



Ein Mädchen hält frisch gepflückte Kaffeebohnen in den Händen. Viel mühsame Handarbeit ist erforderlich, bis ...



... der Kunde die fair gehandelten Produkte im Supermarkt auswählen kann. Fotos: KNA

Ein echtes „Fair“gnügen

Das Krankenhaus der Barmherzigen Brüder Trier hat auf Gepa-Kaffee umgestellt – Leinen: „Wir hoffen, dass andere nachziehen“

Von Eva-Maria Werner

Sowohl auf den Stationen als auch in der Cafeteria wird im Krankenhaus und dem Seniorenzentrum der Barmherzigen Brüder Trier seit Beginn des Jahres nur noch fair gehandelter Kaffee ausgeschenkt.

Zu einer besonderen Pressekonferenz, praktisch einem „Selbstversuch“, hatte das Krankenhaus der Barmherzigen Brüder Trier Anfang Februar anlässlich der Umstellung auf Gepa-Kaffee eingeladen. Nicht nur ausführliches Informationsmaterial zum größten Fair-Handelsunternehmen Europas – der Gepa – lag bereit, nein, auf den Tischen standen auch leckere Süßigkeiten und eine Vielzahl von duftenden Kaffeespezialitäten. Da kann man selbst als überzeugte Tee-Trinkerin schlecht widerstehen ...

Gerechtigkeit und Bewahrung der Schöpfung täglich bedenken

Während wir uns einen Cappuccino mit viel aufgeschäumter Milch schmecken lassen, erklärt Wolfgang Leinen, Assistent des Hausoberen Dr. Michael Mager: „Wir als christliches Krankenhaus in Ordenstradition möchten unser Leitbild und unsere Werte im

Alltag umsetzen. Gerechtigkeit und Bewahrung der Schöpfung – was heißt das konkret für unsere Arbeit? Wir sind aufgefordert, das täglich neu zu überdenken.“ Ein Ergebnis dieses Denkprozesses sei nun die Umstellung auf Gepa-Kaffee im Krankenhaus und im Seniorenzentrum der Barmherzigen Brüder Trier.

Nach vielen Gesprächen, Diskussionen und mehreren Testversuchen habe man die Umstellung auf einen Kaffee geschafft, der höchsten Qualitätsansprüchen genüge und zudem noch einen sozialen und ökologischen Mehrwert habe. Dafür sei man aus dem großen Einkaufsverbund von 60 Einrichtungen, die zusammen etwa 55 Tonnen Kaffee jährlich kaufen, ausgeschieden und beziehe nun die fünf bis sechs Tonnen Kaffee, die man benötige, über die Gepa.

Kunden bemerkten gar nicht, dass der Kaffee-Anbieter gewechselt wurde

„Unsere Kunden haben gar nicht gespürt, dass wir den Kaffee-Anbieter gewechselt haben“, sagt Küchenleiter Werner Zervas. Zwar hat er am Schwarzen Brett die Neuerung entsprechend publik gemacht, doch Reaktionen? Fehlanzeige. Einerseits schade, doch andererseits ... das oft als Ausrede vorgebrachte Argument, eine Umstellung auf fair gehandelten Kaffee sei wegen seines Geschmacks nicht erwünscht, scheint damit hinfällig.

Solidarität oder Qualität? Diese Frage erübrige sich heute, sagt Dirk Becker, Gepa-Vertreter für Rheinland-Pfalz, das Saarland und Luxemburg für den Bereich Großverbraucher und Lebensmitteleinzelhandel. „Wir brauchen den Vergleich mit anderen großen Kaffeeanbietern nicht mehr zu scheuen. Unsere Produkte sind von der Qualität her absolut konkurrenzfähig. Und mit dem sozialen und häufig auch ökologischen Mehrwert, den wir bieten, setzen wir uns noch einmal positiv von der Konkurrenz ab.“ Gepa sei eben nicht gleich Tchibo. Auch wenn die Organisation mittlerweile als großes Handelsunternehmen auch von der Öffentlichkeit wahrgenommen werde, so sei sie doch immer ihren Grundsätzen treu geblieben.

Gepa fördert benachteiligte Produzenten im Süden

Als nicht profitorientiertes Unternehmen fördert Gepa benachteiligte Produzenten im Süden, möchte das Kaufverhalten der Konsumenten verändern und auf strukturelle Veränderungen im Welthandel hinwirken. Seit über 30 Jahren ist die Gepa für die mit ihr zusammenarbeitenden etwa 140 Kleinbauern-Zusammenschlüsse und 39 Kaffee-Genossenschaften in Afrika, Mittel- und Südamerika sowie Asien ein stabiler Faktor auf dem unberechenbaren und zum Teil krisengeschüttelten Weltmarkt. Kaum ein Produkt ist so schweren Preisschwankungen auf dem Weltmarkt unterlegen wie der Kaffee, neben Erdöl übrigens das wichtigste Handelsgut weltweit.

Fairer Preis deckt Kosten der Produktion und finanziert Bildung der Kleinbauern

Die Gepa zahlt ihren Handelspartnern „faire Preise“. Doch was heißt das konkret? Dirk Becker: „Es bedeutet, dass durch unsere Preise, die immer deutlich über dem Weltmarktpreis liegen, sowohl die Produktionskosten gedeckt werden können als auch ein Spielraum bleibt für Gemeinschaftsaufgaben der Kooperationen, für Bildung, Gesundheit und Kredite. Die erwirtschafteten Gewinne werden zu 100 Prozent in den Fairen Handel reinvestiert. Außerdem wird durch den direkten Kontakt zum Handelspartner ausbeuterischer Zwischenhandel ausgeschlossen.“

Wolfgang Leinen ist froh, mit der Gepa einen „guten Partner“ gefunden zu haben. Das Unternehmen, hinter dem der Evangelische Friedensdienst, das Bischöfliche Hilfswerk Misereor, die Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend, der Bund der Deutschen Katholischen Jugend, das Päpstliche Missionswerk der Kinder in Deutschland sowie Brot für die Welt stehen, ermögliche es dem Krankenhaus der Barmherzigen Brüder Trier, eine Vorreiterrolle im Verband zu spielen. „Mittlerweile haben wir auch andere Brüdereinrichtungen angesteckt. Manch ein Saulus hat sich zum Paulus gewandelt – eine Freude zu sehen, wie sich schon jetzt die Dinge ändern, wenn wir die Armen in den Blick nehmen.“



Die Gepa bietet ein großes Lebensmittel- und Handwerkssortiment (außer Frischeprodukte), zum Beispiel Kaffee, Tee, Schokolade, Honig, Wein, getrocknete Mangos, Orangensaft und vieles mehr in Weltläden aber auch in Bioläden oder Supermärkten an. Allein beim Produkt „Kaffee“ hat der Käufer die Wahl zwischen über 40 verschiedenen Angeboten – von edlen reinen Länderkaffees über köstliche Mischungen bis hin zu aromatischen Espressi. Sie wollen wissen, wo in ihrer Nähe

faire Produkte verkauft werden? Ein Klick auf www.weltlaeden.de genügt! Für Großabnehmer www.gepa-gv.de.

Weitere Infos: Gepa – The Fair Trade Company, Gepa-Weg 1, 42327 Wuppertal, Telefon (02 02) 26 68 30 , Internet www.gepa.de.

Drei Fragen an...



**Werner Zervas,
Küchenleiter im
Krankenhaus der
Barmherzigen Brüder,
Trier.** Foto: Eva-Maria
Werner

Die Umstellung auf Gepa-Kaffee ist geschafft. Ging sie leicht vonstatten?

Aus einem großen Einkaufsverbund auszuscheren war nicht einfach. Natürlich gab es Bedenken im Blick auf die finanziellen Mehrkosten. Wir mussten überlegen, wie wir sie ausgleichen können, denn uns steht nun einmal ein begrenztes Budget zur Verfügung. Auch die Anpassung der Maschineneinstellung war eine Herausforderung. Schließlich spielen bei einem guten Kaffee mehrere Faktoren zusammen: Maschine, Wasser und eben der Kaffee. Aber jetzt sind wir mit dem Ergebnis sehr zufrieden.

Geben Sie die Mehrkosten an die Kunden weiter?

Nein, unsere Kunden merken im Geldbeutel nichts von der Umstellung und den 6000 Euro Mehrkosten pro Jahr. Das war uns auch von Anfang an wichtig. Wir versuchen, durch Energieeinsparungen über die Differenz hinwegzukommen.

verkaufen?

Ist der Kaffee das einzig fair gehandelte Produkt, das Sie

Nein, wir haben auch einen kleinen Kiosk mit fair gehandelten Produkten – vor allem Schokoriegeln – in unserer Cafeteria Domus Culinae. Und auch der Schönfelderhofladen neben dem Eingangsportal des Krankenhauses bietet faire Ware an. Interview: Eva-Maria Werner