



Pressemitteilung – Hamburg, 20.12.2019

Hamburg! Handelt! Fair! – Wirtschaft und Wissenschaft gemeinsam für den Fairen Handel

Zwei erste Plätze beim 5ten Hamburger Fair Trade Hochschulwettbewerb

„And the winner is ...“ – gestern Abend fand der 5. Hamburger Fair Trade Hochschulwettbewerb mit zwei ersten Plätzen im Hamburger Rathaus seinen Höhepunkt. Die Studierendenteams der Hochschule Fresenius und der ISM International School of Management Campus Hamburg hatten die 10-köpfige Jury aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verbänden gleichermaßen überzeugt.

Sie waren neben drei weiteren Hochschulen im Wintersemester gegeneinander angetreten, um Potentialanalysen zu erstellen und die besten Marketing-Maßnahmen für Händler fair produzierter Waren zu entwickeln. Ihre „Kunden“ aus dem Fairen Handel: die Schanzenbäckerei GmbH und soleRebels Deutschland.

Den Fairen Handel aus der Nische weiter in den konventionellen Markt bringen

„Ich bin wieder fasziniert vom Ideenreichtum der Studierenden. Da ist vieles dabei, was hilft, den Fairen Handel aus der Nische weiter in den konventionellen Markt zu bringen“, freut sich Christine Priessner, Projektkoordinatorin von Fair Trade Stadt Hamburg und Fachpromoterin für den Fairen Handel. Priessner weiter: „Die Hochschulen sind wichtige Orte um Multiplikator*innen anzusprechen. Wir von Fair Trade Stadt Hamburg gehen jetzt verstärkt auf Hochschulen zu, denn der Faire Handel soll zukünftig in Lehre, Verwaltung und Öffentlichkeitsarbeit mitgedacht und Teil der Nachhaltigkeitsseminare werden.“ Fair Trade Stadt Hamburg und Innovations Kontakt Stelle (IKS) Hamburg haben den Hochschulwettbewerb gemeinsam vor fünf Jahren ins Leben gerufen, um den Fairen Handel in Hamburg zu stärken und Kooperationen zwischen Hochschulen und Unternehmen zu initiieren.

Die beteiligten Hochschulen und Unternehmen

- [Akademie Mode und Design \(AMD\)](#) – [el rojito e.V.](#) (Produktion und Vertrieb solidarisch gehandelten Kaffees und Café)
- [EBC Hochschule](#) – [Bolzplatzkind GmbH](#) (Potentialanalyse des Vertriebs Fairer Textilien)
- [Hochschule Fresenius](#) – [Schanzenbäckerei GmbH](#) (Potentialanalyse für den Ausschank fair gehandelten Kaffees)
- [Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg](#) – [HRC Hamburger Rockcafe GmbH](#) (Ausschank fair gehandelten Kaffees)
- [ISM International School of Management Campus Hamburg](#) – [soleRebels Deutschland](#) (Vertrieb Fairer Textilien/Schuhe)

Zwei erste und ein dritter Platz

Nachhaltigkeit wird in der **Schanzenbäckerei GmbH** zunehmend groß geschrieben. Den Umzug in größere Produktionsräume im Mai 2019 nutzte Inhaber und Geschäftsführer Gürol Gür, um eine moderne und besonders umweltfreundliche Anlage zu installieren. Die Anschaffung von Elektroautos für die Auslieferung der Ware steht in 2020 auf dem Programm. Nun sollten die Studierenden analysieren, ob eine Umstellung auf den Ausschank von fair gehandeltem Kaffee von den Kaffee-trinker*innen angenommen wird und finanzierbar ist. Bei positiver Antwort sollten sie ein Konzept für die Einführung der fairen Getränke in den derzeit 30 Filialen ausarbeiten. Vor allem die Breite und Tiefe der Analyse hat die Jury überzeugt. So haben die Studierenden der **Hochschule Fresenius** während einer Testphase in drei Filialen u.a. ermittelt, dass die Kund*innen bereit waren, für fair gehandelten Kaffee etwas tiefer in die Tasche zu greifen. Ihre Empfehlungen für die Einführung von Kaffee in Bio- und Fairtrade-Qualität: Am Point of Sale raten sie u. a. zu einer Stempelkarte nur für Warmgetränke mit Fairtrade-Siegel. Diese könnte später parallel mit Erweiterung des fair gehandelten Sortiments ausgebaut werden. Out of Home soll die E-Auto-Flotte als Werbefläche genutzt werden. Ein großes Gewicht wurde auch auf die Schulung der Mitarbeiter*innen in Sachen Nachhaltigkeit und Fairer Handel gelegt.

SoleRebels Deutschland vertreibt seit 2018 im Ladengeschäft in St. Pauli Sternschanze Markenschuhe. Diese werden in der Heimat der Gründerin von soleRebels, Bethlehem Tilahun Alemu, in Äthiopien produziert. Die Sohlen werden aus ausrangierten Autoreifen hergestellt. Daneben werden so viele nachhaltige Materialien wie möglich zur Fertigung der Schuhe und Accessoires verwendet. Hierzu gehören fair gehandelte Baumwolle, Hanf, Jute, Leder und die Faser der in Äthiopien einheimischen Koba-Pflanze. Jeder Schuh ist ein handgefertigtes Einzelstück. Von den Studierenden der **ISM International School of Management** gefragt war die Konkretisierung der heterogenen Zielgruppe sowie die Entwicklung von Online- und Offline-Maßnahmen zur Verbesserung des Vertriebs dieser Schuhunikate. Die Jury hob neben der anschaulichen Präsentation vor allem die umfangreiche Zielgruppenbefragung und die stringente Ableitung einzelner Zielgruppen und Maßnahmen aus der Analyse hervor, die auch für das kleine Unternehmen umsetzbar sind. Unter den Empfehlungen: die Nutzung des Schuhkartons, um über die Herkunft und Herstellung des jeweiligen Schuhs zu informieren, die Veranstaltung von Community Events im Laden, die Betonung auch der Vorteile der Schuhe „wasserfest, atmungsaktiv, wärmend“.

Das **Hard Rock Cafe an den St. Pauli Landungsbrücken** schenkt noch weitgehend unbemerkt von den Besucher*innen Fairtrade-zertifizierten Kaffee aus. Studierende der **Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW)** haben ein Maßnahmenpaket entwickelt, um dies zu ändern. Mit der herausfordernden Aufgabe haben sie den dritten Platz erlangt. Bekannt sind die Cafés für ihre authentische Umgebung: Goldene Schallplatten, signierte Gitarren usw. dienen der Dekoration. Die Jury hob in ihrem Feedback u. a. das breite Fundament der Analyse hervor sowie die sehr gut hergeleitete Kreation des einprägsamen Slogans ‚Rock´n´Fair‘. Neben einer Guerilla-Marketingaktion und einer Promotion-Aktion, die beide auch Content für Social

Media generieren können, empfehlen die Studierenden auch Instore Maßnahmen, darunter die Nutzung der Instore Monitore und die einschlägige Gestaltung des Kaffeetassen-Bodens.

Die anderen beiden Wettbewerbsteilnehmer*innen

Studierende der **Akademie Mode und Design (AMD)** haben ein Maßnahmenpaket für **el rojito e.V.** entwickelt. Seit 1987 unterstützt der Verein Produzent*innen vor allem in Mittelamerika durch die Abnahme und den Vertrieb von Kaffeebohnen. Daneben betreibt der Verein politische Aufklärungsarbeit zum solidarischen Welthandel, der dem Fairen Handel sehr nahe steht. El rojito ist Nachhaltigkeit in der gesamten Wertschöpfungskette wichtig. So wird ein Teil der Ware klimaneutral mit dem Segelboot nach Deutschland transportiert. Die Auslieferung der Produkte erfolgt hauptsächlich mit dem Lastenfahrrad. Im eigenen Café werden neben dem solidarisch gehandelten Kaffee Backwaren aus kontrolliert-biologischer Herkunft angeboten. Der Kaffee ist bundesweit – mit Schwerpunkt Hamburg und Norddeutschland – in Welt-, Bio- und Unverpackt-Läden, im konventionellen Einzelhandel, im Onlineshop und auch in der Gastronomie erhältlich. Die Studierenden sollten ein Kommunikationskonzept entwickeln, um neue Endkund*innen über den Onlineshop von el rojito zu gewinnen. Neben Basics wie der Neustrukturierung des Online-Shops entwickelten sie u.a. einen Newsletter und Geschenkboxen für unterschiedliche Anlässe.

Studierende der **EBC Hochschule** haben für das Fashionlabel „Bolzplatzkind“ gearbeitet. Ihre Aufgabenstellung: Eine Analyse des Anbietermarkts für Fairtrade-zertifizierte Baumwolle, eine Potentialanalyse für die mögliche Umstellung sowie bei positiver Tendenz die Entwicklung eines Kommunikationskonzepts für die Umstellung. **Die Bolzplatzkind GmbH** wurde 2015 vom fußballbegeisterten Sport- und Fitnesskaumann, Kommunikationswissenschaftler und Germanisten Henoch Förster gegründet. Er wollte „den Geist des Bolzplatzes in die weite Welt tragen“. Das Angebot reicht von einfachen T-Shirts und Hoodies über Bademäntel und Kochschürzen bis zu Rucksäcken und Sportbeuteln. Der größte Teil des Sortiments wird in kontrolliert biologischer Anbau-Qualität produziert und besitzt den Global Organic Textile Standard (GOTS). Die Ware wird aktuell ausschließlich im Online-Shop angeboten. Die Studierenden haben neben ihrer umfangreichen Analyse u. a. den Slogan „Fairer Sport – Faires Spiel – Faire Kleidung“, die Idee für einen Kampagnenfilm und das Konzept für ein Bolzplatzfest entwickelt.

Medienkontakt:

Christine Priessner
Projektkoordinatorin „Fair Trade Stadt Hamburg“
Fachpromotorin für den Fairen Handel
c/o Mobile Bildung e.V.
Stresemannstr. 374
22761 Hamburg
Fon: 040 – 88 15 66 89
info@fairtradestadt-hamburg.de

Maria Jansen
Maria Jansen – Public Relations
Medienhaus
Friedensallee 14-16
22765 Hamburg
Fon: 040 – 430 71 00
Mobil: 0170 – 416 43 57
kontakt@maria-jansen.de

Über Fair Trade Stadt Hamburg

Die Projektstelle Fair Trade Stadt Hamburg wurde 2010 geschaffen und schärft durch entwicklungspolitische Informations- und Bildungsarbeit sowie durch Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit das Bewusstsein für die Probleme des Welthandels und fördert damit den Fairen Handel.

Ziel der Fair Trade Stadt Hamburg ist es, den Fairen Handel dauerhaft in der Stadt zu verankern. Dabei geht es einerseits um ein vertieftes Verständnis für die komplexen Wertschöpfungsketten z.B. von Lebensmitteln, Textilien und IT und andererseits um ein aktives „Anpacken“ durch Zivilgesellschaft, Politik und Wirtschaft. Im Fokus stehen besonders öffentliche Unternehmen, Behörden und Verwaltung auf Bezirksebene sowie Hochschulen.

www.fairtradestadt-hamburg.de

Über Innovations Kontakt Stelle (IKS) Hamburg

Die IKS ist die Anlauf- und Schaltstelle für alle Kooperationsinteressierten aus der Hamburger Wirtschaft und Wissenschaft, die Kontakte – sei es im technischen oder nicht-technischen Bereich – zur jeweils anderen „Seite“ suchen. Sie wird finanziert von der Handelskammer Hamburg sowie der Freien und Hanse Stadt Hamburg.

www.iks-hamburg.de