



PRESSEMITTEILUNG

Roodt-sur-Syre, den 15. November 2010

Fairtrade-Botschafterkampagne 2010/11: Ein Zeichen für einen gerechten Konsum

Warum hilft Georges Christen dem heiligen Nikolaus beim Geschenke verteilen? Was haben er und Marie-Jose Jacobs, Lea Linster, Monica Semedo, Jean Pütz und Bob Jungels gemeinsam? Antworten auf diese Fragen geben die Motive der neuen Fairtrade-Botschafter-Kampagne, die 2010 vor den Festtagen lanciert wird.

In Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Comed setzt Fotograf Frank Weber für die neue Kampagne Prominente in Szene: „Ich bin begeistert von die Fairtrade-Idee, weil unser Konsumverhalten in der Konsequenz vieles bewegen kann. Es kann den kleinen Verbrauchermarkt Luxemburg für den riesigen Produzenten Afrika zu fairen Bedingungen öffnen. Ebenso kann es helfen, Kinderarbeit einzudämmen“, so der Fotograf. Für Originalität und Kreativität sorgt die Kommunikationsagentur Comed, die an der Ausarbeitung der Kampagne die gestalterischen Akzente setzt.

Die Kampagne ist dabei mehr als ein Zeichen für Gerechtigkeit: „Wir wollen vor allem zeigen, dass jeder von uns die Chance hat, durch seinen Konsum etwas zu bewegen“, sagt Jean-Louis Zeien, Präsident von TRANSFAIR-MINKA während der Pressekonferenz. „Die 6 sechs Motive der Prominenten sind dabei das Kernstück der Botschafterkampagne und ab jetzt machen wir uns auch unter den Verbraucherinnen und Verbrauchern auf die Suche nach dem Fairtrade-Botschafter-Gesicht!“

Prominent und fair

Die Suche nach den passenden Prominenten war leichter als erwartet: „Wir mussten keinem von ihnen nachlaufen, weil sie alle selbst sehr engagierte Personen sind. Hobbythekler Jean Pütz zum Beispiel setzt sich seit Jahren für Fair Trade auch in Deutschland ein. Aber auch der junge Fahrrad Weltmeister Bob Jungels war spontan bereit mitzumachen. Sie setzen also ihre Popularität für den Fairtrade Gedanken ein“, so Jean-Louis Zeien.

Auch Lea Linster, Monica Semedo und selbstverständlich die Kooperationsministerin bekennen sich persönlich zu Fairtrade. Frank Weber wird sie alle charakterstark und unverfälscht mit seiner einmaligen Bildersprache abbilden.

Als erster Botschafter ist Georges Christen dran: „Wenn ich als „Assistent“ dem Sankt-Nikolaus helfe seine Säcke voller Fairtrade Schokolade zu tragen, so möchte ich damit eine Botschaft vermitteln: Ich kann diese leckere Schokolade mit gutem Gewissen genießen weil

ich weiß, dass die Menschen in Afrika, die den Kakao für die leckere Schokolade angepflanzt und geerntet haben, für ihre Arbeit faire Preise erhalten. Und das kann man ganz leicht erkennen: am Fairtrade-Siegel auf der Verpackung. Das ist ein Zeichen, hinter dem sehr viel steht. Ein Zeichen dafür, dass man selbst in dem Kampf um gerechtere Märkte eingreifen kann. Sehr oft fühlt man sich machtlos gegenüber den Kräften der Globalisierung. Dabei haben wir doch alle als Verbraucher ganz schön viel Macht. Wer beim Einkauf auf das Fairtrade-Siegel achtet, leistet seinen Beitrag für mehr Gerechtigkeit in der Welt.“

2011 werden die weiteren Botschafter mit ihren Fairtrade Botschaften zu anderen Produkten folgen.

Fairtrade in Luxemburg auf Erfolgskurs

Der faire Konsum ist in Luxemburg in 2009 weiter gestiegen: die Verkaufszahlen haben um 24% zugenommen. Außerdem platziert sich Luxemburg mit 10,80€/Einwohner in dem Top 5 der Länder mit dem höchsten Fairtrade Konsum. Zum ersten Mal seit es fairen Handel hierzulande gibt, hat ein Fair Trade Produkt sich aus dem einstelligen Prozentbereich des Marktanteils herausgehoben. Mit einem Marktanteil von 10,88% greifen die Verbraucher immer mehr zu einer fairen Banane.

Im vergangenen Jahr wurden weltweit 3,4 Milliarden Euro für Produkte aus fairem Handel ausgegeben, was einer Steigerung von 15% entspricht. Rund 27.000 Produkte mit dem Fairtrade-Siegel stehen in über 70 Ländern zum Verkauf. Das Umsatzwachstum zeigt, dass die Fairtrade Bewegung immer wichtiger wird und eine echte Alternative für einen nachhaltigeren Konsum für die Bürger darstellt. Laut einer Globescan Studie von 2009, die in 15 Ländern, in denen es Fairtrade Initiativen gibt geführt wurde, vertrauen 9 von 10 Befragten dem Fairtrade-Label.

Wettbewerb „Ich, Botschafter des Fairen Handels“: Fotoshooting mit Fränk Weber und Faires Frühstück für 20 Personen mit einem der Botschafter zu gewinnen



Die neue Foto-Kampagne sieht TRANSFAIR-MINKA als Möglichkeit, die Verbraucher weiter für den Fairen Handel zu begeistern. „Aber Plakate allein reichten nicht aus“, sagt Jean-Louis Zeien. „Die Verbraucher, egal ob jung oder alt, sind die besten Fairtrade Botschafter. Nur mit ihnen kommt die Fairness im Handel weiter.“ Deshalb hat sich TRANSFAIR-MINKA noch eine besondere „Mitmach-

Aktion“ für die Verbraucher ausgedacht: In Anlehnung an die Promi-Kampagne können die Leute ihr Botschafter - Motiv, wie sie persönlich Fairtrade unterstützen, in schriftlicher oder visueller Form einreichen. Den besten „Botschafter“- Vorschlag wird von einer Jury ausgewählt und Frank Weber wird das Motiv mit dem Autor in Szene setzen.