

**Beschlussvorlage**

zur Behandlung in **öffentlicher Sitzung**

**Betreff**

**Bewerbung Kölns als Fairtrade-Town**

**Beschlussorgan**  
Rat

Beratungsfolge	Abstimmungsergebnis						
	Datum/ Top	zugestimmt Änderungen s. Anlage Nr.	abge- lehnt	zu- rück- ge- stellt	verwiesen in	ein- stim- mig	mehr- heitlich gegen
Ausschuss Allgemeine Verwaltung und Rechtsfragen / Vergabe / Internationales	04.07.2011	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Rat	14.07.2011	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

**Beschlussvorschlag einschl. Deckungsvorschlag, Alternative**

Der Rat der Stadt Köln beschließt, dass sich Köln an der internationalen Kampagne „Fairtrade Towns“ beteiligt und den Titel „Fairtrade-Town“ anstrebt.

**Haushaltsmäßige Auswirkungen**

<input checked="" type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> ja, Kosten der Maßnahme _____ €	Zuschussfähige Maßnahme ggf. Höhe des Zuschusses _____ %	<input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ja _____ €	Jährliche Folgekosten a) Personalkosten    b) Sachkosten _____ €    _____ €
Jährliche Folgeeinnahmen (Art, Euro)		Einsparungen (Euro)		

**Problemstellung des Beschlussvorschlages, ggf. Auswirkungen**

Weltweit beteiligen sich bereits über 900 Kommunen an der Kampagne, darunter London, Brüssel, Paris, San Francisco und Kopenhagen. Die Partnerstädte von Köln – Liverpool (GB), Cork (Irland) und Turku (Finnland) – gehören bereits zur Familie der „Fairtrade-Towns“. In Deutschland waren bis Ende des Jahres 2010 über 30 Kommunen ausgezeichnet, darunter Saarbrücken, Dortmund, Hannover und Frankfurt/Main. Es liegen zudem Bewerbungen aus Düsseldorf und Hamburg vor.

Die Erlangung des Titels „Fairtrade-Stadt“ hängt von fünf Kriterien ab, die Köln bereits alle erfüllt (siehe unten). Dabei handelt es sich um:

1. Ratsbeschluss, dass bei öffentlichen Sitzungen fair gehandelter Kaffee ausgesetzt wird und ein weiteres Produkt aus Fairem Handel verwendet wird.
2. Bildung einer lokalen Steuerungsgruppe, die auf dem Weg zur „Fairtrade-Stadt“ die Aktivitäten vor Ort koordiniert.
3. Angebot von mindestens zwei Produkten aus Fairem Handel in den lokalen Einzelhandelsgeschäften und die Verwendung von mindestens zwei Fair Trade-Produkten in Cafés und Restaurants der Stadt.
4. Verwendung von fair gehandelten Produkten in öffentlichen Einrichtungen wie Schulen, Vereinen und Kirchen und die Durchführung von Bildungsaktivitäten zum Thema „Fairer Handel“.
5. Beteiligung der örtlichen Medien über die Aktivitäten auf dem Weg zur „Fairtrade-Stadt“.

Träger der Kampagne für Deutschland ist der Verein TransFair. TransFair hat seinen Sitz in Köln und wird von 36 Institutionen aus den Bereichen Entwicklungspolitik, Kirche, Verbraucherschutz, Frauen, Bildung und Soziales getragen. Darüber hinaus unterstützen die EU, die Bundesregierung, Parteien und viele engagierte Einzelpersonen TransFair.

**Begründung**

Bereits jetzt erfolgt eine Unterstützung des Fairen Handels durch die Stadt Köln:

- Seit dem 25.09.2008 gibt es einen Prüfauftrag des Rates an die Verwaltung zur Änderung der Vergaberichtlinie entsprechend den Kriterien des Fairen Handels. Der Ratsbeschluss sieht auch einen jährlichen Bericht der Verwaltung an den Rat über die „Faire Vergabe“ vor.
- Der Rat der Stadt Köln hat am 18.12.2008 beschlossen, die Erreichung der Millenniums-Entwicklungsziele durch ein MDG-Aktionsprogramm zu unterstützen. Als eine

Maßnahme (Nummer 14) wurde dabei die Einführung eines fairen Beschaffungswesens in der Kölner Verwaltung und stadtnahen Einrichtungen beschlossen.

- Im Rahmenvertrag mit Rayes Catering Services zum Besprechungscatering ist festgelegt, dass der Kaffee fair gehandelt sein muss.
- Im Rahmenvertrag für Empfänge ist ebenfalls festgelegt, dass Kaffee fair gehandelt sein muss.

Der Köln Café als Teil der Kampagne „Die Rheinische Affäre“ sowie ‚Faire Kamelle‘ zum Karneval sind bereits in der Stadtkultur verankerte Bestandteile, die zur Förderung des Fairen Handels beitragen.

Die Beteiligung an der Kampagne „Fairtrade Towns“ ist ein weiterer Baustein zur Unterstützung des Fairen Handels. Sie macht Köln zum Mitglied einer weltweiten Kampagne, an der sich über 900 Kommunen in 20 Ländern beteiligen. Dadurch stärkt sie das internationale Profil der Stadt.

## **Bisherige Umsetzung der Kriterien in Köln und Konsequenzen**

Alle fünf Kriterien sind bereits erfüllt:

### Kriterium Nr. 1:

Öffentliche Sitzungen sind Ratssitzungen, Sitzungen der Ausschüsse und Besprechungen in den Büros des Oberbürgermeisters und der Bürgermeisterinnen und der Bürgermeister. Laut Sitzungsdienst müssen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Ausschuss-Sitzungen und der Ratssitzungen ihre Getränke selber mitbringen, es wird also gar nichts ausgeschenkt. In den Büros des Oberbürgermeisters und der Bürgermeisterinnen und Bürgermeister wird fair gehandelter Kaffee und ein weiteres fair gehandeltes Getränk bereits ausgeschenkt.

### Kriterium Nr. 2:

Es hat sich eine Steuerungs-Gruppe gebildet, bestehend aus VertreterInnen des Köln Agenda e.V., Weltladen / Forum Eine Welt e.V., von Köln Global, der Universität zu Köln, Diözesanstelle Weltkirche Weltmission, Erzbistum Köln, alle vier evangelischen Kirchenkreise Kölns, Ökumenischer Friedenskreis in Köln-Pesch, Jecke Fairsuchung e.V., Ökostadtführer, Conaction Köln, Allerweltshaus e.V., VertreterInnen aus der Wirtschaft wie Restaurant Soupresso und von Nichtregierungsorganisationen, TransFair e. V. und Privatpersonen. Die Stadt Köln ist ebenfalls vertreten.

### Kriterium Nr. 3:

Im Bereich des örtlichen Einzelhandels verfügt Köln über ein genügend breites Angebot an Verkaufsstätten von Produkten aus dem Fairen Handel (wie zum Beispiel der Einkaufsführer „Öko-Stadt-Führer“ belegt).

### Kriterium Nr. 4:

Es sind genügend Aktivitäten in Schulen, Vereinen und Kirchengemeinden bekannt, die dieses Kriterium zur Erlangung des Titels „Fairtrade-Stadt“ erfüllen.

### Kriterium Nr. 5:

Die Voraussetzung der regelmäßigen Berichterstattung örtlicher Medien über Aktivitäten zum Fairen Handel ist ausreichend durch die mediale Begleitung der Fairen Woche sowie von Aktionen wie dem Banana Day, der Kaffee.Pause.Fair und dem Safttag gegeben.