wie Berlin sehr hip», wie Philipp Scheidiger sagt. «Der Trend ist auch in der Schweiz da. Und wer die Chance rechtzeitig packt, kann vorne mitreiten.» Fair Trade sei ein Verkaufsargument. «Gerade in Städten gibt es Cafés, die guten Fair-Trade-Kaffee anbieten und ihn als Aushängeschild nutzen.» Also ist es auf dem Land schwieriger, für die Auszeichnung Fair Trade Towns zu werben? «Das dachten wir anfangs! Aber jetzt gehören mit Frutigen und Zweisimmen ja zwei typische Berggemeinden zu den ersten Fair Trade Towns», sagt Philipp Scheidiger. «In den Bergen kennt man das Problem eben auch, dass Bauern für viel Arbeit zu wenig Geld bekommen. Die Leute verstehen, dass existenzsichernde Preise auch für Bauern in Afrika wichtig sind.» Auf dem Land also Verständnis für die Bauern, in der Stadt ein





Was gibt es heute? Das Angebot des Restaurants Espace



Post-Cafeteria mit Hinweis auf den Kampf gegen Foodwaste.



Auch das findet Philipp Scheidiger toll: natürlich aromatisiertes Wasser.

**«Wer die Chance rechtzeitig packt,
kann vorne mitreiten.»**

Philipp Scheidiger

Fair-Trade-Trend: Die Zeichen stehen gut für die Auszeichnung Fair Trade Town. Und doch geht es nicht so schnell, wie die Initianten aufgrund der Dynamik in Grossbritannien und Deutschland gehofft hatten: Beim Start der Kampagne in der Schweiz war das Ziel, bis 2018 etwa 55 Städte und Gemeinde auszuzeichnen. Nun steht das Jahr 2018 vor der Tür und erst vier Gemeinden haben die Auszeichnung. «Vom früheren Ziel haben wir uns verabschiedet,

**«Vom früheren Ziel haben wir uns
verabschiedet, aber die Aussichten stimmen.»**

Philipp Scheidiger

unter anderem weil politische Prozesse viel Zeit in Anspruch nehmen», sagt Philip Scheidiger, «aber die Aussichten stimmen.» Zehn weitere Gemeinden hätten sich politisch für den fairen Handel entschieden oder eine Arbeitsgruppe eingesetzt. Das neue Ziel: bis 2020 28 Fair Trade Towns. Dabei setzen die Initianten auch auf die Strahlkraft der Bundeshauptstadt, welche die Auszeichnung nun hat – und sich nun in Sachen Fair Trade noch weiterentwickeln soll. Das gehört zum Konzept der Kampagne. Auch auf Fair-Trade-Lorbeeren kann man sich nicht ausruhen.