

Niklas Reese / Christel Schwiederski

Fairer Handel Süd-Süd

Fairer Handel ist bisher ein Nord-Süd-Thema: Im Süden wird produziert, im Norden konsumiert. Aber auch im Süden existieren kaufkräftige Bevölkerungsschichten. Wenn man sie dazu bewegen will, faire Preise für Lebensmittel zu bezahlen, ist – wie bei uns – Überzeugungsarbeit nötig. Und manchmal muss man dabei auch Umwege gehen. Dies erfuhr der Südostasienexperte Niklas Reese bei einer Studienreise auf die Philippinen. Die Reise, im November 2007, wurde von der Entwicklungsgenossenschaft Oikocredit veranstaltet. Sie vergibt aus Geldanlagen Darlehen an Genossenschaften und Unternehmen in armen Ländern, unter anderem an Produzenten und Vermarkter des Fairen Handels.

Den Trend zu gesunder Ernährung nutzen

„Soziale und auch ökologische Kriterien spielen beim Einkaufsverhalten der philippinischen Mittel- und Oberschicht praktisch keine Rolle“, sagt Niklas Reese. „Aber es gibt eine rasch steigende Nachfrage nach gesunden Lebensmitteln, und diesen Trend kann der Faire Handel nutzen.“ Ein Beispiel dafür ist die Vermarktungsorganisation Upland Marketing Foundation Inc. (UMFI), die Niklas Reese sehr beeindruckt hat: „UMFI ist bisher die einzige philippinische Fair-Handels-Organisation, die auf die Entwicklung des lokalen Marktes und nicht auf den Export setzt. Und sie macht das mit großem Erfolg: Die Produkte von 110 Kooperativen aus allen Teilen der Philippinen gelangen über UMFI in mehr als 300 Supermärkte rund um Manila.“ Die Vermarktung über konventionelle Geschäfte ist ein Teil des Erfolgsrezeptes von UMFI. Noch wichtiger für den Erfolg erscheint Niklas Reese, dass die Organisation den Bio-Boom nutzt. So hat sich UMFI für organisch erzeugten Reis eigens die Markenbezeichnung „Healthy Rice“ schützen lassen. „Bio-Reis, Bio-Zucker und Honig, das kommt bei der gesundheitsbewussten Mittelschicht gut an. Teilweise ist die Nachfrage größer als das Angebot.“ So ist es kein Wunder, dass UMFI seit 2001 um bis zu 75 Prozent jährlich gewachsen ist und auch für die nächsten Jahre von einer Verdoppelung des Umsatzes ausgeht.

Umsichtig wirtschaften: sozial, ökologisch und mit Hightech

Von der geschickten Vermarktung und fairen Bezahlung durch UMFI profitieren die Erzeuger und ihre Familien. Davon konnte sich Niklas Reese

überzeugen, als er die Kooperative „Pecuaría“ besuchte. Sie hat sich nach der Landreform 1991 auf dem Gelände einer ehemaligen Hazienda gebildet. Mehr als 400 Bäuerinnen und Bauern sind an der Genossenschaft beteiligt. Die Bauern wirtschaften für sich selbst, bekommen aber von der Kooperative Samen, Dünger und technische Unterstützung beim Anbau von Reis und Zucker. Die Kooperative kauft die Ernte auf und verarbeitet diese auf Bestellung in der eigenen Reismühle. In den letzten Jahren hat sich der Umsatz mehr als verdoppelt, und Ähnliches wird für die Zukunft erwartet.

Viele der Bauernfamilien wohnen inzwischen in kleinen Steinhäusern statt in wetteranfälligen Bambushütten, einige haben sich einen Fernseher, andere ein Motorrad angeschafft. Außerdem wurden Wasserleitungen gelegt. Am Waschtage müssen die Frauen nicht mehr Wasser anschleppen. Eine mechanische Pumpe füllt die Schüssel, in der die Wäsche liegt. Einmütig berichten Eltern, dass sie ihre Kinder nun auf weiterführende Schulen schicken können. Der Schulbesuch selbst ist zwar kostenlos, aber Schuluniform, Hefte und Bücher müssen von den Eltern bezahlt werden, und das können sie sich jetzt leisten. Besonders überrascht hat Niklas Reese bei Pecuaría noch etwas anderes: „Wir wurden sehr freundlich empfangen und in eine Hütte aus Kokospalmenblättern geführt. Dann



Bio-Reis für UMFI: die Leiterin der Reismühle von Pecuaría

stellte uns der Vorsitzende seine Organisation vor: mit einer PowerPoint-Präsentation auf der genossenschaftseigenen Computeranlage.“

Ein 75-jähriger Bauer erzählte Niklas Reese, dass beim Bio-Reis die Ernte etwa gleich hoch ist

wie beim konventionellen Reisanbau. Aber man bekommt für diesen Reis bei UMFI weit mehr, als wenn man konventionellen Reis an den lokalen Reishändler verkaufen würde. Für den Bauern und die anderen Mitglieder von Pecuaría ist UMFI „ein echter Partner“. Die Organisation legt ihre Kalkulation offen und verdeutlicht so, dass sie keine Gewinne für sich selbst einbehält. UMFI kümmert sich jedoch auch in anderer Hinsicht um ihre Zulieferer. Nachdem sich herausgestellt hatte, dass einige Bauern ihren gesamten hochwertigen Reis verkauften und sich selbst mit minderwertigen Produkten ernährten, machte UMFI zur Auflage: Der Eigenbedarf muss gedeckt sein, bevor zum Beispiel der Reis in den Verkauf geht. Außerdem treibt UMFI im eigenen Sortiment und auch bei den

Erzeugern die Produktdiversifizierung voran. Denn auf den Philippinen, die besonders katastrophenanfällig sind, kann ein Taifun oder ein anderes Naturereignis schnell die Ernte eines spezifischen Produkts zerstören. Da ist es gut, auf mehrere Pferde zu setzen.

Fair handeln, auch mit Geld

Der Erfolg und das rasante Wachstum von UMFI wären ohne Oikocredit nicht möglich gewesen.

Denn die Supermärkte zahlen erst 90 Tage nach Erhalt der Waren, aber UMFI hat ihren Lieferanten versprochen, bereits nach 60 Tagen zu zahlen. So kam es zweimal zu Engpässen, die durch Oikocredit-Darlehen überwunden werden konnten. „Niemand sonst hätte diese dringend benötigten Kredite gegeben, denn die konventionellen Banken halten sozial und ökologisch orientierte Projekte für unsinnig, hat man uns bei UMFI gesagt“, so Niklas Reese. „Darüber hinaus wurde die Beratung von Oikocredit gelobt. Diese Hilfe bei der Kompetenz- und Produktentwicklung ist gerade für kleinere Unternehmen sehr wichtig, denn der philippinische Staat bietet da fast nichts an.“

Um Beratung und Kreditvergabe zu optimieren, unterhält Oikocredit in Manila ein eigenes Büro mit einheimischen Fachkräften. Zurzeit sind auf den Philippinen rund 25 Darlehen vergeben, vor allem an Mikrofinanzinstitutionen. Hintergrund für die Studienreise, an der Niklas Reese und neun weitere Personen teilnahmen, ist die neue Kampagne von Oikocredit „Fair handeln mit Geld“. Sie will über die Zusammenhänge von Fairem Handel, sozial-verantwortlicher Geldanlage und Globalisierung informieren und Menschen zum fairen Handeln motivieren, beim Einkauf von Kaffee oder Kleidung ebenso wie bei der Geldanlage. Geplant sind zahlreiche Veranstaltungen, Ausstellungen und Aktionen in europäischen und anderen Ländern. „Wir erhoffen uns von der Kampagne viele neue Anlegerinnen und Anleger“, sagt Ulrike Chini, Geschäftsführerin des Bonner Oikocredit-Büros. „Oikocredit hat sich zwar auch im letzten Jahr sehr gut entwickelt, aber die Nachfrage nach fairen Darlehen ist ebenfalls deutlich gestiegen.“

Niklas Reese / Christel Schwiederski

www.oikocredit.org/sa/westdt



Pecuaría: Wasserleitungen und mechanische Pumpe erleichtern den Washtag



PowerPoint unter Palmenblättern