

Martin Lessing wagte Existenzgründung mit Weltladen

Vertrauen ist die Basis

Von KAY MÜLLER

Martin Lessing (42) könnte es auch einfacher haben. Schließlich hat ihn keiner gezwungen, seinen Job als Controller in einem großen Kölner Warenhaus aufzugeben. Doch Lessing hatte andere Pläne: Vor fast fünf Jahren hing er die sichere Festanstellung an den Nagel, um sich in der Düsseldorfer Innenstadt mit einem eigenen Laden selbstständig zu machen: „el martin – das Fachgeschäft für Fairen Handel“.

Die Welt unter ökonomischen Bedingungen ein bisschen gerechter gestalten – so lautete das Ziel des Existenzgründers, als die NEUE BILDPOST 2005 zum ersten Mal über Lessings ungewöhnliche Geschäftsidee berichtete. Der gelernte Diplom-Kaufmann wollte zeigen, dass sich Waren aus dem Fairen Handel in einem modernen Fachgeschäft in bester Innenstadtlage gewinnbringend an den Kunden bringen lassen. Und wer ihn heute in seinem Geschäft „el martin“ in der Düsseldorfer Nordstraße besucht, trifft einen zufriedenen Kaufmann an, der gleichwohl einen steinigen Weg hinter sich hat: „Meine Umsätze sind konstant wachsend, aber die Wachstumsraten sind kleiner, als ich gedacht habe“, bilanziert Lessing. „Ich hoffe, in diesem Jahr erstmals schwarze Zahlen schreiben zu können.“

Lessings mutige Existenzgründung zeigt zugleich exemplarisch, wie sich der Faire Handel in Deutschland zunehmend aus der Nische bewegt. Waren es in den 70er Jahren zunächst vereinzelte Kirchengemeinden und Dritte-Welt-Aktivistinnen, die sich dafür eingesetzt haben, Kleinbauern in



Martin Lessing in seinem Geschäft in Düsseldorf. Foto: Müller

Afrika, Asien und Lateinamerika durch gerechtere Handelsstrukturen zu unterstützen, sind die Vertriebsstrukturen längst professionalisiert. **Fair gehandelten Kaffee kann man heute in jedem Supermarkt kaufen.** Auch die Kaiser's-Filiale, die sich schräg gegenüber von Lessings Laden befindet, verkauft fair gehandelte Produkte. „Die tun mir aber nicht weh“, sagt Lessing. Eher leidet sein Geschäft unter der Konkurrenz benachbarter Biomärkte. Deshalb hat Lessing sein Sortiment inzwischen um Textilien, Kunsthandwerk und Geschenkartikel aus fairem Handel erweitert.

Das gute Gefühl, mit dem Einkauf etwas für Menschen in ärmeren Ländern zu tun, lässt die Kunden für solche Produkte auch etwas tiefer in die Tasche greifen. Dass sich der Umsatz von Fairtrade-Waren in Deutschland seit 2005 verdoppelt hat (2009 wurden Produkte im Wert von 267 Millionen Euro gekauft), ist dabei vor allem der Ausweitung der Verkaufsstellen zu verdanken. Neben Weltläden und den konventionellen Supermärkten nehmen zunehmend auch Discounter wie Penny oder Lidl Produkte mit dem Fairtrade-Siegel ins Angebot. **Eine Entwicklung, die Weltladen-Inhaber Lessing mit gemischten Ge-**

fühlen verfolgt: „Die Zusammenarbeit mit den Supermärkten hat die Idee des Fairen Handels überhaupt erst in die Breite gebracht“, sagt er, „aber ich habe meine Schwierigkeiten damit, wenn ein Unternehmen wie Lidl das nur als Feigenblatt nutzt, um sein Image zu schönen.“ Das stetige Wachstum des Fairen Handels sei zwar erfreulich, berge aber auch Gefahren, gibt Lessing zu bedenken: „Beispielsweise dann, wenn man beim Import der Produkte irgendwann vermehrt auf große Plantagen statt auf Kleinbauern zurückgreift, um die große Nachfrage befriedigen zu können.“

Dann wären die Kleinen wieder die Gekniffenen, und das wäre gegen die eigentlichen Grundsätze des Fairen Handels.“

Die Glaubwürdigkeit des Fairtrade-Gedankens ist nun einmal die wichtigste Währung beim Handel mit Kaffee und Kunsthandwerk aus der Dritten Welt. **„Die Basis für mein Geschäft ist das Vertrauen“, weiß Martin Lessing. „Wenn das fehlt, kann ich hier gleich zumachen.“** Doch der Idealist mit der roten Schürze sieht nicht so aus, als ob er Lust hätte, noch einmal an seinen alten Schreibtisch zurückzukehren, um den Profit eines Großunternehmens zu mehren.

Stichwort: Fairer Handel

Der Faire Handel steht für faire Preise an die Produzenten, langfristige Handelsbeziehungen und soziale Arbeitsbedingungen.

Im Gegenzug für die garantierten Mindestpreise verpflichten sich die Produzenten, für gute Arbeitsbedingungen zu sorgen, auf illegale Kinderarbeit zu verzichten und ökologische Mindeststandards einzuhalten. Die Partnerorganisationen nutzen die Fairtrade-Prämien auch, um soziale Projekte wie Schulstipendien oder Apotheken für die Landbevölkerung zu verwirklichen. Inzwischen profitieren davon 800 Produzenten-Organisationen in Afrika, Asien und Lateinamerika.

«Supermärkte tun mir nicht weh»