

Zeitschrift: Heimatbuch Meilen
Herausgeber: Vereinigung Heimatbuch Meilen
Band: 47 (2007)

Artikel: 25 Jahre Verein Weltladen Meilen
Autor: Capaul, Barbara
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-954256>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 16.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

25 Jahre Verein Weltladen Meilen



Was 1980 am runden Tisch bei dem damals in Meilen weilenden Pfarrer Su mit intensiven Diskussionen begann, präsentiert sich heute als Verein mit 25-jähriger Geschichte. Damals wie heute war und ist die Zielsetzung des Vereins, in Meilen ein Fachgeschäft des fairen Handels zu betreiben. Dazu gehört auch die Information, was unter gerechtem Handel verstanden wird und was dieser für den einzelnen Produzenten bedeutet. Das 10-Jahr-Jubiläum wurde seinerzeit noch im Namen der 3. Welt gefeiert. Mittlerweile tritt der Verein «nur» noch als «Verein Welt-Laden» auf, da sich fairer Handel nicht ausschliesslich auf die 3. Welt beschränkt. Das Ziel der Bewegung ist und bleibt die Forderung nach einer eigenständigen wirtschaftlichen Entwicklung von benachteiligten Kleinproduzenten aus Randregionen in Ländern des Südens und in Europa.

Der Verein und seine Geschichte Von allem Anfang an wollte der Verein einen Laden mit Produkten aus fairem Handel führen. Dieser Grundsatz gilt auch heute noch, verändert hat sich aber das Angebot. Wer kannte sie nicht, die braunen Taschen mit dem Aufdruck «Jute statt Plastic»? Ich würde mich nicht wundern, wenn solche bei den heutigen Jungen als Kultobjekt gelten würden. Die Taschen waren sozusagen das Produkt der ersten Stunde. Zusammen mit Kerzen aus Soweto, Karten aus Kamerun (der Heimat von Pfarrer Su), Kaffee aus Nicaragua, Tee aus Tansania und Honig aus Mexiko begann ein bescheidener Verkauf von Dritt-Welt-Produkten. Anfänglich wurde damit ein politisches Zeichen gesetzt. Dieser Beweggrund reichte allerdings je länger, je deutlicher nicht mehr aus. Ein Paradebeispiel dafür war der «Nicakaffee». Seine Liebhaber stammten nicht unbedingt aus dem Kreis der Kaffeegeenieser, sondern wohl eher aus jenem der Politaktivisten. Aus den kritischen Linken von damals entwickelten sich aber mit der Zeit bewusste Konsumenten, die begannen, immer öfter geschmacklich einwandfreie Artikeln nachzufragen. Auch heute entsprechen die Welt-Laden-Produkte den Kriterien des gerechten Handels, nur wird jetzt auch der Qualität höchste Aufmerksamkeit geschenkt. Der Nicakaffee war übrigens bei seiner Einführung der erste Fair-Trade-Kaffee der Schweiz! Er ist nach wie vor im Sortiment zu finden, lediglich seine Zusammensetzung hat sich geändert. Stetig war und ist der Verein bestrebt, auf seine Anliegen aufmerksam zu machen. So ist er regelmässig in der Lokalzeitung präsent, sei es mit Artikeln zur Kinderarbeit, zur Verarbeitung von Zuckerrohr oder zum Knüpfen von Hängematten sowie zu weiteren Themen über die Produktionsbedingungen überall auf der Welt. Dazu kommen gezielte Inserate. Der letzte Marketingstreich ist auf den Leibchen des FC Meilen («Meile drüü») zu bewundern. Die Spieler tragen den gerechten Handel auf die Fussballplätze der Region. Fair Play und Fair Pay liegen gar nicht so weit voneinander entfernt. (Keine Angst: Da sich private fussballbegeisterte Gönner gefunden haben, wird das Vereinsbudget nicht belastet.)

Auch die jährlichen Weihnachtsaktionen dienen der Steigerung des Bekanntheitsgrads des Ladens und natürlich dazu, Bedürftigen einen kleinen Zustupf zu geben. Seit einigen Jahren wird jeweils ein

«Meile drüü»



Produkt mit einem kleinen Aufpreis angeboten. Der Mehrerlös fließt dann in ein Projekt, das einen Bezug zum Verein oder zum Laden hat. So wurde letztes Jahr ein Strassenkinderprojekt in Mexiko unterstützt. Davor waren es eine Handwerker-genossenschaft in Bangladesch, die bei grossen Überschwemmungen Hab und Gut verloren hatte, ein Flüchtlingslager von Kurden im Norden des Irak oder palästinensische Kleinbauern, die das Geld für Olivenbaumsetzlinge verwenden konnten.

Da der Verein kein gewinnorientiertes Unternehmen ist, floss jahrelang ein allfällig aus dem Laden erwirtschafteter Überschuss in ein soziales Projekt. Mittlerweile wird der Gewinn aber rückwirkend an die Mitarbeiterinnen ausbezahlt. So kann der sehr bescheidene aktuelle Stundenlohn der Ladenfrauen von Fr. 5.– ein klein wenig aufgebessert werden. Der Verein setzt sich für einen gerechten Lohn bei den Produzenten ein, will aber auch die eigenen Mitarbeiterinnen nicht «ausbeuten». Damit indes die Lohnsituation des letzten Gliedes in der Fair-Trade-Kette nachhaltig verbessert werden könnte, müsste der jährliche Umsatz pro Meilemer Kopf im claro-Weltladen von den heutigen Fr. 11.50 mehr als verdoppelt werden. So ist der Verein auf engagierte Personen angewiesen, die ihre Arbeitskraft mit einer grossen Portion Idealismus zur Verfügung stellen und im Laden ihre Verkaufs- und Informationstätigkeit leisten. Ohne die Ladenfrauen wäre das Führen des Ladens gar nicht möglich. Kunden stellen immer wieder erstaunt fest, dass der Laden 37 Stunden in der Woche geöffnet ist.

Der Verein und seine Präsidenten Eine Vereinsgeschichte ist immer auch eng mit den Namen der Präsidenten verknüpft. Gründungspräsidentin war 1982 Anna Scheurer. Mit viel Einsatz gelang ihr die saubere Trennung von der Gewerkschaft Bau und Holz (GBH), mit der noch zu Zeiten des Ladens am Sterneggweg ein loser Zusammenhang bestand. Anna Scheurer prägte zusammen mit dem damaligen Vorstand das erste Sortiment und bemühte sich persönlich um neue Mitglieder. Noch heute, mit über 90 Jahren, ist sie mit Laden und Verein eng verbunden und verfolgt gespannt deren Tun. In ihre Amtszeit fiel die Züglete in das Etagengeschäft an der Schulhausstrasse, wo der Laden bis 1990 blieb.

Ladenfrauen v.l.n.r.:
Liza Lütolf, Renate Müller,
Barbara Capaul, Elisabeth
Jagmetti, Sarah Müller,
Edith Grob, Erna Nyffeler,
Silvia Bai. Es fehlen
Yvonne Hartman (Laden-
frau der ersten Stunde)
und Kathrin Mumprecht.



gung. Was früher ein loser Zusammenschluss von verschiedenen Läden, Gruppierungen und Idealisten war, hatte sich im Jahr 1977 unter dem Namen OS3 (Organisation Suisse du tiers monde) als Genossenschaft organisiert. Nach zwanzig Jahren wurde OS3 in die Aktiengesellschaft claro fair trade AG umgewandelt. Als Aktionäre zeichnen unter anderen verschiedene Hilfswerke wie z. B. Caritas, SAH oder Brot für Alle. Dazu gesellen sich claro Weltläden, Firmen, Kirchgemeinden und natürlich Privatpersonen. Die claro fair trade AG arbeitet intensiv mit zwölf Partnerorganisationen in neun Ländern zusammen, der European Fair Trade Association (EFTA). Der Name claro, spanisch für klar und transparent, wurde gewählt, weil er für alle Sprachregionen in der Schweiz verständlich und lesbar ist. Er steht aber auch für Klarheit bei Herstellung und Vertrieb der Waren und für wirtschaftliche Gerechtigkeit gegenüber benachteiligten Menschen und Regionen. Aus Anlass des 30-jährigen Bestehens gab sich die claro fair trade AG ein neues Erscheinungsbild. Unter gleichem Namen, aber mit einem markanteren Logo und neuen Farben will sie mehr Aufmerksamkeit erregen. Dabei spielen die warmen Farben des Weltsüdens, Orange- und Rottöne, eine wichtige Rolle. Unter dem Namen claro werden in der Deutschschweiz etwa 140 Läden betrieben, darunter auch jener an der Kirchgasse in Meilen. Jeder Laden ist eigenständig, jedoch durch einen Vertrag verpflichtet, mehrheitlich claro-Produkte zu führen.

Der faire Handel im Wandel der Zeit Der grosse Durchbruch für fair gehandelte Produkte kam mit der Einführung des Max-Havelaar-Zertifikats. Viele Konsumentinnen sind sich aber nicht bewusst, dass es sich bei Max Havelaar nicht um eine Handelsorganisation, sondern um eine Stiftung handelt. Diese prüft und überwacht die Kriterien des gerechten Handels bei den von ihr vorgegebenen rund zwanzig Produktgruppen und zertifiziert sie. Bei claro hingegen sind über 2000 Artikel im Angebot. Deshalb sind auch nicht alle Produkte mit dem Max-Havelaar-Signet gekennzeichnet. Der Name Max Havelaar stammt von einer holländischen Romanfigur, die sich gegen die Missstände beim Kaffeeanbau wehrte (Eduard Douwes Dekker alias Multatuli: «Max Havelaar oder Die Kaffeeversteigerungen der Niederländischen Handelsgesellschaft»). Der Autor selbst lebte als Staatsangestellter in einer holländischen Kolonie, wo er erfolglos gegen die dortigen Produktionsbedingungen kämpfte und schliesslich den Dienst quittierte. Seitdem die Grossverteiler Max-Havelaar-Produkte ins Sortiment aufgenommen haben, hat sich der Markt verändert. Es ist etwas schwieriger geworden, dem Kunden zu erklären, warum er den Weg in einen claro-Laden unter die Füsse nehmen soll. Allerdings: Im claro-Weltladen findet er nur Produkte, welche die strengen Kriterien des gerechten Handels erfüllen. Der Kunde kann sich also entspannt ins Vergnügen der Auswahl stürzen und muss sich die Fair-Trade-Produkte nicht mühselig zusammensuchen.

Früheres claro-Logo.



Heutiges claro-Logo.



Was versteht man unter Fair-Trade-Kriterien? Das Hauptanliegen besteht darin, dass ein Produzent, egal ob Kleinbauer oder Handwerker, einen existenzsichernden Lohn erhält. Dies ist nur möglich, wenn er einen Mehrerlös zum Weltmarktpreis erzielt. Dieser Mehrerlös dient dazu, die Situation des Produzenten zu verbessern, sei es im Bereich des Arbeitsplatzes, der Schulung, der medizinischen Versorgung oder von Ähnlichem. Die Produkte werden bis zu 50% vorfinanziert und es werden langfristige Abnahmeverträge garantiert. Der Produzent seinerseits verpflichtet sich, die Waren ökologisch und sozial verträglich herzustellen, also z. B. ohne Kinderarbeit. Zudem werden die Produzenten laufend für die Anwendung naturgerechter und umweltschonender Produktionsmethoden motiviert und beraten.

Nicht wegen des Vereins Weltladen lohnt sich also der Um-Weg an die Kirchgasse 36, sondern wegen den unzähligen Familien, Kleinbauern und Handwerkern, denen durch die Fair-Trade-Bewegung ein Auskommen ermöglicht wird. Der Verein freut sich weiterhin auf die Solidarität und Unterstützung und natürlich auf den nächsten Besuch möglichst vieler Leserinnen und Leser des Heimatbuches.

* **Barbara Capaul**
ist Vorstandsmitglied des
Vereins Weltladen Meilen.