

BAUSTEINE EINES KONZEPTS FÜR DIE WELTLADEN-BILDUNGSARBEIT

ARBEITSPAPIER B 9

Stufe I: Basiskonzept: „Weltläden – anders als andere“

Für wen?

Kleine Weltläden mit generell geringen personellen und finanziellen Ressourcen; Weltläden, deren Mitarbeitende nicht über pädagogisches und inhaltliches Hintergrundwissen verfügen, um eigene Angebote auf die Beine zu stellen.

Grundsatz:

Rückgriff auf fertig konzipierte Angebote des Weltladen-Dachverbandes oder anderer Akteure im Fairen Handel. Der Weltladen bietet sich vor allem als Lernort an, der unter externer pädagogischer Leitung genutzt wird.

Elemente:

Serviceregal für Bildungsarbeit: Ein öffentlich zugängliches Serviceregal mit grundlegenden Materialien und Medien rund um den Fairen Handel wird nach einer vom Weltladen-Dachverband zur Verfügung gestellten Anleitung zusammengestellt. Dieses Regal hilft den Weltladen-MitarbeiterInnen, Fragen von KundInnen zum Fairen Handel zu beantworten und stellt MultiplikatorInnen eine kleine Auswahl an Medien und weiterführenden Hinweisen zur Verfügung, mit denen sie z.B. in der Schule zum Fairen Handel arbeiten können. SchülerInnen erhalten Informationen für Referate oder über Möglichkeiten sich zu engagieren.

Weltladen als Lernort zur Nutzung durch Schulklassen und andere Gruppen: Die Weltladen-MitarbeiterInnen stehen zur Beantwortung von Fragen zur Verfügung, sie treten nicht als pädagogische Fachkraft auf. Die Leitung des Unterrichts oder einer Gruppenstunde liegt bei dem / der LehrerIn bzw. GruppenleiterIn. Das Serviceregal hält Materialien bereit, die MultiplikatorInnen Ideen und Inputs für die Erkundung des Lernortes Weltladen liefern.

Informationsarbeit: Weltläden informieren über die Herkunft ihrer Produkte, die Handelsbedingungen sowie die Idee des „Fairen Handels“. Mit Hintergrundgeschichten über ProduzentInnen geben sie gleichzeitig den Produkten ein „Gesicht“ und machen dieses damit zu etwas Besonderem. Die Wertschätzung eines Produktes erhöht sich und globale Zusammenhänge werden aufgezeigt. Dies wirkt der Anonymität von Handelsbeziehungen entgegen. Die Menschen hinter dem Produkt werden sichtbar und deren Leistungen und Ansprüche anerkannt.

Teilnahme an Kampagnen (Weltladen-Tage): Der Weltladen setzt die Kern-Vorschläge der Aktionen zum Weltladen-Tag um, für die der Weltladen-Dachverband hilfreiche und präsentierbare Materialien zur Verfügung stellt.

MitarbeiterInnen-Fortbildung: Der Weltladen ermutigt die Weiterbildung und inhaltliche Auseinandersetzung der MitarbeiterInnen. Er ermuntert MitarbeiterInnen, regional angebotene Weltladen-Seminare (Grundkurs Weltladen) zu besuchen. Für neue MitarbeiterInnen verfügt er über ein Einarbeitungskonzept. In regelmäßigen Teamtreffen werden kurze Fortbildungseinheiten integriert, z.B. die Vorstellung eines neuen Produktes inklusive einiger Hintergrundinformationen.

Stufe II: Der Weltladen mit dem gewissen Extra

- Für wen?** Weltläden, die quantitativ und qualitativ über hinreichende personelle Kapazitäten verfügen, um sich fachlich in die Grundlagen einer Bildungsarbeit für Weltläden einarbeiten zu können. Einzelne MitarbeiterInnen verfügen z.B. über eine pädagogische bzw. vergleichbare Ausbildung oder sind bereit, sich nötige Kompetenzen anzueignen oder bringen, z.B. durch Auslandserfahrung, entwicklungspolitisches Know-how ein.
- Grundsatz:** Der Weltladen führt Bildungsangebote unter Rückgriff auf einfach nachvollziehbare Konzepte selbst durch oder nutzt eine lokale Vernetzung für gemeinsame Angebote.

Elemente:

Basis-Bildungsarbeit: Als Grundlage dienen alle Angebote wie für Stufe I beschrieben.

Außerschulischer Lernort Weltladen: Mit Hilfe von Standardkonzepten, wie dem Weltladen-Erkundungszirkel des Weltladen-Dachverbandes, bietet der Weltladen einfache Angebote für Schulklassen und Gruppen im Weltladen an, die relativ schnell erlernbar sind und Routine ermöglichen. Im Zentrum stehen hier der Weltladen als Lernort mit seinen Produkten, seiner Organisation und dem Engagement der MitarbeiterInnen.

Medienangebote: Als Service für MultiplikatorInnen werden zusätzlich zur Standardausstattung des Basis-Serviceregals einzelne Medienpakete (z.B. „Schokokiste“) zu häufig nachgefragten Themen bereitgehalten.

Vortragsangebot: Mit Hilfe eines Standardvortrages zum Fairen Handel und zur Präsentation des eigenen Weltladen-Projektes spezialisieren sich einzelne MitarbeiterInnen auf ein abrufbares Vortragsangebot vor Ort, z.B. in Kirchengemeinden, bei anderen lokalen Organisationen, in der Volkshochschule usw. Gegebenenfalls wird gemeinsam mit Nachbarweltläden ein regionaler ReferentInnenpool aufgebaut, falls sich zu wenig MitarbeiterInnen eigene Vortragstätigkeiten zutrauen.

Veranstaltungsangebot: Viele Weltläden führen mehr oder weniger regelmäßig öffentliche Veranstaltungen durch. Die Spannweite reicht von entwicklungspolitischen Fachvorträgen mit geladenen ReferentInnen oder ProduzentInnen, über Lesungen bis hin zu kulturellen Veranstaltungen mit Musik-, Tanz- oder Theatergruppen. Dies erfordert eine erfolgreiche Veranstaltungsorganisation, einen Bekanntheitsgrad als Veranstalter, viel Werbung, einen guten E-Mail-Verteiler oder eine gute lokale Vernetzung. Bei größeren Veranstaltungen oder der Organisation von Ausstellungen empfiehlt sich die Kooperation mit anderen lokalen Initiativen.

Kampagnen: Der Weltladen nimmt regelmäßig am Weltladen-Tag teil und beteiligt sich ebenso an der Fairen Woche. Je nach Kapazitäten und Neigungen prüft er die Beteiligung an den angebotenen Aktionsvorschlägen, die über die Kernaktionen hinausgehen.

Infoarbeit: Zusätzlich zum Angebot von Produktinformationen verarbeitet der Weltladen Hintergrundgeschichten und Bilder zu Produkten und ProduzentInnen bei der Gestaltung der Schaufenster, Infoecken oder in Newslettern für MitarbeiterInnen und KundInnen.

Lernort Weltladen für Mitarbeitende: Der Weltladen führt systematisch neue MitarbeiterInnen mit einem Einführungsleitfaden ein, motiviert sie zum Besuch von Fortbildungen, wie dem „Grundkurs Weltladen“, oder führt diese vor Ort durch. Hinzu kommen regelmäßige MitarbeiterInnentreffen und gemeinsame Seminartage für die gesamte Gruppe. Weiterhin bietet der Weltladen begleitete Praktikumsplätze für SchülerInnen bzw. Jugendliche an.

Stufe III: Globales „Servicezentrum Weltladen“

- Für wen?** Weltläden in Städten mit lebendiger entwicklungspolitischer Szene (z.B. Universitätsstädte). Eine heterogene Weltladen-Gruppe verfügt über MitarbeiterInnen mit pädagogischer Ausbildung, Auslandserfahrung oder politischem Engagement. Für Bildungsarbeit gibt es hauptamtliche Stellenkapazität und eine eigenständige Arbeitsgruppe.
- Grundsatz:** Breites Angebot an schulbezogener und anderer Bildungsarbeit. Der Weltladen ist vor Ort und in der Region wichtige Anlaufstelle, wenn es um entwicklungspolitische (Informations-)Arbeit geht. Die Bildungsarbeit ist ein eigener, quasi-wirtschaftlicher Bereich, der durch externe Finanzierung abgesichert wird (Zuschüsse, Spenden).

Elemente:

Schulische Bildungsarbeit: Der Weltladen führt Angebote für den Lernort Weltladen durch, ergänzt durch marktorientierte Bildungsangebote zu Themen wie Schokolade, Kakao oder Kaffee. Die MitarbeiterInnen sind pädagogisch geschult und führen methodisch spannende Unterrichtseinheiten, Projektstage oder Reihen in der Nachmittagsbetreuung selbständig durch.

Im Sinne einer **Handlungsorientierten Bildungsarbeit** wird das Engagement von Jugendlichen im Weltladen aktiv unterstützt. Der Weltladen ermöglicht Praktika oder ein Freiwilliges Soziales bzw. Ökologisches Jahr. Ebenso werden lokale SchülerInnen-Firmen unterstützt.

Medienangebote: Die Zusammenarbeit mit Schulen wird mit einem einschlägigen didaktischen Medienangebot gefördert. Medienkisten bieten eine Materialzusammenstellung zu verschiedenen Themen, ergänzt durch anschauliche Materialien zum Anfassen, z.B. eine Kakaoschote und Kakaobohnen. Sie werden für die eigenen Angebote genutzt und an MultiplikatorInnen ausgeliehen.

Der Weltladen stellt **ReferentInnen**, die mit individuell auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnittenen Standardvorträgen über die Hintergründe des Fairen Handels informieren.

Veranstaltungen: Weltläden dieser Stufe bieten vernetzt mit anderen lokalen Initiativen regelmäßig Vortrags- und Kulturveranstaltungen an (Lesungen, Theater, Musik, Filme). Veranstaltungen als wiederkehrende Reihen zusammenzufassen, schafft eine Marke, die den Weltladen als Veranstalter hervorhebt und bekannt macht.

Infoarbeit: Der Weltladen beteiligt sich federführend an der Kreation einer symbolischen lokalen Marke, z.B. eines eigenen „Stadtkaffeeangebotes“ oder, gemeinsam mit regionalen Anbietern, eines Apfel-Mango-Saftes. Angebote in der Bildungsarbeit knüpfen hier an und greifen z.B. Geschichten zu den hier ausgewählten HandelspartnerInnen auf. Besonders wertvoll sind direkte Kontakte, ProduzentInnenbesuche und andere Formen des gegenseitigen Austausches.

Kampagnen: Viele Läden greifen entwicklungspolitische Kampagnen auf (z.B. Erlassjahr, Kampagne für saubere Kleidung), die mit Weltladen-Themen verwandt sind. Da im Fairen Handel mit dem Weltladen-Tag und der Fairen Woche bereits zwei Aktionszeiträume bestehen, bleibt wenig Freiraum, weitere Themen und Aktionen aufzugreifen. Hin und wieder fördert dies jedoch die Vernetzung mit anderen Initiativen vor Ort.

Lernort Weltladen für MitarbeiterInnen: Neben einer systematischen Einarbeitung werden regelmäßig eigene Schulungsangebote für die MitarbeiterInnen durchgeführt oder Seminare mit der Fair-Handels-Beratung organisiert. Weltläden dieser Stufe spielen eine tragende Rolle in der regionalen Vernetzung und gegenseitigen Unterstützung der Weltläden.