

**After the movie**

(rw) - Où passer un moment agréable après un film à l'Utopolis? Afin d'éviter les bistrotts surpeuplés logés dans ce complexe, nous avons testé, une rue plus loin, le

"Full Monty". Situé entre Auchan et Club Monnet, son aspect extérieur quelconque cache un intérieur spacieux et même assez agréable. Jeunes et moins jeunes se mélangent ici devant un décor un peu bric-à-brac. La gérance mise sur les cocktails et, les jeudis, les soirées "After Work Club". Hélas, le soir où nous y étions, la fête annoncée pour 17.30 heures, n'avait toujours pas commencé à 20 heures. Le calme agréable n'était dérangé que par la multitude de télévisions montrant en continu des défilés de dames plus ou moins habillées. Serait-ce une référence au nom du bistrot? On peut également commander des repas: pizzas, pâtes et autres plats chauds assouviront votre faim mais ne valent pas le détour. Service aimable.

Full Monty, café, théâtre, restaurant, 2A, rue Carlo Hemmer, L-1734 Kirchberg, tél. 2643-2266, fax 2643-2267. After Work Club tous les jeudis de 17.30 à 1.00 heures.

**Kulturkeramik**

Au sein du complexe de la „Kulturfabrik“ à Esch/Alzette (bâtiment du milieu) a été inauguré, il y a quelques semaines, l'atelier de céramique de l'a.s.b.l. "Autisme Luxembourg", la **Keramikfabrik**. Vous y trouverez des plats, vases, jattes, assiettes, services à thé, jeux d'échecs, cendriers, ... aux couleurs et aux dessins originaux, fabriqués en grande partie avec l'aide de jeunes autistes. Bien plus que dans "l'acte charitable" à faire, l'intérêt de cet atelier réside en son travail de qualité, la beauté des coloris choisis et dans les prix abordables qu'on y pratique. Allez-y donc voir et laissez-vous conseiller dans une ambiance fort sympathique.

"Keramikfabrik - Autisme Lxgb a.s.b.l.", dans l'enceinte de la "Kulturfabrik", 116 rue de Luxembourg, L-4221 Esch/Alzette. Tel.: 26 55 03 92. Fax: 26 55 23 92. Expo et vente du lundi au vendredi de 9 à 18 heures, le samedi de 9 à 13 heures.

COURRIER**L'Arpège, du tac au tac**

Une réponse d'un lecteur à la lettre publiée au numéro 616, concernant le restaurant L'Arpège, qui avait reçu une critique élogieuse dans notre numéro 614.

Je ne suis qu'un client qui a l'habitude d'aller dans ce restaurant au moins une fois par semaine et d'y manger très bien, d'être très bien accueilli et de remarquer que les conditions d'hygiène du restaurant, de la cuisine et des toilettes sont très bonnes et des meilleures que j'ai pu voir dans ce pays.

Je suis étonné par la légèreté avec laquelle vous publiez une lettre injurieuse et diffamatoire sur un très bon et très beau restaurant du Luxembourg qui se distingue par l'excellent rapport qualité-prix. (...) Deux jeunes non-luxembourgeois (un français et un portugais) ont très bien réussi dans ce métier de la restauration et la serveuse (italo-brésilienne) est dotée de savoir-faire et de gentillesse.

J'ai essayé, j'ai cherché partout et je n'ai pas trouvé de cafards.

Eduardo Dias

BOISSONS

Du chocolat chaud contre le froid

"Schokelas-Mëllech", le terme ancien exprime le principe de base d'un chocolat chaud de qualité. Assez rare, si on ne le concocte pas soi-même. Nous avons cherché les meilleures adresses en ville.



(rw) - L'hiver, ce n'est pas seulement le temps du froid et des ciels gris, c'est aussi la saison du chocolat chaud. Une bonne tasse de ce délicieux breuvage fait dégeler les orteils et réchauffe le cœur. Cependant, à part celui que vous préparerez vous-même à la maison, il n'est pas facile d'en trouver - du vrai, bien entendu. Nombreux sont encore les débits de boissons où l'on ajoute de l'eau à une poudre non identifiable.

Pourtant, avec le triomphe du cappuccino italien et des machines à café, de plus en plus de bistrotts font à nouveau appel au lait pour préparer un chocolat chaud. Bien sûr, on utilise des poudres de cacao préfabriquées, mais si elles sont de qualité, un choky chaud avec une petite couronne de lait frappé peut tout à fait faire plaisir. Citons l'exem-

ple du café "Interview" près du Centre Aldringen, où l'on a recours à la marque "Caotina", ou encore la "Brasserie Cathédrale".

Le grand problème avec cette méthode, et d'ailleurs aussi avec les cappuccinos: il arrive fréquemment que la boisson n'est pas assez chaude. Cela provient du fait que si le lait est trop chaud, on n'arrive plus à le faire mousser. Alors les bistrotiers optent souvent pour l'esthétique au lieu de la fonctionnalité.

Tous ces chokys ne sont en fait pas de vrais chocolats chauds, puisque les poudres sont faites à base de cacao et de sucre. Pour pouvoir retrouver du vrai chocolat fondu dans du lait, il faut pousser la porte des pâtisseries. Pas n'importe laquelle, cependant. Chez "Schons" par exemple, on nous a également servi un cacao instantané. Dans

le décor exubérant d'un "Oberweis" par contre, vous pouvez commander une boisson onctueuse, accompagnée de chantilly, au prix impressionnant de 98 LUF. Néanmoins, le goût n'est pas tout à fait convaincant à notre avis. Pour deux francs de plus, vous pourrez faire une expérience gastronomique d'une toute autre qualité: c'est toujours chez "Namur" qu'on sert le meilleur chocolat chaud, également avec sa crème frappée, et même un petit sablé fait maison. Le secret de son goût exquis réside, semble-t-il, dans l'ajout de sucre roux. Attention: une tasse remplace un repas... En saison, vous pouvez également acheter du chocolat en poudre pour le préparer chez vous.

Mais bien sûr, vous pouvez aussi faire fondre un bon morceau de chocolat noir dans du lait, le frapper avec un fouet jusqu'à la cuisson, et puis le boire très lentement, en savourant chaque gorgée. Mmh!

Avis aux expert-e-s: si vous connaissez des adresses incontournables en matière de chocolat chaud, vous pouvez nous en faire part au woxx par e-mail: woxx@woxx.lu

FAIR-TRADE IN EUROPE

Die etwas andere Handelskette

Mit circa 2.700 Weltläden in 18 europäischen Ländern hat sich der faire Handel zu einer regelrechten Handelskette entwickelt. Doch Fair-Trade beschränkt sich nicht nur auf die neuen Tante-Emma-Läden.

(roga) - Sie sind noch nicht "Bennetton" oder "Body Shop". Doch die kleinen Weltläden mit dem kuriosen Angebot aus Handwerk und Esswaren finden sich in immer mehr europäischen Städten. Auch wenn man vom Wiedererkennungseffekt großer Franchise-Ketten weit entfernt ist.

Ein solidarischer Netz

Im Auftrag der "European Fair Trade Association" (EFTA), der in Maastricht ansässigen Koordination europäischer Importgesellschaften des fairen Handels, verfasste Jean-Marie Krier Anfang des Jahres eine Studie unter dem Titel "Fair Trade in Europe 2001. Facts and Figures on the Fair Trade sector in 18 European countries" (www.salzburg.co.at/localpromise/FT2001/index.htm).

Der luxemburgische Experte arbeitet seit 15 Jahren im fairen Handel in Österreich, als Geschäftsführer der Importorganisation "eza" und zuletzt als Verantwortlicher für die Öffentlichkeitsarbeit der 70 österreichischen Weltläden. Kürzlich hielt er einen Festvortrag anlässlich der 20-Jahr-Feier des Weltladens in Ettelbrück.

Die Studie bringt vor allem interessante "facts and figures", zeigt implizit aber auch Stärken und Schwächen eines beeindruckenden Solidaritätsnetzes auf, die für die künftige Entwicklung wichtig sein werden.

Auf den ersten Blick beeindrucken die Zahlen schon: 2.700 Weltläden in Europa bieten den VerbraucherInnen die Produkte des fairen Handels in zunehmend kohärenter Aufmachung an. Darüber hinaus sind fair gehandelte Waren in mehr als 43.000 europäischen Supermärkten erhältlich. Daneben funktioniert ein nicht zu unterschätzendes Netz von informellen Weiterverkäufern (kirchliche Gruppen, Schulen, NGO). Auch der Versandhandel erreicht in einigen Ländern Marktanteile von zehn bis 14 Prozent. Internet-Auftritte der großen Handelsorganisationen sind in letzter Zeit ebenfalls perfektioniert worden.

Und nicht zuletzt sind da die ungefähr 100.000 freiwilligen HelferInnen in ganz Europa, die eine wesentliche Stütze des solidarischen Handels gewesen sind und es auch bleiben werden. Allerdings bietet der europäische Fairtrade zur Zeit immerhin 1.250 Menschen bezahlte Arbeit. Und es sollen noch mehr engagierte Profis werden, die durch und für den fairen Handel arbeiten.

Lockende Marktanteile

Das Gewicht des fairen Handels ist von Land zu Land sehr unterschiedlich. Hat beispielsweise der Marktanteil fair gehandelten Kaffees in Luxemburg oder der Schweiz bereits die Drei-Prozent-Marke überschrit-

ten, so liegt er in großen Ländern wie Italien oder Frankreich bei lächerlichen 0,1 Prozent. Die Schweiz ist allenthalben führend, erreicht dort der Marktanteil von Bananen traumhafte 15 Prozent.

Kriers Studie beschäftigt sich auch eingehend mit den einzelnen Ländern, wo die europäische Vielfalt sich auch in mitunter kuriosen Eigenheiten widerspiegelt. In den Niederlanden, der Heimat von Max Havelaar, ist die Idee des fairen Handels am weitesten fortgeschritten. Hier sind auch Überlegungen und Umsetzungsstrategien zu mehr Professionalität und einem Auftritt der Weltläden unter einer "corporate identity" am weitesten gediehen. Schließlich soll der faire Handel nicht Gewissen reicher VerbraucherInnen im Norden beruhigen, sondern in effektiver Weise die wachsende Nachfrage kleiner Produzentengruppen aus dem Süden nach sicheren und fairen Absatzmärkten befriedigen können.

Luxemburg nimmt auch im fairen Handel eine Sonderstellung ein. In der Tat beziehen TransFair-Minka und die Weltläden Waren von unterschiedlichen ausländischen Importorganisationen. Jean-Marie Krier staunte jedenfalls nicht schlecht, als er die Schokolade seiner österreichischen "eza" im "Butték vum Séi" in Eschdorf entdeckte.

Generell wird Luxemburg eine aktive Informationsarbeit zuerkennen, was die relativ hohen Marktanteile erklären mag. Dem gegenüber steht ein relativ niedriger Bekanntheitsgrad von 20 Prozent "active awareness". Es bleibt also noch einiges zu tun, damit der faire Handel in Luxemburg nicht bei sporadischen Schokolade-Kampagnen oder saftigen Publicity-Schüben stehen bleibt.

TRANSFAIR

Bittere Orangen werden süß

Bittere Orangen stammen nicht nur von Tagelöhnern in Spanien. Damit der Preis für Saftkonzentrat möglichst niedrig bleibt, werden auch ObstpflückerInnen in Lateinamerika ausgebeutet.

(roga) - Wer dieser Tage auf den Plakaten von "TransFair-Minka" liest, dass 80 Prozent des in Europa getrunkenen Orangensaftes von Apfelsinen aus Brasilien stammt, die sehr oft von Kinderhänden gepflückt wurden, wird darüber eher erstaunt sein. Denn angesichts der Lastwagen, die jeden Tag aus Andalusien oder Valencia kommend über die "Aire de Berchem" kurven, könnte man meinen, der Saft stamme aus den gleichen Plantagen wie die Frischfrüchte.

Bittere Orangen

Wie kommt es nun, dass der Löwenanteil der Orangensäfte aus dem Land des Kaffees stammt? Uwe Pollmann schildert die Entwicklung seit den sechziger Jahren: "Vor allem die Nachfrage nach billigem O-Saft diktiert diese Bedingungen. Denn in den 60er Jahren begann der gelbe Saft seinen Siegeszug in Europa. Da entschlossen sich Farmer im brasilianischen Bundesstaat São Paulo, ihre Kaffeesträucher auszureißen und Orangenbäume zu pflanzen. (...) Der Hintergrund: Die Europäer stiegen von den heimischen Säften auf O-Saft

um. In Deutschland wurde immer weniger Apfelsaft getrunken. Niedrige Löhne und hervorragende Investitionsbedingungen erleichterten in Brasilien die Geschäfte. So investierten Deutsche, Amerikaner und Franzosen neben Brasilianern in große Fruchtpressereien. Bis heute haben Unternehmen und Farmer 200 Millionen Bäume vor allem im Bundesstaat São Paulo gepflanzt. Kontrolliert aber wird das Geschäft mit O-Saft hauptsächlich von sechs großen Konzernen, an denen auch US-amerikanische, französische und deutsche Unternehmen Anteile in unbekannter Höhe besitzen. Brasilien exportiert fast die Hälfte des Orangensaftes auf dem Weltmarkt, größter Abnehmer des Konzentrates ist mit 60 Prozent die Europäische Union. (...) (Forum Eine Welt, 4/98)

Eine Studie der Gewerkschaft CUT bestätigte kürzlich, dass auf brasilianischen Plantagen ein Fünftel der Arbeitenden Kinder und Heranwachsende sind, 15 Prozent sind unter 14. Die Arbeitsbedingungen sind skandalös: 14 Stunden am Tag 25 Kilogramm schwere Säcke schleppen, insgesamt fast zwei Tonnen, bei einem Akkordlohn von etwa sechs LUF pro Kiste Orangen, was bei etwa 80 Kisten einen Tageslohn von nicht mal 500 LUF ausmacht. Hinzu kommt, dass die Saison sich nur auf sechs Monate erstreckt. Es wurde errechnet, dass für 16 Orangen, die einen Liter Orangensaft ergeben, der Plantagenarbeiter durchschnittlich ungefähr einen Franken erhält, derweil dieser Saft etwa 40 LUF kostet. Ein Vierzigstel des Endpreises geht also an den Primärproduzenten.

Doch die Globalisierung und Liberalisierung setzen der Ausbeutung die Dornenkrone auf. Im Zuge der Liberalisierung werden die etwa 80.000 ErntearbeiterInnen des Staates São Paulo seit 1995 nicht mehr als vertraglich angeheuerte SaisonarbeiterInnen engagiert, sondern als "freie Unternehmer", so genannte "autonomos". Das heißt konkret, dass diese Menschen nicht nur jederzeit gefeuert werden können, sondern auch keinerlei soziale Absicherung genießen - sie sind ja "freie Unternehmer". Für die Kinder bedeutet diese Ausbeutung zusätzlich, dass sie nicht zur Schule gehen können.

Mit Fairness gegen Grippe

Wer diese neue, subtile Form der Sklaverei nicht unterstützen will, sollte seinen morgendlichen Vitamintrunk aus fairem Handel beziehen. Und wer ein letztes Argument braucht, bekommt es vom Fußballstar Giovane Elber, der für den fair gehandelten Fruchtsaft wirbt. Nicht von ungefähr: Elber war mit sieben Jahren

selber Plantagenarbeiter und erinnert sich an den einen Dollar plus altes Gemüse, die er für acht Stunden Maloche bekam.

Orangensaft aus fairem Handel gab es hierzulande bislang nur in den Weltläden zu kaufen. Der "Jus d'Orange Cuba" der Oxfam stammt aus Cuba, wird in Glaspfandflaschen angeboten und hat einen etwas bitteren Geschmack, der "nach anfänglicher Irritation wohlwollend hingenommen wird" (woxx 657). Deshalb hat die Tatsache, dass nunmehr die beiden in Luxemburg vertriebenen Säfte nur im umweltwirtschaftlich dubiosen Tetra-Pak angeboten werden, einen bitteren Beigeschmack. Ähnlich wie bei der Bio-Milch scheint dies eine der Voraussetzungen zu sein, unter denen solche Produkte auch in den Mainstream-Großhandel gelangen. Wer also fair gehandelten O-Saft genießen will, muss künftig etwas häufiger ins Recyclingzentrum fahren, um die zerquetschten Saftbehältnisse einem vermeintlichen Recycling zuzuführen.

Fünf Luxemburger Gemeinden, von Beckerich bis Bettemburg, unterstützen die Orangensaftkampagne. Die Tatsache, dass der Saft der Marke "Pfanner" von der Distributionsfirma "Munhwen" vertrieben wird, gibt Anlass zur Hoffnung, dass mittelfristig das Ziel von fünf Prozent Marktanteil erreicht werden kann. Dieser Saft stammt zu 90 Prozent aus der Kooperative "Apaco" im brasilianischen Bundesstaat Santa Catarina, den Rest darf eine Kooperative aus Kuba beisteuern. "Terra Roxa" vertreibt den Saft "Mérida", der aus den eigenen Konzentratanlagen der Kooperative "UCY" im mexikanischen Bundesstaat Yucatan stammt.

Ganz allgemein muss ohnehin festgestellt werden, dass es neben Solidaritätsgefühl oder schlechtem Gewissen auch andere Argumente für Produkte aus fairem Handel gibt: Ihre Qualität übersteigt immer öfter die der herkömmlichen, unfair hergestellten Konkurrenten. Wie die Produkte aus ökologischem Anbau gehört Fair-Trade-Ware auch zum hochwertigen "Slow food". Die Weltläden und Label-Organisationen sollten sich immer weniger genieren, mit der oft durch Warentests belegten hohen Qualität ihrer Produkte zu werben. Fair für Leib und Seele!

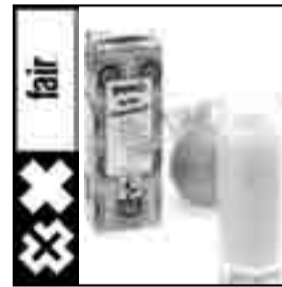
Detaillierte Informationen zum Orangensaft sind auf der Internet-Site der österreichischen Gewerkschaft der Chemiarbeiter unter [www.gewerkschaft.at/Chemie/...](http://www.gewerkschaft.at/Chemie/) zu bekommen.



Riche en arômes

(rg) - Un vinificateur de taille: Henning Hoesch, historien, philosophe, archéologue. Après Yale, ce fut la Provence qui séduisit le professeur et le poussa vers une carrière plus proche de la nature. En 1972, M. Hoesch s'est mis à reconstruire le domaine. **Domaine Richeaume** qui produit aujourd'hui des vins, de l'huile d'olive et des céréales en agriculture biologique. Depuis belle lurette, ses crus sont réputés pour marier élégance et force, originalité et agrément. La "Cuvée Columelle" est une des figures de proue: élaboré à partir de 50% de Syrah, 40% de Cabernet-Sauvignon et 10% de Carignan, ce Côtes de Provence a toutes les caractéristiques d'un vin corsé du Sud: couleur pourpre, nez complexe, bouche fruits des bois. A cela s'ajoutent une élégance encore un peu cachée par des tanins forts et une charpente promettant une longue garde. Sans doute un des fleurons d'une appellation déjà amplement réputée.

Cuvée Columelle: Domaine Richeaume F-13114 Puylobier, env. 12 €.



Faire Vitaminkur

(rg) - Wie im nebenstehenden Artikel dargestellt, können kritische VerbraucherInnen sich dem fair gehandelten Orangensaft nicht mehr entziehen. Wer nicht im Mainstream-Handel kaufen will, dem sei natürlich ein Kauf im Dritte-Welt-Laden empfohlen. Neu auf dem Markt ist neben dem Transfair-gelabelten Saft der Firma Pfanner, ein **Mérida Orangensaft** der "gepa". Die in Bascharage ansässige "Terra Roxa" vertreibt den Saft "Mérida", der aus den eigenen Konzentratanlagen der Kooperative "UCY" im mexikanischen Bundesstaat Yucatan stammt. Ein erster Test des "Mérida"-Saftes bestätigt, dass es sich hierbei um ein hochwertiges, äußerst schmackhaftes und vorzüglich präsentiertes Produkt handelt. Da nimmt gutmensch auch die Verpackung in Kauf. Die Manipulation der Laschen und Deckel ist für Pfandflaschen-Anhänger nicht ganz unproblematisch. Doch die hohe Qualität und die alltägliche Antiglobalisierungsgeste lassen die Verpackung vergessen.

Mérida Orangensaft: im 0,75l Pack in den Weltläden.



Klée en main

(rg) - Vous connaissez sans doute cette appellation "Moselle luxembourgeoise". Petit terroir qui produit surtout des vins blancs, dont beaucoup de piquettes, mais aussi - et de plus en plus - des merveilles. Afin qu'on s'y retrouve, Fernand Klée publie pour la troisième fois le **Guide Klée** des meilleurs vins luxembourgeois. Après une introduction très fouillée, l'auteur présente les gammes de tous les producteurs particuliers et de la coopérative "Vinsmoselle". Il décerne des cotations allant de la simple clé (12/20) jusqu'au coup de coeur (18/20) et à la "Clé d'Or" pour les meilleures innovations. MM. Klée et Chamel ne sont pas avarés d'éloges et formulent plutôt des encouragements à mieux faire que des critiques sévères. L'arrogance de mise dans ce milieu étant éclipsée par un fair play louable et une compétence incontestable, il n'y a vraiment aucune raison pour ne pas parcourir notre Moselle en quête de trésors vinicoles, "Klée" en main.

Fernand Klée: Guide Klée des meilleurs vins luxembourgeois, édition 2002, Prisma 2001.



Wer "moderne Sklaverei" nicht unterstützen will, sollte "fair" kaufen.