

SO KÖNNEN SIE IHRE GÄSTE

FAIR

VERWÖHNEN.



FAIR TRADE IN DER GASTRONOMIE – KEINE KUNST.

FAIR TRADE: GENUSS MIT GUTEM GEWISSEN.

REGIONAL EINKAUFEN. FAIR UND WELTWEIT.

Gäste interessieren sich dafür, wo ihr Essen herkommt – am besten von nebenan.

Regional einzukaufen ist deshalb sinnvoll. Es bedeutet für den Bauern in der Region direkte Unterstützung und Solidarität.

Wer beim Einkauf auf Fair Trade achtet, beweist sogar weltweite Solidarität, denn auf diesem Weg können zum Beispiel Kaffee, Ananas oder Pfeffer auch über grosse Distanzen nach demselben Prinzip eingekauft werden wie regionale Produkte im Inland. So haben auch die Bauern im Weltsüden genug zum Leben und ihre Region hat eine Chance auf Entwicklung.



KLEINE EXPERIMENTE BRINGEN FARBE IN DEN ALLTAG!

Grundkenntnisse über den fairen Handel sind entscheidend. Dazu gehören Informationen zu Beschaffungsmöglichkeiten, Verrechnung und Vermarktung fair gehandelter Produkte sowie Rezeptideen.

Im Blickfeld ist der ganze Prozess – vom Einkauf bis zum servierten Gericht.

DIE ARBEIT IM BETRIEB BLEIBT UNVERÄNDERT.

Fair Trade ändert an der Lagerung und Verarbeitung der eingekauften Produkte nichts. Auch im Geschmack sind Hersteller-Marken und persönliche Vorlieben eher ausschlaggebend als die Handelsart.

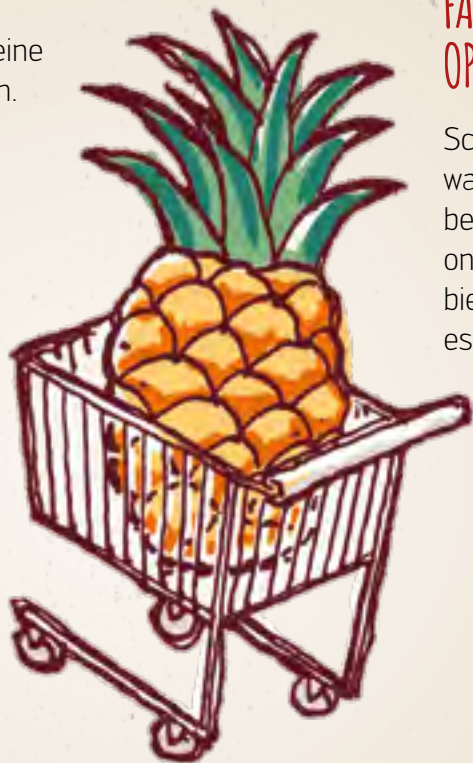
FAIRE PRODUKTE AUS DEM WELTSÜDEN: LIEFERBAR ABER NICHT BEWORBEN.

DAS VERSTECKTE ANGEBOT WILL ENTDECKT WERDEN.

Wahrscheinlich hat sogar Ihr Stammlieferant ein fair gehandeltes Angebot – nur hat er mit Ihnen noch nie darüber gesprochen!

Fair-Trade-Produkte gibt es für alle Bereiche der Speisekarte. Für Getränke: Kaffee, Tee, Schokolade und Fruchtsäfte; für den Hauptgang: Reis, Getreide und Gewürze und für das Dessert: Früchte, Glacé, Zucker und Nüsse.

stoparmut.ch/gastro zeigt eine Übersicht, was Sie wo finden.



ZU TEUER? – STIMMT NICHT!

Im Durchschnitt ist ein Fair-Trade-Produkt 5 bis 15 % teurer als ein Produkt gleicher Qualität ohne Fair Trade. Falls der Preis bei einem Lieferanten davon deutlich abweicht – fragen Sie nach! Hohe Aufschläge können ein besonderes Fair-Trade-Projekt stützen, sie können aber auch ein versteckter Gewinn-Zuschlag des Lieferanten sein.

FAIR TRADE ALS ANLASS ZUM OPTIMIEREN.

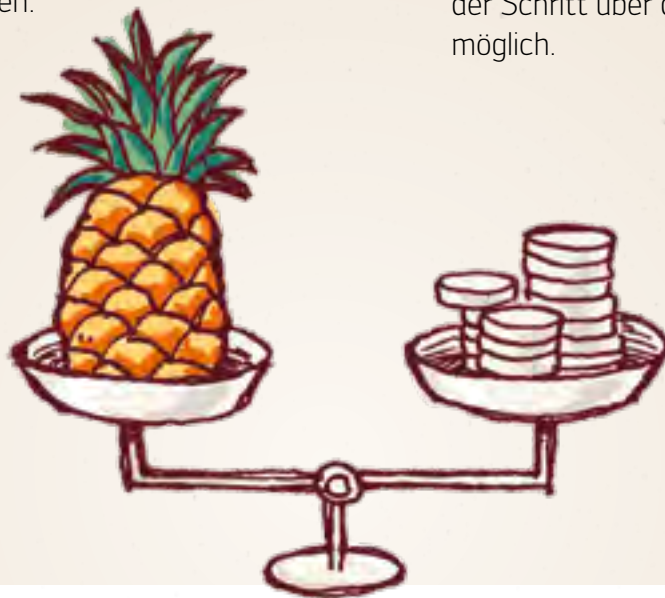
Schlanke Prozesse und gute Produktauswahl lohnen sich für den Betrieb. Doch Verbesserungen brauchen Anreiz und Motivation. Die Umstellung auf Fair Trade kann dies bieten – die Bauern im Weltsüden werden es Ihnen danken.

DER WARENPREIS MACHT'S – ABER NICHT IM MENÜPREIS!

ZU EINFACHE KOSTENKALKULATION KANN TEUER WERDEN.

Nutzen Sie die einfache Zuschlagskalkulation für den Menüpreis? Diese Methode ist praktisch, neue Rechenmethoden bilden Ihre betrieblichen Kosten jedoch besser ab.

Der Wareneinkauf liegt heute im Schnitt bei 25 % der Betriebskosten, das Personal bei 50 %. Ein arbeitsintensives Menü ist also für Sie teurer als eines, das einfach zu kochen ist – und dies unabhängig vom Warenpreis. Wenn der Arbeitsaufwand als Faktor deutlicher in die Kalkulation einfließt, erkennen Sie aufwändige Menüs besser und können Ihr Personal gezielt einsetzen.



FAIR TRADE RECHNET SICH FÜR SIE!

Nebenbei wird Fair Trade günstiger. Wenn die Arbeitsintensität ein eigener Berechnungsfaktor ist, verändert sich der Menüpreis bei einem Preisanstieg von 5 bis 15 % für Fair-Trade-Komponenten kaum.

SCHWEIZER SIND ALS FAIR- TRADE-KÄUFER WELTSPITZE – PREISSENSIBILITÄT HIN ODER HER.

Mit Fair Trade können Sie der Preis-Abwärtsspirale entgehen: Schliesslich bieten Sie fairen Genuss. Und vielleicht wird sogar der Schritt über die nächste Preisschwelle möglich.

TUE GUTES UND SPRICH DAVON.

IHR FAIR TRADE ANGEBOT - SIE ENTSCHEIDEN

Wollen Sie ein Produkt voll- oder teilumstellen? Planen Sie ein Dauerangebot oder Aktionen? Wollen Sie viel oder wenig genutzte Produkte umstellen?

Ganz egal, wie Sie entscheiden: Stellen Sie Ihr Angebot ins beste Licht.

SETZEN SIE FAIRE ZEICHEN.

Mit Fair Trade sammeln Sie beim Gast Punkte für Fairness. Nutzen Sie neben der Speisekarte darum auch weitere Möglichkeiten, Ihr Engagement bekannt zu machen, etwa mit Aktionen oder bei einem netten Gespräch.



Folgende Hinweise können Sie dabei unterstützen:

- Fast jeder kennt das Max-Havelaar-Logo. Andere Logos haben derzeit kaum Marketingeffekt.
- Das Service-Personal muss Ihr Fair-Trade-Angebot kennen und dafür werben können.
- Kommunikation und Angebot müssen stimmig sein – Produkte aus kleinbäuerlicher Fair-Trade-Produktion im Weltsüden ergänzen etwa ein regionales Speiseangebot sehr gut.

NUR MUT!

Falls Ihnen die Umstellung auf fair gehandelten Kaffee noch «zu heiss» ist – wie wäre es mit Zuckersticks oder einem fairen Menü? Links zu Ideen für Rezepte und Vermarktung haben wir für Sie auf stoparmut.ch/gastro vorbereitet.



FAIRER HANDEL MACHT GEWINNER.



Der Faire Handel will einen gerechten Welthandel.

Bauern im Weltsüden müssen ihre Ware am Markt zu Preisen verkaufen können, die ihre Existenz sichern. Um dies zu ermöglichen, müssen Käufer im Weltnorden

faire Preise zahlen. Darum ist der Absatz von Fair-Trade-Produkten auch ein Indikator

für die Strategie «Nachhaltige Entwicklung» des Schweizer Bundesrates.

IHR BETRIEB GEWINNT.

Nachhaltigkeit, Gesundheit und soziale Verantwortung gewinnen an Bedeutung. Gäste wollen wissen, was sie für ihr Geld bekommen und woher ihr Essen kommt. Fair-Trade-Produkte bringen Nachhaltigkeit auf den Tisch und lassen uns für wenig Geld Solidarität mit armen Bauern im Weltsüden zeigen. Gut kalkuliert und vermarktet geht dies sogar gewinnbringend. Sicher, eine Portion Mut gehört dazu. Doch nicht nur Ihre Gäste, auch Ihre Mitarbeitenden werden daran Geschmack finden!

BAUERN IM WELTSÜDEN GEWINNEN.

Damit der Bauer im Weltsüden seine Existenz und die seiner Kinder sichern kann, braucht er Kunden, die bereit sind, Preise zu bezahlen, die zum Leben reichen. Ihr Beitrag dazu ist entscheidend. Sie können den Bauern diese Kunden bringen – als Fair-Trade-Käufer und als Vorbild für Ihre Gäste, die sich für ihre eigene Küche zuhause inspirieren lassen.

NOCH FRAGEN? WIR SIND FÜR SIE DA!

FAIRER HANDEL ORIENTIERUNG IM LABEL-SALAT

Für einen Fair-Trade-Einkäufer ist es wichtig, die Standards der Labels und Marken zu kennen. Unsere Labelempfehlung beurteilt, inwieweit die Standards das Leben der Bauern im Weltsüden verbessern.

Empfehlenswert sind Labels und Marken, die nach anerkannten Fair-Trade-Standards arbeiten.



Label «Max Havelaar / Fairtrade»:

Produkte verschiedener Marken und Hersteller können das Max Havelaar / Fairtrade Label tragen. Alle Produkte beinhalten fair gehandelte Rohstoffe, die nach sozialen und ökologischen Richtlinien angebaut sind. Aktuell gibt es rund 1'500 zertifizierte Produkte.



Marken «claro fair trade»

und «gebana»: Die claro fair trade AG und die gebana AG sind Fair-Trade-Fachhändler. Sie führen fast ausschliesslich fair gehandelte Produkte von Kleinbauern aus dem Weltsüden.



Besser als kein Label sind Nachhaltigkeits-Labels ohne Fair-Trade-Anspruch.



UTZ: Zertifiziert werden Kakao, Kaffee und Tee-Plantagen nach eigenen nachhaltigen Standards mit Schwerpunkt Produktqualität.



Rainforest Alliance: Zertifiziert werden Tee-, Bananen- und Kaffee-Plantagen nach eigenen Standards für nachhaltige Landwirtschaft mit Schwerpunkt Umweltschutz.

Mehr unter stoparmut.ch/fair_label

UNSER ANGEBOT

Für Sie als Changemaker im Unternehmen

Wir unterstützen Sie, sich am Arbeitsplatz oder im Unternehmen für Nachhaltigkeit, Gerechtigkeit und die globale Armutsbekämpfung einzusetzen. Wir bieten Informationsmaterial und praktische Beratung.

Wir – das ist StopArmut 2015.

StopArmut 2015 ist eine Kampagne von Interaction, einem Dachverband von Hilfswerken und ein Arbeitsbereich der Schweizerischen Evangelischen Allianz. Die Kampagne setzt sich dafür ein, dass die 8 Millenniumsziele der UNO bis 2015 erreicht werden, und ruft insbesondere Entscheidungsträger in der Schweiz auf, sich für diese Ziele einzusetzen und so zu einer gerechteren Welt beizutragen.

Unser Leitvers:

Es ist dir gesagt worden, Mensch, was gut ist und was der Herr von dir erwartet: Nichts anderes als dies: Recht tun, Güte und Treue lieben, in Ehrfurcht den Weg gehen mit deinem Gott. Micha 6,8; die Bibel

Allgemeine Angebote

- Online-Informationen und Publikationen
- StopArmut-Preis
- StopArmut-Konferenz und Regionalgruppen
- Schulungen und Vorträge massgeschneidert oder «Just People?-Kurs»



StopArmut 2015
Josefstrasse 34
8005 Zürich

www.stoparmut.ch
044 447 44 00
gastro@stoparmut.ch

Mit Unterstützung der DEZA



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Direktion für Entwicklung
und Zusammenarbeit DEZA