

Entwicklungszusammenarbeit und Wirtschaft – Zwischen Konfrontation und Kooperation

16



2015 im Gespräch

VENRO-Projekt »Perspektive 2015 –
Armutsbekämpfung braucht Beteiligung«

Inhalt

- Einleitung – 3**
Von Dr. Claudia Warning
- Entwicklungszusammenarbeit und Wirtschaft: Synergien und Zielkonflikte – 5**
Von Dr. Tilman Altenburg
- Zivilgesellschaftliche Anmerkungen zum Thema Entwicklungszusammenarbeit, Nachhaltigkeit und Wirtschaft – 13**
Von Cornelia Heydenreich
- 4C Association – Umsetzung sozialer und ökologischer Standards im
Mainstream-Kaffeesektor – 20**
Von Melanie Rutten-Sülz
- »Cotton made in Afrika«: Chancen und Herausforderungen einer Public Private
Partnership – 25**
Von Roger Peltzer
- Fairer Handel als entwicklungspolitisches Modell – 31**
Von Antje Edler
- Fairtrade und Wirtschaft – 35**
Von Tina Gordon
- Entwicklungszusammenarbeit und Wirtschaft – ein schwieriges Verhältnis?
Bericht zur Podiumsdiskussion – 38**
Von Merle Bilinski
- Das VENRO-Projekt »Perspektive 2015« – 41**
VENRO-Mitglieder – 42

Einleitung

VON DR. CLAUDIA WARNING

Die vorliegende Publikation beruht auf einem Fachgespräch, das das Projekt »Perspektive 2015« des Verbandes Entwicklungspolitik deutscher Nichtregierungsorganisationen (VENRO) im November 2009 in Berlin durchgeführt hat. Ziel der Veranstaltung war es, das Verhältnis von Entwicklungszusammenarbeit und Wirtschaft mit unterschiedlichen Akteuren zu diskutieren. Dieses Anliegen ist sinnvoll, da mit Blick auf das Jahr 2015 alle gesellschaftlichen Gruppen gefordert sind, wirksame Beiträge zur Erreichung der Millenniumsentwicklungsziele (MDG) zu leisten, gerade auch der Privatsektor. Wir wissen: Ohne eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung in unseren Partnerländern wird es nicht gelingen, Armut und Hunger in der Welt zumindest zu halbieren.

Der Untertitel der vorliegenden Veranstaltungsdokumentation »Zwischen Konfrontation und Kooperation« umreißt das breite Verhaltensspektrum, das Nichtregierungsorganisationen (NRO) gegenüber der Wirtschaft und umgekehrt Unternehmen gegenüber der Zivilgesellschaft einnehmen können. Wo es nötig ist – wenn zum Beispiel grundlegende Arbeitnehmerrechte, soziale oder Umweltstandards durch unternehmerisches Handeln verletzt werden –, da scheuen NRO nicht die Konfrontation und gehen mit »Name it and shame it« an die Öffentlichkeit. Aber wo es möglich ist, suchen wir den Dialog mit Unternehmen. Wir fragen die Wirtschaft, was sie zur Armutsbekämpfung in unseren Partnerländern beitragen kann und will. Und wir sind, wenn die Voraussetzungen stimmen, auch zur praktischen Zusammenarbeit mit Unternehmen und Wirtschaftsverbänden bereit. Diese praktische Kooperation ist aber noch nicht weit verbreitet, und es gibt Hinderungsgründe auf beiden Seiten. Wie kann nun eine Zusammenarbeit zwischen Wirtschaftsunternehmen und entwicklungspolitischen NRO aussehen? Was sind konkrete Berührungspunkte zwischen Entwicklungszusammenarbeit und NRO sowie der Wirtschaft?

Dazu gehören die folgenden fünf Themenfelder:

Erstens: die »Watchdog«-Funktion von NRO gegenüber Unternehmen im oben genannten Sinne. Sie ist unumstritten, sie muss auch weiterhin aktiv betrieben werden.

Eng damit verbunden ist zweitens die Debatte über freiwillige Selbstverpflichtungen von Unternehmen, die in den letzten Jahren erheblich an Dynamik gewonnen hat. Auch VENRO engagiert sich in dieser Debatte. Der Begriff »Corporate Social Responsibility« steht heute für eine kaum

mehr überschaubare Vielfalt von Verhaltenskodizes, Nachhaltigkeitsberichten, Runden Tischen und Dialogforen. Freiwillige Selbstverpflichtungen sind zu begrüßen, sie müssen aber auch transparent und nachprüfbar eingehalten werden, denn Freiwilligkeit darf nicht mit Beliebigkeit verwechselt werden. Außerdem können freiwillige Selbstverpflichtungen staatliche Rahmensetzungen zwar sinnvoll ergänzen, aber keinesfalls ersetzen.

Ein drittes Berührungsfeld zwischen NRO und Unternehmen ist das Fundraising und Sponsoring. Viele Spenden sammelnde Organisationen werden von kleinen wie großen Unternehmen unterstützt. Das ist eine positive Entwicklung. Noch erfreulicher wäre es allerdings, wenn es über das Sponsoring hinaus zu praktischen Kooperationen zwischen NRO und Unternehmen käme, um mittels konkreter Projekte vor Ort Beiträge zur Armutsbekämpfung zu leisten.

Ein viertes Thema, mit dem sich die vorliegende Publikation beschäftigt, ist der Faire Handel, denn hier geht es um praktisches unternehmerisches Handeln. Zahlreiche NRO, darunter auch viele VENRO-Mitgliedsorganisationen, sind seit vielen Jahren im Fairen Handel aktiv. Es ist sehr erfreulich, dass der Faire Handel erhebliche Zuwächse verzeichnen kann. Aber er ist nicht unumstritten; das zeigt sich beispielsweise in der kontroversen Diskussion über die zunehmende Beteiligung von Billigdiscontern am Fairen Handel.

Schließlich will ich einen Bereich nennen, bei dem noch erheblicher Diskussionsbedarf besteht: Gibt es eine sinnvolle Zusammenarbeit zwischen Entwicklungszusammenarbeit und Wirtschaft? Wir NRO fördern seit jeher wirtschaftliche Aktivitäten unserer Partner und Zielgruppen, sei es im Bereich der Mikrofinanzen, der Einkommenschaffenden Maßnahmen, der Kleingewerbeförderung oder der Landwirtschaft. Wir und zumeist auch unsere Partner sind jedoch keine Unternehmer, und so stoßen wir nach meiner Erfahrung immer wieder an Grenzen, wenn es beispielsweise um Fragen wie Produktentwicklung, Einkauf, Vermarktung, Vertiefung von Wertschöpfungsketten, Qualitätsmanagement oder den Aufbau regionaler Märkte geht. Diese Defizite könnten durch Kooperationen mit Unternehmen zur Unterstützung unserer Partner überwunden werden. Dabei erkenne ich an, dass Unternehmen keine Sozial Einrichtungen sind und dies nur machen können, wenn es auch für sie Vorteile verspricht. Die zunehmende Zahl von

Projekten und Programmen, die gemeinsam von staatlicher Entwicklungszusammenarbeit, NRO und Unternehmen in unseren Partnerländern durchgeführt werden, oft im Rahmen von Public Private Partnership-Programmen des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), können dort vielleicht ein Beispiel sein. Einige davon werden in der vorliegenden Publikation vorgestellt.

Was haben wir einzubringen in eine Partnerschaft mit der Wirtschaft? NRO verfügen über eine zum Teil jahrzehntelange Erfahrung beim Aufbau von »Sozialkapital«, bei Bildung und Ausbildung, auch in der Berufsausbildung. Damit werden Voraussetzungen für die wirtschaftliche Betätigung von Armen überhaupt erst geschaffen – dies ist jedoch vielfach mit Kosten verbunden, die kein Wirtschaftsunternehmen aufbringen kann oder will. So wurde die zu Recht viel gerühmte Grameen-Bank bei ihrem Aufbau zwanzig Jahre lang durch die Entwicklungszusammenarbeit unterstützt. Mikrokreditgruppen sind heute potenzielle Kunden für Versicherungsunternehmen und andere wirtschaftliche Akteure.

Die zentrale Frage lautet: Wie können entwicklungspolitische NRO mit Unternehmen so zusammenarbeiten, dass für beide Seiten eine »Win-win-Situation« entsteht?

In einigen Bereichen geschieht das bereits erfolgreich. Diese Erfahrungen gilt es auszuwerten und auszubauen. Ich erhoffe mir anhand der vorliegenden Praxisbeispiele eine angeregte Diskussion hierüber.

Zum Schluss noch ein Wort zur aktuellen Politik: Im kürzlich vereinbarten Koalitionsvertrag wird das Verhältnis von Entwicklungszusammenarbeit und Wirtschaft zu einseitig betrachtet. Dort heißt es, entwicklungspolitische Entscheidungen müssen die Interessen der deutschen Wirtschaft »angemessen berücksichtigen«. Nehmen wir die angestrebte Kohärenz des Regierungshandelns ernst, dann muss es im Umkehrschluss nicht nur heißen: »Was kann die Entwicklungszusammenarbeit für die Wirtschaft tun?«, sondern genauso: »Was kann die Wirtschaft tun, um entwicklungspolitische Ziele zu befördern?« Ich bin mir sicher, dass auf diese Fragestellung auch aus der Wirtschaft einige konstruktive Vorschläge zu hören sind. Einige davon stellen wir Ihnen in der vorliegenden Publikation vor.

Dr. Claudia Warning war von 2005 bis 2009 Vorstandsvorsitzende von VENRO. Sie ist im Vorstand des Evangelischen Entwicklungsdienstes (EED) und leitet das Ressort Internationale Programme.

Entwicklungszusammenarbeit und Wirtschaft: Synergien und Zielkonflikte

VON DR. TILMAN ALTENBURG

1. Ohne privates Unternehmertum keine Armutsbekämpfung

Armut ist nur nachhaltig zu überwinden, wenn es gelingt, die Armen in *produktive* Beschäftigung zu bringen. Wesentlich ist die Betonung des Wortes »produktiv«, denn es geht um wirtschaftliche Aktivitäten, die sich ohne Subventionen am Markt behaupten können. Die Subventionierung von Wirtschaftssektoren mag vorübergehend sinnvoll sein, um den Einstieg in anspruchsvolle neue Tätigkeiten zu bewältigen oder einen allzu starken Strukturwandel abzufedern. Das Ziel muss es jedoch sein, einheimische Unternehmen wettbewerbsfähig zu machen und ihre Produktivität zu erhöhen, um steigende Einkommen zu ermöglichen. Wenn Arbeitsverhältnisse durch Transfers finanziert werden müssen, ist die nationale Wirtschaftspolitik nicht nachhaltig. Daher müssen Anreizsysteme geschaffen werden, die die Unternehmen kontinuierlich zur Verbesserung ihrer Produkte und Prozesse treiben.

Der effektivste Anreiz ist marktwirtschaftlicher Wettbewerb. In Marktwirtschaften gibt es immer wieder neue Akteure, die neue Geschäftsideen – neue Produkte oder bessere Produktionsverfahren – ausprobieren und damit die etablierten Unternehmen unter Handlungsdruck setzen. Wenn sich neue Geschäftsideen durchsetzen, weil sie besser sind, zwingen sie die anderen Marktteilnehmer, ihre Güter und Dienstleistungen ebenfalls zu verbessern oder ihre Kosten zu senken. Wem das nicht gelingt, der wird von effizienteren Unternehmen verdrängt. Dieser Prozess »kreativer Zerstörung« im Sinne Schumpeters treibt die Produktivität des Ressourceneinsatzes – die Faktorproduktivität – kontinuierlich nach oben. Volkswirtschaften, die den Wettbewerb systematisch unterbunden haben – Planwirtschaften, aber auch viele nicht sozialistische Entwicklungsländer, die ihre Märkte von den 1960er bis in die 1980er Jahre hinein abschotteten, um eine importsostituierende Industrialisierung voranzutreiben –, konnten durch hohe Investitionen zum Teil Anfangserfolge erzielen, fielen aber mittelfristig stets gegenüber jenen Marktwirtschaften zurück, die den Wettbewerb unterstützen.¹ Ohne Anreize für die Kreativität der Marktteilnehmer bleibt der Produktivitätszuwachs eng begrenzt. Damit sinkt die internationale Wettbewerbsfähigkeit.

1 Klein/Hadjimichael (2003).

In den letzten 100 Jahren ist die Faktorproduktivität in der Weltwirtschaft aufgrund des Wettbewerbs als innovationstreibendem »Entdeckungsverfahren«² im historischen Vergleich förmlich explodiert. Auch in den Entwicklungsländern ist die Produktivität insgesamt deutlich gestiegen, allerdings mit erheblichen regionalen Unterschieden. So ist die Arbeitsproduktivität in den letzten Jahrzehnten in Asien deutlich und in Lateinamerika leicht gestiegen, während sie in Afrika stagnierte. Dies schlägt sich in einem – dementsprechend regional differenzierten – Rückgang der Armut nieder, denn Produktivitätswachstum korreliert sehr stark mit Armutsreduktion (stärker noch als Wirtschaftswachstum).³ In den letzten 15 Jahren ist der Anteil der Menschen, die in extremer Armut leben, von fast einem Drittel der Weltbevölkerung auf weniger als ein Fünftel zurückgegangen, in Entwicklungsländern von 42 Prozent (1990) auf 25 Prozent (2005).⁴ Diese Geschwindigkeit der Armutsminderung ist in der Geschichte einzigartig. Sie ist verknüpft mit der globalen Durchsetzung effizienterer Produktionsverfahren durch private Unternehmer.

Die neuere Forschung über *pro-poor growth* untersucht die Zusammenhänge zwischen wirtschaftlichem Wachstum, Einkommensverteilung und Armut anhand neuer empirischer Daten (zum Beispiel detaillierter Haushaltsbefragungen). Sie zeigt, dass Wachstumseffekte in den weitaus meisten Fällen zu den Armen »durchsickern«, aber auch, dass diese »Sickereffekte« sehr unterschiedlich sind. Bei einer Wachstumsrate von beispielsweise vier Prozent können die Einkommen der ärmsten Bevölkerungsgruppe im Land A um sieben Prozent und im Land B um lediglich um ein Prozent steigen (oder in extremen Fällen sogar sinken).⁵ Insofern ist eine Wirtschaftspolitik gefordert, die einerseits die private Wirtschaft als Wachstumsmotor stärkt und andererseits sicherstellt, dass das Wachstumsmuster *pro-poor* ist, das heißt, dass die Einkommen der ärmsten Bevölkerungsgruppe⁶ schneller wachsen als die Gesamtwirtschaft. Armut könnte schneller gemindert werden, wenn die Früchte steigender Produktivität besser verteilt würden – zum Beispiel, indem Frauen besser in den Arbeitsmarkt in-

2 Von Hayek (1969).

3 Centre for the Study of Living Standards (2003).

4 United Nations (2009).

5 Ravallion (2001); Lopez (2004).

6 Gemessen in der Regel anhand der unteren 20 Prozent bei den Haushaltseinkommen.

tegiert und Bildungssysteme sozial durchlässiger gemacht werden.

Gefordert ist also keineswegs die schnelle und bedingungslose Liberalisierung sämtlicher Märkte. Unter den Bedingungen ausgeprägter Asymmetrie, wie sie etwa zwischen der Leistungsfähigkeit der Unternehmen in den Mitgliedsstaaten der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) einerseits und in den ärmsten Entwicklungsländern andererseits gegeben ist, kann vollständige Liberalisierung letztere überfordern und die Entstehung leistungsfähiger nationaler Unternehmen im Keim ersticken. Insofern sind eine vorübergehende Beschränkung der internationalen Konkurrenz und spezielle Fördermaßnahmen für nationale Lernprozesse in vielen Fällen sinnvoll. Entscheidend ist, dass Unternehmen in

einem Umfeld agieren, in dem ein *heilsamer* Wettbewerbsdruck herrscht, der die Unternehmen stark fordert, ohne sie zu überfordern. Zudem sollten unterstützende Maßnahmen für technologisches Lernen angeboten werden. Diese können zum Beispiel Maßnahmen zum Management-Training, Berufsbildungsmaßnahmen, der Aufbau eines Marktes für Unternehmensberatung, Programme zur Förderung des Technologietransfers in Zulieferbeziehungen, Programme zum Benchmarking von Unternehmensdaten, Marktinformationssysteme und dergleichen mehr enthalten. Nur so kann die bestehende Produktivitätslücke verringert und Armut nachhaltig überwunden werden.

Insbesondere die ärmeren Entwicklungsländer sind von solch einer »guten«, sozial flankierten marktwirtschaftlichen Politik weit entfernt. In sehr vielen Ländern sind die

Straßenbau in Berbera/Somalia



Märkte in einer Weise bürokratisch reguliert, die Unternehmensgründungen und geschäftliche Transaktionen (zum Beispiel Importe von Vorprodukten oder die Durchsetzung von Forderungen) unnötig erschwert. Die Regulierung erfolgt in den seltensten Fällen im Sinne einer gezielten Strategie zum Kompetenzerwerb oder zum sozialen Ausgleich, sondern sie entspringt teils einem generellen Misstrauen gegenüber der Privatwirtschaft – wie zum Beispiel in Ländern mit sozialistischer Tradition oder autoritären Regimen, die in erfolgreichen Unternehmen eine Gefährdung ihres Machtmonopols sehen –, teils der Selbstprivilegierung einer in Regierungskreisen gut verankerten Unternehmerelite, die ihre Märkte vor Wettbewerb schützen möchte.

In der Regel korreliert die rechtlich-administrative Überregulierung mit einer geringen Umsetzungskompetenz des Staates.⁷ Daraus resultiert die schlechteste aller Welten: Die Entscheidung, ob Regularien angewendet werden oder nicht, liegt bei einzelnen Personen oder Organen auf der Durchführungsebene, sie ist für die betroffenen Unternehmen nicht transparent und wird unter Umständen illegal beeinflusst. Überregulierung bei gleichzeitiger Intransparenz lädt zur Korruption ein. Sie trifft die ärmsten und rechtlosen gesellschaftlichen Gruppen häufig besonders hart, während einflussreiche Wirtschaftsgruppen die Regulierung unterlaufen oder in ihrem Sinne gestalten können. Durch Wettbewerbsbeschränkungen und Subventionen zugunsten einer kleinen reichen Unternehmerschicht entstehen daher Kosten. Über Steuern oder überhöhte Konsumentenpreise findet ein Transfer von unten nach oben statt. Wohlgemerkt: Solche Eingriffe *können* die Entwicklung fördern, wenn sie – wie im Falle der asiatischen Tigerstaaten – der Schaffung technologischer Kompetenz dienen und somit den Grundstein für eine nachhaltige Steigerung der Wohlfahrt legen. In vielen Entwicklungsländern haben jedoch regulative Eingriffe die Wachstumsdynamik eher gelähmt und die Ungleichverteilung verschärft. Die Debatte um »mehr oder weniger Staat« ist daher nicht zielführend; entscheidend ist vielmehr, welche Interventionen unter welchen konkreten politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu höherer Wohlfahrt führen.

Entwicklungszusammenarbeit unterstützt Regierungen in Partnerländern bei der Umsetzung einer effizienzorientierten marktwirtschaftlichen Ordnung. Ziel ist es, un-

ternehmerische Entwicklung einerseits von bürokratischer Gängelung zu befreien, andererseits eine konstruktive Regulierung und Förderung dort einzuführen, wo dies sinnvoll ist, um nationale Lernprozesse zu beschleunigen oder Verteilungs- und Umweltwirkungen zu verbessern. Die richtige Balance hängt entscheidend von der Entwicklungsorientierung und der Steuerungsfähigkeit der Regierungen ab.

In den 1990er Jahren war die Förderung der Wirtschaft in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit vernachlässigt worden. Die Fokussierung auf die Millenniumsentwicklungsziele (MDG) führte zu einer einseitigen Orientierung auf kurzfristig wirksame Sozialausgaben, während zu wenig Augenmerk auf die Schaffung wettbewerbsfähiger Wirtschaftsstrukturen – ohne die Sozialpolitik nicht aus eigener Kraft finanzierbar ist – gelegt wurde. Dies manifestierte sich in der ersten Generation der Armutsreduzierungsstrategien (PRS) vieler Länder, wurde aber in der laufenden Dekade in den Strategien der zweiten Generation in den meisten Fällen korrigiert.⁸ Die Schaffung produktiver Beschäftigung steht heute wieder im Mittelpunkt.

2. Entwicklungspolitische Zusammenarbeit mit der deutschen/europäischen Wirtschaft

Ausländische Direktinvestitionen spielen bei der Modernisierung der Volkswirtschaften in Entwicklungsländern eine besonders wichtige Rolle. Sie bringen nicht nur zusätzliche Investitionen in meist kapitalarme Entwicklungsländer, sondern – wichtiger noch – auch betriebswirtschaftliches Wissen, Technologie, unternehmerische Initiative und Wissen über Märkte. International tätige Unternehmen verdanken ihre Marktposition in der Regel der Tatsache, dass sie weltweit führende Produkt-, Prozess- und Managementstandards beherrschen. Produktivitäts- und Qualitätsstandards sind daher bei Auslandsinvestoren in der Regel deutlich höher als bei nationalen Unternehmen der gleichen Branche in Entwicklungsländern. Ihre höhere Produktivität ermöglicht es ihnen, im Schnitt deutlich höhere Löhne zu zahlen als nationale Unternehmen und bessere Arbeits- und Umweltstandards einzuhalten. Standards sind auch deshalb im Regelfall höher, weil die internationale Öffentlichkeit – Konsumenten, Gewerkschaften, Nichtregierungsorganisationen (NRO) – sowie die Wettbewerber und Behörden der

7 World Bank/IFC (2005).

8 Hewitt/Gillson (2003).

Gastländer ihr unternehmerisches Verhalten besonders kritisch beobachten.

Andererseits können ausländische Direktinvestitionen auch negative Auswirkungen haben, wenn sie zum Beispiel durch ihre technologische Überlegenheit und ihre Marktmacht lokale Unternehmen so schnell aus dem Markt drängen, dass eigenständige unternehmerische Lernprozesse unterbunden werden. Insofern gibt es durchaus in manchen Fällen gute Gründe, die Übermacht ausländischer Unternehmen durch regulative Eingriffe zu beschränken (zum Beispiel die Zahl der Lizenzen für Einzelhandelsketten begrenzen, um den arbeitsintensiven traditionellen Einzelhandel zu schützen) und/oder komplementäre Fördermaßnahmen zu ergreifen (zum Beispiel nationale Zulieferer zu qualifizieren, damit der Vormarsch internationaler Einzelhandelsketten nicht dazu führt, dass billige Massenimporte nationale Produktionszweige massenhaft verdrängen).

Im Großen und Ganzen besteht heute ein weitreichender Konsens darüber, dass die positiven Beschäftigungs- und Lerneffekte ausländischer Direktinvestitionen im Regelfall deutlich überwiegen. Fast alle Länder werben daher massiv um Auslandsinvestoren. Unterschiedliche Auffassungen bestehen allerdings weiterhin in Bezug auf den Schutz strategischer Branchen (Telekommunikation, Banken), auf die Geschwindigkeit der Öffnung sowie hinsichtlich der Flankierung durch eine nationale Förderpolitik.

In den letzten drei Jahrzehnten sind die Zuflüsse ausländischer Direktinvestitionen in Entwicklungsländer von 7,7 Milliarden US-Dollar (1980) auf 379,1 Milliarden US-Dollar (2006) angestiegen.⁹ Wirtschaftswachstum, Direktinvestitionen und Armutsminderung sind klar positiv korreliert. Am stärksten zeigt sich dies in Asien, wo die Integration in die Weltwirtschaft mit hohem Wirtschaftswachstum und einer historisch einzigartigen Armutsminderung einhergeht. Aber auch in anderen Regionen nimmt die Bedeutung der Auslandsinvestitionen zu; in Afrika etwa im gleichen Zeitraum von 0,4 auf 35,5 Milliarden US-Dollar. Allerdings vergrößert sich die Kluft gegenüber den bevorzugten Investitionsstandorten, insbesondere denen in Asien.

Kommerzielle Investitionen in Entwicklungsländer wachsen damit deutlich schneller als die Zuflüsse von Entwicklungshilfe, und ihr Volumen ist deutlich höher. Für manche Länder, die sich besonders erfolgreich in die Welt-



Junge auf einem Markt in Äthiopien

wirtschaft integriert und damit ihre Armut in beeindruckendem Tempo reduziert haben, waren Auslandsinvestoren ohne Zweifel ein Schlüssel zum Erfolg – zum Beispiel in China und Vietnam oder einige Jahre zuvor in Malaysia und Thailand. Was bedeutet dies für die Außenwirtschaftsförderung und die Entwicklungszusammenarbeit? Können und sollen beide stärker verzahnt werden? Macht Außenwirtschaftsförderung die Entwicklungszusammenarbeit sogar überflüssig?

In der Tat bestehen zwischen Außenwirtschaftsförderung und Entwicklungszusammenarbeit erhebliche Synergien, die sich noch stärker als bisher nutzen lassen. Allerdings sind die Zielsetzungen beider Politikfelder nur in Teilen deckungsgleich. In manchen Bereichen ist es entwicklungspolitisch geboten, Investitionen Grenzen aufzuerlegen. Vor allem ist es im Sinne der Entwicklungsländer notwendig, Wettbewerbsverzerrungen zugunsten bestimmter Auslandsinvestoren zu vermeiden, die aus Fördermaßnahmen von deren Herkunftsländern resultieren – zum Beispiel, indem Hilfszusagen daran gekoppelt werden, öffentliche Aufträge an Unternehmen des jeweiligen Landes zu vergeben. Daher gilt es, Synergien zwischen Außenwirtschaftsförderung und Entwicklungszusammenarbeit zu nutzen, ohne die Unterschiede der beiden Zielsysteme zu verwischen.

Die Entwicklungszusammenarbeit bemüht sich darum, wirtschaftsfreundliche Rahmenbedingungen zu schaffen. Dazu zählen Vertragssicherheit, Schutz vor Behörden-

⁹ UNCTAD (2008).

willkür und Korruption, effiziente, unbürokratische und berechenbare öffentliche Dienstleistungen und Ausschreibungsverfahren, Gleichbehandlung aller Investoren und Wettbewerb. Außerdem unterstützt Entwicklungszusammenarbeit spezialisierte wirtschaftsnahe Institutionen wie Kammern, Verbände, Berufsbildungsinstitutionen oder Exportagenturen. Dies alles verbessert die Investitionsbedingungen für *alle* Unternehmen – ausländische ebenso wie inländische. Insofern hat Entwicklungszusammenarbeit eine »Geländerfunktion« auch für internationale Investoren. Hinzu kommen »weiche« Wettbewerbsvorteile, die sich etwa daraus ergeben, dass deutsche Unternehmen aufgrund der langjährigen Präsenz deutscher Entwicklungsagenturen in Schlüsselinstitutionen der Wirtschaft im jeweiligen Partnerland leichter an Hintergrundinformationen zur staatlichen Politik und zu Genehmigungsverfahren kommen können.

Umgekehrt kann Entwicklungspolitik durch die Einbeziehung der Privatwirtschaft in ihre Programme wirksamer werden. Unternehmenspartner bringen technologische Lösungsangebote, Marktzugang oder Kapital ein, die ihrerseits zum Erfolg öffentlicher Projekte und Programme beitragen. Besonders deutlich wird dies in der Handelsförderung. Internationaler Handel findet heute überwiegend als »Auftragshandel« statt, das heißt, große globale Kunden ordern Produkte mit bestimmten Charakteristika und zu bestimmten Mengen und Fristen. Das gilt auch für Produkte aus Entwicklungsländern. Unternehmen, die nicht in solche von Großunternehmen dominierten internationalen Wertschöpfungsketten eingebunden sind, haben kaum noch Exportchancen. Handelsförderung muss daher auf die Konditionen dieser Großunternehmen eingehen und zum Beispiel zur Erreichung der jeweils erforderlichen Standards beitragen. Dies geschieht am besten, indem die entsprechenden Großunternehmen in kooperative Förderprogramme eingebunden werden.¹⁰

Allerdings muss die Entwicklungszusammenarbeit dabei wettbewerbsneutral sein. Im Rahmen der Paris-Erklärung von 2005 haben sich alle Geber – also auch Deutschland – zur Lieferaufbindung bekannt. Sie müssen also den Anteil der Entwicklungszusammenarbeit senken, der an den Bezug von Waren oder Dienstleistungen aus dem jeweiligen Geberland gebunden ist. Dadurch soll die Wirksam-

keit der Entwicklungshilfe erhöht werden, denn die Partnerländer sollen die besten und günstigsten Dienstleistungsangebote frei wählen können. Deutsche Hilfe kann nicht an die Auflage geknüpft werden, mit deutschen Unternehmen zu kooperieren.

Die Möglichkeit, mit Entwicklungszusammenarbeit gezielt deutsche oder europäische Investitionen zu flankieren, wird außerdem durch die Tendenz zur Konzentration der Entwicklungszusammenarbeit eingeschränkt. Deutschland bemüht sich um eine schrittweise Verringerung der Zahl der Partnerländer, und in diesen Ländern wird nur noch eine begrenzte Zahl von Politikfeldern bearbeitet. Damit können im Bereich der verbleibenden Schwerpunkte bessere Wirkungen erzielt werden, während die übrigen Länder und Politikfelder verstärkt von anderen Gebern bedient werden sollen. Diese Konzentration entspricht Vereinbarungen der im Development Assistance Committee (DAC) der OECD zusammengeschlossenen Geber. Für die Außenwirtschaftsförderung hat sie jedoch den Effekt, dass wichtige Zielländer der deutschen Wirtschaft – zum Beispiel Malaysia, Thailand, Türkei, Argentinien – keine Unterstützung mehr erhalten¹¹ und in vielen weiteren Ländern Kooperationsprogramme beendet wurden, die besonders wirtschaftsnah waren – zum Beispiel die Förderung der Infrastruktur und der Energiewirtschaft. Vor allem in Lateinamerika hat sich die deutsche Entwicklungszusammenarbeit sehr weitgehend aus wirtschaftsnahen Förderprogrammen zurückgezogen.

Es gibt also vielversprechende Synergien, aber die Zielsysteme von Entwicklungszusammenarbeit und Außenwirtschaftsförderung sind nicht in allen Fällen kompatibel. Es ist wichtig, einerseits immer wieder Synergien auszuloten und Win-win-Konstellationen zu schaffen, andererseits aber auch ehrlich und offen mit den Unterschieden umzugehen, um gegenseitiges Verständnis zu entwickeln und unproduktive Konfrontationen zu vermeiden. Die deutsche Wirtschaft darf zum Beispiel Verständnis dafür erwarten, wenn sie zum Erhalt ihrer Wettbewerbsposition Einkaufspreise senkt oder in Krisensituationen weniger Personal in Entwicklungsländern schult. Umgekehrt muss die deutsche Wirtschaft akzeptieren, dass sich die Bundesregierung an internationale Vereinbarungen über Qualitätsstandards wirksamer Entwicklungszusammenarbeit halten muss.

10 Altenburg (2007).

11 Stamm (2009).

3. Die Public Private Partnership-Fazilität des BMZ: Ein ausbaufähiges Modell zur Zusammenarbeit mit der Wirtschaft

Neben der allgemeinen Geländerfunktion der Entwicklungszusammenarbeit bestehen besonders vielversprechende Synergiepotenziale in der Ausweitung eines Programms, das entwicklungspolitische Begleitmaßnahmen zu Auslandsinvestitionen kofinanziert. Die sogenannte Public Private Partnership (PPP)-Fazilität wurde 1999 vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) eingerichtet und hat bereits etwa 3.000 Vorhaben kofinanziert. Die Fazilität unterstützt Vorhaben europäischer Investoren in Entwicklungsländern, die entwicklungsrelevante Zusatzleistungen zu ihren Investitionen anbieten möchten. Die Vorhaben sollen unternehmerisches Know-how für Entwicklungsprozesse mobilisieren und an die Kernkompetenzen der beteiligten Unternehmen anknüpfen. So können Partner in Entwicklungsländern von bestimmten technologischen Kompetenzen oder Wissen über spezielle Marktsegmente profitieren, die eine öffentliche Entwicklungsagentur in dieser Form kaum anbieten könnte.

Vorhaben werden zu höchstens 50 Prozent aus der PPP-Fazilität finanziert. Von den Unternehmen wird erwartet, dass sie den überwiegenden finanziellen und personellen Beitrag zur PPP-Maßnahme leisten. Der Einstieg mit eigenem Finanzierungsrisiko erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die Unternehmen ein langfristiges Eigeninteresse am Erfolg der Maßnahme haben und deren betriebswirtschaftliche Tragfähigkeit gründlich prüfen. Die Fazilität möchte Unternehmen dazu bringen, dass sie in Ergänzung ihrer Kernaktivitäten im Entwicklungsland eine entwicklungspolitische Leistung erbringen,

- die ihnen selbst langfristig nützt – dadurch wird gewährleistet, dass die Unternehmen am guten Gelingen der Maßnahme interessiert sind und die Maßnahme insofern nachhaltig konzipiert wird;
- die sie jedoch ohne öffentliche Kofinanzierung nicht erbracht hätten und die sie aufgrund der Gesetzeslage nicht ohnehin hätten umsetzen müssen (Additionalitätsprinzip); so sollen Mitnahmeeffekte vermieden werden.

Zum Beispiel können Projekte darauf abzielen, dass ein Investor lokale Behörden bei der Einführung neuer, umweltchonender Verfahren in der jeweiligen Branche unterstützt.

Würden nur die eigenen Mitarbeiter oder Zulieferer geschult, um die Standards des Unternehmens zu erreichen, so würde dies als Kernaufgabe des Unternehmens betrachtet (also keine Additionalität) und daher nicht durch die Fazilität gefördert.

Gegenüber den üblichen, von Unternehmen gerne in der Öffentlichkeit präsentierten Maßnahmen von Corporate Social Responsibility (CSR) haben PPP-Projekte zwei entscheidende Vorteile. Erstens verpflichten sich die Unternehmen zu verbindlich vereinbarten Leistungen; zweitens werden die Maßnahmen von Entwicklungsagenturen geprüft und nur mitfinanziert, wenn sie bestimmten Qualitätsstandards entsprechen. Zum Beispiel würden keine Maßnahmen finanziert, die allein karitativen Charakter haben und in erster Linie das Image des entsprechenden Unternehmens verbessern sollen, sondern es werden stets nachhaltige Strukturveränderungen angestrebt. In vielen Fällen wird die ursprünglich vom Unternehmen eingebrachte Idee im Dialog mit Entwicklungsagenturen in diesem Sinne weiterentwickelt. Für die Unternehmen hat die Fazilität neben dem finanziellen Zuschuss den Vorteil, dass ihr entwicklungspolitisches Engagement durch die BMZ-Beteiligung eine höhere Glaubwürdigkeit erhält als übliche CSR-Maßnahmen.

2002 wurde die PPP-Fazilität evaluiert. Die Evaluierung bestätigte die Stärken des Programms, regte aber zugleich eine Reihe von Verbesserungen an.¹² Insbesondere

- sollte die Fazilität auf größere strukturbildende »strategische Allianzen« mit der Privatwirtschaft ausgerichtet werden. Wegen der Kleinteiligkeit der meisten PPP-Maßnahmen ist der anteilige Verwaltungsaufwand zum Teil unverhältnismäßig hoch, und es können kaum strukturbildende Wirkungen über das lokale Einzelvorhaben hinaus erzielt werden;
- sollte der PPP-Gedanke stärker in die Verfahren der bilateralen Entwicklungszusammenarbeit integriert werden. Dadurch könnten Synergien genutzt und strukturbildende Wirkungen erhöht werden;
- sollten Mitnahmeeffekte verringert werden, die zu Beginn des Programms durch großzügige Auslegung des Additionalitätsprinzips entstanden waren;
- sollten die Einflussmöglichkeiten der Partnerländer auf PPP-Maßnahmen erhöht werden. Im Regelfall können

12 Altenburg/Chahoud (2002).



Bauarbeiter in Togo

weder die lokalen Stakeholder noch die Regierungen der Partnerländer Einfluss auf die Auswahl und Ausgestaltung der Projekte nehmen;

- sollte die Vergabe transparenter geregelt werden, etwa durch Ausschreibung von Ideenwettbewerben für innovative PPP.

In den nachfolgenden Jahren wurde die PPP-Fazilität in diesem Sinne weiterentwickelt. Eine Reihe von strategischen Allianzen mit global tätigen Unternehmen oder Branchenverbänden wurde erfolgreich weiterentwickelt;¹³ die Zahl der PPP-Maßnahmen, die aus den laufenden bilateralen Programmen der Entwicklungszusammenarbeit entwickelt werden, hat zumindest leicht zugenommen; der Aspekt der Additionalität wird heute kritischer geprüft und damit das Risiko von Mitnahmeeffekte reduziert; und es wurde zumindest für Afrika eine neue »Süd-PPP« geschaffen, die afrikanischen Unternehmen offensteht.

2009 wurde die Fazilität weiter reformiert und bietet heute drei Komponenten an, von denen zwei als Ideenwettbewerbe konzipiert sind:

1. develoPPP.thema als Ideenwettbewerb zu vorgegebenen Schwerpunktthemen, wie Energieeffizienz oder Berufliche Bildung
2. develoPPP.impuls als thematisch offener Wettbewerb für innovative Ansätze
3. develoPPP.allianz zur Förderung größerer »Strategischer Allianzen« mit mehreren Partnern und anspruchsvollen

ren Zielsetzungen bezüglich Strukturbildung in den Partnerländern

Damit zielt auch das PPP-Programm – analog der von den deutschen Entwicklungsorganisationen durchgeführten bilateralen Entwicklungszusammenarbeit – auf größere Wirkung durch Schwerpunktsetzung. So können zum Beispiel durch die thematischen Wettbewerbe politisch gewünschte Themen vorangebracht werden, wenn ein Schwerpunkt auf den Transfer energieeffizienter Technologien gelegt wurde. Thematische Programme bieten außerdem die Chance, verstreute Einzelmaßnahmen von Unternehmen zu bündeln und in größere strategische Allianzen münden zu lassen, die gegebenenfalls durch öffentliche Dialog- oder Beratungsmaßnahmen flankiert werden können.

In zweierlei Hinsicht steht die PPP-Fazilität allerdings weiterhin im Widerspruch zum Geist der Paris-Erklärung, die die Einbindung aller Geberaktivitäten in nationale Strategien und Institutionen (*Alignment*) and bessere Abstimmung mit anderen Gebern (*Harmonisation*) fordert. Nach wie vor ist die PPP-Fazilität ein deutsches Programm. Die Ideen werden im Wesentlichen von Unternehmen im Norden konzipiert, und über die Förderung entscheiden deutsche Institutionen. Dieses Problem ist nicht leicht zu beheben, denn die Bereitschaft der Unternehmen zur Beteiligung hängt maßgeblich davon ab, ob das Instrumentarium unbürokratisch ist und schnell entschieden wird. Dies schließt eine systematische Befassung durch bilateral besetzte regierungsoffizielle Gremien aus.

13 Demtschück (2004).

Zwei Dinge sollte das BMZ dennoch prüfen:

Erstens hat sich das Instrument als innovative Form entwicklungspolitischer Kooperation mit der Wirtschaft bewährt. Es wäre für viele Entwicklungsländer ein Gewinn, wenn ein entsprechendes Instrument in der eigenen nationalen Politik etabliert würde, das Anreize schafft, damit sich die nationalen Unternehmen entwicklungsorientierter verhalten. Gerade in Entwicklungsländern ist die Qualität staatlicher Dienstleistungen häufig unzureichend, und es wäre oftmals effizienter, entsprechende Anreize für private Anbieter zu setzen, so wie die PPP-Fazilität es tut. Deutsche Entwicklungszusammenarbeit könnte also dazu beitragen, nicht allein die Zahl der PPP-Projekte zu erhöhen, sondern auch das zugrunde liegende *kooperative Politikmodell* in Partnerländern zu propagieren.

Zweitens sollte das PPP-Modell multilateralisiert werden. Mehrere europäische Länder haben ähnliche Programme initiiert, allerdings mit jeweils etwas unterschiedlichen Formaten und bislang ohne den großen Beteiligungsgrad der Wirtschaft, der in Deutschland erzielt wurde. Ein Versuch der Briten, ihr nationales Programm im Zuge des G8-Prozesses zu internationalisieren, hatte nur geringen Erfolg. Immerhin beteiligen sich neben dem britischen *Department for International Development* auch das niederländische Außenministerium und zwei internationale Organisationen (*Consultative Group to Assist the Poor* und *International Fund for Agricultural Development*) am neuen *Africa Enterprise Challenge Fund*. Andere bilaterale Geber waren nicht bereit, sich zu beteiligen. Nationale Eigeninteressen stehen offenbar der Schaffung eines einheitlichen multilateralen Fonds entgegen. In einigen Ländern – zum Beispiel Dänemark – orientieren sich die Programme stärker an den Interessen der nationalen Außenwirtschaftsförderung. Aber auch in Deutschland, wo dies nicht der Fall ist, besteht offenbar ein politisches Interesse daran, ein eigenes Instrument für den Dialog mit der Wirtschaft zu haben. Mittelfristig ist dennoch anzustreben, die nationalen Alleingänge zu beenden, das deutsche PPP-Modell mit vergleichbaren Programmen anderer Geber zusammenzuführen und Partner aus Entwicklungsländern in die Managementstruktur einzubinden. Dies wäre im Sinne der – auch von Deutschland unterzeichneten – Paris-Erklärung.

Dr. Tilman Altenburg leitet die Abteilung II – Wettbewerbsfähigkeit und soziale Entwicklung beim Deutschen Institut für Entwicklungspolitik (DIE).

Literatur

- Altenburg, T. (2005): Cooperating with the private sector in development cooperation: strategic alliances with lead firms in production networks, in: H. Ahrens (ed.), *Development cooperation: evaluation and new approaches*, Berlin.
- Altenburg, T./T. Chahoud (2002): *Public Private Partnerships in der deutschen Entwicklungszusammenarbeit*. Synthesebericht, Bonn. Deutsches Institut für Entwicklungspolitik.
- BMZ: *develoPPP.de – Public Private Partnerships mit dem BMZ*, ohne Ort, ohne Jahr.
- Centre for the Study of Living Standards (2003): *Productivity Growth and Poverty Reduction in Developing Countries*, Ottawa. CSLS Research Report 6/2003.
- Demtschück, E. (2004): *Strategische Allianzen zwischen Wirtschaft und Entwicklungszusammenarbeit*, Bonn. DIE Studies 5, Deutsches Institut für Entwicklungspolitik.
- Hewitt, A./I. Gillson (2003): *Review of the Trade and Poverty Content in PRSPs and Loan-Related Documents*. Report commissioned by Christian Aid, Overseas Development Institute (ODI), London.
- Klein, M.U./B. Hadjimichael (2003): *The Private Sector in Development. Entrepreneurship, Regulation, and Competitive Disciplines*. World Bank, Washington. D.C.
- López, J.H. (2004): *Pro-growth, pro-poor: Is there a trade-off?* World Bank Policy Research Working Paper 3378, Washington, D.C.
- Ravallion, M. (2001): *Growth, Inequality and Poverty: Looking Beyond Averages*. In: *World Development*, 29 (11), 1803–1815.
- Stamm, A. (2009): *Stellungnahme zur Anhörung des Ausschusses für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung AWZ zum Thema »Entwicklungszusammenarbeit und Außenwirtschaftsförderung«* am 24. September 2009, Berlin.
- von Hayek, F. A. (1969): *Der Wettbewerb als Entdeckungsverfahren*, in: *Freiburger Studien*, Tübingen, S. 249–265.
- UNCTAD (2008): *World Investment Report 2008. Transnational Corporations, and the Infrastructure Challenge*, Genf/New York.
- United Nations (2009): *The Millennium Development Goals Report 2009*, New York.
- World Bank/IFC (2005): *Doing Business 2005*, Washington, D.C.

Zivilgesellschaftliche Anmerkungen zum Thema Entwicklungszusammenarbeit, Nachhaltigkeit und Wirtschaft

VON CORNELIA HEYDENREICH

Als Vorbemerkung sei vorangestellt, dass die folgenden Ausführungen aus Sicht einer Nichtregierungsorganisation (NRO) kommen,

- der es um »nachhaltige« Entwicklung geht, also weder um nachholende Entwicklung (in Rahmen eines verfehlten Entwicklungsparadigmas) noch um Entwicklungszusammenarbeit im engeren Sinne der Projektarbeit;
- für die Entwicklungspolitik einen zentralen Stellenwert hat, die aber nicht Projekte in Entwicklungsländern durchführt, sondern auf struktureller Ebene in Deutschland, in Europa und weltweit ansetzt. Ziel ist es, die Rahmensetzung für Entwicklungspolitik und weitere relevante Politikprozesse zugunsten von Nachhaltigkeit, insbesondere Klimaschutz, Ernährungssicherung, Einhaltung von Menschenrechten und weltweiter Gerechtigkeit, zu verändern;
- die in Deutschland, Europa und auf internationaler Ebene die für ihre Ziele relevanten Akteure aus Politik und Wirtschaft beobachtet, also eine »Watchdog«-Funktion unter anderem gegenüber Unternehmen einnimmt;
- die zum Erreichen der eigenen politischen Ziele auch mit Unternehmen zusammenarbeitet und immer wieder an Dialogprozessen bis hin zu strategischen Kooperationen mit Unternehmen zur Erreichung klar umrissener politischer Rahmensetzungen beteiligt ist (vor allem zu Fragen des Klimaschutzes);
- die einerseits politische Rahmensetzung für Unternehmensverantwortung auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene fordert – sowohl durch verbindliche Regelungen als auch durch eine verbesserte Umsetzung bestehender Instrumente – und dafür Netzwerke wie das CorA-Netzwerk¹ und OECD Watch² mitgegründet hat;
- die andererseits auch mögliche konstruktive Rollen von Dialogprozessen, Vorreiterkoalitionen und freiwilligen

Selbstverpflichtungen sieht und deshalb etwa am CSR-Forum³ sowie im Global Compact⁴ beteiligt ist;

- für deren Verhältnis zu Unternehmen die Maxime gilt: Kooperation wo möglich, Konfrontation wo nötig – je nachdem, wie Nachhaltigkeitskriterien am wirkungsvollsten durchgesetzt werden können;
- die also sehr verschiedene Ansätze mit verschiedenen Akteuren in unterschiedlichen Situationen nutzt – und diese Ansätze analytisch klar trennt und aufeinander bezieht.

1. Fünf grundsätzliche Anmerkungen

1.1 Nachhaltige Entwicklungszusammenarbeit und Wirtschaft haben nicht (immer) die gleichen Ziele

Private Wirtschaft und staatliches wie zivilgesellschaftliches Handeln im Bereich von Nachhaltigkeit und Entwicklungszusammenarbeit haben unterschiedliche Aufgaben, die nicht vermischt werden dürfen. Der Entwicklungszusammenarbeit geht es um das Erreichen und Bewahren von öffentlichen Gütern. Zu diesen entwicklungspolitischen Zielen gehören etwa die Einhaltung der Menschenrechte, partizipative und gute Regierungsführung, Armutsbekämpfung (Stichwort: Millenniumsentwicklungsziele, MDG) sowie Klimaschutz. In der Wirtschaft stehen das Einzelinteresse, der unternehmerische Erfolg, die Erschließung neuer Märkte und Geschäftsfelder im Vordergrund. Hier gibt es Schnittmengen, aber keineswegs eine Interessenkongruenz. Öffentliche Güter lassen sich nicht einfach durch das Zusammenspiel privater Interessen sichern. Es ist Aufgabe der Politik, diese Schnittmengen zu vergrößern und im Zweifelsfall die Gemeinwohlinteressen zu verteidigen.

Ausländische Direktinvestitionen, Handelsbeziehungen und Wirtschaftswachstum sind zwar notwendige, aber keinesfalls hinreichende Bedingungen, um eine wirtschaft-

1 Im CorA-Netzwerk haben sich über 40 Menschenrechtsorganisationen, Gewerkschaften, kirchliche und entwicklungspolitische Organisationen, Verbraucher- und Umweltverbände aus Deutschland zusammengeschlossen, die sich für »Corporate Accountability« einsetzen, das heißt für verbindliche Unternehmensregulierungen zu Menschenrechten sowie sozialen und ökologischen Standards.

2 OECD Watch ist ein internationales NRO-Netzwerk, das die Umsetzung der Leitsätze der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) für multinationale Unternehmen kritisch begleitet und sich für deren Verbesserung sowie eine verstärkte Rahmensetzung für Unternehmen einsetzt (vergleiche Fußnote 6).

3 Unter Federführung des Bundesarbeitsministeriums hat die Bundesregierung im Januar 2009 ein Multi-Stakeholder-Forum für »Corporate Social Responsibility« (CSR) einberufen, das die Regierung bei der Entwicklung einer nationalen CSR-Strategie beraten und unterstützen soll.

4 Der Global Compact ist eine freiwillige Wirtschaftsinitiative der Vereinten Nationen. Mit dem Beitritt zum Global Compact bekennen sich Unternehmen zu zehn Prinzipien von Menschenrechten, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung. Neben Unternehmen sind auch NRO, öffentliche Institutionen und wissenschaftliche Einrichtungen Mitglied des Global Compact.

liche Entwicklung zu befördern, die dazu beiträgt, die Armut zu überwinden. Wir brauchen qualitatives Wachstum, mehr Investitionen in armutsrelevanten Sektoren, Verteilungsgerechtigkeit sowie Rahmenbedingungen, die menschenwürdige Arbeit und soziale Sicherheit gewährleisten. Ausländische Direktinvestitionen dürfen die oft nur schwach entwickelte lokale Wirtschaft nicht verdrängen, sondern müssen diese vielmehr fördern.

Partnerschaften zwischen öffentlichen und privaten Akteuren, sogenannte Public Private Partnerships (PPP), können im Einzelfall eine konstruktive Rolle spielen, sind aber weit davon entfernt, ein Königsweg zu sein. In der Regel sind es nur Pilotprojekte, die keine Breitenwirksamkeit entfalten. Zudem fehlt oft eine aussagekräftige Wirkungsmessung. Ein Indikator, ob Wirtschaftsaktivitäten entwicklungspolitisch förderlich sind, ist die Frage, ob Unternehmen ihre freiwilligen Selbstverpflichtungen auf den Feldern der Arbeits-, Sozial- und Umweltstandards sowie der Menschenrechte auch überprüfbar einhalten.

1.2 Um die Einhaltung von menschenrechtlichen, sozialen und ökologischen Standards zu erreichen, müssen NRO verschiedene Rollen übernehmen

Je nach Branche und Thema sind verschiedene Rollen von Nichtregierungsorganisationen möglich und nötig, um auf die Einhaltung von menschenrechtlichen, sozialen und ökologischen Standards hinzuwirken:

- **Rolle des »Watchdogs«:** NRO werden häufig als die institutionalisierte kritische Öffentlichkeit dargestellt. Zum Teil verlässt man sich auch darauf, dass NRO bei Bedarf immer den Finger in die Wunde legen; dabei wird argumentiert, dass staatliche Kontrollinstanzen nicht mehr erforderlich sind. Allerdings wären NRO strukturell überfordert, wenn die komplette Überwachungsfunktion allein ihnen obliegen würde. NRO nehmen jedoch eine wichtige Rolle dabei ein, kritische Aspekte zu thematisieren und auf Probleme zunächst aufmerksam zu machen. Denn leider bewegen sich viele Unternehmen erst, wenn ein Problem öffentlich diskutiert und skandalisiert wird. Diese Erfahrung hat Germanwatch erneut im Rahmen des europäischen Projektes »makeITfair«⁵ gemacht. Zu Beginn des Projektes im Jahr

2007 sahen sich die Vertreter der IT-Branche noch nicht für den Rohstoffabbau der Metalle verantwortlich, die in ihren Geräten verarbeitet werden. Durch Studien, Pressearbeit und Unterschriftenaktionen hat »makeITfair« das Thema in die Öffentlichkeit gebracht und die Unternehmen unter Druck gesetzt. Diese erkennen inzwischen mehr und mehr ihre eigene Verantwortung an, haben in einer Sektorstudie die Ergebnisse von »makeITfair« bestätigt und wollen nun in Pilotprojekten das Problem angehen.

- **Begleitung und Beförderung von Veränderungsprozessen:** Mitunter folgt als nächster Schritt nach dem Beobachten und Skandalisieren, wie im Fall der IT-Branche beschrieben, ein Umdenken einzelner Unternehmen oder auch der ganzen Branche. Dies ist häufig ein Veränderungsprozess, der schrittweise erfolgt. Hier sind NRO gefordert, konstruktiv die Veränderungsprozesse zu begleiten, vor allem durch Dialoge und Konsultationen mit Vorreiterunternehmen. Dies erfolgt aber aus ihrer gemeinwohlorientierten Rolle heraus und darf nicht als Unternehmensberatung verstanden oder erwartet werden.
- **Kritische Begleitung der Umsetzung:** Wenn die Veränderungsprozesse in eine konsolidierte Umsetzung gelangt sind, dann gehört dazu auch eine angemessene Überprüfung der Ergebnisse. Ein umfassender Verhaltenskodex ist nur so viel wert, wie er sich auch in der Praxis des Unternehmens niederschlägt und unabhängig überprüft wird. Dabei müssen unbedingt auch lokale Stakeholder und spezialisierte NRO einbezogen werden. Im Falle von Arbeitsstandards in der Lieferkette in Entwicklungsländern sind dies zum Beispiel Arbeitnehmervertretungen vor Ort und lokale Arbeitsrechtsorganisationen.
- **Rahmensetzung verbessern:** Wichtig ist jedoch, dass sich die NRO-Aktivitäten nicht in den zuvor genannten Schritten erschöpfen. Ebenso wichtig ist es, dass NRO auf eine verbesserte Rahmensetzung für Unternehmensverantwortung hinwirken. Bestehende nationale Gesetze sowie internationale Instrumente müssen besser umgesetzt werden und an den Stellen, an denen die Überprü-

und wie stark die Umwelt durch die Produktion beeinträchtigt wird. Die Kampagne setzt sich für Verbesserungen in der IT-Branche ein; sie wird durch die EU finanziell unterstützt und von acht europäischen Organisationen getragen.

5 Das europäische Projekt »makeITfair« informiert über die Arbeitsbedingungen in der Produktionskette von Unterhaltungselektronik und zeigt auf, inwieweit dabei Menschenrechte verletzt werden



Straßenbau in Indien

fung von Gesetzen und Verordnungen Lücken aufweist, muss eine verbesserte Rahmensetzung eingefordert werden.

1.3 Freiwillige Instrumente dürfen verbindliche Rahmensetzungen zum Schutz öffentlicher Güter nicht behindern oder verhindern

Freiwillige Aktivitäten, unter anderem im Rahmen von Kooperationsprojekten mit Unternehmen, die über die bestehenden Gesetze hinausgehen, sind zunächst positiv zu bewerten. Dies gilt auch für freiwillige Maßnahmen in Regionen, in denen die bestehenden Gesetze massiv verletzt werden (zum Beispiel in globalen Lieferketten). Insbesondere eine Kooperation mit Vorreiterunternehmen kann sinnvoll sein, um neue Ansätze auszutesten und zu zeigen, dass Verbesserungen überhaupt möglich sind.

Allerdings kommen freiwillige Ansätze, wie zum Beispiel Verhaltenskodizes für globale Lieferketten, immer wieder an ihre Grenzen, wie unter anderem Erfahrungen aus Konsumgütersektoren wie der Textil-, Spielzeug- und Elektronikindustrie zeigen. Dies liegt häufig daran, dass die Unternehmen wichtige Problembereiche in der Lieferkette wie niedrige Löhne, Überstunden oder Gewerkschaftsfeindlichkeit nicht angemessen aufgreifen und eine unabhängige Überprüfung der Vereinbarungen nicht stattfindet. Zudem führen sehr enge Lieferfristen und ein starker Preisdruck seitens der Hersteller dazu, dass die Lieferanten die gefor-

derten Standards nicht einhalten können. Wirkungsvolle freiwillige Ansätze müssen aus unserer Sicht folgenden Kriterien genügen: a) Sie müssen das Potenzial haben, die gesamte Branche zu erfassen, b) sie müssen mit einem Umsetzungs- und Managementinstrumentarium ausgestattet sein, und c) sie müssen ein unabhängiges Monitoring- und Beschwerdeverfahren auf Multistakeholder-Basis beinhalten.

Um den Schutz öffentlicher Güter wie etwa Menschenrechte, Ernährungssicherung oder Klimaschutz wirkungsvoll zu gewährleisten und auf internationaler Ebene wirklich alle Unternehmen zu erreichen, sind letztlich verbindliche Rahmensetzungen erforderlich. Wo freiwillige Ansätze so konzipiert sind, dass sie die notwendigen verbindlichen Rahmensetzungen verhindern, lehnen wir sie ab. Wo freiwillige Ansätze jedoch wertvolle Hinweise darauf geben, was sich *wie* am besten umsetzen lässt, und somit helfen, die Machbarkeit zu demonstrieren, sind sie zu begrüßen. Sie können außerdem für den Übergang eine wichtige Rolle spielen, solange rechtliche Rahmensetzungen (noch) nicht erreichbar sind.

1.4 NRO-Ressourcen bei Dialogforen und Runden Tischen strategisch einsetzen und selbstkritisch beobachten

Die NRO-Beteiligung an Runden Tischen, das heißt an Dialogforen zwischen Entwicklungszusammenarbeit, Unternehmen und NRO, ist differenziert zu betrachten: Von NRO initiierte Runden Tische haben gute Ergebnisse erzielt; bei

von staatlicher Seite initiierten Runden Tischen waren die konkreten Ergebnisse oft enttäuschend. Viele NRO sind inzwischen der Runden Tische müde geworden. Grundsätzlich sollten sie sich weiterhin an Runden Tischen beteiligen. Im Vorfeld ist aber zu klären, welche konkreten Ergebnisse erzielt werden sollen, was ihr Beitrag sein kann und ob der Aufwand der Beteiligung im Verhältnis zum erwarteten Nutzen steht. NRO können und wollen sich der Diskussion nicht entziehen, dürfen aber keine Feigenblatt-Funktion einnehmen.

Das neue CSR-Forum beim Bundesarbeitsministerium, an dem sich mehrere NRO, darunter VENRO und Germanwatch, beteiligen, ist interessant, muss aber auch kritisch betrachtet werden. So reflektiert der Zwischenbericht des CSR-Forums zu wenig die Rolle des Staates bei der Durchsetzung von Arbeits-, Menschenrechts- und Umweltstandards. NRO müssen nicht nur die Unternehmen in die Pflicht nehmen, für menschenwürdige Arbeits- und Sozialstandards zu sorgen, sie müssen auch die staatliche Verantwortung deutlich einfordern.

Die Teilnahme von Germanwatch am CSR-Forum erfolgte trotz einiger Skepsis, ob das Forum tatsächlich Neues zum Thema CSR zu entwickeln in der Lage ist. Welche Rolle das Forum tatsächlich spielen kann oder ob es nur ein kurzes Strohfeuer in der »Vorbundestagswahlkampf-Phase« gewesen ist, wird sich erst unter der neuen Regierung zeigen. Eine Befürchtung ist, dass das Bundeswirtschaftsministerium verstärkt eine Bremserrolle übernehmen könnte.

1.5 NRO müssen eine konsequente und kohärente staatliche Politik im Spannungsfeld von Nachhaltigkeit, Entwicklungszusammenarbeit und Wirtschaft einfordern

NRO haben nicht nur gegenüber Unternehmen eine Kontrollfunktion. Auch auf der Regierungspolitik zur Rahmensezung von unternehmerischem Handeln und den Auswirkungen auf Nachhaltigkeit und Entwicklungszusammenarbeit muss das Augenmerk von NRO liegen. Dies wird zum Beispiel bei Fragen der Außenwirtschaftsförderung deutlich sowie ganz konkret in den letzten Monaten und Jahren bei Fragen der Rohstoffsicherung.

Entwicklungspolitik einerseits und Außenwirtschaftsförderung und Rohstoffsicherung andererseits sind unterschiedliche Regierungsaufgaben, die aber unbedingt

besser koordiniert und kohärent gestaltet werden sollten. Die Rohstoffpolitik der deutschen Bundesregierung darf nicht einseitig an den Rohstoffinteressen der deutschen Industrie ausgerichtet sein und dabei andere Politikziele untergraben. Der Koalitionsvertrag von CDU, CSU und FDP lässt jedoch den Schluss zu, dass die Verfügbarkeit von Rohstoffen höher bewertet wird als die sozialen und ökologischen Standards bei deren Förderung sowie die Einhaltung von Menschenrechten.

Oberstes Ziel der Entwicklungszusammenarbeit ist die Bekämpfung der Armut in den Entwicklungsländern, nicht die Sicherstellung von Rohstoffen für die deutsche Wirtschaft. Dies kann und soll Synergien natürlich nicht ausschließen. Mehr Konsistenz und Konsequenz ist in diesem Themenfeld ebenso wie in anderen Fragen der Außenwirtschaftsförderung erforderlich. Angesichts globaler Klimaherausforderungen und knapper werdender Rohstoffe müssen Themen wie Ressourcenproduktivität, Senkung des absoluten Ressourcenverbrauchs und Umbau der Industriegesellschaft zu einer Zero-Carbon-Gesellschaft in die Betrachtungen aufgenommen und Instrumente wie die Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung ebenfalls dafür genutzt werden.

Um mehr Kohärenz zwischen den verschiedenen Politikfeldern zu erreichen und diese konsequent umzusetzen, sollte die Bundesregierung bestehende Instrumente stärker nutzen. So müssen Fragen von Energie- und Rohstoffsicherheit gemeinsam mit Fragen der Klimasicherheit in der Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung verankert werden. Dies gilt auch für Fragen von Außenwirtschaftsförderung und menschenrechtlichen, sozialen und ökologischen Anforderungen. Ein Instrument, dessen konsequentere Anwendung einige dieser Aspekte gut verbinden könnte, sind die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen.⁶ Sie könnten als verbindlicher Rahmen für die Rohstoffförderung festgeschrieben werden, ebenso wie die OECD-Leitsätze an Instrumente der Außenwirtschaftsförderung gekoppelt werden könnten. So könnte beispielsweise

6 Die OECD-Leitsätze sind Empfehlungen der 30 OECD-Regierungen und inzwischen elf weiterer Länder für das weltweite Agieren der von ihrem Territorium aus operierenden Unternehmen. Die Leitsätze sind das aktuell umfassendste und weitreichendste Instrument für globale Unternehmensverantwortung, weisen jedoch in Inhalt und vor allem der Umsetzung noch viele Mängel auf. Aktuell bereitet die OECD einen Revisionsprozess der Leitsätze vor.

ein Verstoß gegen die OECD-Leitsätze dazu führen, dass ein Unternehmen für eine bestimmte Zeit keine Exportbürgschaften erhalten dürfte. Ohne neue Instrumente zu entwickeln, könnte die Bundesregierung hier mehr Durchsetzungskraft entfalten. Insbesondere die bevorstehende Revision der OECD-Leitsätze könnte dafür genutzt werden, solche Ansätze auf OECD-Ebene zu etablieren.

2. Fünf Anmerkungen zu konkreten Kooperationen von NRO und Unternehmen

2.1 Eine Kooperation braucht eine gute Vorbereitung

Bei Kooperationen zwischen NRO und Unternehmen stoßen zwei sehr verschiedene Akteure aufeinander. Deshalb sollte ein solcher Prozess sehr genau überlegt und vorbereitet werden. Dabei liegt der Fokus der folgenden Anmerkungen vor allem auf einer Kooperation zur Erreichung von politischen und strukturellen Verbesserungen und weniger auf konkreten Projektkooperationen.

NRO sollten berücksichtigen, dass ein Unternehmen nicht unbedingt ein monolithischer Block ist, sondern aus verschiedenen Abteilungen mit teilweise unterschiedlichen Motiven und Interessen besteht. Es gibt mitunter innerhalb eines Unternehmens Akteure, die etwas im Unternehmen bewegen wollen; Initiativen für Veränderungen entstehen zum Beispiel in Nachhaltigkeitsabteilungen. Unterschiedliche Interessenkonstellationen erfordern daher mitunter auch Lobbyarbeit innerhalb von Unternehmen und die Unterstützung von neuen Ansätzen der mittleren Unternehmensebene gegenüber der Vorstandsebene durch NRO. An den inneren Widersprüchen eines Unternehmens zu arbeiten kann sich mitunter als sehr sinnvoll erweisen.

Dafür ist es oft erforderlich, die – aus NRO-Sicht mitunter sehr fremde – Akteurslogik zu verstehen, um nächste Schritte zu identifizieren. Man muss sich diese Logik als NRO für eine Kooperation nicht zu eigen machen, aber es ist wichtig, die Begrenzungen der Handlungsmöglichkeiten zu verstehen, um Rahmenseetzungen zu identifizieren, die den Handlungsspielraum erweitern können.

Um als NRO hier die richtigen Entscheidungen treffen zu können, ist ein großes Maß an Transparenz wichtig. Unter anderem müssen NRO Einblick in die Governance-Strukturen eines Unternehmens haben, um verstehen zu können, auf welchem Wege Veränderungsprozesse im Unternehmen erfolgen können.

Für konkrete Kooperationen sollte eine NRO sich konkrete Kriterien setzen:

- a) Kooperation dort, wo es Interessenüberschneidungen gibt (gemeinsame Ziele oder Teilziele).
- b) Kooperation dort, wo man den Eindruck hat, bei Unternehmen etwas bewegen und verändern zu können. Eine NRO sollte nicht jegliche Art von Dialog führen: Ein zu allgemeiner und beliebiger Dialog könnte schnell zu Ressourcen- und Zeitverschwendung führen.
- c) eine zeitliche Befristung, innerhalb derer ein bestimmtes Ziel erreicht werden soll.

2.2 Ein wichtiges Kooperationsfeld sollte der Einsatz für verbesserte Rahmenseetzung sein

Viele Unternehmen und insbesondere Unternehmensverbände reagieren auf die NRO-Forderung nach Regulierung in der Regel negativ oder zumindest zurückhaltend. Dabei sprechen Unternehmen sich nicht gegen Rahmenseetzungen aus, in denen ihre eigenen Rechte gesichert werden, zum Beispiel in internationalen Investitionsabkommen. Wenn es um die Festschreibung von menschenrechtlichen, sozialen und ökologischen Standards geht, nimmt die Begeisterung jedoch deutlich ab.

Insbesondere Vorreiterunternehmen, die es mit der Umsetzung von höheren sozialen und ökologischen Standards wirklich ernst meinen, müssten eigentlich ein Interesse daran haben, diese Standards für alle verbindlich festzuschreiben. Dies würde das viel beschworene »level playing field« etablieren, das erforderlich ist, damit die willigen Unternehmen nicht auf Dauer die »Dummen« sind, weil sie in höhere Standards investieren, welche sich nicht immer direkt in einem Wettbewerbsvorteil auf dem Markt niederschlagen.

Insbesondere solche veränderungswilligen Unternehmen sollten sich für höhere Rahmenseetzung für alle Unternehmen einsetzen oder auch für eine Belohnung der Unternehmen mit höheren Standards (zum Beispiel durch soziale und ökologische Kriterien beim öffentlichen Beschaffungswesen). Dies würde die Machbarkeit von politischen Veränderungen erhöhen, denn gegen den gesamten Widerstand der Wirtschaft lässt sich eine neue Politik viel schwieriger durchsetzen als mit der Unterstützung progressiver Unternehmen.

2.3 Dialog und Kooperation dürfen die Kritikmöglichkeit nicht begrenzen

Die Beteiligung einer NRO in einem Dialogprozess mit einem oder mehreren Unternehmen oder die konkrete Kooperation in einem Entwicklungsprojekt darf nicht dazu führen, dass sie gegenüber diesem Unternehmen nicht mehr öffentlich kritisch auftreten darf. Zwar versteht es sich von selbst, dass Informationen aus einem vertraulichen Dialog nicht in öffentlichen Kampagnen gegen dasselbe Unternehmen genutzt werden dürfen. Die NRO muss jedoch weiterhin die Möglichkeit haben, kritische Punkte gegenüber einem Unternehmen zu adressieren. Falls es dabei Schwierigkeiten gibt, sollte die NRO erwägen, dies öffentlich zu machen und gegebenenfalls aus dem entsprechenden Prozess auszusteigen. Dies hat zum Beispiel die Kampagne für Saubere Kleidung (CCC) getan, die sich vor einigen Jahren aus dem Runden Tisch Verhaltenskodizes⁷ zurückgezogen hat. Unter anderem hat die CCC dies damit begründet, dass ein am Runden Tisch vertretenes Unternehmen – damals noch Karstadt-Quelle – sich bei der CCC über Aktionen vor den Warenhäusern des Unternehmens beschwerte. Man sei doch jetzt in einem Dialog, da müsse diese Konfrontation aufhören. Germanwatch ist während einer Kampagne gegen ein Unternehmen diesem gegenüber dialogbereit; Unternehmen können jedoch nicht erwarten, dass NRO wegen eines bestehenden Dialogs auf eine Kampagne verzichten, solange Probleme nicht gelöst sind.

2.4 Die Glaubwürdigkeit einer NRO muss gewahrt bleiben

Bei einer Kooperation mit einem Unternehmen sollte eine NRO sehr darauf achten, wie sie ihre Glaubwürdigkeit bewahren kann. Dafür sind unter anderem zwei Kriterien wichtig:

a) Eine konkrete Kooperation, gerade auch, wenn sie lukrativ für die NRO ist, darf nicht die eigenen politischen Ziele konterkarieren. Als Erläuterung soll hierfür ein Beispiel aus dem Umweltbereich dienen. So hatte ein Umweltverband vor einigen Jahren eine Kooperation

7 Der Runde Tisch Verhaltenskodizes ist ein deutscher Multistakeholder-Dialog zwischen Regierungsvertretern, NRO, Gewerkschaften und Stiftungen sowie von Unternehmen und Verbänden der Privatwirtschaft. Die Initiative dazu wurde im Jahr 2000 gestartet, um die Umsetzung von Arbeits- und Sozialstandards in Entwicklungsländern durch Verhaltenskodizes von Unternehmen (Codes of Conduct) zu verbessern.



Baumwollbäuerin aus Burkina Faso

mit dem Reiseanbieter LTU begonnen. Motto der Zusammenarbeit war: »Fliegen für den Regenwald«. Mit der LTU war ein Sponsoring vereinbart: Pro Passagier wollte die LTU einen Quadratmeter Regenwald schützen, das heißt, einen bestimmten Betrag pro Passagier für solche Schutzprojekte an die Organisation überweisen. Dem Passagier verhiess die Kooperation ein gutes Gewissen, obwohl der Beitrag der LTU für den Regenwald gegenüber den Umweltkosten ihrer Flüge verschwindend gering war (und eher noch Anreize für das Fliegen gesetzt hatte). Den Klimaschutzaktivitäten des Umweltverbandes hat diese Aktion einen Bärendienst erwiesen.

- b) Die NRO muss die eigene finanzielle Unabhängigkeit sicherstellen. Sie darf nicht abhängig werden vom Sponsoring oder von Spenden durch Unternehmen und auch nicht den Eindruck erwecken, sie wäre abhängig – einerseits, weil der finanzielle Beitrag eines Unternehmens zu groß ist, andererseits, weil die NRO ein bestimmtes Unternehmen nicht (mehr) kritisiert.

2.5 Eine gute Kommunikation über die Kooperation ist von zentraler Bedeutung

Die öffentliche Kommunikation über eine Kooperation sollte bestimmte Grundsätze berücksichtigen:

- a) Die gemeinsamen Ziele, auf die sich die Kooperation bezieht, sollten bindend vereinbart und transparent dargestellt werden. Nur in diesem Zusammenhang darf die Kooperation zitiert werden – sowohl von dem Unternehmen als auch von der NRO.
- b) Wie beide Seiten über die Kommunikation berichten dürfen, sollte gemeinsam vereinbart werden. Aus NRO-Sicht ist insbesondere die Nutzung des NRO-Logos von zentraler Bedeutung. Dabei kann es sich als sinnvoll

erweisen, dass ein Unternehmen sich nicht auf die NRO beziehen darf, sondern nur auf eine gemeinsame Kampagne. So hat Germanwatch vor einigen Jahren die Kampagne »Emission 55« mitinitiiert und unterstützt. Ziel war es, genügend Unterzeichnerstaaten zu gewinnen, damit das Kyoto-Protokoll in Kraft treten kann. Dafür war auch die Unterstützung von Unternehmen notwendig. Die Unternehmen durften sich allerdings nicht auf die NRO-Initiatoren der Kampagne beziehen, sondern sich nur als Unterstützer der Kampagne darstellen.

- c) Die Ergebnisse des Kooperationsprojektes, also möglichst eine Verbesserung einer bestimmten Situation, sollten gegenüber den Unterstützern einer NRO oder einer Kampagne und gegenüber der für ein Unternehmen relevanten Öffentlichkeit (die je nach Thema sehr verschieden sein kann) klar und transparent kommuniziert werden.

Cornelia Heydenreich ist Referentin für
Unternehmensverantwortung bei
Germanwatch e.V.

4C Association – Umsetzung sozialer und ökologischer Standards im Mainstream-Kaffeesektor

VON MELANIE RUTTEN-SÜLZ

Nachhaltigkeitsthemen gewinnen in der Kaffeebranche eine immer größere Bedeutung. Die 4C Association hat einen Standard entwickelt, der nachhaltige und transparente Produktionsmethoden auf breiter Ebene durchsetzen soll. Dieser Standard soll den Kaffeebauern gleichzeitig als Sprungbrett zu anspruchsvolleren Produktionsstandards dienen.

Die Kaffeebranche durchlebt derzeit einen tiefgreifenden Wandel: Anforderungen wie Nahrungsmittel- und Importsicherheit, Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der Produzenten sowie Transparenz gewinnen zunehmend an Bedeutung. Hinzu kommen die Auswirkungen des Klimawandels und damit die langfristige Sicherung des Kaffeeanbaus, was bereits heute berücksichtigt werden muss. Der gesamte Kaffeesektor wird dadurch immer komplexer, und es werden sich sowohl die Produktionsbedingungen als auch die gesetzlichen Vorschriften weiter verändern. Um den Herausforderungen der Zukunft zu begegnen, haben jetzt auch die Hersteller und Vermarkter von konventionellem Kaffee ein starkes Interesse daran, grundlegende Nachhaltigkeitskriterien zu entwickeln und umzusetzen.

Angeregt von der Kaffeekrise zu Beginn des 21. Jahrhunderts sowie von den Millenniumszielen der Vereinten Nationen wurde 2003 – auf Initiative der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) – die 4C Association als Public Private Partnership-Initiative gegründet. Führende Interessenvertreter der gesamten Kaffeebranche hatten sich dafür zusammengeschlossen. Die Gründung einer selbstständigen Organisation erfolgte 2006 als eine von ihren Mitgliedern geführte »Non-profit Association«.

Hauptsäulen der 4C Association sind ein Verhaltenskodex, Teilnahmeregeln für Handel und Industrie, Unterstützungsleistungen für Kaffeeproduzenten, ein Verifizierungssystem und partizipatorische Entscheidungsstrukturen. Das gemeinsame Ziel der Mitglieder: die ökonomischen, ökologischen und sozialen Rahmenbedingungen in der ganzen Produktionskette zu verbessern. Die Zahlen sprechen für den Erfolg dieses Systems: Zu Beginn des dritten Geschäftsjahrs umfasst die Produktionskapazität der »4C Units« in mehr als 20 Ländern insgesamt schon rund 9,6 Millionen Sack Rohkaffee.¹

1 Rohkaffee-Produktionskapazitäten der 4C-verifizierten »Units« (in Sack pro Region/Stand November 2009): Brasilien 5.562.417, Kolumbien 2.219.823, Vietnam 1.452.685, restliches Asien 82.794, Afrika 155.395, Zentralamerika 594.985.

So funktioniert die 4C Association

Die Mitgliedschaft in der 4C Association strukturiert sich in drei Kammern: Kaffeeproduzenten, Vertreter aus Kaffeehandel und -industrie sowie Organisationen der Zivilgesellschaft. Die drittelparitätische Struktur wird in allen 4C-Organen umgesetzt. Die Mitglieder der Kammern wählen ihre Vertreter jeweils separat in den 17-köpfigen Council, das zentrale Organ der 4C Association. Der Council wiederum bestimmt einen fünfköpfigen geschäftsführenden Vorstand. Dieser demokratische Aufbau gewährleistet, dass die Entscheidungsträger der Kontrolle der Mitglieder unterstehen und dass die Mitglieder der verschiedenen Gruppen zu gleichen Teilen an der Aufsicht der Organisation beteiligt werden.

Die 4C Association finanziert sich durch Mitgliedsbeiträge und (in geringerem Umfang) öffentliche Zuwendungen. Dabei sind die Mitgliedsbeiträge nach Kammerzugehörigkeit gestaffelt, sodass jene der Industrie um ein Vielfaches über den Beiträgen der Produzenten liegen.

Mitglieder aus der Industrie verpflichten sich dazu, steigende Mengen 4C-konformen Kaffees zu kaufen. Das hilft ihnen, diesen Kaffee stufenweise in ihre Produktpalette zu integrieren. Als »Business-to-Business«-Konzept passt der 4C-Nachhaltigkeitsansatz perfekt zu den etablierten Marken der Industrie, denn er zielt darauf ab, das ganze Unternehmen nachhaltig auszurichten und nicht einzelne, etikettierte Produkte.

Der 4C-Standard – Basisnachhaltigkeit für konventionellen Kaffee

Die 4C Association will mit ihrem für alle Mitglieder verbindlichen Verhaltenskodex, dem *Common Code for the Coffee Community* (= 4C) grundlegende Kriterien für die nachhaltige Produktion, Verarbeitung und den Handel von Rohkaffee schaffen.

Um dieses Ziel zu erreichen, sind im Kodex zunächst zehn sogenannte »Ausschlusspraktiken« festgelegt – dies sind Praktiken, die als inakzeptabel gelten und deren Anwendung von den 4C-Mitgliedern unbedingt vermieden werden muss. Daneben definiert der Kodex 28 »Grundlegende Nachhaltigkeitspraktiken« – Kriterien für die nachhaltige Produktion, Verarbeitung und den Handel von Kaffee –, die als Grundlage eines kontinuierlichen Verbesse-

rungsprozesses entlang der kompletten Kaffeeckeite dienen sollen. Mit diesem Kodex hilft die 4C Association Kaffeeproduzenten – insbesondere Kleinbauern und ihren Handelspartnern –, ein Mindestmaß ökonomischer, ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit zu erreichen. Haben die 4C-Mitglieder einmal das grundlegende Nachhaltigkeitsniveau erreicht, fällt es ihnen anschließend leichter, anspruchsvollere Zertifizierungsstandards zu erzielen.

Der 4C-Prozess soll auch dazu führen, das Bewusstsein für die soziale Verantwortung der Unternehmen (Corporate Social Responsibility, CSR) und nachhaltiges Wirtschaften (Corporate Sustainability, CS) zu schärfen. Zwar sucht der durchschnittliche Verbraucher nicht zwangsläufig nach zertifizierten Markenprodukten; trotzdem erwarten

Konsumenten heutzutage von den Herstellern, mit »No-worry-Produkten« versorgt zu werden – Produkte, die unter unbedenklichen Bedingungen hergestellt wurden und gleichzeitig eine gute Qualität haben.

Schließlich möchte niemand hören, mit seinem Kauf Kinderarbeit, Zwangsvertreibungen oder den Einsatz verbotener Chemikalien unterstützt zu haben. Auch die Handelsketten verlangen zunehmend nach Garantien für die verantwortungsvolle Herstellung der Waren, die sie vertreiben. Deshalb spielt die Förderung von angemessenen Gesundheits-, Arbeits- und Sicherheitsstandards in der ganzen Produktionskette eine zentrale Rolle im Qualitäts- und Nachhaltigkeitsverständnis der 4C Association.

Kaffeepflückerin in Nicaragua





Kaffeeproduzent in Costa Rica

Die unabhängige 4C-Verifizierung – Glaubwürdige Prüfung der Einhaltung des 4C-Standards

Durch einen Verifizierungsprozess wird die Einhaltung der grundlegenden Nachhaltigkeitsstandards geprüft. Neben dem Ausschluss aller zehn »nicht akzeptablen Praktiken« muss in den 28 weiteren Kriterien ein Mindestmaß an Nachhaltigkeit erreicht werden, um die Verifizierung erfolgreich zu bestehen. Sie werden jeweils in drei Kategorien eingestuft: »unerwünscht«, »akzeptabel« und »wünschenswert«. Alle 4C-Verifizierungen werden von unabhängigen Zertifizierungsorganisationen ausgeführt. Diese müssen zuvor erfolgreich das 4C-Verifizierungstraining absolviert haben und nach ISO (International Organization for Standardization) Guide 65² akkreditiert sein.

Bestätigt der unabhängige Gutachter während der Verifizierung den Ausschluss der nicht akzeptablen Praktiken sowie durchschnittlich das Erreichen des Grades »akzeptabel« in den 28 Kriterien, ist die 4C Unit erfolgreich verifiziert. Die 4C Unit darf sodann ihren Kaffee als »4C-konformen Kaffee« handeln.

Für Produzenten ist die Verifizierung gratis: Die 4C Association trägt die Kosten – hauptsächlich über die Beiträge der Mitglieder aus Handel und Industrie.

2 ISO 65 ist die weltweit akzeptierte Akkreditierungsnorm für Zertifizierungsorganisationen.

4C Units – Lieferanten des 4C-konformen Kaffees

Ein Credo der 4C Association ist, dass Nachhaltigkeit nicht allein in der Verantwortung der Kaffeebauern liegen darf. Stattdessen müssen alle Beteiligten innerhalb der ganzen Produktionskette zusammenarbeiten und ihre Kräfte bündeln, um eine durchgehend nachhaltige Kaffeekeette zu verwirklichen. Daher erfolgen die 4C-Verifizierungen auf der Basis von 4C Units. Produzenten, Transporteure, Waredepots, Zwischenhändler und sogar Röster können eine solche Unit gründen. Sie kann also an jedem Abschnitt der Produktionskette etabliert werden. Die einzige Vorgabe ist, dass die 4C Units in den Kaffee produzierenden Ländern verortet sein müssen.

Das Management der 4C Unit übernimmt die Verantwortung und koordiniert die Umsetzung der 4C-Kriterien in den Teilgesellschaften der Gruppe. Dieses System erlaubt es der 4C Association, Kleinbetriebe aus den unterschiedlichsten Bereichen anzusprechen und einzubinden, die andernfalls vielleicht keinen Zugang zum Markt für nachhaltigen Kaffee hätten.

Lebensbedingungen verbessern

Mithilfe ihres globalen Netzwerks arbeitet die 4C Association daran, weltweit die Lebens- und Arbeitsbedingungen von Kaffeebauern zu verbessern. Dies geschieht in Form von

Trainings, Train-the-Trainer-Workshops und Seminaren für Verifizierer oder durch die Bereitstellung von Best-Practice-Handbüchern, Software oder weiteren Hilfsmitteln, die die Arbeit der 4C Units erleichtern.

Sämtliche Workshops und Hilfsmittel sind für die Kaffeebauern kostenlos, da sie, wie die Verifizierung, größtenteils durch die Mitgliedsbeiträge aus Handel und Industrie finanziert werden: 30 Prozent der Mitgliedsbeiträge der Industrie und 50 bis 70 Prozent derjenigen der Zwischenhändler fließen direkt in das Budget der »4C Support Services« – Unterstützungsmaßnahmen für die Kaffeebauern.

Eine Besonderheit im 4C-System ist, dass 4C-Mitglieder einen Teil ihrer Mitgliedsbeiträge auch in Form von eigens entwickelten Hilfsmitteln einbringen können. Bei der sogenannten »in-kind support contribution« gehen beispielsweise Software, Handbücher oder Ähnliches in das Eigentum der 4C Association über und stehen dann allen Mitgliedern frei zur Verfügung. Auf diese Weise unterstützen die Handels- und Industriemitglieder nicht nur ihre direkten Lieferanten, sondern fördern auch den Wissenstransfer innerhalb der Association.

Bislang konnte die 4C Association den 4C Units Abrechnungs- und Traceability-Software, Internetkurse und Bilddokumentationen zu nachhaltigem Kaffeeanbau, Training zu Kompostierung und zur Anpflanzung von Schattenbäumen sowie Anleitungen zu Themen wie Arbeitsbedingungen, Biodiversität, Handhabung und Anwendung von Chemikalien zur Verfügung stellen.

Business-to-Business-Konzept ohne Label

Als Business-to-Business-Konzept passt der 4C-Standard perfekt zu den etablierten Marken der Industrie, da er darauf abzielt, das Unternehmen als solches und nicht ein einzelnes, etikettiertes Produkt zu verbessern. Daher gibt es auch kein Siegel auf Kaffeepackungen, das ein Produktversprechen impliziert.

Stattdessen können 4C-Mitglieder in Form einer Mitgliedschaftserklärung ein deutliches Zeichen dafür setzen, dass sie sich an die Regeln und die Philosophie der 4C Association gebunden fühlen. Hersteller von Röstkaffee, die sich zur Einhaltung des 4C-Standards verpflichtet haben, können daher zum Beispiel auf Kaffeepackungen einen Hinweis auf ihr Engagement abdrucken. Da der Hinweis nicht die Form eines Labels hat und kein Produktverspre-

chen ist, darf die Mitgliedschaftserklärung unabhängig vom Anteil des 4C-konformen Kaffees in einer Packung auf der gesamten Produktpalette angebracht werden. Auf diese Weise sorgt die 4C Association für maximale Aufmerksamkeit für das Engagement ihrer Mitglieder und stellt gleichzeitig sicher, dass bei Konsumenten keine falschen Produkterwartungen erzeugt werden. Abgesehen von den strengen Richtlinien für Kaffeepackungen können 4C-Mitglieder das 4C-Logo in ihrer gesamten Unternehmenskommunikation, also beispielsweise in Publikationen, Broschüren und auf Internetseiten, verwenden.

Der 4C-Standard und andere Zertifizierungsstandards

Beginnend mit der Fairtrade-Bewegung in den 1970er Jahren erlebt die Kaffeebranche die Entwicklung einer beträchtlichen Anzahl verschiedener Standards. Dieses Phänomen führt einerseits zu einem steigenden Nachhaltigkeitsbewusstsein, andererseits erzeugt die Standardvielfalt mehrfache Belastungen für Kaffeeproduzenten: Um konkurrenzfähig zu sein und zertifizierten Kaffee unterschiedlicher Qualität anbieten zu können, müssen diese mehrfach Audits durchführen. Diese sind mit hohem Zeit- und meistens auch Kostenaufwand verbunden, den viele Produzenten, darunter vor allem Kleinbauern, nicht leisten können.

Genau dort setzt die 4C Association an: Der 4C-Standard wurde als Basisstandard für die Kaffeeproduktion konzipiert und ist daher als Ergänzung zu anspruchsvollen Standards zu verstehen.

Der erste Standard-Abgleich (das heißt Benchmarking) wurde Mitte 2008 mit der Rainforest Alliance erzielt. Zertifizierte Kaffeefarmen mit SAN-Standard (Sustainable Agricultural Network der Rainforest Alliance) können nun eine 4C-Lizenz ohne Zusatzkosten oder zusätzliche Verifizierung beantragen; sie können durch das Benchmarking jetzt also ohne großen Aufwand ihren Kaffee als »4C-konformen Kaffee« verkaufen und haben so eine zusätzliche, hervorragende Vermarktungsmöglichkeit.

Da der SAN-Standard der Rainforest Alliance anspruchsvoller ist als der Basisstandard der 4C Association, gilt das Benchmarking nicht umgekehrt, und Inhaber der 4C-Lizenz müssen selbstverständlich weitere Auflagen erfüllen, um eine Zertifizierung der Rainforest Alliance zu erhalten.

Leistungsabgleiche zwischen den Standards sind Meilensteine auf dem Weg zu einer branchenweiten Nachhaltigkeit und bedeuten konkrete Systemverbesserungen, denn sie senken die mit Mehrfachzertifizierungen verbundenen Kosten. Von dieser Effizienzsteigerung profitieren jedoch nicht nur die Kaffeebauern; das Benchmarking spart zugleich Ressourcen auf der Seite der 4C-Verifizierung: Weil Mehrfachverifizierung vermieden wird, kann sich die 4C Association auf die Unterstützung und Verifizierung jener Kleinproduzenten konzentrieren, die noch keinem Standard genügen – und genau diese Kaffeebauern stellen die große Masse der Kaffeeproduzenten dar. Aus diesem Grund arbeitet die 4C Association mit Hochdruck an weiteren Standardabgleichen.

Fazit

Die 4C Association bietet dem Kaffeesektor die einmalige Gelegenheit, in selbstbestimmter Weise einen Nachhaltigkeitsstandard gemeinsam durchzusetzen – und zwar im breiten Kaffeesektor des Massenmarktes, den die anderen Siegel nicht erreichen. Ein Standard, der erreichbar und erfüllbar ist, neutral und unparteiisch. Gleichzeitig kann er durch seine Ausrichtung auf kontinuierliche Verbesserungsprozesse als Einstieg und Basis für all jene dienen, die sich höhere und ambitioniertere Ziele auf dem Weg zu globaler Nachhaltigkeit setzen.

Melanie Rutten-Sülz ist Geschäftsführerin der 4C Association.

»Cotton made in Afrika«: Chancen und Herausforderungen einer Public Private Partnership

VON ROGER PELTZER

Zehn bis 15 Prozent der weltweit gehandelten Baumwolle kommt aus Subsahara-Afrika, dem drittgrößten Baumwoll-exporteur nach den USA und Zentralasien. Neben Kaffee und Kakao ist die Naturfaser eines der wichtigsten landwirtschaftlichen Exportgüter des afrikanischen Kontinents. 20 Millionen Menschen sind in Subsahara-Afrika vom Baumwollanbau abhängig, der fast ausschließlich von Kleinbauern betrieben wird. Baumwolle kann deshalb bei der Bekämpfung der Armut in Afrika eine Schlüsselrolle spielen.

Die Initiative »Cotton made in Africa« (CmiA) ist derzeit eines der größten Public Private Partnership (PPP)-Projekte der deutschen Entwicklungszusammenarbeit. Ihr Ziel ist es, gemeinsam mit Partnern aus der Wirtschaft, dem öffentlichen Sektor sowie Nichtregierungsorganisationen (NRO) den ökologisch und sozial verträglichen sowie ökonomisch verantwortlichen Anbau von Baumwolle in Afrika zu fördern. So sollen die Lebensbedingungen von mehr als 250.000 Kleinbauern und ihren Familien verbessert werden.

Das Projekt geht auf die Initiative der Aid by Trade Foundation (AbTF) in Hamburg zurück, die 2005 vom Hamburger Unternehmer und Aufsichtsratsvorsitzenden der Otto-Gruppe, Dr. Michael Otto, gegründet wurde. Die Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) und die Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG) haben die Aid by Trade Foundation mit afrikanischen Baumwollgesellschaften zusammengebracht, ohne deren Mitwirkung die Realisierung von »Cotton made in Africa« nicht möglich gewesen wäre. Ebenso wie die Bill & Melinda Gates Foundation (BMGF), die das Projekt seit Ende 2008 unterstützt, stellen GTZ und DEG erhebliche Mittel der Bundesregierung bereit, um »Cotton made in Africa« in der Aufbauphase zu unterstützen.

Wie sieht dieses Zusammenspiel zwischen zivilgesellschaftlichen, öffentlichen und privaten/unternehmerischen Interessen aus?

Das »Cotton made in Africa«-Modell

Der Grundansatz von »Cotton made in Africa« besteht zunächst darin, dass den Kleinbauern in Afrika die Herstellung von Baumwolle unter ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Nachhaltigkeitskriterien ermöglicht werden soll. Es gibt Ausschlusskriterien, wie zum Beispiel den Einsatz unzumutbarer Kinderarbeit (»worst forms of child labour«) oder den Baumwollanbau in ausgewiesenen Natur-

schutzgebieten. Außerdem verpflichten sich die Baumwollgesellschaften, die mit ihnen zusammenarbeitenden Baumwollbauern schrittweise an eine ökologisch, wirtschaftlich und sozial nachhaltigere Baumwollproduktion heranzuführen. Dies beinhaltet unter anderem die schrittweise Verringerung des Einsatzes von Pestiziden und die Erhöhung der Bodenfruchtbarkeit durch den Einsatz von organischem Dünger. Im Rahmen einer unabhängigen »Third Party«-Verifizierung werden die Einhaltung der Ausschlusskriterien und die schrittweise Einführung der Nachhaltigkeitskriterien regelmäßig überprüft. Im Gegenzug für die Teilnahme am CmiA-Prozess werden die Bauern über vier Jahre durch intensive Schulungen und die Bereitstellung von Krediten unterstützt. GTZ und DEG greifen dazu auf Mittel der Gates-Stiftung und des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) zurück.

Auf der Vermarktungsseite wird die so nachhaltig produzierte Baumwolle unter dem Label »Cotton made in Africa« verkauft. Inhaber des Labels ist die gemeinnützige Aid by Trade Foundation, die interessierten Einzelhändlern die Nutzung des Labels für eine Lizenzgebühr von durchschnittlich zwölf Cent pro Stück überlässt. Aus der Lizenzgebühr finanziert die Stiftung zunächst ihren eigenen Vermarktungsaufwand, dann die »Hang Tags«, mit denen dem Verbraucher deutlich gemacht wird, dass er ein Kleidungsstück von »Cotton made in Africa« kauft (Kosten: vier Cent/Stück) sowie ab 2010 Projekte im Bereich der Grundschulbildung und der Erwachsenen-Alphabetisierung in den Baumwollanbauregionen von CmiA. Dafür steht zunächst circa ein Cent/Stück zur Verfügung. Ab 2012/2013 soll sich »Cotton made in Africa« so stark entwickelt haben, dass den beteiligten Bauern zusätzlich eine Dividende ausbezahlt werden kann, die es ihnen erlaubt, ihr Einkommen um zehn bis 15 Prozent zu steigern. Dafür werden dann circa 50 Prozent der Nettolizenzentnahmen von acht Cent/Stück zur Verfügung stehen.

Erfolgskriterien von »Cotton made in Africa«

Das wesentliche Erfolgskriterium für »Cotton made in Africa« ist, dass die Aid by Trade Foundation als Eigentümer des Labels »Cotton made in Africa«, nicht mehr auf externe Zuschüsse angewiesen ist. Sie sollte dann in der Lage sein, die Kosten der Vermarktung und Verifizierung selbst zu tra-

gen. Und dann sollte noch genug Geld übrig sein, um eine substanzielle Dividende an die Bauern auszuschütten.

Die Benchmark hierfür sind circa 60 Millionen verkaufte Kleidungsstücke. Dieses Ziel sollte im Jahr 2013 erreicht werden. 2009 wurden bereits sechs Millionen Textilien umgesetzt, für das kommende Jahr sind 13 Millionen Kleidungsstücke avisiert. Allerdings ist »Cotton made in Africa« bisher zu 90 Prozent ein deutsches Produkt, das überwiegend von einigen Unternehmen wie Tchibo, der Otto-Gruppe, Rewe und Puma getragen wird. Während sich die Marketing-Erfolge in Deutschland sehen lassen können – der faire Handel setzte 2009 einige Hunderttausend Textilien um –, steht »Cotton made in Africa« noch vor der Herausforderung, auch in ausländischen Märkten wie Großbritannien, Frankreich oder den USA substanzielle Marktanteile zu gewinnen.

Die kommenden zwei bis drei Jahre werden zeigen, ob es »Cotton made in Africa« gelingt, sich als Mainstream-Produkt an den internationalen Märkten durchzusetzen. Die Herausforderung ist groß.

Die CmiA-Stakeholder-Community und ihre Beiträge zum Projekterfolg

1. Die Privaten

Die privaten Partner bei CmiA sind der textile Einzelhandel und dort insbesondere die Otto-Gruppe sowie die Baumwollgesellschaften in den sieben afrikanischen Ländern Benin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Malawi, Mosambik, Sambia und Malawi.

Die privaten Partner beteiligen sich finanziell mit eigenen Leistungen in »cash« und in »kind«. Wichtiger ist

Baumwollpflückerinnen im südlichen Afrika



aber, dass die Otto-Gruppe für das Marketing und die Logistik ein Team ausgewiesener und erfahrener Fachleute zur Verfügung stellt, die sich zudem auf die weltweiten Verbindungen des Konzerns stützen können. Dieses Know-how und die damit verbundenen Netzwerke sind für den Erfolg von »Cotton made in Africa« entscheidend und praktisch unbezahlbar.

Bei den Baumwollgesellschaften in den afrikanischen Ländern handelt es sich ebenfalls um private Unternehmen, die sich entweder im Besitz lokaler Investoren befinden oder zu international tätigen Baumwollhandelsgesellschaften gehören. Die Baumwollgesellschaften stellen den Bauern Saatgut, Düngemittel, Infrastruktur und Beratung zur Verfügung und kaufen die Saatbaumwolle, die sie dann in ihren Entkörnungsanlagen zu Baumwollballen für den Export verarbeiten. Die Baumwollgesellschaften unterhalten ein ausgedehntes Netz landwirtschaftlicher Berater, auf die sich »Cotton made in Africa« bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitskriterien und der Programme zur Produktivitätssteigerung stützen kann. Die Baumwollgesellschaften sind Garant dafür, dass »Cotton made in Africa« effizient und kostengünstig in der Fläche mit Hunderttausenden Bauern umgesetzt werden kann.

2. Die öffentlichen Geber

GTZ und DEG wie auch die Bill & Melinda Gates Foundation stellen für »Cotton made in Africa« die Anschubfinanzierung zur Verfügung. Diese umfasste von 2006 bis 2009 Zuschüsse zum Aufbau der Vermarktungsstrukturen bei der Aid by Trade Foundation, die Konzipierung und den Aufbau eines glaubwürdigen »Third Party«-Verifizierungssystems sowie einer unabhängigen Wirkungsbeobachtung. Der Großteil der öffentlichen Zuschussmittel (circa 80 Prozent) wird allerdings für die direkte Förderung der Bauern in Afrika aufgewendet (Trainings, Kredite et cetera). Die öffentlichen Zuschüsse sollen Ende 2012 auslaufen. GTZ und DEG müssen gemäß ihrem Selbstverständnis dafür Sorge tragen, dass die öffentlichen Mittel so verwendet werden, dass es zu einem angemessenen Interessenausgleich zwischen öffentlichen Zielen und privaten Interessen kommt.

3. Die Nichtregierungsorganisationen

Für die beteiligten NRO stehen vor allem Nachhaltigkeitskriterien im Vordergrund. So sollen der Einsatz von Pestiziden verringert und die Bodenerosion gestoppt werden. Ein

»heißes Eisen« ist für die NRO die Thematik der Gen-Baumwolle. Sie haben durchgesetzt, dass es bei »Cotton made in Africa« ein dreijähriges Moratorium für gentechnisch veränderte (GMO-)Baumwolle gibt.

Auch Transparenz ist den NRO wichtig: Sie setzen sich dafür ein, dass »Cotton made in Africa« mit Blick auf die Standards, die öffentliche Beteiligung und die »Governance« der international geltenden Benchmark, das heißt dem *ISEAL-Standard*, genügt. Zudem ist es für Partner wie die Welthungerhilfe wichtig, dass im Rahmen von »Cotton made in Africa« auch Projekte im Bildungssektor auf den Weg gebracht werden, um die Lage der Kleinbauern und ihrer Familien langfristig finanziell zu verbessern.

Interessenlage der CmiA-Stakeholder

Für alle Beteiligten gilt, dass ein hohes Maß an sozialer Verantwortung die Basis ihres Engagements bei »Cotton made in Africa« ist. Über diesem tragenden Grundmotiv darf aber nicht vergessen werden, dass die verschiedenen Stakeholder neben übereinstimmenden auch durchaus unterschiedliche Interessen haben.

So müssen die privaten Unternehmen, wollen sie sich dauerhaft am Markt behaupten, in einer Wettbewerbsgesellschaft Gewinne erwirtschaften. NRO wiederum werden nur dann Spendenaufkommen und ihre Existenzberechtigung begründen können, wenn ihre Tätigkeit öffentliche Aufmerksamkeit und Anerkennung findet. Von öffentlichen Institutionen erwartet der Steuerzahler, dass sie sorgfältig mit seinem Geld umgehen, reale Entwicklungserfolge sicherstellen und nicht im Zweifelsfall die Gewinne privater Anteilseigner subventionieren. Vor diesem Hintergrund macht es Sinn, die Interessenlage der verschiedenen Beteiligten am CmiA-Prozess zu analysieren.

1. Der textile Einzelhandel und die Otto-Gruppe

Für den textilen Einzelhandel gibt es im Wesentlichen drei Motive, sich an »Cotton made in Africa« oder anderen nachhaltigen textilen Labeln zu beteiligen. Das erste und wichtigste Motiv ist die **Vermeidung von Imagerisiken**. Aufsehenerregende Berichte über die untragbaren Arbeitsbedingungen in der usbekischen Baumwollproduktion sowie die damit verbundenen ökologischen Folgeschäden haben in den letzten Jahren vor allem den britischen Einzelhandel hart getroffen. In Deutschland hat diese Diskussion

keine große Rolle gespielt. Dennoch ist es für Unternehmen wie die Rewe-Gruppe wichtig, im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsstrategie Transparenz über die gesamte Lieferkette herzustellen und zu gewährleisten, dass alle wichtigen Verkaufsprodukte unter akzeptablen ökologischen und sozialen Standards hergestellt werden.

Im hart umkämpften Textilmarkt spielt zudem **Markendifferenzierung** eine gewichtige Rolle. Mit einem Nachhaltigkeitslabel wie »Cotton made in Africa« kann man sich erfolgreich von Teilen der Konkurrenz absetzen und Marktanteile verteidigen oder dazugewinnen.

Letztendlich muss auch der Handel in Bezug auf das **»Sourcing«** in langfristigen Kategorien denken – nämlich, wie über die nächsten Jahrzehnte hinaus die Lieferung des gefragten Rohstoffs Baumwolle unter nachhaltigen Kriterien sichergestellt werden kann. Da damit zu rechnen ist, dass die Baumwollproduktion in den USA weiter zurückgeht und China zunehmend nur noch für den Eigenbedarf produziert, gewinnt Afrika als Kontinent mit strategischen Produktionsreserven verstärkt an Bedeutung.

Die Gewinnorientierung der privaten Partner im textilen Einzelhandel birgt aber auch Risiken. Da sie die Lizenzgebühr gegebenenfalls nicht auf den Preis aufschlagen können, sondern in ihrer Kalkulation unterbringen müssen, werden sie bestrebt sein, diese möglichst niedrig zu halten. Das beeinträchtigt die Möglichkeit für »Cotton made in Africa«, Dividenden an die Bauern auszuschütten. Ein Teil des Einzelhandels wird auch versucht sein, von »Cotton made in Africa« wie auch von anderen sozialen Labels nur symbolische Mengen in die Kataloge zu nehmen, um im jährlichen Corporate-Social-Responsibility (CSR)-Bericht damit punkten zu können. Sinn von »Cotton made in Africa« ist es dagegen, ein **Mainstream-Produkt** zu werden. Der beteiligte Handel wird sich deshalb daran messen lassen müssen, ob er signifikante Prozentsätze (zum Beispiel 15 bis 20 Prozent) von CmiA in sein Sortiment aufnimmt.

2. Baumwollgesellschaften

Für die beteiligten Baumwollgesellschaften ist der Nutzen von »Cotton made in Africa« ein doppelter. Die begleitenden Programme zu Produktivitätssteigerung für die Bauern sollen den Entkörnungsanlagen eine höhere Auslastung sichern, was für ihre Rentabilität entscheidend ist. Außerdem ist absehbar, dass das Kriterium der Nachhaltigkeit mittel- und langfristig auch beim Verkauf sogenannter Commoditys



Textilfabrik in der Türkei

immer mehr an Bedeutung gewinnt. »Cotton made in Africa« erlaubt es den Baumwollgesellschaften somit, sich frühzeitig auf diesen Trend einzustellen und sich ihrerseits gegen Imagorisiken abzusichern.

Aber auch in der Vertragsgestaltung mit den privaten Baumwollgesellschaften ist sorgfältig auf die Eingrenzung von Risiken zu achten, die eine privatwirtschaftliche Rentabilitätsdynamik mit sich bringen kann. So ist eine gründliche unabhängige Überwachung der technischen und sozialen Standards in den Produktionsanlagen der Partner si-



cherzustellen. Für den Fall, dass Baumwollgesellschaften ihren Eigentümer wechseln oder in Konkurs gehen – was im krisenbehafteten Baumwollsektor der letzten Jahre mehrfach der Fall war –, sind, soweit möglich, vertragliche Vereinbarungen zu treffen, dass die Kleinbauernprogramme auch in einem solchen Umfeld erfolgreich weitergeführt werden können und nicht abrupt abgebrochen werden müssen.

3. Interessenlage der NRO

NRO bietet die Mitwirkung an »Cotton made in Africa« die Chance, pro-aktiv einen Standard mitzugestalten, der die Lebensverhältnisse Hunderttausender Bauern in Afrika nachhaltig beeinflusst. Auf der anderen Seite müssen die NRO den Erwartungen einer breiten Öffentlichkeit gerecht werden, die sich zum Teil nur schwer mit der Lebensrealität vieler afrikanischer Kleinbauern in Übereinstimmung bringen lassen.

So stößt sich die Forderung nach einem uneingeschränkten Verbot von Kinderarbeit an der Tatsache, dass Kinder in Afrika üblicherweise bei der Ernte oder beim Jäten von Unkraut im elterlichen Familienbetrieb mithelfen. Dies ist auch gemäß den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) erlaubt, die im bäuerlichen Familienbetrieb nur solche Arbeiten für Kinder ausschließt, die deren leibliches oder seelisches Wohl beeinträchtigen. Dazu gehören zum Beispiel das Tragen schwerer Lasten oder das Spritzen der Baumwollfelder mit giftigen Pestiziden. »Cotton made in Africa« schließt denn auch die Mithilfe von Kindern im elterlichen Betrieb nicht aus, versucht aber gleichzeitig, den Schulbesuch der Kinder nachdrücklich zu fördern.

Ein anderer kritischer Punkt des öffentlichen Diskurses ist der Einsatz von GMO-Baumwolle. Diese hat sich zwischenzeitlich in den USA, in Indien, in China oder auch in Brasilien weitgehend durchgesetzt. Über 50 Prozent der Baumwollkleider, die der deutsche Konsument trägt, dürften mittlerweile aus GMO-Baumwolle hergestellt sein. Dies gilt vermutlich auch für einen Teil der Bio-Baumwolle, die überwiegend aus Indien kommt.

Dennoch erwarten die kritische Öffentlichkeit und mit ihr ein Teil der NRO, dass »Cotton made in Africa« GMO-frei bleibt. Das Kuratorium der Aid by Trade Foundation hat dieser Erwartung durch ein dreijähriges Moratorium Rechnung getragen.

In Afrika selbst wird die GMO-Baumwolle dagegen bei den Bauern zunehmend beliebter. Der erste Großeinsatz in Burkina Faso scheint zu zeigen, dass mit GMO-Baumwolle um 25 Prozent höhere Erträge erzielt werden können. Viele afrikanische Bauern erwarten nun von ihren Regierungen, dass sie nachziehen und GMO ebenfalls freigeben. Das Thema wird deshalb in der Stakeholder-Community von »Cotton Made in Africa« noch für lebhaftes Diskussionsmaterial sorgen.

4. Die Rolle öffentlicher Institutionen wie GTZ und DEG

Neben der Anschubfinanzierung garantieren die öffentlichen Institutionen wie GTZ und DEG die Sicherung öffentlicher Interessen innerhalb der komplexen Struktur des Zusammenwirkens der privaten, zivilgesellschaftlichen und öffentlichen Partner. So schauen sie sich sehr genau die wirtschaftliche und finanzielle Lage der Baumwollgesellschaften in Afrika an, mit denen zusammengearbeitet werden soll. Eine langfristige PPP-Allianz ist nur mit solchen Partnern Erfolg versprechend, die über eine ausreichende finanzielle Substanz verfügen.

Ein anderer Bereich ist die Verwendungskontrolle der öffentlichen Mittel und eine präzise Ausgestaltung und Überwachung der Verträge dahin gehend, dass die privaten Partner die zugesagten Eigenleistungen auch tatsächlich erbringen. GTZ und DEG kommt zusätzlich die Aufgabe zu, im Falle von Eigentümer- oder Partnerwechsel sicherzustellen, dass der Erfolg des Programms nicht gefährdet wird.

Die öffentlichen Institutionen haben darüber hinaus des Öfteren eine Mittlerfunktion in dem Sinne, dass sie den privaten Akteuren die Sicht der NRO verdeutlichen und diesen umgekehrt auch Standpunkte der privaten Unternehmer vergegenwärtigen (wie etwa im Bereich von GMO).

Fazit

Als Ergebnis ist erstens festzuhalten, dass eine Public Private Partnership kein Selbstläufer ist, sondern eines äußerst sorgfältigen Managements der Interessenlage aller Beteiligten bedarf. Den öffentlichen (»Public«) Institutionen wird dabei insofern eine wichtige Rolle zuteil, als privates Engagement allein noch kein Garant für eine erfolgreiche Projektverwirklichung ist. »Cotton made in Africa« ist ein freiwilliger Öko- und Sozialstandard, in dessen Weiterentwicklung alle Beteiligten noch viel Esprit, Diskussionen und Anstrengungen investieren müssen. Ideal wäre es sicherlich, wenn die öffentliche Hand am Ende dafür sorgen würde, dass der CmiA-Standard für die öffentliche Beschaffung zu einem Muss wird. Nur durch entsprechende staatliche Rahmenbedingungen werden sich solche freiwilligen Standards auch auf Dauer nachhaltig sichern lassen.

Allerdings trägt das Projekt »Cotton made in Africa« schon jetzt in erheblichem Umfang dazu bei, die Stellung der afrikanischen Baumwolle auf dem Weltmarkt nachhaltig zu stärken, das Einkommen der mitarbeitenden Bauern zu erhöhen und Standards der Nachhaltigkeit in der kleinbäuerlichen Produktion Afrikas zu verankern.

Roger Peltzer ist Prokurist bei der DEG und Mitglied des Beirats der Aid by Trade Foundation.

Fairer Handel als entwicklungspolitisches Modell

VON ANTJE EDLER

Fairer Handel ist beides zugleich: Wirtschaftsakteur und Zivilgesellschaft. Was den Fairen Handel tatsächlich als entwicklungspolitisches Modell ausmacht, hat die internationale Fair-Handels-Bewegung definiert. Neuerdings gibt es einen zunehmenden Trend im Fairen Handel, die Kooperation mit zivilgesellschaftlichen und entwicklungspolitischen Akteuren wieder zu stärken. Themen und Anknüpfungspunkte hierfür gibt es viele.

Fast 40 Jahre Fairer Handel in Deutschland

Eine Bewegung entsteht: Von Aktionsgruppen und Weltläden

In Deutschland entstand die Fair-Handels-Bewegung aus Protestaktionen gegen wachsende Ungerechtigkeit im Weltmarkt. Vor allem die konfessionellen Jugendverbände Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Deutschland (aej) und Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ) initiierten 1970 in 70 Städten »Hungermärsche« und mobilisierten dafür 30.000 Teilnehmer. Aus Kritik an der offiziellen Entwicklungspolitik heraus gründeten sie die »Aktion Dritte Welt Handel« mit dem Ziel, politische Bewusstseinsbildung zu betreiben. Das Motto hieß »Lernen durch Handeln«.

In den Folgejahren boten immer mehr Aktionsgruppen auf Märkten, Basaren oder nach Gottesdiensten fair gehandelte Produkte an. Die ersten »Dritte-Welt-Läden« in Deutschland entstanden. Heute gibt es über 800 Weltläden und mehrere Tausend Aktionsgruppen. In ihnen engagieren sich mehr als 50.000 Menschen ehrenamtlich – und bilden damit die größte und aktivste entwicklungspolitische Bewegung in Deutschland.

Fair-Handels-Importorganisationen im Entstehen

Um den Warenimport zu erleichtern, nahmen zu Beginn der 1970er Jahre die ersten Importorganisationen ihre Arbeit auf. 1973 entstand als Tochter der niederländischen Stiftung S.O.S. die »Gesellschaft für Handel mit der Dritten Welt«. Zwei Jahre später ging daraus die GEPA hervor, gegründet von den Gesellschaftern der Aktion Dritte Welt Handel, des Weltladen-Dachverbands sowie des Kirchlichen Entwicklungsdienstes (KED) und von Misereor. Nur wenig später wurde aus dem Verein El Puente heraus die gleichnamige Importorganisation gegründet.

Weitere Fair-Handels-Importeure nahmen in den 1980er Jahren ihre Arbeit auf: Seit 1986 vertreibt der Verein

BanaFair in Deutschland fair gehandelte Bananen von Kleinproduzentinnen und -produzenten aus Lateinamerika. Im Jahr 1988 wurde von mehreren Weltläden der Region Oberschwaben der Verein Dritte-Welt Partner Ravensburg (heute: dwp e. G.) gegründet, mittlerweile Deutschlands drittgrößter Fair-Handels-Importeur.

Inzwischen bieten über 30 anerkannte Fair-Handels-Importeure ein vielfältiges Sortiment fair gehandelter Waren an.

Die Gründung von TransFair

Durch den Zusammenbruch des Kaffeeabkommens¹ 1989 fiel der Weltmarktpreis für Kaffee bis Anfang der 1990er Jahre stark ab. Die Handelspartner im Süden fragten daher verstärkt nach zusätzlichen Vermarktungsmöglichkeiten. 1992 wurde die Siegelorganisation TransFair gegründet. Die Idee: Mit Hilfe eines Siegels für fair gehandelte Produkte sollten auch konventionelle Vertriebswege für deren Absatz erschlossen werden. Im Supermarktregal konnten die Kunden fortan die fair gehandelten Produkte am Fairtrade-Siegel erkennen. Neben Fair-Handels-Importeuren stiegen nun auch konventionelle Unternehmen in den Fairen Handel ein.

Die Entstehungsgeschichte des Fairen Handels zeigt: Der Faire Handel ist aus der Zivilgesellschaft heraus entstanden. Ursprünglich insbesondere als Instrument für die Bewusstseinsbildung im Norden entwickelt, gewann der eigentliche Verkauf fair gehandelter Produkte eine immer größere Bedeutung. Denn Wirkung entfaltete der Faire Handel sowohl im Norden als auch im Süden: Im Norden durch Bildungsarbeit und politische Kampagnen, im Süden durch die direkten entwicklungspolitischen Wirkungen bei den Produzentinnen und Produzenten. Der Faire Handel versteht sich selbst als ein entwicklungspolitischer Ansatz. Im Grunde wurde die Zivilgesellschaft im Fairen Handel zum Wirtschaftsakteur und entwickelte eine eigene Form des nachhaltigen Handelns und Wirtschaftens. Damit hat sie ein Modell für viele andere Initiativen im Bereich Sozialstandards und ethischer Handel geschaffen.

¹ Bis 1989 wurde der weltweite Kaffeemarkt durch ein internationales Abkommen zwischen Produzenten- und Konsumentenländern reguliert. Für jedes Kaffee produzierende Land wurden Quoten festgelegt, um eine Überproduktion und damit einen Preisverfall zu vermeiden.



Weberin in Indien

Definitionshoheit durch internationale Vernetzung

Der Faire Handel ist eine weltweite Bewegung, die sich auf eine gemeinsame Definition und einheitliche Prinzipien geeinigt hat:

Der Faire Handel

- schafft Marktzugang für benachteiligte Produzentinnen und Produzenten,
- unterhält langfristige, transparente und partnerschaftliche Handelsbeziehungen und schließt unfairen Zwischenhandel aus,
- zahlt den Produzentinnen und Produzenten faire Preise, die ihre Produktions- und Lebenshaltungskosten decken, und leistet auf Wunsch Vorfinanzierung,
- stärkt die Position und sichert die Rechte von Arbeiterinnen und Arbeitern sowie von Kleinbäuerinnen und Kleinbauern und ihrer Organisationen im Süden,
- trägt zur Qualifizierung von Produzentinnen und Produzenten sowie Handelspartnern im Süden bei,
- gewährleistet bei der Produktion die Einhaltung der acht Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO),
- sichert die Rechte von Kindern und fördert die Gleichberechtigung von Frauen,

- fördert den Umweltschutz, zum Beispiel durch die Umstellung auf biologische Landwirtschaft,
- leistet Bildungs- und politische Kampagnenarbeit, um die Regeln des Welthandels gerechter zu gestalten,
- stellt durch Überprüfungsmechanismen sicher, dass diese Kriterien eingehalten werden.

Diese Grundsätze haben die zwei wichtigsten internationalen Dachorganisationen des Fairen Handels, die World Fair Trade Organization (WFTO) als Zusammenschluss der Fair-Handels-Organisationen und die Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) als Dachorganisation der Siegelinitiativen, in der »Charter of Fair Trade Principles« niedergelegt. Das Papier stellt gleichzeitig die gegenseitige Anerkennung von zwei Ansätzen im Fairen Handel dar:

- Die Produktzertifizierung: Zertifizierte Produkte werden in Übereinstimmung mit den spezifischen, internationalen Standards produziert, gehandelt, verarbeitet und verpackt. Produkte, die das Fairtrade-Siegel tragen, erfüllen garantiert die internationalen Standards von FLO.
- Die Arbeit von Fair-Handels-Organisationen, die zu 100 Prozent Fairen Handel betreiben, zum Beispiel Fair-Handels-Importeure, Produzentengruppen und Weltläden. Auf internationaler Ebene haben sich die Fair-Handels-Organisationen in der WFTO zusammengeschlossen. Unter diesem Dach wurden Standards und ein Monitoringsystem für Fair-Handels-Organisationen entwickelt. Deutsche Mitglieder der WFTO sind unter anderem GEPA, dwp, El Puente, BanaFair.

Sowohl die Standards der Fairtrade-Produktzertifizierung als auch die Standards für Fair-Handels-Organisationen orientieren sich an den gemeinsam definierten Prinzipien des Fairen Handels.

Fairer Handel und Zivilgesellschaft heute

Die Verflechtungen von Zivilgesellschaft, Nichtregierungsorganisationen (NRO) und Fairem Handel sind nach wie vor vielfältig. Man bedenke die Gesellschafterstrukturen der GEPA – die Importorganisation gehört aej, BDKJ, EED, Brot für die Welt, Misereor und den Sternsängern – oder die Mitglieder des TransFair e. V. Die Weltläden waren nie reine Geschäfte, sondern verstehen bis heute ihre Arbeit als einen Dreiklang aus Verkauf, Bildungs- sowie politischer Kampagnenarbeit, was immer wieder zu Kooperationen mit ent-

wicklungspolitischen NRO führt. Beleg dafür ist nicht zuletzt das Forum Fairer Handel. In diesem Netzwerk arbeiten Fair-Handels-Organisationen mit Akteuren zusammen, für die die Förderung des Fairen Handels einen wichtigen Arbeitsschwerpunkt darstellt.

Aktuell gibt es einen Trend im Fairen Handel, verstärkt wieder die Nähe zu entwicklungspolitischen NRO und zur Entwicklungszusammenarbeit zu suchen.

Stärkere Kooperation zwischen Entwicklungszusammenarbeit und Fairem Handel

Wenn man sich die Geschichte von vielen Produzentengruppen anschaut, die heute im Fairen Handel tätig sind, dann stellt man fest, dass ihr Weg meist begleitet wurde von entwicklungspolitischen Organisationen. Kleinproduzenten und ihre Organisationen benötigen oft zumindest punktuell Weiterbildung, Beratung oder technische Unterstützung, um fit zu werden für den Exportmarkt. Dessen werden sich Fair-Handels-Organisationen wieder stärker bewusst und suchen entsprechend die Kooperation mit Institutionen der Entwicklungszusammenarbeit.

Der Faire Handel ist in den letzten Jahren rasant gewachsen, immer mehr Wirtschaftsakteure, darunter auch große, konventionelle Unternehmen, steigen in den Fairen Handel ein. Damit verbunden ist die große Herausforderung, sicherzustellen, dass Kleinproduzenten in die Lage versetzt werden, von diesem Wachstum zu profitieren. Hierbei wäre die Unterstützung der Entwicklungszusammenarbeit sehr hilfreich.

Dabei gibt es gemeinsame oder sich ergänzende Interessen:

- Der Faire Handel ist an einer Unterstützung von kleinbäuerlichen Strukturen (zum Beispiel durch Beratung und technische Zusammenarbeit) interessiert. Gemeinsam mit vielen entwicklungspolitischen NRO besteht der Wunsch, dass kleine Handelspartner auch weiterhin vom Fairen Handel profitieren.
- Die Produzentenorganisationen engagieren sich oft politisch für eine Verbesserung der Rahmenbedingungen vor Ort. Dieses Engagement noch stärker zu unterstützen ist ein Anliegen vieler Fair-Handels-Organisationen. Alleine ist dies aber kaum leistbar. NRO fordern oft vom Fairen Handel, keine Insellösungen zu schaffen, sondern zu strukturellen (politischen) Veränderungen beizutragen.

- Der Faire Handel weiß oft zu wenig über Förderschwerpunkte der Entwicklungszusammenarbeit und kann diese nicht nutzen. Gleichzeitig wissen entwicklungspolitische Institutionen oft nicht, mit wem Fair-Handels-Organisationen im Süden zusammenarbeiten. Mehr Wissen übereinander könnte Synergieeffekte bewirken.
- Die Förderung von lokalen Vermarktungsstrukturen und die Stärkung des Süd-Süd-Handels sind gleichermaßen Themen im Fairen Handel und in Institutionen der Entwicklungszusammenarbeit.

Das Forum Fairer Handel wird zukünftig den Dialog mit Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit suchen, um durch eine koordinierte Zusammenarbeit einen größeren Nutzen für die Produzenten-Organisationen zu erzielen.

Stärkere politische Arbeit des Fairen Handels

Der Faire Handel hat seit seinen Anfängen einen klaren, entwicklungspolitischen Auftrag. Er setzt sich für mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel ein. Die Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels ist ein wichtiges politisches Anliegen von Fair-Handels-Organisationen. Dies spiegelt sich in ihrer politischen Kampagnen- und Lobbyarbeit wider.

Bei der Gründung des Forums Fairer Handel im Jahr 2002 wurde als wichtiges Ziel definiert, gemeinsame Forderungen gegenüber Politik und Handel durchzusetzen. Dabei ging es insbesondere darum, politischen Einfluss zugunsten der Handelspartner im Süden, insbesondere von Kleinproduzenten, zu entwickeln.

Der Faire Handel ist davon überzeugt, dass seine spezifischen Erfahrungen wichtige Impulse für die entwicklungspolitische Debatte liefern können. Aktuell bieten sich zum Beispiel Themen wie Ernährungssicherung und ländliche Entwicklung als Schwerpunkt der Entwicklungszusammenarbeit, Agrar- und Handelspolitik oder die Durchsetzung von Umwelt- und Sozialstandards an.

Mit dem Umzug seines Büros von Mainz nach Berlin hat das Forum Fairer Handel einen wichtigen Schritt vollzogen, um näher an die entwicklungspolitischen Debatten heranzurücken. Seine Mitglieder haben im Oktober 2009 nochmals den Auftrag für ihr Netzwerk bekräftigt, die politische Arbeit zu stärken. Dass dies nur in Zusammenarbeit mit anderen entwicklungspolitischen Akteuren sinnvoll ist, ist klar. Deshalb wird das Forum Fairer Handel zukünftig die Vernetzung mit anderen zivilgesellschaftlichen Organisationen suchen.

Antje Edler ist seit 2004 Projektkoordinatorin beim Forum Fairer Handel.

Fairtrade und Wirtschaft

VON TINA GORDON

Der Faire Handel hat das Ziel, benachteiligte Produzentenfamilien in Afrika, Asien und Lateinamerika zu fördern. Langfristige Handelsbeziehungen, garantierte Mindestpreise, Fairtrade-Prämien und Vorfinanzierung verhelfen den Produzentengruppen im Süden zu einem verbesserten Einkommen. Auf diese Weise können sie aus eigener Kraft ihr Überleben sichern – und zusätzlich in Umweltschutz, Bildung und medizinische Versorgung investieren. Dies ermöglicht auch den Kindern eine bessere Zukunft.

In fast 60 Ländern profitieren über 1,6 Millionen Bauern und Plantagenarbeiter mit ihren Familien vom Fairen Handel. TransFair¹ schlägt die Brücke zwischen den Produzentenorganisationen im Süden und den Verbraucherinnen und Verbrauchern im Norden. Als unabhängige Siegelinitiative handelt TransFair nicht selbst mit Waren, sondern vergibt an Importeure, Verarbeitungsbetriebe und Händler, die die Standards des Fairen Handels erfüllen, das Recht, das Fairtrade-Siegel für ihre fair gehandelten Produkte zu nutzen.

TransFair vermittelt Marktzugänge zu fairen Bedingungen für Produzentengruppen und Arbeiter aus benachteiligten Regionen des Südens. Im Dialog mit seinen Partnern pflegt und erweitert TransFair das Fairtrade-Produktortiment, erschließt neue Vertriebswege, vermarktet das Siegel und betreibt Informations-, Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit.

Derzeit bieten in Deutschland rund 150 Partnerfirmen über 1.000 Fairtrade-gesiegelte Produkte in den Produktkategorien Kaffee, Tee, Eiscreme, Schokolade, Kekse, Kakao, Honig, Bananen, Fruchtsäfte, Eistees, Wein, Sportbälle, Reis, Textilien mit Fairtrade-Baumwolle und Rosen an. Die Fairtrade-Produkte sind bundesweit in etwa 30.000 Supermärkten, in den Lebensmittelabteilungen der Warenhäuser, im Naturkosthandel und in allen Weltläden erhältlich. Darüber hinaus schenken rund 10.000 Kantinen, Cafés, Mensen und Hotels fair gehandelten Kaffee aus.

1 TransFair, der Verein zur Förderung des Fairen Handels mit der »Dritten Welt« e.V., wurde 1992 mit dem Ziel gegründet, benachteiligte Produzentenorganisationen in sogenannten Entwicklungsländern zu unterstützen. 36 Mitgliedsorganisationen aus den Bereichen Entwicklungshilfe, Kirche, Umwelt, Sozialarbeit, Verbraucherschutz, Genossenschaftswesen und Bildung tragen den Verein. Darüber hinaus unterstützen die Bundesregierung, Parteien, Länder und viele Organisationen und engagierte Einzelpersonen TransFair.

Internationale Standards des Fairen Handels

1997 hat TransFair die internationale Dachorganisation Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) mitbegründet. Eine Aufgabe von FLO ist unter anderem die Betreuung der Produzentengruppen im Süden. Ein lokales Netzwerk unterstützt die Produzentengruppen bei ihrer sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung. Kernaufgabe ist die Erstellung der internationalen Fairtrade-Standards, die gemeinsam mit den Produzentenvertretern, Händlern und entwicklungspolitischen Experten für jede neue Produktkategorie erarbeitet werden. Dazu gehören:

- Verbot von illegaler Kinderarbeit und Zwangsarbeit
- menschenwürdige Arbeitsbedingungen
- garantierte Mindestpreise
- Fairtrade-Prämien für soziale Projekte
- zusätzlicher Aufschlag für kontrolliert biologischen Landbau
- Vorfinanzierung der Ernte
- langfristige und möglichst direkte Lieferbeziehungen
- nachhaltige und umweltschonende Wirtschaftsweise
- Ursprungsgarantie und kontrollierter Warenfluss nach Europa

Zertifizierung

Um die Glaubwürdigkeit des Fairtrade-Siegels sicherzustellen, arbeitet die zuständige Zertifizierungsgesellschaft FLO-CERT GmbH mit einem unabhängigen, transparenten und weltweit konsistenten System, das den Anforderungen der DIN/ISO-Norm 65 folgt. ISO 65 ist heute die weltweit akzeptierte Akkreditierungsnorm für Zertifizierungsorganisationen.

FLO-CERT stellt sicher, dass die Produkte mit dem Fairtrade-Siegel nach den internationalen FLO-Standards produziert und gehandelt werden. Alle an der Fairtrade-Handelskette beteiligten Organisationen, Firmen, Produzentenorganisation, Exporteure und Importeure unterliegen dem strengen Kontrollsystem von FLO-CERT. Wichtigstes Kontrollinstrument ist in allen Bereichen die Durchführung und Auswertung von Inspektionen nach einheitlichen Verfahren. So wird sichergestellt, dass alle gesiegelten Produkte tatsächlich fair gehandelt wurden und die Mehreinnahmen den Produzentenorganisationen in den südlichen Ländern zufließen.

TransFair Deutschland ist nach Frankreich und Spanien die dritte nationale Siegelinitiative weltweit, die ihre Zertifizierungsaufgaben an FLO-CERT übertragen hat und somit nach ISO 65 arbeitet.

Wachstum 2008

Der ethische Konsum in Deutschland wächst. 2008 kauften Verbraucherinnen und Verbraucher Fairtrade-gesiegelte Produkte im Wert von rund 213 Millionen Euro. Das sind 50 Prozent mehr gegenüber dem Vorjahr. Auch der Absatz stieg um elf Prozent auf 26.000 Tonnen. Wachstumsmotoren waren insbesondere Rosen (+138 Prozent), Zucker (+91 Prozent), Fruchtsaft (+80 Prozent) und Kaffee (+14 Prozent).

Neue Partnerfirmen, ein erweitertes Angebot, mehr Engagement des Handels sowie ein bewussteres Einkaufsverhalten haben den Erfolg ermöglicht.

Fairer Mehrwert

Von diesem Erfolg profitieren insbesondere die 870 zertifizierten Produzenten-Organisationen in Afrika, Asien und Lateinamerika, die allein über den deutschen Markt mehr als 33 Millionen Euro Direkteinnahmen erhalten haben. Die Fairtrade-Gelder werden hauptsächlich dazu genutzt, medizinische Versorgung, Bildung und soziale Einrichtungen zu verbessern.

Kaffeebauer in Peru



Fairtrade ist Trend

Das Fairtrade-Siegel genießt weltweit eine hohe Bekanntheit und größtes Vertrauen. In der ersten international durchgeführten Marktforschungsstudie von Globescan (2008) zu Fairtrade erzielte das international anerkannte Siegel für Fairen Handel sehr gute Ergebnisse: In den 15 Ländern, die die aktuelle Studie abdeckt, kennt die Hälfte der Menschen das Fairtrade-Siegel. In Deutschland liegt die gestützte Bekanntheit des Fairtrade-Siegels bei 58 Prozent. Davon vertrauen dem Siegel neun von zehn Menschen. 64 Prozent aller Verbraucherinnen und Verbraucher sind überzeugt, dass Fairtrade für strenge Standards steht. Beinahe drei Viertel meinen, dass eine unabhängige Zertifizierung der beste Weg ist, den ethischen Anspruch eines Produktes glaubhaft zu machen.

Fairtrade hat den stärksten nachhaltigen Markenwert

Der jüngst publizierte »Ethical Brand Monitor« von Brands & Values (2009) bestätigt diese Resultate noch einmal: Um den Einfluss ethischer Faktoren auf den Erfolg von Produktmarken zu untersuchen, befragte das Bremer Beratungsunternehmen Brands & Values bundesweit über 6.000 Verbraucher online.

Für den »nachhaltigen Markenwert« wurden die Faktoren ökologische, soziale und ökonomische Verantwortung und Unternehmensgrundsätze zugrunde gelegt. Das Ergebnis ist eindeutig: Fairtrade hat den höchsten nachhaltigen Markenwert. Unter 407 untersuchten Marken schnitt Fairtrade am besten ab.

Überreichung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises an TransFair

Beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2009 hat TransFair den Einzelpreis in der Kategorie »Deutschlands nachhaltigste Produkte/Dienstleistungen« gewonnen. Dies ist eine Bestätigung dafür, dass Fairtrade einen wichtigen Beitrag zur Armutsbekämpfung und nachhaltigen Entwicklung in den Ländern des Südens leistet und gleichzeitig für Unternehmen ein erfolgreiches Modell zur Umsetzung von Unternehmensverantwortung (CSR) und Nachhaltigkeitsstrategien bietet.

Tina Gordon ist Referentin bei TransFair und zuständig für Internationales, Lobbyarbeit und Mitgliederbetreuung.

Entwicklungszusammenarbeit und Wirtschaft – ein schwieriges Verhältnis? Bericht zur Podiumsdiskussion

VON MERLE BILINSKI

Wie sind die bestehenden Dialog- und Kooperationsmöglichkeiten zwischen Unternehmen, staatlicher Entwicklungszusammenarbeit und Nichtregierungsorganisationen (NRO) zu bewerten? Was können diese unterschiedlichen Akteure in Partnerschaften und Kooperationen einbringen, und was erwarten sie vom jeweils anderen? Was muss getan werden, damit die Interessen der jeweiligen Partner und vor allem der Bevölkerung vor Ort bei Kooperationsvorhaben angemessene Berücksichtigung finden? Und welche Schlussfolgerungen lassen sich aus den bestehenden Erfahrungen für die zukünftige Praxis von Dialog und Kooperation ziehen? Diese Fragen diskutierten im Rahmen einer Podiumsdiskussion unter Leitung von Bernd Pastors (VENRO) Dr. Michael Rabbow (Boehringer Ingelheim), Dr. Uwe Schmidt (BDI), Dr. Claudia Warning (VENRO) und Michael Plesch (BMZ) zum Ende des Fachgesprächs.

Rabbow konstatiert zu Beginn der Diskussionsrunde, dass bestehende Kooperationen von großer Bedeutung sind, da sie einen Dialog zwischen den unterschiedlichen Akteuren im Entwicklungsprozess ermöglichen und zu gegenseitigem Verständnis beitragen. Auf der Grundlage einer Anfrage der ehemaligen Bundesministerin Wieczorek-Zeul an den Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) seien seit dem Jahr 2007 viele Projektvorschläge gemacht worden. Um zu vermeiden, dass Lösungen entwickelt werden, die nicht zu vorhandenen Entwicklungsproblemen passen, müssten dabei vor allem die Menschen in den Zielländern von Entwicklungszusammenarbeit (EZ) einbezogen werden.

Bei Boehringer Ingelheim bildet Corporate Social Responsibility (CSR) Rabbow zufolge einen wichtigen Bestandteil der Leitkultur des Unternehmens; Public Private Partnerships (PPP) im Bereich der Bekämpfung von HIV/Aids würden in Zusammenarbeit mit der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) und anderen Trägern umgesetzt.

Schmidt stellt fest, dass die Millenniumsentwicklungsziele ohne einen Einbezug der Privatwirtschaft ebenso wenig zu erreichen sind wie die Klimaschutzziele. Der Förderung der Kooperation mit dem Privatsektor müsse in der Entwicklungszusammenarbeit deshalb ein wichtiger Stellenwert zukommen. In einem Rückblick auf die Beziehung von Entwicklungszusammenarbeit und Wirtschaft in den vergangenen zwanzig Jahren betont er zwei Aspekte: Zum einen näherten sich beide einander an. Das »ob« würde nicht mehr ernsthaft infrage gestellt. Nur die Geschwindig-

keit, mit der dieser Prozess in Zukunft ablaufen solle, werde von den verschiedenen Akteuren unterschiedlich bewertet. Vor dem Hintergrund entsprechender Zielvorgaben aus den Koalitionsverträgen von 2005 und 2009 sei der BDI hier für eine rasche Annäherung. Zum anderen hob er die unterschiedliche Gewichtung des Themas CSR hervor. Hier bestünden beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) mit seiner handelsbezogenen Ausrichtung sehr viel größere Anknüpfungspunkte als bei dem primär an Infrastrukturmaßnahmen interessierten BDI. Privatsektorförderung sei daher mehr als nur CSR. Für den BDI sei es wichtig, dass CSR-Standards freiwillig bleiben.

Er erläutert weiter, dass sich die deutsche Wirtschaft schon seit Langem in beachtlichem Maße in Entwicklungs- und Schwellenländern engagiert. So habe sich der Bestand deutscher Direktinvestitionen in dieser Ländergruppe von 1990 bis 2008 auf rund 120 Milliarden Euro mehr als verdreifacht. Durch das langfristige Engagement deutscher Unternehmen seien dort insgesamt rund 1,6 Millionen Arbeitsplätze geschaffen worden. Sie stellten die Lebensgrundlage für die Familien der dort unmittelbar Beschäftigten dar und sicherten überdies die Existenz Millionen weiterer Arbeitnehmer in lokalen Zuliefer- und Dienstleistungsbetrieben. Die aufgebauten Zulieferketten reichten dabei bis in den informellen Sektor hinein. Durch die Integration in die globale Arbeitsteilung würden außerdem internationale Standards verbreitet; seien es nun technische, soziale, ökologische oder betriebsbezogene (wie Buchhaltung und Management). Deutsche Unternehmen seien darüber hinaus wichtige Steuerzahler in den jeweiligen Partnerländern. Gerade in Volkswirtschaften, in denen der informelle Sektor das Wirtschaftsleben prägt, seien die Steuerzahlungen formell operierender ausländischer Unternehmen eine wichtige Einnahmequelle für die öffentliche Hand. Sie ermöglichen entwicklungsbedeutsame Investitionen in die wirtschaftliche und soziale Infrastruktur (zum Beispiel Krankenhäuser). Ferner würden deutsche Unternehmen ihren Mitarbeitern und Familien häufig Zugang zu Qualifizierungsmaßnahmen und einer vernünftigen Gesundheitsversorgung ermöglichen. Insgesamt entstünden hier also reichlich Win-win-Situationen, die es auszubauen gelte.

Plesch bewertet das deutsche PPP-Konzept in seinem Eingangsstatement als einzigartig, obwohl es oft missverstanden werde. Ein gängiger Irrtum sei, dass PPP Investitionskredite für Unternehmen bieten. Stattdessen basiere



Bauarbeiter in Kamerun

das Modell auf der Philosophie, dass privatwirtschaftliche und entwicklungspolitische Ziele so verknüpft werden, dass beide Seiten davon profitieren. PPP stehe für ein Konzept der Entwicklungspartnerschaft zwischen Entwicklungszusammenarbeit und Unternehmen zugunsten von Maßnahmen, die über das Kerngeschäft beziehungsweise die Investition des Unternehmens hinaus gehen und neben dem betriebswirtschaftlichen auch einen entwicklungspolitischen Mehrwert haben. Die Entwicklungspartnerschaften stellten in diesem Zusammenhang eine Begleitmaßnahme zu einer Investition dar und beinhalteten zum Beispiel berufliche Aus- und Fortbildung, Öko- und Sozialstandards oder CSR. Der Anteil der EZ-Mittel liege bei PPP-Projekten bei maximal 200.000 Euro und immer unter 50 Prozent der Gesamtkosten, sodass die Unternehmen den größeren Teil der Investitionskosten tragen. Ziel sei es, dass sich die Entwicklungszusammenarbeit nach kurzer Zeit (in der Regel zwei Jahre) aus dem Projekt zurückzieht und es trotzdem langfristig wirtschaftlich und entwicklungspolitisch erfolgreich ist. Seit Beginn des PPP-Programms im Jahr 1999 konnten 1.110 gemeinsame Projekte auf den Weg gebracht werden. Für mehr Projekte reichen die jährlich von staatlicher Seite zur Verfügung gestellten Mittel nicht aus. So würden jährlich nur etwa 100 PPP vereinbart. Im Verhältnis von Unternehmen und der Entwicklungszusammenarbeit gebe es deutliche Fortschritte, wozu insbesondere der Dialog zwischen den Akteuren beigetragen habe. Dennoch sei das Verhältnis noch immer oft verkrampft und weiter ausbaufähig.

Warning berichtet von Dialog- und Annäherungsschwierigkeiten zwischen Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen und verdeutlicht dies am Beispiel eines Gesprächs mit dem CSR-Beauftragten einer großen internationalen Firma, der mit der Erwartung an sie herantreten sei, der EED könne mit zehn Millionen Euro in seine gemeinnützigen Projekte einsteigen. Nicht hilfreich seien Polarisierungen von beiden Seiten: Unternehmer, die oftmals fälschlicherweise konstatierten, Entwicklungszusammenarbeit hätte in den vergangenen 50 Jahren nichts erreicht, seien ebenso wenig förderlich wie Polarisierungen von NRO-Seite. Die Gründe für das Engagement eines Unternehmens im Bereich der Entwicklungszusammenarbeit seien meist Eigeninteresse und/oder soziale Verantwortung – beides sei aus NRO-Sicht akzeptierbar. Entscheidend seien jedoch gleichberechtigte Verhandlungen der Akteure, bei denen Interessendivergenzen genauso wie Gemeinsamkeiten klar definiert und angesprochen werden. Im Interesse der Armutsbekämpfung sei es erforderlich, dass sowohl NRO als auch Unternehmen entsprechend ihrer Möglichkeiten und Kapazitäten einen Beitrag zur Entwicklung leisten. Dabei müssten sie zunächst zuhören, was die Menschen in den Partnerländern tatsächlich brauchen und wünschen, um auf einen wirtschaftlich eigenständigen Entwicklungsweg zu kommen. Viel sei bereits über die Themen CSR und Handel diskutiert worden. Was fehle, seien gute Beispiele der Zusammenarbeit im Bereich der Produktion. NRO verfügten über die Expertise, ihre Partner beim Aufbau von Pro-

duktion in den Bereichen Landwirtschaft und Kleingewerbe zu unterstützen, schlechter bestellt sei es dagegen mit dem Aufbau von Wertschöpfungsketten, Qualitätsmanagement, Marktanbindung und Handel. Hier könnte die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft hilfreich sein. Die Diskussion bei VENRO zu diesen Themen werde weiter geführt.

Rabbow identifiziert auf Nachfrage von Pastors die Herstellung einer Partnerschaft auf Augenhöhe, die auch eine Partnerschaft zwischen der Industrie in Nord und Süd einbeziehe, als zentrale Herausforderung im Bereich PPP. Unternehmen müssten im Rahmen dieser Partnerschaft ihre Kernkompetenz bereitstellen. So biete Boehringer Ingelheim unter Verzicht auf die Durchsetzung von Patenten und die Zahlung von Lizenzgebühren Freistellungserklärungen an, die es Generika-Unternehmen ermöglichen, ihre HIV-Produkte in Entwicklungsländern zu vertreiben. Zentrales Interesse seines Unternehmens sei es, dass der Zugang zu diesen lebensnotwendigen Medikamenten erleichtert wird und die Medikamente die Patienten tatsächlich erreichen.

Schmidt erklärt, dass aus seiner Perspektive die klassische PPP-Fazität Grenzen hat. Wichtig sei ein konstruktiver Dialog über neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit. Zentrale Schritte seien aus seiner Sicht die Herstellung unternehmensfreundlicher Rahmenbedingungen beziehungsweise die Senkung der Transaktionskosten für unternehmerische Initiativen, da davon in erster Linie lokale Investoren profitierten, sowie die Flexibilisierung des entwicklungs-politischen Instrumentariums. Auch deutsche Unternehmen sollten in diesem Zusammenhang vom BMZ als ein Akteur der Entwicklungszusammenarbeit betrachtet werden. In diesem Sinne sollten Kooperationsformen gefunden werden, die allen Akteuren nutzen.

Plesch erläutert unter Verweis auf den Koalitionsvertrag und die neue BMZ-Leitung, dass die deutsche Entwicklungszusammenarbeit sich in der kommenden Zeit vermutlich noch stärker als bisher um die Kooperation mit der mittelständischen deutschen Wirtschaft kümmern werde.

Mit der neu geschaffenen Möglichkeit, PPP-Fonds in den Partnerländern einzurichten, bestehe die Möglichkeit, von kleinteiligen PPP-Projekten wegzukommen und PPP »in den Süden zu verlegen«. Zur Klärung des Verhältnisses zur Entwicklungszusammenarbeit und zur Wirtschaft diene das neue BMZ-Positionspapier »Unternehmerische Verantwortung aus entwicklungspolitischer Perspektive«, das soeben erschienen sei.

Warning erläutert auf Nachfrage von Pastors, dass VENRO keine abgeschlossene Position zum Thema Entwicklungszusammenarbeit und Wirtschaft hat und das aktuelle Fachgespräch als Teil des laufenden Diskussionsprozesses zum Thema zu verstehen ist. Ihr Ziel sei es, diese Diskussion pragmatisch zu führen, um auf dieser Grundlage durch konkrete Zusammenarbeit einen Beitrag zur Armutsbekämpfung zu leisten.

Im Plenum kommt die Frage nach den strategischen Zielen der Zivilgesellschaft bei der Kooperation mit der Wirtschaft ebenso wie die Frage nach einer Harmonisierung im Bereich PPP auf. Grundlage der Diskussion sei eine sehr deutsche Debatte, während andere Geberländer andere PPP-Modelle entwickelten.

Claus Körting (VENRO) erklärt in seinem Schlusswort unter Bezugnahme auf die Beiträge des Tages, dass sich die Zusammenarbeit zwischen Entwicklungszusammenarbeit und Wirtschaft grundsätzlich lohne, wenn die Voraussetzungen stimmen. Bei aller Aufgeschlossenheit müssten jedoch unterschiedliche Interessen klar definiert werden, und die Partnerschaft auf Augenhöhe stattfinden. Grundsätzlich müssten die Bedürfnisse, Interessen und Wünsche der Partner im Süden der Orientierungsrahmen für alle Kooperationsformen sein.

Merle Bilinski ist Referentin im VENRO-Projekt »Perspektive 2015 – Armutsbekämpfung braucht Beteiligung«.

Das VENRO-Projekt ›Perspektive 2015‹

Um zur Umsetzung der international vereinbarten Millenniumsentwicklungsziele (Millennium Development Goals, MDG) beizutragen, führt der Verband Entwicklungspolitik deutscher Nichtregierungsorganisationen (VENRO) seit 2001 das Projekt ›Perspektive 2015 – Armutsbekämpfung braucht Beteiligung‹ durch. Das Projekt zielt darauf ab, die Informationslage der deutschen Öffentlichkeit über die mit dem Jahr 2015 verbundenen Zielsetzungen zur Halbierung der Armut und zu einer sozial und ökologisch nachhaltigen Entwicklung zu verbessern.

Das Projekt besteht im Wesentlichen aus den folgenden Komponenten:

1) Der monatlich erscheinende Newsletter ›2015 aktuell‹ berichtet in knapper Form über Neuigkeiten in der internationalen Debatte rund um die MDG und über Aktivitäten seitens der entwicklungspolitischen Nichtregierungsorganisationen (NRO) zu dem Thema. Der Newsletter kann über die beiden Projekt-Webseiten abonniert werden.

2) Unter dem Titel ›2015 in der Praxis‹ werden in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Düsseldorf auf der Webseite ›www.prsp-watch.de‹ Länderprofile bereitgestellt, die v. a. über die zivilgesellschaftliche Beteiligung an der Erstellung, Umsetzung und Überwachung von Armutsminderungsstrategiepapieren (PRSP) informieren.

3) Die Publikations- und Veranstaltungsreihe ›2015 im Gespräch‹ diskutiert grundsätzliche sowie aktuelle Themen, die für die fristgerechte Verwirklichung der MDG von Interesse sind. Die bisherigen Titel der Reihe lauten:

- Nr. 1: ›Armut bekämpfen – Gerechtigkeit schaffen‹
- Nr. 2: ›Entwicklung braucht Finanzierung‹
- Nr. 3: ›Globale Armut – Europas Verantwortung‹
- Nr. 4: ›PRSP – Chancen und Grenzen zivilgesellschaftlicher Beteiligung‹
- Nr. 5: ›Handel – Ein Motor für die Armutsbekämpfung?‹
- Nr. 6: ›Armutsbekämpfung und Krisenprävention‹
- Nr. 7: ›Wie kommen die Armen zu ihren Rechten? Armutsbekämpfung und Menschenrechte‹
- Nr. 8: ›Verdoppelung der Hilfe – Halbierung der Armut. Die Internationale Finanzfazilität – Neue Zauberformel der Entwicklungsfinanzierung?‹
- Nr. 9: ›Die Millenniumsziele in Reichweite? Eine Bewertung des entwicklungspolitischen Ertrags des Entscheidungsjahrs 2005‹
- Nr. 10: ›Welche Konditionalitäten braucht die Entwicklungszusammenarbeit?‹
- Nr. 11: ›Ausländische Direktinvestitionen – Königsweg für die Entwicklung des Südens?‹

- Nr. 12: ›Paris Deklaration, Armutsbekämpfung, Partizipation – passt das zusammen?‹
- Nr. 13: ›Die zweite Weltkonferenz für Entwicklungsfinanzierung in Doha‹
- Nr. 14: ›Menschenwürdige Arbeit als Beitrag zur Armutsbekämpfung‹
- Nr. 15: ›Zehn Jahre strategische Armutsbekämpfung – Zwischenbilanz und Perspektiven‹
- Nr. 16: ›Entwicklungszusammenarbeit und Wirtschaft – Zwischen Konfrontation und Kooperation‹

4) Unter dem Titel ›2015 auf dem Campus‹ findet zweimal im Jahr eine Veranstaltung zu den Projektthemen in Kooperation mit wechselnden Hochschulen statt. Außerdem wurden drei Studien auf der Grundlage von Studienabschlussarbeiten veröffentlicht:

- Nr. 1: ›Rücküberweisungen von ArbeitsmigrantInnen als Ausweg aus der Armut? – Eine Studie am Fallbeispiel des indischen Bundesstaats Kerala‹
- Nr. 2: ›Exportförderzonen als Entwicklungsmotor? Erfahrungen aus der Bekleidungsindustrie in Choloma, Honduras‹
- Nr. 3: ›Bildung als Schlüssel der Armutsreduzierung? Bildungspolitische Maßnahmen im Rahmen der Poverty Reduction Strategies in Ghana und Sambia‹

Alle erschienenen Publikationen können auf der Website ›www.2015.venro.org‹ herunter geladen werden sowie kostenlos in gedruckter Form dort oder direkt beim VENRO-Büro in Berlin bestellt werden. Nr. 2–7 der Reihe ›2015 im Gespräch‹ sind auch in einer englischen Übersetzung erhältlich.

Das Projekt wird aus Mitteln des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) finanziert. Es ist in Berlin angesiedelt und wird durch Claus Körting (Projektleiter) und Merle Bilinski (Projektreferentin) betreut.

Adresse:

VENRO Büro-Berlin
Projekt ›Perspektive 2015‹
Chausseest. 128/129
10115 Berlin

Telefon: 030/28 04 66-70/-71

Fax: 030/28 04 66-72

E-Mail: berlin@venro.org

Internet: www.2015.venro.org und www.prsp-watch.de

VENRO-Mitglieder (Stand: Februar 2010)

- action medeor
- ADRA Deutschland
- Ärzte der Welt
- Ärzte für die Dritte Welt
- Ärzte ohne Grenzen*
- africa action/Deutschland*
- Akademie Klausenhof
- Aktion Canchanabury
- Andheri-Hilfe Bonn
- Arbeiter-Samariter-Bund Deutschland
- Arbeitsgemeinschaft der Eine-Welt-Landesnetzwerke in Deutschland (agl)
- Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Deutschland (aej)
- Arbeitsgemeinschaft Entwicklungs-ethnologie
- Arbeitsgemeinschaft für Entwicklungshilfe (AGEH)
- ASW – Aktionsgemeinschaft Solidarische Welt
- AT-Verband*
- AWO International
- Behinderung und Entwicklungszusammenarbeit (bezev)*
- BONO-Direkthilfe
- Brot für die Welt
- Bündnis Eine Welt Schleswig-Holstein (BEI)
- Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ)
- Bundesvereinigung Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung
- CARE Deutschland-Luxemburg
- Caritas International
- Casa Alianza Kinderhilfe Guatemala
- ChildFund Deutschland
- Christliche Initiative Romero
- Christoffel-Blindenmission Deutschland
- Das Hunger Projekt
- Dachverband Entwicklungspolitik Baden-Württemberg (DEAB)
- Deutsche Entwicklungshilfe für soziales Wohnungs- und Siedlungswesen (DESWOS)
- Deutsche Kommission Justitia et Pax
- Deutsche Lepra- und Tuberkulosehilfe (DAHW)
- Deutsche Stiftung Weltbevölkerung (DSW)
- Deutscher Paritätischer Wohlfahrtsverband
- Deutsches Blindenhilfswerk
- Deutsches Komitee für UNICEF*
- Deutsches Komitee Katastrophenvorsorge*
- Deutsches Rotes Kreuz*
- DGB-Bildungswerk – Nord-Süd-Netz
- Difäm
- Eine Welt Netz NRW
- Eine Welt Netzwerk Hamburg
- EIRENE – Internationaler Christlicher Friedensdienst
- Evangelische Akademien in Deutschland (EAD)
- Evangelischer Entwicklungsdienst (EED)
- FIAN-Deutschland
- Gemeinschaft Sant’Egidio
- Germanwatch
- Handicap International
- HelpAge Deutschland
- Hildesheimer Blindenmission*
- Hilfswerk der Deutschen Lions
- humedica
- Indienhilfe
- INKOTA-netzwerk
- Internationaler Hilfsfonds
- Internationaler Ländlicher Entwicklungsdienst (ILD)
- Internationaler Verband Westfälischer Kinderdörfer
- Islamic Relief Deutschland
- Johanniter-Auslandshilfe
- Jugend Dritte Welt (JDW)
- Kairos Europa
- Karl Kübel Stiftung für Kind und Familie
- KATE – Kontaktstelle für Umwelt und Entwicklung
- Kindernothilfe
- Lateinamerika-Zentrum
- Lichtbrücke
- Malteser International
- Marie-Schlei-Verein
- matterna – Stiftung Frau und Gesundheit
- medica mondiale
- medico international
- MISEREOR
- Missionszentrale der Franziskaner*
- Nationaler Geistiger Rat der Bahá’í in Deutschland
- NETZ Bangladesch
- Ökumenische Initiative Eine Welt
- OIKOS EINE WELT
- Opportunity International Deutschland
- ORT Deutschland
- Oxfam Deutschland
- Peter-Hesse-Stiftung
- Plan International Deutschland
- Rhein-Donau-Stiftung*
- Rotary Deutschland Gemeindienst*
- Salem International
- Samhathi – Hilfe für Indien*
- Save the Children Deutschland*
- Senegalhilfe-Verein
- Senior Experten Service (SES)
- Society for International Development (SID)
- SODI – Solidaritätsdienst-international
- Sozial- und Entwicklungshilfe des Kolpingwerkes (SEK)
- Stiftung Entwicklung und Frieden (SEF)
- Stiftung Nord-Süd-Brücken
- SÜDWIND – Institut für Ökonomie und Ökumene
- Susila Dharma – Soziale Dienste
- Swisscontact Germany
- Terra Tech Förderprojekte
- terre des hommes Deutschland
- Tierärzte ohne Grenzen*
- TransFair
- Verband Entwicklungspolitik Niedersachsen (VEN)
- Verbund Entwicklungspolitischer Nichtregierungsorganisationen Brandenburgs (VENROB)
- Weltfriedensdienst
- Welthaus Bielefeld
- Welthungerhilfe
- Weltladen-Dachverband
- Weltnotwerk der KAB Deutschlands
- Werkhof
- Werkstatt Ökonomie
- World University Service Deutsches Komitee
- World Vision Deutschland
- W. P. Schmitz-Stiftung
- Zukunftsstiftung Entwicklungshilfe bei der GLS Treuhand

* Gastmitglied

Herausgeber:

Verband Entwicklungspolitik deutscher
Nichtregierungsorganisationen e.V. (VENRO)
Dr. Werner-Schuster-Haus
Kaiserstr. 201
53113 Bonn

Telefon: 02 28/9 46 77-0

Fax: 02 28/9 46 77-99

E-Mail: sekretariat@venro.org

Internet: www.venro.org

VENRO Projektbüro Berlin
Chausseestr. 128/129
10115 Berlin

Telefon: 030/28 04 66-70

Fax: 030/28 04 66-72

E-Mail: berlin@venro.org

Internet: www.2015.venro.org
und www.prsp-watch.de

Mit finanzieller Unterstützung des
Bundesministeriums für wirtschaftliche
Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)

Redaktion (verantwortlich): Claus Körting und Merle Bilinski

Mitarbeit: Daniel Stollberg

Endredaktion: Kirsten Prestin

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die persönliche Meinung
des Verfassers/der Verfasserin wieder und stellen nicht unbedingt
die Meinung der Redaktion dar.

Fotos: Charlesfred (S. 6), 10b travelling (S. 8), B. Sandman (S. 15), TransFair (S. 18, S. 36), Russ-L (S. 21),
adamcohn (S. 11), The Roasterie (S. 22), Collective Leadership Institute (S. 26), Travel Aficionado
(S. 28/29), peregrin@ (S. 32), alvise forcellini (S. 39)

Satz & Layout: Just in Print, Bonn

Druck: Druckerei Leppelt, Bonn

Auflage: 2000 Stück

Bonn und Berlin, Februar 2010

VENRO ist der Dachverband der entwicklungspolitischen Nichtregierungsorganisationen (NRO) in Deutschland. Der Verband wurde im Jahr 1995 gegründet, ihm gehören rund 120 Organisationen an. Sie kommen aus der privaten und kirchlichen Entwicklungszusammenarbeit, der Humanitären Hilfe sowie der entwicklungspolitischen Bildungs-, Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit. Zu den VENRO-Mitgliedern gehören 16 Eine-Welt-Landesnetzwerke. Sie repräsentieren etwa 2000 lokale entwicklungspolitische Initiativen und NRO.

Das zentrale Ziel von VENRO ist die gerechte Gestaltung der Globalisierung, insbesondere die Überwindung der weltweiten Armut. Der Verband setzt sich für die Verwirklichung der Menschenrechte und die Bewahrung der natürlichen Lebensgrundlagen ein.

VENRO

- vertritt die Interessen der entwicklungspolitischen NRO gegenüber der Politik
- stärkt die Rolle von NRO und Zivilgesellschaft in der Entwicklungspolitik
- vertritt die Interessen der Entwicklungsländer und armer Bevölkerungsgruppen
- schärft das öffentliche Bewusstsein für entwicklungspolitische Themen

VENRO – Verband Entwicklungspolitik deutscher Nichtregierungsorganisationen e. V.
www.venro.org