

Lord Exploitikus gegen Fair: Wie viel Haltung steckt in unserer Pause?

Was hat ein Becher Matcha mit globaler Gerechtigkeit zu tun? Warum kann ein alter bunter Strohhalm manchmal nachhaltiger sein als ein neu gekaufter Papierstrohhalm? Und wie viel Fairness steckt eigentlich in Eis, Bubble Tea und Schokolade? An Hessens größter beruflicher Schule trafen die Jugendlichen auf einen Bösewicht: Lord Exploitikus. Mit Zylinder, Dollarzeichen und ziemlich schlechter Einstellung zu Menschen, Umwelt und Klima verkörpert er das Gegenteil dessen, worum es dem Fairtrade-Team geht. Seine Devise könnte lauten: möglichst billig produzieren, möglichst viel verdienen und besser nicht so genau fragen, wer dafür den Preis bezahlt. Auf der anderen Seite steht Fair.

Die Faire Woche fand in diesem Jahr vom 11. bis 25. September unter dem Motto „Fair handeln – Vielfalt erleben!“ statt. In ganz Deutschland rückt sie den Fairen Handel in den Mittelpunkt. 2026 stehen besonders junge Menschen, ihre Lebenswelten und ihre Perspektiven im Fokus.

Nicht die Lehrkräfte haben ausgesucht

Welche Produkte Jugendliche interessieren, weiß die junge Generation selbst ziemlich gut. Deshalb entschieden die Schülerinnen und Schüler mit, was angeboten wurde. Auf ihrer Wunschliste standen Dinge, die man momentan tatsächlich in Cafés, auf Social Media und in der Stadt sieht: Matcha, Bubble Tea, Ben-&-Jerry's-Eis und Schokoriegel. Plötzlich wurde aus einem Getränk Wirtschaft, Verbraucherbildung und Nachhaltigkeit gleichzeitig.

Für den Matcha wurde Bio-Matcha-Pulver verwendet und mit Matcha-Besen, Schale und Sieb frisch zubereitet. Dazu kamen Fruchtkomponenten wie Mango und Maracuja. Gerade bei Maracuja zeigte sich, wie praktisch Nachhaltigkeit werden kann: Für kleinere Mengen wurde Maracujasirup selbst hergestellt. So entstand ein Produkt, das von den Schülerinnen und Schülern selbst entwickelt und getestet wurde. Auch der Bubble Tea bekam einen klaren Fairtrade-Bezug. Als Grundlage wurde fair gehandelter Bio-Früchtetee von GEPA verwendet. Deutlich eindeutiger fiel die Entscheidung bei den anderen Verkaufsschlagern aus: Ben und Jerrys Eis ist legendär bei dem Team. Verschiedene GEPA-Schokoriegel sind im Dauersortiment.



Der schönere Becher ist nicht automatisch der bessere

Besonders sichtbar wurde das Dilemma beim Getränkeausschank. Ein Matcha mit mehreren Farbschichten sieht im transparenten Becher ziemlich gut aus. Im wiederverwendbaren Becher dagegen möglicherweise weniger spektakulär. Also gab es eine Entscheidung. Wer den Mehrweg-Becher wählte, hinterlegte Pfand. Wer sich für einen anderen Becher entschied, sah dafür vielleicht jede einzelne Schicht seines Getränks. Damit wurde Nachhaltigkeit plötzlich konkret. Nicht als moralischer Zeigefinger, sondern als Frage direkt an der Verkaufstheke: Was ist mir wichtiger? Auch bei Trinkhalmen wurde diskutiert. Für Bubble Tea wurden Papierstrohhalm beschafft.



Gleichzeitig gab es in der Schule noch alte bunte Trinkhalme aus früheren Beständen. Einfach wegwerfen, weil inzwischen etwas vermeintlich Nachhaltigeres gekauft werden kann? Gerade das wäre wenig sinnvoll gewesen. Diese kleinen Entscheidungen waren gewollt. Das Schulteam wollte nicht den Eindruck vermitteln, nachhaltiger Konsum sei perfekt lösbar. Im Gegenteil: Schülerinnen und Schüler sollten über genau diese Widersprüche miteinander ins Gespräch kommen.

Schülergerechte Preise statt Gewinnmaximierung

Beim Verkauf ging es dem Fairtrade-Schulteam ausdrücklich nicht darum, Geld zu verdienen. Die Preise wurden so kalkuliert, dass sie für Schülerinnen und Schüler möglichst erschwinglich blieben. Das Team konnte an der Aktion kaum verdienen. Im Mittelpunkt standen Information, Erfahrung und das Gespräch. Gerade damit unterschied sich Fair deutlich von Lord Exploitikus.

Während der fiktive Gegenspieler vor allem auf Profit schaut, ging es dem Schulteam darum, faire Produkte zugänglich zu machen und Denkanstöße zu geben.

Verkaufen ist nur die halbe Aufgabe

Für die beteiligten Schülerinnen und Schüler der Berufsfachschule zum Übergang in Ausbildung mit dem Schwerpunkt Handel steckte wesentlich mehr in der Aktion als ein Verkaufsstand in der Pause. Sie recherchierten Produkte, verglichen Preise, planten Mengen und testeten Zutaten. Sie überlegten, welche Waren ihre Mitschüler tatsächlich kaufen würden und wie diese präsentiert werden konnten. Sie beschäftigten sich mit nachhaltiger Beschaffung, Kalkulation, Hygiene, Zubereitung, Verpackungen, Pfandsystemen und Restbeständen. Sie lernten, Kunden anzusprechen und Produkte zu erklären, übernahmen Aufgaben im Team, organisierten Arbeitsabläufe und erlebten unmittelbar, dass wirtschaftliche Entscheidungen Konsequenzen haben.

Unser Fazit

Nachhaltigkeit ist selten die Wahl zwischen perfekt und falsch. Meist ist sie die Wahl zwischen mehreren Möglichkeiten und die Bereitschaft, genauer hinzusehen.

Hintergrund: Faire Woche 2026, bundesweite Aktionswoche des Fairen Handels, 11. bis 25. September 2026.

Patricia Grendel
September 2026



