

■ Aktuelles

Gipfelproteste voller Erfolg für globalisierungskritische Bewegung Attac	3
Trügerische Hoffnung für Afrika Aktionsbündnis gegen Aids	4
Das Tanzania-Network.de auf dem ev. Kirchentag in Köln Johannes Paehl	6
Klage des Wasserkonzerns Biwater gegen Tansania DETAF	8
Deutsche EU-Ratspräsidentschaft drängt auf Freihandel WEED	11

■ Thema: Handel(n) - jetzt, aber wie?

Handel(n) - jetzt aber wie?! Klaus Veeh	13
Exportprodukte aus Tanzania Tansania-Information 02/2007	25
Stärkung regionaler Strukturen – Cashewhandel in Mtwara Werner Friedel	29
Von Tanzania nach Berlin-Friedrichshain Adina Hammoud	32
Würzburger Partnerkaffee Maria Leitner	34
Importe aus Tansania über Fairen Handel	37
Menschenrechte für Blumenarbeiterinnen Gertrud Falk	38
Offener Brief an die FLO	42
Hilfreiche Ananas Leo Frühschütz	46
Biologischer Landbau in Tanzania Tansania-Information 09/2006	50

■ Partnerschaften und Projekte

Die wirtschaftliche Entwicklung Tansanias DETAF	52
Zuschüsse für Transportkosten Rudolf Welter	53
Angebot für ArchitekturstudentInnen Jochen Figur	54
World Shaker Award 2007	55

■ Medien: Hinweise und Besprechungen

■ Termine	61
-----------	----

Liebe Leserinnen und Leser,

wieder haben Sie ein neues Heft in den Händen, mit dem wir das Thema unseres letzten Studientages „Handel(n) – jetzt, aber wie?“ im März 2007 aufgreifen und Ihnen einen Überblick über die dort gehaltenen Vorträge und Diskussionen geben möchten. In Ergänzung dazu finden Sie wie immer Beiträge und Informationen aus anderen Quellen.

Nachdem wir uns im Herbst auf mehr theoretischem Niveau mit der Stellung Tanzanias in der weltweiten Ökonomie auseinandergesetzt hatten, war das Thema dieses Mal näher an der Praxis: Welche Produkte werden eigentlich zwischen Tanzania und Deutschland gehandelt und wie hat sich die Handelsbilanz in den letzten Jahren verändert? Wie sieht es speziell aus mit den fair gehandelten Produkten und welche Tendenzen zeichnen sich ab?

Am Beispiel des Blumenhandels wurden die Teilnehmer über die Probleme bei der Zertifizierung und der Durchsetzung von Qualitätsstandards informiert. Wie komplex die Handelsbeziehungen auch im Kleinen sind wurde anschaulich durch die Darstellung von konkreten Projekten wie dem Fairen Handel mit Cashew-Nüssen aus Mtwara oder dem Partnerkaffee aus Mbinga. Eine lebhaftere Vorstellung konnte man sich davon machen, mit welchen Fragen sich die Organisatoren von Weltläden auseinandersetzen müssen. In den Arbeitsgruppen konnten alle diese Themen noch einmal vertieft werden. Ein Resultat der Diskussionen war ein offener Brief an die FLO (Fairtrade Labelling Organization), den Sie in diesem Heft abgedruckt finden.

Auch in anderen Tanzania-Gruppierungen wie der Deutsch-Tansanischen Freundschaftsgesellschaft DETAF e.V. war die Ökonomie Tanzanias eine Tagungsthema. In diesem Zusammenhang möchte ich Sie auf die Resolution der DETAF in diesem Heft aufmerksam machen.

Angesichts des G8 Gipfels ist die Frage der Fairness der reichen Welt gegenüber den benachteiligten Ländern ins allgemeine Blickfeld gerückt und auch der evangelische Kirchentag bietet ein Forum zur Beschäftigung mit diesem Problemkreis.

In der Hoffnung, dass sich vielleicht doch etwas in die Richtung hin zu mehr Gerechtigkeit bewegen lässt, grüße ich Sie, auch im Namen der Habari Redaktion

Elisabeth Steinle-Paul

Gipfelproteste voller Erfolg für globalisierungskritische Bewegung Tiefe Legitimationskrise der G8 offenkundig

Attac

Rostock 08.06.2007 Das globalisierungskritische Netzwerk Attac betrachtet die Proteste gegen den G8-Gipfel in Heiligendamm als vollen Erfolg. „Diese Woche in Rostock und Heiligendamm hat vieles in der politischen Landschaft verändert. Wir haben die größte globalisierungskritische Massenmobilisierung erlebt, die es in Deutschland je gegeben hat“, sagte Werner Rätz vom Attac-Koordinierungskreis.

Allein an der internationalen Großdemonstration am Samstag nahmen 80.000 Menschen teil. Gut 20.000 Aktivistinnen und Aktivisten haben bei der Aktionswoche mitgemacht; an den friedlichen Massenblockaden der Kampagne „Block G8“ beteiligten sich mehr als 10.000 Menschen. Auch der Alternativgipfel zog rund 2000 Menschen an. Organisiert wurden die Proteste von einem breiten gesellschaftlichen Bündnis, dessen Spannweite vom Rand der institutionellen Kirche über Attac bis zu linken Basisgruppen reichte. Mit Greenpeace oder der Interventionistischen Linken brachten sich Organisationen und Strömungen in die Zusammenarbeit ein, die Bündnissen bisher sehr zurückhaltend gegenüber standen. Werner Rätz: „Mit dieser breiten Bewegung wird künftig zu rechnen sein.“

Der Gipfel in Heiligendamm habe erneut gezeigt, dass die G8 keinerlei Lösungen für die Probleme der Welt anzubieten haben. „Die Legitimationskrise der G8 ist offenkundig geworden“, sagt Pedram Shahyar, ebenfalls Mitglied des Attac-Koordinierungskreises. „Die G8 sind überflüssig. Heiligendamm wird ein dicker Sargnagel in der Geschichte ihrer Beerdigung gewesen sein.“ Ein Klimakompromiss, der vom bereits zweimal reduzierten Mindestziel nach unten abweicht und nur erwogen wird, sei ein Witz. Dasselbe gelte für das Thema Afrika: Die G8 hätten ausschließlich die bis heute nicht erfüllten Versprechen vom G8-Gipfel 2005 in Gleneagles wiederholt.

In der Vergangenheit hätten die G8 es meist geschafft, zwischen ihren internen Machtansprüchen erfolgreich zu vermitteln. Doch dieser Konsens trage nicht mehr. „Da stehen die so

*Attac
Münchener Straße
48, 60329 Frankfurt am Main
Tel 069-900281-10, Fax 069-900281-99
www.attac.de
info@attac.de*

*Für Rückfragen:
Werner Rätz,
Tel 0163-2423541,
Pedram Shahyar,
Tel 0163-2515571*

genannten Schwellenländer und fordern ihren Anteil. Da steht die internationale Gemeinschaft und akzeptiert ihre Ausgrenzung immer weniger, wie die immer wieder scheiternden WTO-Verhandlungen zeigen. Und da stehen die Menschen überall in der Welt, die nicht nur Kuchen oder Brot, sondern die ganze Bäckerei fordern“, so Shahyar.

Das alles zusammen verstärkte die Legitimationskrise der G8. Entsprechend unsouverän sei die Reaktion der acht Regierungschefs auf den breiten Protest aus der Zivilgesellschaft. Werner Rätz: „Sie wollen sich den Protest vom Leib und aus den Augen halten. Das ist ihnen hier nicht wirklich gelungen. Da wird auch die Verlegung auf Flugzeugträger oder einsame Inseln nichts nützen.“



Trügerische Hoffnung für Afrika: 60 Milliarden US-Dollar für die Gesundheit – ein Armutszeugnis?

*Aktionsbündnis gegen
AIDS
Kampagnenbüro
c/o Difäm
Dr. Birte
Rodenberg,
0170-7118350
Postfach 1307
72003 Tübingen
Tel 07071-206504
Fax 07071-206510
www.aids-
kampagne.de*

Tübingen/Kühlungsborn, 08. Juni 2007

Die G8-Gipfelerklärung zu Afrika enthält die Zusage, 60 Mrd. US Dollar (44 Mrd. Euro) zur Bekämpfung der Epidemien HIV und Aids, Tuberkulose und Malaria bereit zu stellen. Völlig unklar bleibt jedoch, in welchem Zeitrahmen dieses Geld aufgebracht werden soll. „Die angekündigten Maßnahmen sind wortreich, aber äußerst vage und die finanziellen Versprechen reichen bei Weitem nicht aus, um das Ziel des universellen Zugangs zu erreichen“, sagt Jürgen Hammelehle, Sprecher des Aktionsbündnisses gegen AIDS.

Zwar wurde die Verpflichtung vom G8-Gipfel in Gleneagles wiederholt, bis zum Jahre 2010 zu gewährleisten, dass alle HIV-In-

fizierten und Aids-kranken Menschen einen Zugang zu Prävention, Behandlung, Pflege und Unterstützung erhalten.

Doch Berechnungen von UNAIDS entsprechend, werden allein für die Bekämpfung von HIV und Aids bis 2010 jährlich 23 Mrd. US-Dollar benötigt. „Die G8-Länder sollten sich daran effektiv mit einem Anteil von 16 Mrd. US-Dollar beteiligen. Geht man davon aus, dass die Zusage von 60 Mrd. US-Dollar auf die kommenden fünf Jahre angerechnet wird, würden die G8 jährlich nur 12 Mrd. US-\$ zur Verfügung stellen – das ist weitaus weniger als HIV-infizierte Menschen brauchen“, so Hammelehle.

Der Bedarf des Globalen Fonds zur Bekämpfung von HIV-AIDS, Tuberkulose und Malaria von 6-8 Mrd. US-\$ jährlich bis 2010 wurde bestätigt. „Das ist zu begrüßen. Aber ob dieser Scheck auch wirklich ausgestellt wird, wird erst die Wiederauffüllungskonferenz im September zeigen“, so Birte Rodenberg, G8 - Referentin des Aktionsbündnis. „Bedauerlicherweise fehlt außerdem ein Signal aller G8-Länder dahingehend, dass sie sich nicht weiter an der aktiven Abwerbung von Gesundheitsfachkräften aus den afrikanischen Ländern beteiligen.“

Auch die Aussagen der Abschlusserklärung zu Patentrechten sind enttäuschend: Geistige Eigentumsrechte sollen verschärft werden, und die bereits bestehenden Möglichkeiten, die das TRIPS-Abkommen für arme Länder bietet, werden von den G8 nicht unterstützt. Das Aktionsbündnis gegen AIDS befürchtet, dass die sich dadurch erhöhenden Medikamentenpreise die finanziellen Hilfen auffressen.

Das Aktionsbündnis gegen Aids ist ein Zusammenschluss von über 100 kirchlichen und zivilgesellschaftlichen Organisationen der Aids- und Entwicklungszusammenarbeit sowie mehr als 280 Basisgruppen. Gemeinsam wollen sie Politik und Pharmaindustrie stärker in die Verantwortung für den Kampf gegen HIV/Aids nehmen. Der Ausbau der finanziellen Ressourcen zur weltweiten HIV-Prävention und Aids-Bekämpfung und der weltweite Zugang zur Therapie sind die zentralen Anliegen der Kampagne des Bündnisses.

Das Tanzania-Network.de unterstützt die Arbeit der Kampagne.

Das Tanzania-Network.de auf dem ev. Kirchentag in Köln

Johannes Paehl

Johannes Paehl, Pastor i.R., arbeitete für mehrere Jahre in der lutherischen Kirche von Tanzania in der Kageraregion.

*Kontakt:
j.u.d.a.paehl@t-online.de*

Wie auf allen letzten Kirchentagen war das Tanzania-Network auch in Köln wieder vom 6.-9. Juni 2007 präsent. Auch dieses Mal hatten wir im Vorfeld Mitgliedsgruppen eingeladen, mit uns eine Kooperation einzugehen. Dadurch wird das Bild Tanzanias in der Kirchentagsöffentlichkeit bunter und vielgestaltiger dargestellt. Zu diesem Kirchentag waren wir fünf Kooperationspartner. Geruch, Geschmack und Dekoration des Würzburger Partnerkaffees e.V. haben viele Markt-der-Möglichkeiten-Bummler angezogen. Vor der Theke luden drei Tische mit Stühlen zum Verweilen und zum Gespräch ein. Der Geschäftsführer Klaus Veeh, Mitarbeiter der kath. Diözese Würzburg, zusammen mit dem Ehepaar Feulner und Frau Engert vom evang. Dekanat Würzburg schenkten viel Kaffee aus und ein. Klaus Veeh berichtet: „Hunderte von Besuchern konnten persönlich angesprochen werden und hoffnungsvolle Zeichen der Kooperation waren in den Gesprächen immer wieder deutlich vernehmbar. Wir hoffen deshalb auf gute weitere Verbreitung unseres Produktes und freuen uns auf jeden weiteren Kunden, den wir dadurch gewinnen konnten.“

Ein deutlicher Blickfang war der Eine-Welt-Laden Magdeburg, den Norbert Wiese und Gudrun Rahn aufgebaut hatten. Die ganze hintere Wand des gemeinsamen Standes war dekoriert mit kunsthandwerklichen Produkten aus Tanzania. Postkarten von zwei jungen tanzanischen Künstlern, die beide auch da waren, wurden in einem Ständer im Eingangsbereich präsentiert und wirkten wie ein „eye catcher“.

An der linken Seitenwand und einen Teil der Front einnehmend stellte sich die DETAF (Deutsch-Tanzanische Freundschaftsgesellschaft) vor. Sie war von Anfang an mit Hartmut Guddat immer dabei. Hier fand das Praktikumsangebot für Jugendliche in Tanzania großes Interesse. Junge Leute wie Mirjam Dubbert, die bereits solch ein Praktikum in Tanzania hinter sich hatten, konnten kompetent Auskunft geben. Verschiedene, von der DETAF geförderte Projekte wurden aufmerksam wahr- und Prospekte mitgenommen.

Auf der rechten Seite vor dem Kaffeebistro zeigte sich die Hamburger Gruppe Deutsch-Tansanische Partnerschaft e.V. mit einer sehr aktuellen Thematik: die Anwendung von Solarenergie in Tanzania. Gleichzeitig wurde durch Andrea Karsten darüber informiert, wie ein Freiwilliges Ökologisches Jahr in Zanzibar absolviert werden kann.

Einen Teil der Frontpartie hatte das Tanzania-Network.de belegt. Die letzten noch verfügbaren Ausgaben von „HABARI“ waren ein starker Blickfang und luden zum Blättern ein. Viele Gespräche schlossen sich an.

Für mich war in diesem Jahr auffällig, dass mehr als früher viele junge Menschen davon erzählten, dass eine Schwester, ein Bruder oder Freund gerade in Tanzania ist oder war, zu einem mehrmonatigen oder Jahreseinsatz. Auch manche Eltern berichteten davon. Auf diese Weise hörten wir von Programmen, die uns bislang unbekannt waren. So erzählten z.B. Eltern, dass ihre Tochter aus Hildesheim gerade zum Ende ihres bisher in Deutschland verbrachten sozialen Jahres mit einem Angebot der Caritas einige Wochen in Tanzania Erfahrungen sammelt.

Schön für uns war auch, dass manche Besucherinnen und Besucher kamen, um uns real zu sehen. Sie kannten uns von unserer Homepage oder beziehen „HABARI“. Andere Besucher erzählten von Beziehungen zu anderen Ländern, ohne dass für sie solch eine Art Netzwerk vorhanden wäre. Sie nahmen Anregungen mit, in Richtung Netzwerkbildung zu sondieren. Kontakte vertiefen, neue knüpfen, die eigenen Angebote erläutern, das fand sehr lebhaft bei allen Kooperationspartnern statt. Dass auch manch Prominente den Weg zu unserem Stand fanden, erfreute und ermutigte alle. Der bayerische Landesbischof Friedrich ließ sich ausführlich von dem ökumenisch gestaltetem Partnerkaffee-Projekt unterrichten und genoss das anregende Getränk, zu dem DETAF-AktivistInnen wohlschmeckende Mandazi gebacken hatten. Die Präsenz auf dem Markt der Möglichkeiten des Kirchentages ist anregend und ermunternd, wenngleich bei längeren Standdienst auch ermüdend. Aber das wurde aufgewogen durch unsere „Standgemeinschaft“, die nicht zuletzt ein Treffpunkt für Tanzania-Fans, ein Ort für Verhandlungen und zu Gesprächen war, dem Namen und Auftrag entsprechend: Netzwerk!

Klage des Wasserkonzerns Biwater gegen Tansania

Vom 4. bis 6. Mai 2007 fand im Arbeitnehmerzentrum Königswinter AZK in der Nähe von Bonn ein entwicklungspolitisches Seminar der Deutsch-Tansanischen Freundschaftsgesellschaft (DETAF) statt. Thema in diesem Jahr war die wirtschaftliche Entwicklung in Tansania seit der Ujamaa-Zeit. Im Zusammenhang mit der Klage des britischen Wasserkonzerns BiWater gegen den Staat Tansania wurde eine Resolution verfasst und unterzeichnet.

Tansania wurde durch harte Konditionalitäten und weichen Druck von Weltbank, IWF und der HIPC-Entschuldungsinitiative zur Privatisierung der Wasserversorgung in Dar-es-Salaam gezwungen. Der von Privatisierungsbefürwortern beschworene Vorteil durch Privatisierung und Wettbewerb konnte in Tansania jedoch nicht auftreten, da überhaupt nur ein Unternehmen – Citywater (51% BiWater und Gauff Ingenieure, 41% Superdoll Trailer Manufacturers Ltd) am Bieterwettbewerb teilnahm.

Trotz der zu diesem Zeitpunkt bereits schlechten Reputation von BiWater erhielt Citywater im Dezember 2002 den Zuschlag, es wurde ein Konzessionsvertrag für 10 Jahre geschlossen, der den Betrieb ab 1.8.2003 und Investitionen in den ersten 2 Jahren in Höhe von 8,5 Millionen US \$ vorsah.

Nachdem im Jahr 2005 nicht einmal 50% der Investitionen durch die Firma vorgenommen wurden und die Wasserversorgung gegenüber der vorherigen bereits instabilen Versorgung noch schlechter geworden war, kündigte die Regierung Tansanias nach monatelangen Verhandlungen und Schlichtungsverfahren, die lediglich von einer weiteren Verschlechterung der Versorgung begleitet wurden, den Konzessionsvertrag vorzeitig.

Biwater Gauff (Tanzania) Ltd. wollte den Konzessionsvertrag neu verhandeln und berief sich auf unvorhersehbare Umstände. Price Waterhouse Coopers und Howard Humphrey's untersuchten diese Behauptung und urteilten, dass die Bedingungen sich nicht von denen zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses unterschieden. Damit ist die Kündigung des Vertrages durch den Staat wegen nicht erbrachter Leistungen legitim.

Trotzdem verklagt nun die Firma Biwater Gauff (Tanzania) Ltd. das Land Tansania auf 25 Mio. US \$ Schadenersatz. Obwohl die Regierung Tansanias eine öffentliche Anhörung gefordert hat, wurde dies von Biwater strikt abgelehnt.

Durch den Ausschluss der Öffentlichkeit entsteht der Eindruck, dass die Regierung Tansanias von einem multinationalen Konzern übervorteilt wird und kein faires Verfahren erhält. Internationale Unternehmen beschuldigen die Regierungen von Entwicklungsländern häufig der Korruption. In einem Fall, in dem Tansania mit beispielhafter Offenheit vorgeht, verweigern sich die Konzerne jedoch jeglicher Transparenz. Was haben Sie zu verbergen?

Biwater und dessen Tochterfirmen fallen immer wieder durch Probleme auf. So ist Bournemouth, UK (Biwaters Unternehmen in Großbritannien) von der britischen Regulierungsbehörde zum Wasserversorger mit dem schlechtesten Service und erheblichen Qualitätsproblemen eingestuft worden. In Nelspruit (Südafrika) hat BiWater ebenfalls nicht das im Konzessionsvertrag vereinbarte Kapital investiert, die Preise dagegen verdreifacht und sich geweigert, die Versorgung auszudehnen. In Puerto Vallarta (Mexiko) hat sogar die Weltbank darauf hingewiesen, dass es operationelle, finanzielle und politische Schwierigkeiten mit Biwater's Konzession gibt. Auch in Bangalore (Indien), in Malaysia und Nigeria gab es Streitigkeiten über die Vertragserfüllung. Es drängt sich der Eindruck auf, dass das Vorgehen von Biwater Methode hat und das Unternehmen nicht beabsichtigt, die eingegangenen Verträge wirklich zu erfüllen.

Unabhängig vom Ausgang des Prozesses muss Tansania finanzielle wie personelle Ressourcen für den Prozessverlauf einsetzen, die für die Verbesserung der Lebenssituation und Wasserversorgung der Bevölkerung hätten eingesetzt werden können.

Darüber hinaus erhält Biwater bereits 2 Millionen Pfund aus einer Versicherung des britischen Export Credit Guarantee Departments (ECGD), um Verluste auszugleichen. Auch diese 2 Millionen Pfund werden Tansanias Schuldenlast weiter erhöhen, da das ECGD diese von der tansanischen Regierung zurückfordern wird.

Das Verfahren vor dem International Centre for the Settlement of Investment Disputes (ICSID – eine weltbanknahe Organisation) in

den Niederlanden wurde am 16.04.2007 eröffnet, bis zu einem Urteil können mehrere Monate vergehen.

Wir befürchten, dass das ICSID sich wie in 70% aller ähnlich gelagerten Fälle für den Investor entscheidet und dem ohnehin nach wie vor hoch verschuldeten Land Tansania hohe Lasten aufgebürdet werden, obwohl der Investor ganz offensichtlich seinen Verpflichtungen nicht nachgekommen ist.

Die **Resolution** (s. Mittelblatt in diesem Heft) kann gesendet werden an:

ICSID International Centre for the Settlement of Investment Disputes

1818 H Street, N.W., Washington, D.C. 20433, U.S.A.

Tel +1 (0)202 458-1534, Fax +1 (0)202 522-2615

Case No. ARB/05/22

H. P. Gauff Ingenieure GmbH & Co. KG -JBG-

Berner Straße 45, 60437 Frankfurt am Main

Tel 069-50008-0, Fax 069-50008-111

jbgfrankfurt@gauff.com

Biwater Plc, Biwater House, Station Approach, Dorking, Surrey RH4 1TZ

Tel +44 (0)1306 740740, Fax +44 (0)1306 885233

Botschaft der Vereinigten Republik Tansania

Eschenallee 11, 14050 Berlin

Tel 030-3030800, Fax 030-30308020

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

Postfach 12 03 22, 53045 Bonn

The World Bank

1818 H Street, NW, Washington, DC 20433 USA

Tel +1 (0)202 473-1000, Fax +1 (0)202 477-6391

International Monetary Fund

700 19th Street, N.W., Washington, D.C. 20431

Tel +1 (0)202 623-7000, Fax +1 (0)202 623-4661

Dieser Beitrag auf dem VENROB-Rundbrief vom Mai 2007 dient als Weiterführung des Themas unseres Studentages im November 2006 „Tanzania im weltweiten Handel“. Ausführliche Grundlagentexte zu EPAS und WTO können im HABARI 4/2006 nachgelesen werden.

Deutsche EU-Ratspräsidentschaft drängt auf Freihandel zwischen der EU und Afrika

Berlin, 14. Mai 2007. Anlässlich der heute beginnenden Tagung des EU-Ministerrates warnen Vertreter der Zivilgesellschaft aus Europa und aus Afrika, der Karibik und dem pazifischen Raum (den AKP-Staaten) vor einem drohenden wirtschaftlichen Ausverkauf Afrikas. „Brot für die Welt“, Evangelischer Entwicklungsdienst, Oxfam Deutschland, WEED und weitere Organisationen fordern die deutsche Ratspräsidentschaft auf, den derzeitigen Zuschnitt regionaler Handelsabkommen, der sog. „Economic Partnership Agreements“ (EPAs), zugunsten nachhaltiger und gerechter Alternativen zu korrigieren.

Ein durchgesickerter Entwurf der EPA-Abschlussklärung des Ministerrates zeigt, dass die EU entgegen offizieller Verlautbarungen unverändert auf eine umfassende Marktöffnung der armen Länder setzt. Dies gefährdet die Lebensgrundlage von Kleinbauern, wirkt sich negativ auf die Umwelt aus und bedroht die wirtschaftliche Zukunft der AKP-Staaten.

„Es ist ein eklatanter Widerspruch, dass die EU unter Leitung der deutschen Ratspräsidentschaft ihren Liberalisierungsdruck auf einige der ärmsten Länder der Welt verstärkt, im Vorfeld des G8-Gipfel in Heiligendamm aber gleichzeitig die faire Partnerschaft mit Afrika betont“, kritisiert Alexandra Burmann für „Brot für die Welt“ und den Evangelischen Entwicklungsdienst. „Solange die EU darauf aus ist, ihre eigenen Interessen durchzuboxen, kann von Partnerschaft keine Rede sein. Europa muss endlich anerkennen, dass Afrika eigene Entwicklungswege gehen will“, fordert Dr. Joseph Ngereza vom tansanischen Kirchenrat.

Weitere Informationen bei:

*Alexandra Burmann,
„Brot für die Welt“
und Evangelischer
Entwicklungsdienst:
epa2007@bfdw-
eed.de*

*Dr. Klaus Schilder,
Weltwirtschaft, Öko-
logie & Entwicklung
(WEED):
klaus.schilder@weed-
online.org*

„Es gibt realistische und entwicklungsorientierte Alternativen zu EPAs, allein der politische Wille fehlt, um diese im EU-Ministerrat umzusetzen“, so Corinna Heineke von Oxfam Deutschland. Die EU wolle die zulässigen Schutzmaßnahmen gegen EU-Exporte und längere Implementierungsphasen auf einige wenige besonders gefährdete Produkte beschränken. „Die EU muss ihren gegenwärtigen Freihandelskurs aufgeben. Es dürfen keine weitergehenden Marktzugangszugeständnisse von den AKP-Staaten erpresst werden“.

„Die gegenwärtigen Verhandlungen sind eine entwicklungs-politische Farce. Das Drängen der deutschen Ratspräsidentschaft auf Abschluss der Verhandlungen bis Jahresende gefährdet die Nachhaltigkeit und soziale Gerechtigkeit neuer Handelsverträge“, erklärt Dr. Klaus Schilder von WEED.

„Ein Abschluss ohne umfassende Verträglichkeitsprüfungen in allen Regionen ist entwicklungspolitischer Blindflug auf dem Rücken der Menschen in den AKP-Staaten. Die Entwicklungsorientierung von EPAs bleibt damit ein reines Lippenbekenntnis“.

Über 200 Organisationen in der EU und Afrika unterstützen das informelle Bündnis EPA2007, in Deutschland u.a. Brot für die Welt, Evangelischer Entwicklungsdienst, FIAN Deutschland, Germanwatch, KASA, KOSA, NAD, Oxfam Deutschland, terre des hommes und WEED. Die Organisationen unterstrichen vergangene Woche ihre Forderungen an den EU-Ministerrat in einem Offenen Brief an die deutsche Entwicklungsministerin Heidemarie Wieczorek-Zeul (www.epa2007.de).

*Aus: VENROB Rundbrief, VENROB Verbund entwicklungs-politischer Nichtregierungsorganisationen Brandenburg e.V., Schulstr. 8b, 14482 Potsdam
Tel 0331-704 8966, Fax 0331-270 8690 www.venrob.org
info@venrob.org*

Handel(n) - jetzt, aber wie?!

Die Herausforderung für die Wirtschaft Tanzanias im internationalen Markt

Klaus Veeh

Mit dem Thema des Referates führen wir unsere Partnerschaftsarbeit zum Themenbereich der internationalen Einbindung Tanzanias in die wirtschaftlichen Zusammenhänge vom 17. und 18. November 2006 in Fulda konsequent fort. Dort fragten wir damals nach den politischen Rahmenbedingungen, die die wirtschaftlichen Kooperationen bestimmen – heute wollen wir zum „konkreten Handeln“ anregen!

Wir wollen uns die Möglichkeiten des wirtschaftlichen Handelns vor Augen führen, Produkte und deren Vermarktungswege anschauen und die Arbeit der Partnerschaftsgruppen vor diesem Hintergrund reflektieren. Einige der Partnerschaftsgruppen haben bereits konkrete Vermarktungswege beschrrieben und können ihre Erfahrungen einbringen, andere suchen solche Wege oder überlegen, was sie tun könnten.

Ausgehend von der Tatsache, dass alle unsere Kooperationsbemühungen auf der Folie wirtschaftlicher Einbettung verlaufen („ohne Moos - nichts <nicht viel> los!) möchte ich in vier Punkten die Grundlagen des Handelns mit unseren Freunden und Partnern in Tanzania charakterisieren:

1. Welthandel geht uns alle an
2. Tanzania hat das Recht, seine Wirtschaft selbst zu steuern
3. Mensch und Umwelt haben Vorrang vor Unternehmens -
profiten
4. Wirtschaft und Handel vor der globalen Herausforderung –
immer im Dienst der Armutszureduzierung

1. Welthandel geht uns alle an

Die Einbettung Tanzanias in die ostafrikanische Handelsgemeinschaft (EAC - East African Community)

*Klaus Veeh,
Diözesan-
referent Missi-
on, Entwicklung,
Frieden*

*Kontakt: ,
Kürschnerhof 2 ,
97070
Würzburg
Tel 0931 - 386
65 121*

*klaus.veeh@bistum-
wuerzburg.de*

Wie aus beiliegendem Schaubild hervorgeht, hat sich Tanzania im Vergleich zu den vier umliegenden Ländern Ostafrikas mit einem realen Bruttoinlandsprodukt Wachstum von 6,8 % im vergangenen Jahr gut etabliert. Mit einer niedrigen Inflationsrate und wachsenden Exportzahlen erwirtschaftet Tanzania leider immer noch eine negative Leistungsbilanz, die sich auf die Auslandsverschuldung auswirkt. Nichtsdestoweniger ermutigen die Kennzahlen und zeigen den Aufwärtstrend der im ganzen Land zu verspüren ist.

Vergleichende Indikatoren der EAC-Mitglieder: (Zahlen: Mitte 2006)

Indikator	Kenia	Tansania	Uganda	Ruanda	Burundi
Bevölkerung (Mio.)	32,8	38,4	27,6	8,6	7,3
Bevölkerungswachstum	1,9	2,0	2,7	2,2	1,9
BIP (Mrd. \$)	17,8	11,2	8,9	2,1	0,8
BIP-Wachstum (% real)	5,8	6,8	5,5	5,2	0,9
BIP Pro Kopf (\$)	520	290	310	230	110
BIP pro Kopf (\$, PPP)	1.400	1.200	1.450	1.350	700
Inflationsrate (%) 2	10,5	4,3	8,2	9,4	13,0
Exporte (Mrd.\$)	3,3	1,6	0,9	0,1	0,1
Importe (Mrd.\$)	5,8	2,4	1,8	0,4	0,3
Leistungsbilanz (Mrd.\$)	-1,2	-0,6	-0,3	-0,1	0,0
Leistungsbilanz (% von BIP)	-6,5	-5,0	-3,0	-3,0	-4,0
Auslandsverschuldung (Mrd.\$)	7,3	7,7	5,1	1,5	1,4

(vgl. Tabelle Indikatoren der EAC-Mitglieder aus: Hackenbroch Inge, Bundesagentur für Außenwirtschaft <bfai> 2006)

Interessant dabei ist es zu differenzieren in welchen Bereichen das Bruttoinlandsprodukt hauptsächlich verdient wird: Dabei nimmt der Bereich der Land- und Forstwirtschaft sowie der Fischerei den Großteil ein. Der Bergbau hatte in den vergangenen 2 Jahren den stärksten Zuwachs und daraus resultierend (Rückflüsse aus dem Verkauf der Produkte) ein Anwachsen bei den Ver-

dienstmöglichkeiten im Baugewerbe (Zuwachs 12,3 %). Aber auch im Hotel und Gaststättengewerbe sowie in der Industrie sind deutliche Zuwächse zu verzeichnen.

Bruttoinlandsprodukt (BIP) (in Mio. TSh, Änderung real in %)

Bereich	2004	2005	Änderung
BIP gesamt	11.331.638	13.063.317	6,8
davon: BIP monetär	8.043.355	9.336.729	7,3
Land- u. Forstwirtschaft, Fischerei	2.958.063	3.483.352	5,3
Bergbau	278.262	368.141	15,7
Industrie	791.416	891.135	9,0
Energiewirtschaft (einschl. Wasserversorgung)	177.416	202.499	5,1
Baugewerbe	532.017	619.799	12,3
Dienstleistungen:			
Handel, Hotel- u. Gaststättengewerbe	1.319.172	1.513.090	8,2
Transport u. Kommunikation	509.948	580.754	6,4
Finanz-, Bankwesen u.ä.	637.127	739.110	5,6
Öffentliche Dienstleistungen	1.044.229	1.154.682	5,1
BIP nicht-monetär	3.288.284	3.726.588	5,2
Land- u. Forstwirtschaft, Fischerei	2.269.394	2.542.496	5,0
Bauwirtschaft	105.752	122.113	9,5
Wohneigentum	913.138	1.061.979	4,9

(vgl. Tabelle Bruttoinlandsprodukt in Millionen tanzanischen Schilling aus: Wirtschaftstrends Kompakt: Bundesagentur für Außenwirtschaft, Hackenbroch Inge 2006)

Tanzanias landwirtschaftliche Produkte

Im wesentlichen ist Tanzania ökonomisch von der Landwirtschaft geprägt, ca. 80 % der Auslandseinnahmen stammen aus dem Handel und der Produktion mit Nutz- u. Nahrungsmittelpflanzen. Sie tragen ca. 48 % zum Bruttosozialprodukt Tanzanias bei (vgl.

Aufstellung der tansanischen Botschaft unter www.tanzania.gov.de/article44.html). An Hauptnutzpflanzen werden neben Kaffee, Baumwolle, Tabak, Sisal, Zucker und Nüssen vor allen Dingen Fische für den Export produziert. Die Haupternten werden von Kleinbauern unter Verwendung herkömmlicher mechanischer und technischer Mittel produziert. Die Benutzung kommerziellen Düngemittel steigt erst mit größerer Flächennutzung. Ausländische Konzerne in der Nahrungsmittelproduktion (Nestle, Kraft u.a.) haben noch wenig Marktanteile in Tanzania. Investitionen bei Nahrungsmittel-Lagereinrichtungen und Weiterverarbeitungen wären unbedingt nötig und sind nicht im ausreichenden Maße vorhanden.

So wird der Hauptexportschlager, der Viktoriabarsch, über Uganda ausgeflogen, um in den europäischen Markt zu gelangen. Die Rosen aus der Arusha-Region werden über Kilimanjaro-Airport und auch Kenya in den globalen Handel gebracht. Wie aus beiliegender Statistik des Bundesamts 2005 hervorgeht, ist ein starkes Wachstum, vor allen Dingen in den Bereichen „Fisch und Kaffee“ zu verzeichnen. Tee und Gewürze müssen sich im internationalen Handel starker Konkurrenz stellen und können teilweise nicht Schritt halten.

Export-Handelsstatistik Tansania – Deutschland

Ware	2004 t	2004 Euro	2005 t	2005 Euro
Fischfilet	3181,9	12.364.000	4386,0	17.071.000
Rosen	333,3	1.528.000	318,6	1.448.000
Kaffee	9147,7	9.883.000	12769,2	20.410.000
Kakao	198,0	280.000	179,7	321.000
Schwarzer Tee	389,2	562.000	196,9	314.000
Grüner Tee	-	-	0,3	2.000
Pfeffer	10,6	6.000	9,4	27.000
Capsicum/ Pimenta	19,2	59.000	28,3	106.000
Zimt	2,4	4.000	1,6	3.000
Gewürznelken	-	-	13,3	49.000
Ingwer	26,9	56.000	11,1	46.000
Kurkuma	-	-	1,5	6.000
Garne	4,1	9.000	1,5	3.000
Stoffe (BW)	10,3	23.000	13,5	35.000

(Quelle: Statistisches Bundesamt Deutschland)

Erfreulich ist die Tatsache, dass die Nahrungsmittel wie Mais, Reis, Weizen, Bohnen, Maniok, Süßkartoffeln u. Kartoffeln, Bananen und Hirse in ausreichendem Maße zur Selbstversorgung der Bevölkerung vorhanden sind, ohne dass diese Anbauflächen in Konkurrenz zu den Flächen stehen, auf denen Exportgüter angebaut werden.

Die Außenhandelsstatistik der Bank von Tanzania weist getrennt nach Warengruppen eine deutliche Steigerung von 2004 nach 2005 auf, vor allen Dingen in den Bereichen Kaffee und Baumwolle (diese wird im wesentlichen nach Pakistan, Indien u. Malaysia zur Weiterverarbeitung exportiert).

An Haupthandelspartnern/ EU-Lieferländern (vgl. Tabelle) werden im europäischen Raum neben Deutschland, Belgien, Luxemburg, Großbritannien, Italien, Niederlande u. Portugal genannt. Im internationalen Bereich zunächst die ostafrikanischen Nachbarn, Saudi Arabien, China, Indien, USA und Südafrika.

Wichtigste EU-Lieferländer (in Mio. Euro, Veränderung in %)

Lieferland	2004	2005	Veränderung
EU gesamt	437,7	514,7	17,6
davon:			
Großbritannien	98,8	104,1	5,4
Deutschland	75,3	84,8	12,6
Niederlande	49,0	65,6	33,8
Frankreich	58,5	63,3	8,3
Italien	44,1	57,9	31,4
Belgien	32,2	35,1	9,0

(Quelle: Eurostat)

Im Außenhandel der Bundesrepublik mit Tanzania stehen vor allen Dingen folgende Produkte im Vordergrund: Maschinen u. Fahrzeuge sowie chemische Erzeugnisse neben Fertigwaren (vgl. Quelle statistisches Bundesamt Wiesbaden).

Außenhandel nach Waren/Warenarten (in Mio. US\$, Veränderung in %) (Insgesamt)

Produkt/Warenart	2004	2005	Veränderung
Exporte gesamt	1.336,1	1.549,3	16,0
davon:			
Kaffee	49,8	74,3	49,2
Baumwolle	74,6	111,5	48,5
Sisal	7,2	7,3	1,4
Tee	30,1	35,6	-14,9
Tabak	57,6	80,8	40,3
Cashewnüsse	68,1	46,6	-31,6
Mineralien	680,2	711,3	4,6
Fertigwaren	110,1	156,1	41,8
Importe gesamt	2.497,9	2.677,8	7,2
davon:			
Kapitalgüter	953,4	1.184,8	24,3
Zwischenprodukte	723,6	665,4	-8,0
davon: Erdöl	414,4	314,9	22,6
Konsumgüter	820,9	827,6	0,8
davon: Nahrungsmittel	273,2	185,0	-32,3

(Quelle: Bank of Tanzania)

Auffällig bei allen Statistiken und Zahlen für den Import und Export Tanzanias im Bereich Handel und handelsbezogener Güter ist Folgendes:

Wenn die Exporte im Vergleichszeitraum 2004 /2005 ca. 1,6 Milliarden US\$ umfasst haben, so hat Tanzania doch im gleichen Zeitraum Waren und Dienstleistungen im Wert von 2,4 Milliarden Dollar eingeführt, was zu einem Leistungsbilanzdefizit von 800 Millionen Dollar (gerundet) führt. Damit ist klar, dass dies zu einer weiteren Neuverschuldung des Landes, genauso wie zu einer Abwertung des tanzanischen Schillings gegenüber Dollar und Euro führt.

Außenhandel der Bundesrepublik Deutschland mit Tansania
(in 1.000 Euro)

Warenbenennung	Einfuhr 2004	Einfuhr 2005*)	Ausfuhr 2004	Ausfuhr 2005*)
Nahrungsmittel/ lebende Tiere	24.203	39.415	211	102
Getränke/Tabak	12.854	12.048	192	221
Rohstoffe	2.824	2.672	3.446	2.228
Brennstoffe/ technische Öle	0	0	6	61
Tierische/ pflanzliche Öle	162	265	167	211
Chemisch Erzeugnisse	3	0	9.621	8.903
Vorerzeugnisse	1.695	2.405	6.982	9.436
Maschinen u. Fahrzeuge	363	238	32.777	48.983
Fertigerzeugnisse	101	193	20.158	17.261
Andere Waren u. -vorgänge	1.262	402	1.828	2.636
Insgesamt	43.467	57.638	75.388	90.042

*) vorläufige Ergebnisse

(Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden; Gliederung nach SITC)

So sehe ich gerade hier einen Motivationspunkt für unser Engagement! Unbesehen der Tatsache, ob das gegenwärtige Welthandelssystem von Handel und Verschuldung nun als gerecht oder ungerecht bewertet wird, müssen schließlich die „kleinen Leute“ in Tanzania die Zeche mit einem durchschnittlichen Pro-Kopf-Einkommen von 210 bis 290 Dollar (pro Jahr) bezahlen (vgl. www.tanzania-network.de/downloads/themen/studie1.html).

Landwirtschaftliche Produkte und ihre Chancen

Wie aus den Pressemeldungen der Zeitungen in den vergangenen Monaten Januar/Februar 2007 hervorgeht, gibt es einige Produktbereiche, die im Moment besonders unsere Aufmerksamkeit verdienen:

Artemisia: Hier wird im Moment in einer Tablettenfabrik in Arusha daran gearbeitet eine eigene Antimalariatablettenproduktion aufzubauen. Diese ist für Prävention und Medikation eine möglicherweise zukunftsfähige Investition.

Baumwolle: Der Hauptexport (85 %) konnte in die Länder China, Thailand, Pakistan, Malaysia und Indonesien gesteigert werden. Problemanzeige: Von dort kommt sie dann als Fertigprodukt (Kangas, Wäsche usw.) nach Tanzania zurück. Hier wäre es sinnvoll, die Textilindustrie im eigenen Land zu verstärken.

Cashewnüsse: Hier gab es große Aufregung bei der Preisdiskussion, da einige indische Händler versucht haben sollen, den Preis zu drücken. Die Regierung legt den Preis bei 580,00 bis 600,00 TSh/kg unverarbeiteter Nüsse fest.

Hirse: Hier wird im Moment darüber nachgedacht, eine Produktlinie „Bier aus Hirse“ zu installieren.

Hühner: Neue größere Farmen produzieren sehr viele Hähnchen für den Verbrauch im Inland. Hier gibt es Probleme mit der Veterinärsituation. Der Ausbau läuft langsamer als der Aufbau bei den Hühnerfarmen.

Kaffee: Der Durchschnittspreis für sehr gute Qualitäten lag mit Einsetzen der neuen Ernte bei 1,5 US\$ pro Kilo. (Ende 2006) Wachsende Erträge werden durch verbesserte Anbautechniken möglich. Der Faire Handel im Bereich Kaffee ist die Option, die viele Kleinbauern einschlagen wollen.

Mais: Hier gibt es wie alljährlich das Problem des Preisverfalls bzw. der immensen Preiserhöhung, wenn Mangel- oder Überproduktion im Land vorhanden ist.

Maniok: Es wird darüber nachgedacht, aus Maniok und Jatropha Industrierohstoffe für mögliche Bio-Spritproduktion/Ölproduktion zu gewinnen.

Biomarkt: Rein ökologische Produkte, die für den Export produziert werden könnten, sind noch stark entwicklungsfähig. Als Einwand ist jedoch die Frage erlaubt, inwiefern ökologische Gemüse, Getreide o.ä. in den Export kommen sollten. Der Export könnte zur Konkurrenz für die Produktion anderer Länder werden. Indem er diese verdrängt, wird er selbst zum Belastungsfaktor für die

Umwelt, weil er längere Transportwege nötig macht und deshalb die CO₂-Bilanz negativ beeinflusst.

Insgesamt ist ein Aufschwung in allen Bereichen festzustellen, durch Beratung bei Bewässerung, Pestizid- und Fungizideinsatz, sowie in der Vermarktung sind zusätzliche Erträge im ökologisch vertretbaren Rahmen zu erwarten. (vgl.: Tanzania-Information: Mission Eine Welt Nr. 01/02/2007)

2. Tanzania hat das Recht, seine eigene Wirtschaft zu steuern

Geht man von der Tatsache aus, dass die Kosten für die europäische und internationale Handelsliberalisierung mit den Subsaharastaaten Afrikas in den Jahren 1985 bis 2005 ca. 212 Milliarden US\$ betragen haben und die Stützung des EU-Milchmarktes jährlich 1,43 Milliarden Dollar Export-Subventionen kostet, dann wird klar, dass die EU-Staaten und alle übrigen exportierenden Staaten des Nordens nur ein Interesse verfolgen: Bezogen auf Tanzania und auch Afrika insgesamt, eine völlige Öffnung der Märkte.

So ist am Beispiel Kameruns prognostiziert, dass bei einem Wegfall aller zoll- und handelstechnischen Schranken eine Zunahme der verarbeiteten Lebensmittel auf 80 % anwachsen wird. Was das für die dort vorhandene Lebensmittelproduktion bedeutet, kann man heute schon am Beispiel des exportbilligsten Hühnerfleisches aus der EU (Frankreich) sehen: Der Markt bricht völlig zusammen. Die Folge ist u. U. „Hunger“, obwohl das Produktionswissen und die Kapazitäten vorhanden, diese aber mit diesem Billigangebot aus Europa nicht konkurrieren können (vgl. VENRO: Afrikas Perspektive - Europas Politik, Bonn 2006, S. 5).

So muss das Ziel künftiger Wirtschafts-, Partnerschaftsabkommen oder EPAS (Economic Partnership Agreements) auf Handelsebene zwischen der EU und den AKP (Afrika-Karibik-Pazifik)-Staaten ein faires und langfristiges Procedere werden, das der ökonomischen Situation des Handelspartners Tanzania mit armutsorientierten und entwicklungsbezogenen Instrumenten begegnet und nicht Marktöffnung um der Marktöffnung willen betreibt.

Die zur Zeit von der EU im Rahmen von WTO geplanten EPA-Abkommen mit den AKP-Staaten erfüllen diesen Ansatz nicht, sondern versuchen aus Sicht des Nordens, einseitig Handelsbe-

dingungen festzuschreiben, die sich auf lange Sicht für die Länder Subsaharas – auch der ostafrikanischen Wirtschaftsgemeinschaft (EAC) – zum wirtschaftlichen Nachteil auswirken werden. Angesteuerte Handelsliberalisierung und der Wegfall von Zolleinnahmen unter dem Motto „Teile und herrsche“ gehen eindeutig zu Lasten der Länder des Südens und werden zukünftig noch mehr Menschen in Armut bringen.

Einen solchen Handel lehnen wir vor dem Hintergrund eines fairen und partnerschaftlichen Miteinanders zum Wohle aller Beteiligten ab. Wir wollen vielmehr die fairen Spielregeln des Marktes stärken (Fairer Handel!) und die politischen Kräfte unterstützen, die das Lerntempo der Zivilgesellschaften und der politischen Entscheidungsträger in Tanzania wie in Deutschland mit Vorsicht und Weitsicht einschätzen!

Hierbei ist der Faire Handel kein Wert an sich, sondern muss immer auch mit dem Bemühen um die Verbesserung und Sicherung der Grundbedürfnisse wie Nahrung, Kleidung und Wohnung einhergehen. Die Bereitstellung und der Zugang zu Bildung und angemessener Gesundheitsversorgung muss immer mit auf der Agenda derer stehen, die sich für einen offenen und fairen Welthandel einsetzen. Hoffnungsvolle Ansätze hierzu gibt es zum Beispiel in der Studie von C.K. Prahalad. Der indische Professor an der Universität Michigan ist Spezialist für Unternehmensstrategie und Wertschöpfung. Er empfiehlt die Würde des einzelnen „armen“ Menschen zu stärken und ihn als „Quasiunternehmer“ anzuerkennen. Sein Ansatz, den einzelnen Menschen in seiner Würde eigenverantwortlich die Zukunft seiner Selbst und seiner Familie in die Hand zu nehmen, ist ein Vorschlag, der auch für unsere Partner in Tanzania einen Impuls setzen könnte (vgl. C.K. Prahalad „Der Reichtum der Dritten Welt“, Finanzbuchverlag 2006 Ffm.).

Ein weiteres hoffnungsvolles Zeichen setzte die Regierung in Tanzania mit dem sog. Tanzania-Investment-Center (TIC), das 1997 installiert, einen Focus für Investoren, die in Tanzania ein Unternehmen gründen wollen, bietet. Hier können Marktzugänge angeschaut, Informationen eingeholt und Anträge gestellt werden. Die Website unter dem Titel www.tic.co.tz gibt einen reichhaltigen Überblick über die verschiedenen Möglichkeiten und Ausrichtungen, die das Investmentcenter bietet.

3. Mensch und Umwelt müssen Vorrang vor Unternehmensprofiten haben!

Ausgehend von der Idee, dass „in Menschen“, nicht in Tötungsmaschinerien, investiert werden sollte, sind erschreckende Zahlen im internationalen Vergleich zu nennen:

- Weltweit werden jährlich 1,2 Billionen Dollar für Rüstungsausgaben investiert, dagegen nur etwa 10 %, nämlich 107 Millionen Dollar für Entwicklungshilfe aufgebracht (vgl. VENRO a. a. O.)
- Die vier Monate des Bundeswehreinsetzes zur Begleitung der Wahlen im Kongo haben umgerechnet ca. 50 Millionen Euro gekostet: Das sind genau 2 Jahresbudgets, die Deutschland im Rahmen der EU-Mittel für Tanzania zur Verfügung gestellt hat (vgl. Länderprofil Tanzania BMZ/Mai 2005)
- Insgesamt hat der Etat des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit im Jahr 2006 einen Umfang von 4,2 Milliarden Euro.

Schon an diesen wenigen Zahlen stellt sich deutlich die Frage, was ist politisch und in der Entwicklungszusammenarbeit wirklich gewollt? Wie sollen die vorrangigen Themen lauten, die wir aus Sicht des Nordens wirklich wollen sollten.

Unbestritten der Tatsache, dass jeder Mensch ein grundsätzliches Sicherheitsbedürfnis hat, sollte in Deutschland wie in Tanzania das Thema „Nachhaltigkeit“ perspektivisch Einzug halten, für das es sich auch zu leben und einzusetzen lohnt. Dies bedeutet die Suche nach partizipatorischen und demokratischen, sowie auch dezentralen Lösungen zu suchen, wie z.B. erneuerbare Energien o.ä.. Gleichzeitig muss deren Bezahlbarkeit reflektiert und umgesetzt werden: Es kann schließlich nicht sein, dass einerseits Tanzania gezwungen ist, seinen Holzvorrat Stück für Stück zu verheizen und Raubbau an seinen natürlichen Ressourcen betreibt und gleichzeitig die nördliche Hemisphäre weiterhin ungebremst Abgas CO₂ in die Luft bläst oder anderen Energieabfall (Kernenergie!) produziert. In beiden Fällen fehlt die Nachhaltigkeitsperspektive, die mir vor der schleichenden Klimaveränderung heute wichtiger denn je zu sein scheint. So sollte in Kooperation mit den Partnern in Tanzania ein energiepolitischer Konsens vorangetrieben werden, der politisch konzeptionelles Fachwissen und Fertigungs-

kapazitäten im Bereich erneuerbarer Energien schafft und neben dem Aufbau einer modernen Energieversorgung auch nicht elektrische Energielösungen (Kleinstkochherde, Pflanzenölkocher, Kleinwasserkraft und Solaranlagen u. v. mehr) in den Blick nimmt. (vgl. VENRO, a. a. O.)

4. Wirtschaft und Handel vor der globalen Herausforderung immer im Dienst der Armutsreduzierung

Im Rahmen der weltweiten Handelsabkommen, besonders der Verhandlungen im Bereich der WTO, ist es von herausragender Bedeutung, dass ärmere Länder den globalen Herausforderungen des internationalen Handels nicht schutzlos ausgeliefert sind. Auf dem Weg zu einem sich ausweitenden Welthandel müssen die ohnehin schon Benachteiligten, besonders unsere Freunde in Tanzania, bei ihren Bemühungen im sozialen und ökologischen Wandel gestärkt werden. Dabei müssen die Instrumente des Marktes behutsam angewendet werden; regionale Gemeinschaften wie EAC, sollten in einer multilateralen Welthandelsordnung besondere Bedeutung bekommen. Die Öffnung der Dienstleistungsmärkte sollte entsprechend der Kapazitäten des Handelspartners möglich werden.

Die Chance, die im globalen Handel liegt, kann sich positiv für Tanzania auswirken, wenn:

- Markt und Wettbewerbseffizienz innerhalb Tanzanias selbst gesteigert werden können,
- Arbeitsteilung und Spezialisierung einen größeren Absatzmarkt und die Produktivität erhöhen,
- mehr exportiert werden kann,
- mehr ausländische Direktinvestitionen getätigt werden,
- neue Technologien genutzt werden können.

Leider wirkt sich der globale Markt im Moment nicht, wie positiv beschrieben, auf die Handlungsoptionen Tanzanias aus, denn die Ausgangspositionen und der Entwicklungsstand des Landes sind zu verschieden im Vergleich zu dem, was internationale Konzerne und deren Wirtschaftsministerien haben wollen. Die Weltmarktpreise setzen immer noch die in Armut Lebenden unter Anpassungsdruck. Für ein Land wie Tanzania, das nur wenig exportieren kann und einen kleinen Markt an Exportprodukten hat (vgl. Fisch, Kaf-

fee, Baumwolle), wirkt sich der offene Welthandel negativ aus. Außerdem kann sich eine schwache Wirtschaft, wie die Tanzanias, nur schwer gegen Wechselkursschwankungen und Strukturkrisen in anderen Ländern (vgl. steigende Ölpreise!) nicht schützen.

In diesem Sinne wollen wir für unsere Partner und Freunde in Tanzania überzeugende, ethische und politische Vorschläge zur weiteren Gestaltung des Welthandels mittragen. Hier versteht sich das Tanzania-Network.de als Anwalt und Lobbyist für unsere Freunde und Partner in Tanzania.

Exportprodukte aus Tanzania

aus: *Tansania Information 02/2007*

Bananenwein

Die Produzenten von Bananenwein suchen nach Unterstützung, um dem Wein Exportchancen zu eröffnen. Ein Lebensmittelfachmann sagte, bei Messen im Ausland seien Bestellungen eingegangen. „Das Problem ist, genug Wein zu bekommen, denn die Produzenten haben nicht viel Kapital und wenig organisatorische Fähigkeiten. Wir ermuntern sie, Teams zu bilden“, berichtete er. Nach der World Food Fair in Paris hätten sich Asilia Fruits Products und Kim's Produce einen Markt gesichert. (DN 10.10.06)

www.tansania-information.de

Blumen

Der europäische Markt, wichtigster Abnehmer, soll 100 % der Blumenimporte aus Entwicklungsländern auf Pestizide kontrollieren, sicherstellen, dass keine schädlichen Mittel in die EU kommen. Einige große Blumen-Exporteure klagten gegen dieses Vorgehen. Ein Verantwortlicher der Tansanischen Industrie-, Handels- und Landwirtschaftskammer aber sagte, man sehe darin eine Herausforderung, keine Behinderung.

Anthony Diallo, Minister für Entwicklung der Viehzucht, sagte bei einer Konferenz für Vieh-Experten, der Exportmarkt sei vorhanden. Nun gehe es darum, genügend hochwertige Ware zu produzieren. Um das Einhalten der Norm und die Qualität sicherzustellen, werde die Regierung demnächst ein Fleisch-Amt einrichten. (DN 5.12.06)

Die tansanischen Schnittblumen sind auf dem Weltmarkt konkurrenzfähig, seit '03 bekannt, weil ihr Wert jedes Jahr stieg. Deutschland, seit längerem wichtigster Exportmarkt, nimmt 37 % der Blumen ab, Norwegen 31 %, die Niederlande 29 %. (Guardian 11.8.06)

Das Problem des Blumenexports bleibt die rechtzeitige Anlieferung. Der größte Teil wird in der Arusha- und der Kilimanjaro-Region gezogen. Der KiliFlora-Generaldirektor sagte, die Blumenindustrie benötige materielle Unterstützung von Seiten der Regierung, was Transport und Investitionsmöglichkeiten angeht. Es gebe nicht genug Flüge nach Europa. Die Produzenten seien gezwungen, die Blumen bis zum Kenyatta International Airport von Nairobi zu bringen. Die am Kilimanjaro International Airport (KIA) landenden Passagierflugzeuge hätten nicht genug Platz, doch für Transportflüge sei die Menge der Blumen nicht ausreichend. Deshalb sollten mehr Investoren angelockt und die Infrastruktur verbessert werden. In der Arusha-Region allein beschäftigt die Blumenzucht 5.000 Menschen; 85 % von ihnen sind Frauen. (Guardian 7.11.06)

Faden

Die Fadenfabrik in der Stadt Tabora, die im April 06 in Betrieb ging, exportiert ihre Ware nach Australien, China, Deutschland und in die Türkei. Das verbessert auch die wirtschaftliche Lage der Landwirte, die Baumwolle anbauen. (ITV Habari 19.1.07)

Fisch

Eine Untersuchung zeigt, dass die tansanischen Fisch verarbeitenden Betriebe wegen steigender Steuern auf dem Weltmarkt nicht mit ihren kenianischen Kollegen konkurrieren können. Sie wetteifern um die selben Fischvorräte. Es heißt, die beiden größten tansanischen Unternehmen nähmen Abstand von umfangreicheren Investitionen, die Wertmehrerung brächten, es sei denn, die Besteuerung der Fischindustrie werde zu Gunsten des Wettbewerbs verändert. (Guardian 9.10.06)

Fleisch, Vieh

Erstmalig seit zehn Jahren exportierte Tansania eine große Menge (3 t) Fleisch nach Kuwait. Es stammt aus einer modernen Schlachtereie in Dodoma und wurde am Julius Nyerere-Flugplatz von Dar-es-Salaam verladen. Die Komoren und Ägypten importieren Vieh aus Tansania. (ITV Habari 12.9.06)

Diallo berichtete, von Mai bis Nov. 06 habe Tansania 31,5 t Fleisch im Wert von 1,5mrd/- TSh in den Mittleren Osten exportiert. Jede Woche könnte Tansania 450 t Rindfleisch dorthin exportieren. In den Vereinigten Arabischen Emiraten und in Kuwait sei die Nachfrage sehr groß. Doch es fehle an direkten Transportflügen. Gleiches gelte für die Demokratische Republik Kongo, die ebenfalls ein lukrativer Markt sei. Der Fleischexport habe in letzter Zeit zugenommen. 2005/06 seien 9.729 Stück Vieh in die Nachbarländer und in die Komoren exportiert wurden. Nach Äthiopien und Eritrea sei Tansania in Afrika das Land mit dem größten Viehbestand, was ihm jedoch wenig Devisen einbringe. (DN 5./19.12.06, Guardian 6.12.06)

Gemüse

Präsident Kikwete sagte, die Geschäftswelt und die Landwirte sollten sich auf Paprika, ein sehr lukratives Exportprodukt, konzentrieren. (Guardian 9.10.06)

Grüne Bohnen aus Tansania werden auf dem Markt der EU dem Fischfilet bald den Rang ablaufen, denn immer mehr Investoren wenden sich diesem Sektor zu. 1980 begann der Anbau in großem Stil, seither nahm er stetig zu. Geliefert werden die Bohnen von Ketten von Kleinbauern. Exportfirmen raten ihnen nun, Bohnen in großer Menge anzubauen, denn der Markt stehe ihnen offen. Doch nun strebt man eine größere Vielfalt an, denn manches Gemüse ist hochwertiger als grüne Bohnen. (Guardian 21.10.06)

Holzschnitzereien

Der Tansanische Handwerker-Verband (CHAWASAWATA) bat die Regierung, die Steuern auf Holz, das für Schnitzereien verwendet wird, zu senken. Die Schnitzer müssten eine monatliche Registrierungsgebühr in Höhe von 100.000/- TSh bezahlen und für 1 kg Holz 546/- TSh Steuer. Die überhöhten Kosten zwängen viele, illegal zu arbeiten. Der CHAWASAWATA-Generalsekretär bat das Außenhandelsamt, auch die Produzenten zu unterstützen, nicht nur die Händler, denn „ohne uns können sie im In- und Ausland nichts verkaufen.“ (DN 13.12.06)

Ein Professor aus New York lobte die Schönheit der tansanischen Schnitzereien, nachdem er in einem Kulturzentrum Figuren angesehen hatte. Er sagte, sie zeigten, dass Tansania auf diesem Gebiet einen großen Schatz an Kunstfertigkeit habe. Wenn die Schnitzer die Ursprünglichkeit ihrer Figuren bewahrten, könnten sie den internationalen Markt weiterhin beherrschen. (ITV Habari 17.1.07)

Kunsth Handwerk

Textilien, handgewebte Kleidung und Holzschnitzereien aus Ostafrika haben in den Ländern Nordamerikas einen guten Markt. Bei einer Handelsmesse in Kanada wurden umfangreiche Lieferverträge abgeschlossen. „Die Herausforderung ist nun, mehr Qualitätsware zu produzieren“, betonte eine Uganderin. Eine Kenianerin sagte, die Frauen Ostafrikas müssten jetzt aufwachen, um die von Nordamerika gebotene Chance zu nutzen. (Guardian 4.7.06)

Vor allem handgearbeitete traditionelle Waren, die auch den Tourismus fördern, ermöglichten es der Kikapu Investment Company Ltd. in Arusha, Märkte in Europa, den USA und Japan zu erobern. Touristen, die die Serengeti, den Ngorongoro und den Tarangire-Park besuchten, hätten das bewirkt. Der Verkaufsmanager berichtete: „Wir stellen Bilderrahmen, T-Shirts, Reiseneccessaires, Kerzenhalter und alle möglichen Tiere, die in Tansania leben, her.“ Von der Small Industries Industrial Organisation (SIDO) seien sie angelehrt worden. (Guardian 7.7.06)

Die deutsche Firma Moto Handcraft fand in Deutschland, Portugal, Südafrika, Kenia, Mosambik und den USA einen zuverlässigen, lukrativen Markt für traditionelle aus Weidenstreifen hergestellte Artikel. Nun versucht sie, in Sansibar die Kultur der Herstellung solcher Waren wieder zu beleben. Es handelt sich um Körbe, Handtaschen, Tablett, Stühle, Tische u. a. Weil es an Absatz fehlte, hatte man die Produktion eingestellt. (Guardian 16.12.06)

Tansanit

Ein Dokumentarfilm mit dem Titel 'Edelsteinsklaven: Tansanias Kinderarbeit', vom Integrated Regional Information Network (IRIN) produziert, wurde im Hauptquartier der UNO in New York erstmalig gezeigt, danach von einigen Fernsehstationen Europas und der USA. Es geht um Kinder, die gezwungen würden, Tag für Tag in den Bergwerken von Mererani unter Tag bei schrecklichen Bedingungen zu arbeiten. Mehr als 4.000 seien es. Dieser Film schreckte Käufer aus dem Ausland ab, denn sie wollten nichts mit Missbrauch von Kindern zu tun haben, berichtete ein Händler. Der Vorsitzende des Verbandes der Edelsteinhändler Tanzanias (Tamida) bat die Regierung, etwas zu unternehmen, um das beschädigte Bild des Tansanit-Handels zu reparieren. Exporteure meinen, die Tansanit-Industrie könne großen Schaden nehmen, vergleichbar mit dem der Fischindustrie. <Siehe Tans.-Inf. 10/06 S. 2> Sie bringt pro Jahr etwa 300 Mio. US\$ ein. Schon 2002 hatte der Tansanit Image-Probleme, als berichtet wurde, Osama Bin Ladens

Al Qaida Terroristen-Netzwerk profitiere vom Tansanit-Handel. Damals stellten mehrere Edelsteingeschäfte der USA den Handel mit Tansanit vorübergehend ein. Die tansanische Regierung will offenbar den Inhalt des Films anprangern. Ein Repräsentant des Ministeriums für Energie und Bodenschätze sagte, die Bergleute hielten sich an Leitlinien und Gesetze, laut derer das Mindestalter der Angestellten 16 Jahre betrage. Er gab zu, einige Kinder arbeiteten u. U. von Armut gezwungen außerhalb des Bergbaugesbietes. (The East African 10.10.06)

Textilien

Die Mwanza Textile Mills Ltd. (MTM) will auf den Weltmarkt. Sie wird Artikel produzieren, die im African Growth Opportunity Act (AGOA) der USA vorgesehen sind. Dieser gibt Ländern Afrikas südlich der Sahara die Möglichkeit, Waren zollfrei in die USA zu importieren. Die MTM wurde vor vier Jahren privatisiert. Sie ist nun zu 70% saniert. (DN 4.10.06)

Stärkung regionaler Strukturen – Cashewhandel der Pfarrei St. Paul in Mtwara

Werner Friedel

Die Region Mtwara

Die Stadt Mtwara an der Küste im Süden Tansanias entstand erst im Laufe des 20. Jahrhunderts und vergrößert sich bis heute. Dort leben Bürgerkriegsflüchtlinge aus Mozambique sowie Menschen aus dem Landesinneren, die sich an der Küste bessere Lebensbedingungen erhoffen. Diese Erwartungen werden jedoch nicht erfüllt, da weder Industrie noch Tourismus ausreichend Arbeitsplätze bieten können. Die unsichere Strom- und Wasserversorgung sowie eine schlechte Infrastruktur erschweren die Situation für die Bevölkerung. Im neuen, am Meer gelegenen Stadtteil Shangani stehen die festen Steinhäuser einer wohlhabenden Schicht von Stadtbewohnern, die älteren Stadtteile sind von ärmlichen Lehmhäusern geprägt.

*Werner Friedel,
StD am Staatl.
Berufsbildungs-
zentrum
Aschaffenburg.
1994 Gründung der
Kinderhilfe
Tansania.*

*Kontakt:
w.friedel@
onlinehome.de
www
.kinderhilfetansania.
de*

Cashewnüsse

Die Cashewnuss, oft auch „Gold des Südens“ genannt, ist eins der landwirtschaftlichen Produkte Tansanias, die auf dem Weltmarkt konkurrenzfähig abgesetzt werden können.

Der Verkauf der Nüsse ist traditionell die einzige sichere Erwerbsquelle für die Kleinbauern in der Region. Die Rohnüsse werden von Händlern aus Indien in Mtwara gekauft und zur Weiterverarbeitung nach Indien exportiert. Somit bleibt nur der von der Regierung festgelegte Preis für die Rohnuss im Land – z.Zt. 600 TShs/kg, der Mehrwert wird in Indien erwirtschaftet. Die Produktion der Rohnüsse ist einfach, denn die reife Nuss fällt vom Baum und braucht nur aufgelesen zu werden. Die Kleinbauern müssen vorher während der Blütezeit gegen Fäule und Insektenbefall spritzen und die Fläche unter dem Baum sauber halten, um die reifen Nüsse problemlos finden zu können. Immer öfter sieht man in den letzten Jahren aber auch Frauen, die am Straßenrand fertige Nüsse verkaufen, die sie selbst verarbeitet haben.

Cashewprojekt der Pfarrei St. Paul

Die Pfarrei St. Paul liegt am Rande Mtwaras in einem strukturell unterentwickelten Teil der Stadt. Die Situation der Bevölkerung ist gekennzeichnet von hoher Arbeitslosigkeit; viele Menschen haben keinen Zugang zur öffentlichen Strom- und Wasserversorgung.

Auch im Einzugsbereich der Pfarrei befinden sich viele Cashewbäume. Sehr früh sah der Benediktinerpater Ildefons Weigand die Chance, damit den Menschen und auch der Pfarrei zu helfen. Er ließ weitere Bäume anpflanzen und half den Frauen, indem er ihnen fertig verarbeitete Nüsse abkaufte. Sein Nachfolger Pater Klaus Braunreuter wollte diesen Bereich weiter ausbauen und organisatorisch auf eine feste Grundlage stellen. Diese Aufgabe übernahm – unter Mithilfe der Kinderhilfe Tansania aus Frammersbach – im Jahre 2004 der Missionar Martin Büdel, der für 15 Monate nach Mtwara ging. Mit großem Engagement bauten Braunreuter und Büdel den Handel mit den Cashewnüssen auf, die nun über die Ottilien-Fair GmbH der Missionsbenediktiner in St. Ottilien vermarktet werden.

Ein fester Stamm von 15 Frauen produziert die Nüsse: sie kaufen Rohnüsse und kochen sie. Danach übernehmen sogenannte „Klopfer“ das Aufklopfen der harten Schale. Die Hauptarbeit der Frauen ist dann das Heraustrennen der Nuss aus der Schale, das Rösten und das Entfernen der inneren Haut. Sie liefern die Nüsse

in der Pfarrei ab, wo sie in Beuteln von 100 oder 250 Gramm vakuumverpackt werden. Von dort erfolgt dann per Flugzeug oder Schiff der Versand nach Deutschland. Um 1 kg verkaufsfertige Nüsse liefern zu können, müssen etwa 5 kg Rohnüsse aufgekauft werden. Die Frauen erwirtschaften mit dieser Arbeitsleistung einen Mehrwert, der ihnen selbst zugute kommt, der Gewinn bleibt somit in der Region. Derzeit fungiert die Pfarrei dabei als CBO (community based organization) unter dem Dach der UPT (United Peasants of Tanzania), was vorteilhaft ist, da bei dieser Rechtsform keine Steuern anfallen.

Aktuelle Situation

Da diese Arbeit aus Zeitgründen von der Pfarrei auf Dauer nicht geleistet werden kann, ist langfristig eine Art Genossenschaft geplant, die den Produktionsprozess eigenständig abwickeln kann. Der Vertrieb bleibt zunächst in St. Ottilien.

Einige Zahlen:

Die Frauen erhalten 6000 TShs/kg fertige Nüsse, ihre Unkosten belaufen sich auf etwa 4000 TShs/kg, sodass ca. 2000 TShs/kg als Gewinn übrig bleiben, was derzeit einen angemessenen Stundenlohn ergibt.

In dieser Cashew-Saison wurde von den Frauen ein Mehrwert von ca. 5.600 • erwirtschaftet, der gesamte Geldtransfer belief sich auf etwa 18.000 •.

Da sich der Absatz der Cashewnüsse sehr gut entwickelt hat, wurde 2007 die Lieferkapazität auf 5 t angehoben. Ob diese Menge beibehalten wird, erhöht werden kann oder wieder verringert werden muss, hängt entscheidend vom weiteren Verkaufserfolg ab.

Absatz in Deutschland

Kurz nach der Erhöhung der Liefermenge gab es ein unvorhergesehenes Lieferproblem, dessen Ursache inzwischen gefunden und abgestellt werden konnte. Aber es hatte zur Folge, dass die Fa. Manufactum – mit der Abnahme von 2 t ein äußerst wichtiger Kunde – abgesprungen ist. Dies auszugleichen fällt schwer, denn die Nüsse sind ansonsten lediglich in verschiedenen Kloster- und Eine-Welt-Läden erhältlich und werden durch regionale Initiativen vertrieben. Eine Ausweitung des Kundenkreises würde den Menschen in Mtwara helfen, ihre Existenz langfristig zu sichern.

Von Tanzania nach Berlin-Friedrichshain

Fair Gehandeltes im Weltladen La Tienda

Adina Hammoud

*Adina Hammoud
arbeitet im Welt-
laden La Tienda
der
Gesellschaft für
solidarische
Entwicklungs-
zusammenarbeit
e.V.*

*Kontakt:
Weltladen La
Tienda
Krossener Stra-
ße 20
100245 Berlin
gse.berlin@
gmx.de
www.gse-ev.de*

Mitten im derzeitigen „In-Kiez“ Berlins, direkt am Boxhagener Platz, haben wir mit unserem Weltladen vor Jahren angedockt – in einer Zeit, als der „Boxi“ noch längst nicht so berühmt war wie heute. Das Umfeld für einen der größeren Berliner Weltläden ist recht bunt: StudentInnen aus dem Schwäbischen, Bayrischen oder Hanseatischen mit begüterten Eltern, wirkliche oder Möchtegern-Alternative, echte oder FreizeitpunkerInnen, BerufsdemonstrantInnen oder SpiegeltrinkerInnen, alleingesessene Invaliden- und MindestrentnerInnen, EsoterikerInnen, junge Familien mit ökologischem Bewusstsein oder auch der sogenannte „Stino“ (Stinknormale), also der Mensch wie Du und ich. So etwa setzt sich die Anwohnerschaft unseres Kiezes zusammen; und im Prinzip ist damit auch ein gewisser Querschnitt unserer Kundschaft skizziert. Deren Kaufverhalten wirkt sich natürlich auf das Sortiment eines Weltladens aus. Bezogen auf Produkte aus Tanzania heißt das zunächst einmal, dass sie genau den gleichen Ansprüchen unterworfen sind wie alle anderen Waren auch. Unsere Kundschaft ist in ihrer Mehrheit ökologisch bewusst, schaut auf das Preis-Leistungs-Verhältnis ebenso wie auf ansprechende Verpackung und ist irgendwie hip, wozu gehört, dass man natürlich gewissen Trends folgt. Im Trend sind zum Beispiel feiner, leichter Tee aus Asien, milde Kaffees oder Espresso in ganzer Bohne, alles ansprechend aufgemacht und vorzugsweise Bio.

Und unsere Tanzania-Produkte? Der Kilimanjaro-Tee ist ein kräftiger loser Schwarztee, der seine kleine treue Käuferschar hat, aber unserer Beobachtung nach keine weiteren Fans finden konnte. Der Klassiker aus dem Tanzaniasortiment ist der Tanzania-Kaffee der gepa, eine kräftige Mischung aus Robusta und Arabica. Nun, wir nahmen ihn für einige Zeit aus dem Sortiment, weil die Nachfrage gen Null ging. Inzwischen sieht es wieder etwas anders aus, es scheinen FreundInnen kräftigen Kaffees in den Kiez gezogen zu sein. Ein weiterer Klassiker für FreundInnen des intensiven Geschmacks ist „Africafe“, der Instantkaffee von El Puente, der einen kleinen aber festen Käu-

ferkreis hat, zumal er jahrelang der einzige Lösliche im fairen Handel war und sich tapfer behauptet. Aber: keines der drei Produkte trägt ein Bio-Siegel.

Nicht rein tanzanischer Herkunft, aber mit Kaffee aus Tanzania in der Mischung zeigt sich der (auch im Design ansprechende) TAZpresso, der Espresso mit Promotion der Tageszeitung TAZ. Hier verbinden sich gleich mehrere Trends – Bio, Espresso, schönes Design und das Zentralorgan der alternativen und Öko-Bewegung – ein Kaffee, der sich recht gut verkauft.

Aber das beste kommt zum Schluss. Ein richtiger Renner ist inzwischen der „Brandenburger Partnerkaffee“ – 100 % Tanzania, milder Arabica, Bio und mit Bezug zu Projekten einer Organisation unserer Region, den La Tienda als bisher einziger Berliner Weltladen im Sortiment hat. Dort holen ihn sich auch einige Kommissionäre v.a. von Kirchgemeinden ab. In Kooperation mit Twende Pamoja e.V. hat der Träger von La Tienda, die Gesellschaft für solidarische Entwicklungszusammenarbeit e.V., im Jahr 2005 das Projekt „Brandenburger Partnerkaffee: Brandenburg trinkt fair“ durchgeführt, das entwicklungspolitische Bildungsarbeit zum Kaffee und zum Land sowie Werbung für den Kaffee beinhaltete. Für La Tienda ist der „Brandenburger“ eine Erfolgsstory, die mich persönlich als Tanzaniaverbundene etwas darüber hinwegtröstet, dass es nur wenige Dinge aus diesem Land in unserem Laden – und im zertifizierten Fairen Handel insgesamt – gibt und die wenigen offenbar nicht trendy genug sind, um Aufmerksamkeit zu finden. Wirklich schönes Kunsthandwerk aus Tanzania fand ich bei der Recherche zu diesem Beitrag in keinem der Fair Trade Kataloge mehr – nicht einmal mehr die Holzschnitzereien. Da ist wohl der Markt gesättigt ...

Man muss sich natürlich fragen, ob ProduzentInnen und VermarkterInnen unbedingt jedem Trend folgen sollten oder ob man nicht ruhig auch mal einen ignorieren kann. Leider ist die Welt von heute so gestrickt, dass sich auch ein Laden mit anderer Vision aus finanziellen Gründen an der Nachfrage orientieren muss. Inwieweit die Aktiven des Tanzania-Network.de bei gepa, El Puente und anderen Importorganisationen Lobbyarbeit bezüglich künftiger Verkaufsschlager in Weltläden machen können und ihre lokalen PartnerInnen einbeziehen – habt Fantasie und Ideen!

Würzburger Partnerkaffee

Maria Leitner

*Kontakt:
Klaus Veeh,
Geschäfts-
führer
Würzburger
Partnerkaffee
e.V.
Kürschnerhof 2
97070
Würzburg
Tel 0931 - 386
65 121 + 123*

*klaus.veeh@
bistum-
wuerzburg.de*

Eine Besonderheit im Kaffeeregal des Weltladens in Würzburg ist seit ca. 6 Jahren der Würzburger Partnerkaffee. Natürlich ist auch er ein fair gehandelter, hochwertiger, langzeitgerösteter, 100%iger Arabicakaffee wie unsere anderen Spezialitäten auch, aber er hat eine durchaus eigene Geschichte. Für seinen Vertrieb wurde im November 1998 ein eigener Verein gegründet, in dem die Initiative Eine Welt e.V. Mitglied ist und dessen zweijährige Entstehungsgeschichte wir von Anfang an begleitet haben.

1996 erhielt der Partnerkaffee in Aschaffenburg den Würzburger Friedenspreis (Partnerschaft mit Kolumbien). Daraufhin wuchs auch in Würzburg der Gedanke, ein solches Projekt zu starten. Besonders die Stadträtin der Grünen, Benita Stolz, setzte sich für diese Idee ein. Nach einem geeigneten Partnerland musste nicht lange gesucht werden. Es gibt in Würzburg eine lange Reihe guter, gewachsener Beziehungen nach Tansania, und in Tansania wächst viel und hervorragender Kaffee. Die Benediktiner in Münsterschwarzach, die in Tansania auch landwirtschaftliche Projekte betreuen, hatten zu dieser Zeit schon begonnen, Kaffee aus Tansania zu importieren. Sie wurden neben der Stadt Würzburg, der katholischen und evangelischen Kirche, dem Missionsärztlichen Institut, dem Afrikaclub und der Initiative Eine Welt Gründungsmitglieder in dem neuen Verein „Würzburger Partnerkaffee e.V.“ Die Benediktiner hatten die Möglichkeit, dem jungen Verein eine größere Summe als Anschubfinanzierung zur Verfügung zu stellen. Sie finanzierten die erste Kaffeelieferung.

Zu Beginn wurde der Kaffee geröstet, gemahlen und verpackt importiert. Der Verein wollte nicht nur Kaffee kaufen, sondern auch der Gewinn am Wertschöpfungsprozess sollte in Tansania bleiben. Dieser an sich sehr gute Plan hat leider nicht funktioniert. Die Qualität des Kaffees war, nicht zuletzt durch den langen Transportweg in nicht immer luftdichten Verpackungen, für unseren Markt zu schlecht und instabil. Um das Projekt nicht mit einem Berg Schulden scheitern zu lassen, entschloss sich der Verein im Frühjahr 2000 schweren Herzens, Rohkaffee zu importieren und in Deutschland verarbeiten zu lassen. Seit dieser Zeit wird unser Kaffee in Aschaffenburg bei der Fa. Braun geröstet und verpackt. Das Geschäft mit

dem neuen und nun in gleichbleibender und hervorragender Qualität lieferbaren Würzburger Partnerkaffee ist bisher sehr erfolgreich gelaufen. Bis zum 5jährigen Jubiläum des Vereins im November 2003 wurden 115 t Kaffee verkauft, und nun werden wir in nicht allzu ferner Zukunft bald 150 t erreichen. In Würzburg wird der Kaffee hauptsächlich im Weltladen, seit Beginn des Jahres 2002 in den Kupsch-Märkten und in vielen Pfarrgemeinden verkauft. Auch wenn der Kaffee sich großer Beliebtheit erfreut und sich viele Menschen engagieren, um den Umsatz noch zu vergrößern, wäre der Erfolg so nicht möglich gewesen, wenn wir nicht Geschäftspartner in ganz Deutschland hätten.

Tansania hat viele Regionen, die für den Kaffeeanbau bestens geeignet sind. All die Jahre kam unser Kaffee vornehmlich aus dem Norden Tansanias, u.a. aus dem Usambara- und Kilimandscharo-Gebiet. Unser Geschäftsführer Klaus Veeh wusste von seinen Reisen nach Mbinga, der Partnerdiözese Würzburgs ganz im Süden des Landes, dass auch dort viel und sehr guter Kaffee wächst. Das Besondere am Kaffee aus Tansania ist, dass er fast ausschließlich von Kleinbauernfamilien angebaut wird. Etwa 400 000 Familien leben insgesamt vom Kaffeeanbau. Trotzdem gelangt nur eine kleine Menge des Kaffees in den Fairen Handel. Es gibt in Tansania wenige Kleinbauerngenossenschaften, die die bürokratischen Hindernisse überwunden haben und eine Lizenz besitzen, die es ihnen ermöglicht, Kaffee in den Fairen Handel zu liefern. Diese Lizenz wird von der europäischen Zertifizierungsbehörde FLO Fair Labelling Organization in Deutschland – Transfair – vergeben. Nur zu gerne hätten wir auch aus Mbinga Kaffee gekauft. Leider fehlte den Kaffeebauern in Mbinga das FLO-Zertifikat. Deshalb war es für den Verein Würzburger Partnerkaffee e.V. eine schwere Entscheidung, ob wir den Bauern in Mbinga Kaffee zum fairen Preis auch ohne das Label abkaufen sollten. Das hätte bedeutet, dass wir selbst das Label von unseren schon gedruckten Tüten hätten entfernen müssen. Oder sollten wir auf Einhaltung der Transfair-Kriterien bestehen? Wir entschieden uns für das letztere. Durch das stetige Drängen des Vereins bei unseren Kontaktpersonen und die Mithilfe von Gepa und Transfair wurde es Ende 2004 erreicht, dass etwa 450 Familien aus der Region Mbinga nun die Lizenz haben, fair gehandelten Kaffee zu exportieren. Durch diese Zertifizierung können sie nicht nur Kaffee nach Würzburg verkaufen, sondern sie bekommen Zugang zum internationalen Fairen Handel. Über diesen Erfolg herrscht große Freude im Verein. Wir wünschen der Genossenschaft, dass sie schnell wächst und er-

folgreich ist. Unsere nächste Lieferung, die von der Gepa für uns importiert wird, wird nun auch Kaffee aus dem Süden enthalten.

Partnerkaffee auch für andere Partnerschaften

In der Preiskalkulation für den Partnerkaffee war von Anfang an ein sogenannter Solidarbeitrag eingerechnet, d.h. der Verein schlägt auf den kostendeckenden Preis einen Betrag auf, der ausschließlich für Hilfsprojekte in Tansania verwendet wird. Zur Zeit sind das pro Kilo 76ct. Von diesem Geld wurden seit 1999 genau 47000 Euro nach Tansania überwiesen, und auch für das laufende Jahr wird wieder ein großer Betrag abgeführt werden können. Die Mitglieder des Vereines haben die Möglichkeit, ein Projekt, das sie für förderungswürdig halten, vorzustellen, und dann wird gemeinsam über die Mittelverwendung entschieden. Wir haben schon Kaffeeseitzlinge und Fischerboote gekauft, geholfen, einen Operationssaal auszustatten, Ärzte fortgebildet und viele andere wichtige und sinnvolle Aufgaben unterstützt. Der Verein Würzburger Partnerkaffee e.V. bemüht sich, engen Kontakt zu seinen Partnern in Tansania zu halten, die Bedürfnisse und Notwendigkeiten zu erkennen und soweit möglich schnell und unbürokratisch zu helfen.

Die schwierige Situation auf dem Kaffeeweltmarkt macht den Fairen Handel für viele Bauern im Süden zu einem überlebenswichtigen Partner. Es muss daher für uns alle ein wichtiges Anliegen sein, danach zu streben, den Marktanteil des fair gehandelten Kaffees zu vergrößern. Partnerkaffee ist lokal dafür besonders geeignet. Das Produkt ist ein hervorragendes Medium. Es gibt den Partnern hier vor Ort die Möglichkeit, für sich, ihre Arbeit und ihre Partner im Süden zu werben und zu informieren. Die Kunden hier erfahren etwas über das Leben der Menschen im Süden. Die Bereitschaft, mehr für ihren Kaffee zu bezahlen, bedeutet für die Bauern im Süden Hilfe und Existenzsicherung und macht den Weltmarkt ein kleines Stück transparenter und gerechter. Partnerkaffee schafft Verbindung.

Neue Tüte „Tanzania Partnerkaffee“ für Aktionsgruppen erschienen

Der Würzburger Partnerkaffee ist ein Verein, der durch den fairen Handel mit dem Kaffee aus den Partnergebieten Tanzanias den Kleinbauern vor Ort ein faires Einkommen durch garantierte Abnahmemengen und -Preise garantiert. Er trägt auch das Transfair-Label! Der Kaffee stammt aus den Regionen Usambara

und Mbinga und ist beste Hochlandqualität (100 % reiner Arabica, AA-Premium).

Gleichzeitig wird mit dem doppelten Weltmarktpreis und dem Solidaritätsbeitrag eine finanzielle Sicherheit geschaffen, die die Produzenten auf dem normalen Absatzweg nicht erzielen können.

Das Geld des fair gehandelten Kaffees hilft, die Lebensbedingungen der Kleinbauern vor Ort zu verbessern; in den vergangenen Jahren des Bestehens unseres Vereins konnten wir bereits durch die abgesetzten Mengen in 20 Projekten gute Hilfestellung leisten. Viele Partnerschafts- und Aktionsgruppen regten in Zusammenarbeit mit ihren Freunden in Tanzania den Verein „Würzburger Partnerkaffee e. V.“ an, eine „labelfreie Tüte“ zu produzieren, um fair gehandelten direkt importierten Kaffee aus Tanzania zu verkaufen. Um den Bitten der Gruppen Rechnung zu tragen und gleichzeitig die Verbreitung des Kaffees bundesweit zu fördern, bieten wir eine labelfreie 250g-Tüte zum Wiederverkäufer-/ Endverkaufspreis von 3,30 • an. (Einkaufspreis ist weniger!!) Für Gruppen und Großabnehmer gibt es Rabatte. Pro Päckchen sind 0,19 Euro für Projektarbeit in Tanzania enthalten, die wir den Gruppen (ab 100 Kg Abnahmemengen) für eigene Projekte wieder erstatten.

Importe aus Tansania über Fairen Handel

2004 und 2005 wurden aus Tansania je rund 560 Tonnen Kaffee und rund 20 Tonnen Tee gemäß TransFair-Richtlinien nach Deutschland eingeführt.

Für den Kaffee gibt es den Fairhandelsmindestpreis FOB von 1,26 US-Dollar pro lb (454g). Es können aber auch höhere Preise ausgehandelt werden. Wenn es sich um Bio-Kaffee handelt, kommt auf jeden Fall ein Aufschlag von 15 US-ct hinzu. Für Tee gibt es die Regelung, dass ein unter Einhaltung aller sozialen und ökologischen Kriterien kostendeckender Preis ausgehandelt werden muss, was FLO kontrolliert. 2005 kamen rund 600.000 Stiele Rosen dazu.

Über fair gehandelte Produkte ohne das Siegel, wie z.B. Gewürze oder Handwerk ist keine Aussage möglich.

*TransFair e.V./
RUGMARK
Remigiusstr. 21
50937 Köln
Tel 0221-942040-31
Fax 0221-942040-40*

*www.transfair.org
www.rugmark.de*

Die FIAN Blumenkampagne – Menschenrechte für Blumenarbeiterinnen

Gertrud Falk

Internationale Menschenrechtsorganisation für das Recht sich zu ernähren – FIAN

FIAN-
Deutschland
e.V.
FoodFirst
Informations- &
Aktions-Netz-
werk

FLP Programm
Gertrud Falk
Düppelstraße 9

- 11
50679 Köln
Tel 0221 - 70
200 72
Fax 0221 - 70
200 32

fian@fian.de
www.fian.de
www.fairflowers.de

Hungerlöhne, Unterdrückung freier Gewerkschaften und Gesundheitsgefahren durch einen massiven Pestizideinsatz - das sind einige der Probleme, welche ein Engagement für die Rechte von Blumenarbeiterinnen nötig machen. Denn wer sich vor Ort, zumal im wichtigsten Produktionsstandort Kolumbien, wehrt oder gar einer Gewerkschaft anschließt, wird schnell entlassen. Und die Blumen des Südens sind für den Norden bestimmt – KonsumentInnen und Blumenhandel stehen also in der Verantwortung.

FIAN koordiniert seit 1991 eine Blumen-Kampagne, in der Brot für die Welt und terre des hommes sowie zahlreiche internationale Organisationen und Gewerkschaften mitwirken. Wir unterhalten ein breites Netz an Kontakten zu Basisorganisationen in Afrika und Lateinamerika. Hieraus erwachsen auch immer wieder Brief-Aktionen zu lokalen Konflikten.

Nach langjähriger Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit hat die Blumen-Kampagne 1999 mit Importeuren und Floristen das Flower Label Programm auf Grundlage des Internationalen Verhaltenskodex initiiert. Wichtige Kriterien sind: Gewerkschaftsfreiheit, Festanstellung und Existenz sichernde Löhne, Verbot der Diskriminierung von Frauen sowie Schutz der Gesundheit und der Umwelt durch Reduktion des Pestizideinsatzes. Regelmäßig finden unabhängige Kontrollen statt. Und so zeigen sich mittlerweile in den FLP Betrieben konkrete Verbesserungen für annähernd 15.000 ArbeiterInnen!

Ein schöner Erfolg, der nur möglich war und ist durch das Engagement vieler Menschen vor Ort. Auch Sie können mitmachen: Wenn Sie Blumen kaufen, achten Sie auf das FLP-Siegel. Kaufen Sie Blumen in FLP-Läden. Erinnern Sie den Blumenhandel immer wieder an seine Verpflichtung für Menschenrechte und Umweltschutz und weisen Sie ihn auf das FLP-Siegel hin. Helfen Sie mit bei Veranstaltungen und Aktionen der Blumen-Kampagne

Viele Siegel – ein Gedanke: Zertifizierung am Beispiel des Blumenanbaus in Tanzania

1. Der globalisierte Blumensektor

Zunehmende Produktionsverlagerung in Länder um den Äquator aufgrund von

- o Günstigerem Klima
- o Niedrigen Löhnen
- o Verfügbarkeit von Land
- o Steuervergünstigungen
- o Geringer staatlicher Regulierung

Charakteristika der Blumenindustrie:

- o Kapital- und arbeitskräfteintensiv
- o Gewerkschaftsfeindliche Haltung der Unternehmen
- o Flexibilisierung der Arbeitsbeziehungen
- o Dominanz der Frauenarbeit
- o Intensive Anwendung von Chemikalien mit schädlichen Auswirkungen auf Gesundheit und Umwelt

2. Blumenproduktion in Tanzania und die Situation der Beschäftigten

- o Erste Plantagen in 1987
- o Heute 15 Farmen in den Regionen Arusha, Kilimanjaro
- o Mehrheitlich im Besitz von Nicht-Tanzaniern
- o Rund 1.500 Festangestellte
- o Direktexport nach Deutschland: 320 t (2005)

Die Situation der Beschäftigten

- o Überwiegend unsichere Beschäftigungsverhältnisse
- o Kaum schriftliche Arbeitsverträge
- o Geringer gewerkschaftlicher Organisationsgrad
- o Diskriminierung von Arbeiterinnen
- o Löhne z.T. unter Mindestlohn
- o Unbezahlte Überstunden
- o Fehlende Schutzkleidung gegen Pestizide
- o Keine Gesundheitsuntersuchungen

3. Gütekriterien der Zertifizierung

- o Transparenz
- o Eindeutige Standards, mit mind. Niveau internationaler Konventionen
- o Unabhängige Kontrollen
- o Unabhängige Zertifizierung
- o Sanktionen
- o Einbeziehung der Beschäftigten
- o Akzeptanz bei nationaler Zivilgesellschaft

4. Das Flower Label Program e.V. (FLP)

- o Gegründet 1999, Vorreiter bei der Durchsetzung von internationalen Sozialstandards in der Blumenindustrie
- o Initiative der Blumenkampagne
- o Mitglieder aus den vier Gruppen: zertifizierte Produzenten, Händler, NRO, Gewerkschaften
- o jede Gruppe im Vorstand vertreten
- o Zertifizierer und Verbraucher-Gütesiegel
- o Standard: Internationaler Verhaltenskodex für Sozial- und umweltverträgliche Blumenproduktion (ICC)
- o Fokus: Stärkung der Verhandlungsmacht von ArbeiterInnen (Beteiligung, Bildung)
- o Farm-Inspektionen durch unabhängige Organisationen oder HonorarinspektorInnen
- o Zertifizierung durch NRO
- o Marketing in Deutschland, Österreich, Schweiz
- o Marktpreis
- o „Soziales“ Marketing durch breites Netzwerk lokaler Gruppen
- o Aktive Mitarbeit der Blumenkampagne

Die zehn Standards des Internationalen Verhaltenskodex

1. Gewerkschaftsfreiheit und Tarifverhandlungen
2. Diskriminierungsverbot
3. Existenz sichernde Löhne
4. Geregeltete Arbeitszeiten
5. Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
6. Kontrollierter Einsatz von Pestiziden u.a. Chemikalien
7. Beschäftigungssicherheit
8. Umweltschutz
9. Verbot von Kinderarbeit
10. Verbot von Zwangsarbeit

Erfolge des FLP in Tanzania

- o Zertifizierung von 3 Farmen (2000-2005)
- o Messbare Verbesserung der Arbeitsbedingungen:
- o Festverträge (z.T. von 20% auf 96%)
- o schriftliche Arbeitsverträge
- o Gewerkschaftliche Organisationsgrad von 90%
- o Frauenkomitees
- o Anhebung der Löhne
- o begrenzte und bezahlte Überstunden
- o ausreichende Schutzkleidung

5. Organisationen des Fairen Handels

1. Fair Labelling Organization International e.V. (FLO, 1997)
– Standardsetzung

2. FLO-Cert GmbH - Zertifizierung

3. TransFair e.V. - Marketing

- o Fokus auf gerechten Handelsbedingungen
- o Mitglieder nationale Initiativen des Fairen Handels und zertifizierte Produzenten (FLO) bzw. NRO (TransFair)
- o Zertifizierung von Blumenplantagen seit 2005 (Ausnahme Max Havelaar Schweiz)
- o Farminspektionen durch MitarbeiterInnen und HonorarinspektorInnen
- o Zertifizierung von z.T. denselben Farmen wie FLP
- o Wesentlicher Unterschied: Prämie (8-12% von FOB), Joint Body à höherer Kaufpreis
- o Zertifizierung der drei FLP-Farmen in Tanzania seit 2005
- o Angebot von Fairen Blumen in mehreren EU-Ländern
- o Unterstützung durch Eine-Welt-Netzwerke

6. Erfolgsbausteine

- o Marktanreize
- o Glaubwürdiges Siegel (strenge Standards, transparente Zertifizierung)
- o Gelungene Kooperation mit Gewerkschaft TPAWU
- o Druck durch Blumenkampagne in Deutschland

FLP – Flower Label Programm

Von der Blumenkampagne – koordiniert von FIAN FoodFirst Informations- und Aktions-Netzwerk – entwickeltes Zertifizierer- und Verbraucher-Gütesiegel. Kriterien sind: Gewerkschaftsfreiheit, Festanstellung und Existenz sichernde Löhne, Verbot der Diskriminierung von Frauen sowie Schutz der Gesundheit und der Umwelt durch Reduktion des Pestizideinsatzes. www.fian.de

FLO – Fair Labelling Organization International e.V.

www.fairtrade.net

Organisation des Fairen Handels, setzt Standards fest. Internationales Netzwerk von 20 Organisationen, in Deutschland **TransFair e.V.** TransFair hat selbst 36 Mitgliedsorganisationen. TransFair handelt nicht selbst mit Waren, sondern der Verein vergibt sein Siegel (FairTrade / neu: TransFair) für fair gehandelte Produkte. www.transfair.org

FLO-Cert GmbH: führt unabhängige Inspektionen und die FLO-Zertifizierungen durch. www.flo-cert.net

Die Siegel für fair gehandelte Produkte werden von verschiedenen Organisationen vergeben und die Zertifizierung betrifft Kriterien wie: Herstellungsbedingungen, Arbeitsbedingungen der angestellten Arbeiter, Verwendung von Pestiziden u.a. Die Zertifizierung kann nicht kostenlos sein und ist deshalb für kleine Produzenten eine Hürde, die sie ohne Hilfe momentan nicht nehmen können. Die großen Hilfsorganisationen unterstützen derzeit noch die Kleinproduzenten, mittelfristig wird aber auch von den großen Zertifizierungsorganisationen nach anderen und von Hilfgeldern unabhängigen Wegen gesucht.

Für große Produzentenbetriebe stellt die Zertifizierung ebenfalls einen Kostenfaktor dar, der sich aber rechnet, weil für das zertifizierte Produkt auch bessere Preise erzielt werden.

Da sich aber auch auf der Abnehmerseite in den letzten Jahren einiges getan hat und der Markt für zertifizierte Produkte sich von kleinen Verkäufern wie z.B. den Weltläden inzwischen auch auf

die großen Ladenketten ausgeweitet hat, ergeben sich ganz neue Verschiebungen und Probleme:

die Kleinproduzenten stehen plötzlich in Konkurrenz mit den Großproduzenten, die kleinen Vermarkter müssen sich mit den Großketten messen.

Es ist ethisch sehr fragwürdig, ob Vermarkterketten wie LIDL, die z.B. in ihren eigenen Betrieben keine Gewerkschaften zulassen und somit was die Arbeiternehmerrechte angeht nicht die Kriterien der zertifizierten Betriebe erfüllen, ihrerseits als Vertreiber von zertifizierten Waren der richtige Partner sind.

18.000 Tonnen Rohwaren wurden unter fairen Bedingungen bei den Produzentengruppen in Lateinamerika, Asien und Afrika eingekauft. Das ist doppelt so viel wie im Jahr 2005. In Geld bedeutet dies eine Umsatzsteigerung um 50 Prozent auf 110 Millionen Euro mit Fairtrade-gesiegelten Produkten in Deutschland. Ein Drittel der Steigerung des Warenabsatzes ist bei Lidl erzielt worden. Seit Sommer 2006 bietet der Discounter Lidl unter der Eigenmarke „Fairglobe“ acht entsprechend den Kriterien von TransFair gesiegelte Produkte in seinen 2.700 Filialen an. Insgesamt stieg 2006 der Bioanteil auf 70 Prozent. Die zertifizierten Produzentenorganisationen erhielten 2006 allein über den deutschen Markt 20 Millionen Euro Direkteinnahmen. Weitere Informationen: www.transfair.org

Auf unserer Tagung im April diesen Jahres entstand aus dieser Diskussion heraus der folgende offene Brief an die Fair Trade Labelling Organization FLO Deutschland, weitergeleitet auch an Misereor, Brot für die Welt und Evangelischer Entwicklungsdienst EED.

An die Fair Labelling Organization FLO Deutschland

Stuttgart, den 9.4.2007

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Namen des Tanzania-Network.de möchte ich mich zum Thema Zertifizierung von Produzenten in den sogenannten Entwicklungsländern mit einem offenen Brief an Sie als einen Vertreter von FLO in Deutschland wenden.

Das Tanzania-Network.de ist eine bundesweit agierende Organisation. Unser Ziel ist es, den Informations- und Erfahrungsaustausch und die regionalen Vernetzungen zwischen Basisgruppen und Institutionen, die im Bereich Entwicklungszusammenarbeit und Partnerschaften mit Tanzania aktiv sind, zu fördern und zu koordinieren sowie über politische Lobby und- Advocacyarbeit Problembewusstsein zu stärken und Lösungsansätze mit auf den Weg zu bringen.

Unsere Mitglieder sind Gruppen und Einzelpersonen aus Politik, Gesellschaft und Kirchen, die eine langjährige Beziehung nach Tanzania pflegen. Viele unserer Teilnehmer sind auch Betreiber von Weltläden und Gruppen, die im Rahmen von Partnerschaften Handelsbeziehungen zu Tanzania haben.

Ein Schwerpunktthema in unserer Studienarbeit ist deshalb zur Zeit das Thema Ökonomie und Handel. Nachdem wir uns im letzten Jahr mit dem internationalen Kontext beschäftigt haben, stand bei der Studientagung im März 2007 u.a. der Faire Handel auf dem Programm

Ein wichtiger Aspekt in diesem Zusammenhang betrifft die Zertifizierung von Handelsprodukten. Am Beispiel von Blumen und Kaffee haben wir dieses Thema vertieft und sind dabei auf diverse Probleme und Fragestellungen getroffen, die uns zu einer Stellungnahme herausfordern.

Das sind

1. die Probleme der kleinen Produzenten mit der Zertifizierung
2. die Einbindung neuer Vertreiber wie Discounterketten in Deutschland

Mit der durchaus erfreulichen Zunahme des Fairen Handels hat sich in den letzten Jahren durch die veränderten partizipierenden Parteien eine ganz neue Dynamik entwickelt.

War bislang der Faire Handel ein Schwerpunkt der kleinen Produzenten und Kooperativen auf der einen und von Weltläden und eher marginalen Handelsorganisationen auf der anderen Seite, so hat sich durch das veränderte Konsumentenverhalten auch für größere Produzenten und Handelsketten ein neuer lukrativer Markt entwickelt.

Die Zertifizierung als Qualitätsmerkmal ist hierbei ein wichtiges Instrument, um einen Wildwuchs zu verhindern.

Dass sich nunmehr auch große Herstellungsbetriebe zertifizieren lassen, ist nicht zuletzt auch im Interesse der verbesserten Arbeitsbedingungen für die dort beschäftigten Arbeiter und Arbeiterinnen zu begrüßen.

Dass jedoch die gleichen Zertifizierungsmaßnahmen für Kleinproduzenten und kleine Kooperativen zu einer Hürde werden, die diese aus eigener Kraft kaum noch überwinden können und sie durch die Professionalisierung und Verteuerung dieser Maßnahmen womöglich ganz aus dem Rennen geworfen werden, erscheint als Kehrseite der Medaille die große Gefahr dieser Entwicklung.

Wir betrachten es deshalb als unerlässlich, dass die FLO auch bei der Weiterentwicklung des Instruments der Zertifizierung ihre ursprüngliche Aufgabe als Vertretung der Partner, die auf dem Weltmarkt keine faire Chance haben, weiterhin ernst nimmt und dafür sorgt, dass genau diese Partner auch in Zukunft einen gerechten Zugang erhalten. D.h. dass für solch unterschiedliche Zielgruppen notwendigerweise auch differenzierte Messinstrumente entwickelt und angeboten werden und dass die schwächeren Partner auch weiterhin eine Unterstützung bekommen, die es ihnen ermöglicht, konkurrenzfähig zu bleiben.

Beispielweise könnten mögliche Gewinne, die bei der Zertifizierung von großen Betrieben erwirtschaftet werden, zur Unterstützung bei der Zertifizierung von Kleinproduzenten genutzt werden. Kleine Produzenten könnten sich als Gruppe zertifizieren lassen und sicher gibt es noch viele andere denkbare Lösungsmöglichkeiten des Problems.

Im Vordergrund sollte aber unserer Meinung nach immer der Ursprungsgedanke der Fairness stehen.

Aber auch auf der Abnehmerseite hat sich die Dynamik verändert.

Die vorwiegend kleinen Verkäufer, wie zum Beispiel die Weltläden, sehen sich plötzlich in Konkurrenz mit den großen Ladenketten und seit neuestem auch mit Discounterketten. Auch hier stellt eine gewollte und erwünschte Erweiterung des Handelssegments Fairer Handel vor neue Herausforderungen.

Vor allem aber erscheint es uns höchst problematisch, wenn auf der einen Seite sinnvollerweise die Erzeuger auf Qualitätsstandards auch hinsichtlich der Arbeitsbedingungen geprüft werden, auf der anderen, der Verkäuferseite, Discounterketten wie zum Beispiel LIDL fair gehandelte Produkte anbieten wollen, ohne diese Standards selbst im eigenen Betrieb erfüllen zu müssen.

Fairness als Standard sollte auf beiden Seiten des Handels herrschen, und warum sollten sich Verkaufsbetriebe hierzulande nicht auf entsprechende Standards prüfen lassen, bevor sie sich mit dem Fair Trade Label schmücken dürfen?

Als Tanzania-Network.de appellieren wir an Sie als eine der führenden Organisationen im Bereich Fairer Handel, ihre Ursprungsidee nicht aus den Augen zu verlieren und neben der Ausweitung des Fairen Handels alle Energie und Phantasie darauf zu verwenden, auch in Zukunft für die benachteiligten Gruppen in den sogenannten Entwicklungsländern Handel zu fairen Bedingungen zu ermöglichen.

Für das Tanzania-Network.de e.V.
Elisabeth Steinle-Paul

Hilfreiche Ananas

Die Geschichte einer Wandlung: Vom Diakon zum Fairhandels-Unternehmer

aus: zivil 3/2002

Leo Frühschütz

Kipepeo bio&fair
Siegfried
Hermannn
Eichenstr. 45
72693 Neuffen
bio.fair
@kipepeo.com
www.kipepeo.com

Mister Ssenkère ist ein bedächtiger Mann, mit großen schweren Händen, die in den letzten 50 Jahren viel gearbeitet haben. Sein Hemd mag zerschlissen sein, doch seine Haltung strahlt Ernst und Würde aus. Er ist der Mwenyekiti, der Vorsitzende und Motor der Kooperative der Ananasproduzenten von Katuulo.

„Hier sind schon einige vorbeigekommen, die uns viel versprochen haben“, sagt er. „Sie sind der erste, der zurückgekommen ist und sein Versprechen auch gehalten hat.“ Dass dieses Lob Siegfried Hermann riesig freut, verraten das Strahlen in seinen hellblauen Augen und das Lächeln, das kurz um die schmalen Lippen spielt. Ansonsten würde er in dieser ganzen Geschichte statt seinem Namen lieber das Wort Kipepeo lesen. Das sei wichtig, darum gehe es und nicht um seine Person.

Allerdings würde es Kipepeo ohne Siegfried Hermann nicht geben. Es ist sein Baby, seine Firma. Man kann sagen, er ist Kipepeo. Das Wort kommt aus dem Suaheli und bedeutet Schmetterling. Es passt gut zu den Bio-Tropenfrüchten, mit denen Kipepeo handelt und ist zugleich ein Symbol für die Verwandlung Siegfried Hermanns vom Diakon zum Unternehmer. Die begann nach der Ausbildung an einem theologischen Seminar, in der Jugendarbeit. Dort lernte er auch seine zwölf Jahre jüngere Frau Barbara kennen und heiratete sie 1985. Nachdem Barbara ihre Ausbildung als Krankenschwester abgeschlossen hatte, traf das Paar eine folgenreiche Entscheidung. Sie gingen für die evangelische Mission sieben Jahre in die Berge Tansanias, um dort eine Gemeinde zu betreuen. War es Abenteuerlust? „Zum einen war es sicher ein ›Ruf‹ in die Mission,“ sagt Siegfried Hermann, „aber auch die Aufgabe, etwas Sinnvolles tun zu können. Zu helfen, wo Hilfe wirklich notwendig ist.“

Bio und Fair

Die Beiden arbeiteten im abgelegenen Nordwesten Tansanias, nahe der Grenze zu Uganda. Ihre Gemeinde erstreckte sich über ein 70 Kilometer langes Flusstal mit zehn Dörfern. Dort kamen ihre vier Kinder zur Welt und dort wurde auch der Same für Kipepeo gelegt. Als 1994 der Kaffeepreis drastisch sank, verloren die Bauern in diesem Tal ihre einzige Einnahmequelle und konnten ihre Kinder nicht mehr zur Schule schicken. Zu sehen, wie drastisch sich der Weltmarkt in einem so abgelegenen Winkel der Erde auswirkt, wie er Menschen ins Elend stürzen konnte, die nie aus ihrem Tal heraus gekommen waren, das war ein einschneidendes Erlebnis und ließ Siegfried Hermann nicht mehr los. In diesen Jahren wuchs auch eine tiefe Zuneigung zu den Menschen dort. „Ich war da zu Hause“, sagt er schlicht. Doch die Mission begrenzt solche Aufenthalte strikt auf sieben Jahre und so kehrten die Hermanns 1997 zurück nach Deutschland – und in die Arbeitslosigkeit: Denn die

evangelische Kirche hatte keine freien Stellen. Nach langem Überlegen entschloss sich Siegfried Hermann, das als Zeichen zu sehen. Er ließ sich mit 45 im Rekordtempo zum Handelsfachwirt ausbilden, besuchte Kurse für Unternehmensgründer und steckte alles, was an Rücklagen da war, in seine Geschäftsidee: Frische Bio-Tropenfrüchte zu fairen Preisen zu kaufen und in Deutschland erntefrisch in die Läden zu bringen. 1999 gründete er seine Firma, die Kipepeo bio&fair GmbH und reiste nach Uganda. Für das zentralafrikanische Land hatte er sich entschieden, weil die Infrastruktur für den Export frischer Früchte besser war als im Nachbarland Tansania. Zudem fand er dort Geschäftspartner, die bereits Kontakte zu Bio-Bauern sowie Erfahrungen im Exportgeschäft hatten. Parallel dazu suchte Hermann in Deutschland nach Abnehmern in Naturkost- und Eine-Welt-Läden. Die Resonanz war gut, die erste Lieferung ein Fiasko: „Vor Weihnachten 1999 sollten die ersten Zuckerbananen in die Geschäfte. Die Ware ging über Paris. Dort standen die Container beim Umladen über Nacht draußen im Frost. Die Bananen kamen als schwarzer, stinkender Matsch auf dem Flughafen in Stuttgart an.“ Damals war Siegfried Hermann nahe am Verzweifeln, heute erzählt er die Geschichte lächelnd als Anekdote. Denn Kipepeo hat sich trotz vieler nervenaufreibender Rückschläge gut entwickelt. Rund 150 Tonnen Ananas, Zuckerbananen, Maracuja, Ingwer und Jackfrüchte importiert die Firma im Jahr. „Ich bin immer wieder überrascht, wie positiv die Menschen reagieren, wenn ich von diesem Projekt erzähle. Bei vielen renne ich offene Türen ein.“

Stabile Preise

In diesem Frühjahr ist der ehemalige Diakon wieder in seine tansanische Gemeinde zurückgekehrt, mit einem neuen Projekt im Gepäck. Weil die Gegend für den Export frischer Früchte zu abgelegen ist, sollen Ananas und Bananen vor Ort solar getrocknet und verpackt werden. Die ersten Erfahrungen mit Trockenfrüchten, die aus den Überschüssen seiner ugandischen Lieferanten produziert wurden, waren positiv. Siegfried Hermann sieht hier einen weiteren Markt, den er für seine Bauern erschließen will. Auch einen ersten Solartrockner hat er schon angeschafft. Jetzt geht es darum, vor Ort die notwendigen Strukturen zu schaffen. „Dass ich dabei mit Menschen zusammenarbeiten kann, die mir in meinen Jahren dort zu Freunden geworden sind, auf die ich mich hundertprozentig verlassen kann, das freut mich besonders.“ Ein bisschen schimmert bei dieser Antwort durch, dass der Geschäftsalltag in

Afrika wie in Deutschland in den letzten Jahren auch einige persönliche Enttäuschungen bereithielt. Die Bauern gehören nicht dazu. Sie wissen, was sie an Kipepeo haben. Für ihre Ananas erhalten sie Preise, die etwa 80 Prozent über dem lokalen Markt liegen und das ganze Jahr über stabil sind. Dazu gibt es noch einen Fairhandels-Aufschlag, der einmal im Jahr direkt an die Kooperative ausgezahlt wird. Mwenyekiti Ssenkère zeigt stolz den neuen Sammelplatz und das Genossenschaftshäuschen, das sie in Katuulo mit dem Geld vom vergangenen Jahr errichtet haben. „Wir wollen auch noch eine Erste-Hilfe-Station bauen“, sagt der Vorsitzende. „Wissen Sie, es gibt hier keinen Doktor. Wenn jemand richtig krank wird, müssen wir ihn zur Straße vor bringen.“ 20 Kilometer – und niemand hat hier ein Auto. Aus einer abgewetzten Tragetasche zieht Mister Ssenkère das Sparbuch der Kooperative und das Kassenbuch. „Das war das Holz, damit haben wir das Wellblechdach gekauft.“ Über jeden Schilling des erhaltenen Fairhandelsaufschlages hat er Buch geführt. Dieser Aufschlag, der für Projekte verwendet wird, die allen Bauern zu Gute kommen, ist ein typisches Element des Fairen Handels. Dazu gehört für Siegfried Hermann auch, dass Kipepeo die Kosten der Bio-Zertifizierung zahlt, den teuren Transport nach Deutschland vorfinanziert und die Reklamationen übernimmt, wenn eine Ananas mal überreif oder mit Druckstellen in den Handel kommt. Das alles hilft den Kleinbauern, leert aber auch die Kasse von Kipepeo. Die betriebswirtschaftliche Regel, dass eine Firma ihren Inhaber ernähren muss, hat Siegfried Hermann allem Handelsfachwirt-Wissen zum Trotz bewusst missachtet. Erst seit diesem Jahr zahlt er sich selbst ein kleines Gehalt. Mit Sicherheit wird es erst dann steigen, wenn die Versprechen, die er den Bauern gemacht hat, erfüllt sind.

Unser Autor Leo Fröhschütz hat die Ananas-Bauern von Kipepeo vor einigen Jahren besucht. Dabei entstand die abgedruckte Reportage. Auch wenn sie nicht mehr ganz aktuell ist, spiegelt sie doch eindrucksvoll die Wirklichkeit dieses Fair-Handels-Projekts wider.

Biologischer Landbau in Tanzania

aus: *Tanzania-Information* 9/2006

www.tanzania-information.de

Ostafrikanische Norm

Die Mitgliedsländer der East African Community (EAC), Kenia, Tanzania und Uganda, führten in der Region eine Standardisierung für biologischen Landbau ein, die erste derartige, die es in einem Entwicklungsland gibt. In Arusha trafen sich mehrere Experten des biologischen Landbaus aus den drei Ländern. Ein Mitglied einer Arbeitsgruppe des UN-Environment Programme (UNEP) und der UN-Conference on Trade and Development (UNCTAD) sagte: „Die ostafrikanische Norm für biologischen Landbau wird helfen, dass die betreffenden Produkte in den Regalen der Supermärkte weltweit leichter zu erkennen sind.“ 2004 wurde in Kampala eine Arbeitsgruppe für Regionale Norm (RSTWG) gegründet. Ihr gehören Vertreter von Normen- und Zertifizierungsgremien an und der biologische Sektor der drei Länder. Die RSTWG soll nun durch umfassende Unterstützung durch International Federation of Organic Agriculture Movement (IFOAM), den Führer auf dem Gebiet biologischen Landbaus, gestärkt werden. Mitte März 06 startete er sein Projekt Biologische Ostafrikanische Normen (OSEA).

Bei einem Workshop in Arusha ging es neben anderem um Chancen regionaler Zusammenarbeit. Bei Besuchen biologischer Betriebe in der Kilimanjaro-Region konnten die Teilnehmer und Teilnehmerinnen biologischen Landbau in Praxis sehen. Unter den Delegierten waren u. a. Vertreter der Ministerien für Handel, Umwelt und Landwirtschaft, Repräsentanten von Zertifizierungsgremien, von Netzwerken biologischen Landbaus der Länder der EAC, von Forschungseinrichtungen und Universitäten und internationale Experten. (Guardian 11.3.06)

Chancen

Bei einem von der Tansanischen Bewegung für biologischen Landbau (TOAM) organisierten Treffen sagte ihre Vorsitzende, ein Fachmann habe die Förderung des biologischen Landbaus gefordert, damit Tanzania den internationalen Markt erobere. „In Europa, Japan und den USA ist der Markt bereit für Produkte biologischen Landbaus.“ Tanzania solle diesen fördern, „ehe uns andere Länder überholen: Die Nachfrage nach Cashewnüssen, Kaffee und Tee steigt.“ Die Regierung versprach, alle, die biologisch wirtschafteten, zu unterstützen, „um sicherzustellen, dass unsere Produkte von hoher Qualität sind.“ Während der letzten Saison wurden für 1

kg Kaffee aus biologischem Anbau 1,3 US\$ bezahlt, für solchen aus konventionellem 1,0 US\$. (DN 11.5.06; Guardian 11.5.06)

Unterstützung durch EPOPA

Die Landesbeauftragte der Organisation Export Promotion of Organic Products from Africa (EPOPA) sagte, viele Länder gäben nun biologischen Produkten den Vorzug vor konventionellen, wobei verschiedene Aspekte eine Rolle spielten, z. B. Gesundheit und Qualität. „Ich kann den Landwirten versichern, dass es in Europa und den USA einen großen Absatzmarkt gibt. Die Preise liegen über denen für konventionelle Produkte“, was ihnen beim Kampf gegen die Armut helfe. Die EPOPA habe bereits 40.000 tansanische Landwirte bei der Entwicklung biologischen Landbaus unterstützt, ihnen technische Hilfe und Geräte angeboten. „In Kooperation mit anderen unterrichten wir die Landwirte über die besten Methoden des biologischen Landbaus. Und wenn sicher ist, dass sie es schaffen, helfen wir ihnen das Zertifikat zu bekommen. Es wird nach ein oder drei Jahren ausgestellt“, sagte der Landesbeauftragte. Die von der EPOPA unterstützten Produkte seien Kaffee, Kakao, Cashewnüsse, Ananas, Ingwer, Erdnüsse, Honig, Vanille und Sesam. Im Augenblick haben 18 Gesellschaften das Zertifikat für Export biologischer Produkte nach Europa. Nun suche die Organisation auch nach nachhaltigen Methoden für Tunfisch-Fang. (Guardian 11.5.06)

Bio-Kaffee

Jane Goodall, die bekannte Umweltschützerin, sagte, sie entwickle für Kaffee-Anbauer in Gebieten Tansanias und Burundis, in denen die bedrohten Schimpansen leben, ein neues Zertifizierungssystem und vergebe das Jane Goodall Conservation Label. Sie sagte: „Die Leute verbinden meinen Namen mit Schimpansen.“ Auch die Zertifizierung des Kaffees komme den Affen zugute. Sie erwarte aber von den Kaffee-Anbauern eine Gegenleistung für die Vermarktung ihrer Produkte an Röstanlagen, die bereit sind, für umweltfreundlichen Kaffee eine Prämie zu bezahlen, für 1 kg Kaffee 2 US\$ statt 0,5 bis 0,6 US\$. Die Landwirte müssen Wälder, in denen die Tiere leben, schützen und 10% bis 20 % ihrer Felder aufgeben, um den natürlichen Wald rings um den Gombe National Park zu erweitern. Nur noch 35 Schimpansen sind in diesem Schutzgebiet übrig. Die Zertifizierung garantiert den Käufern, dass bei der Produktion ethische Normen beachtet wurden. Andere Zertifizierungslabels sind Fairtrade, Rainforest Alliance, Organic, Utz Kapeh und Bird Friendly. Zertifizierung kann kostspielig sein. Viele Kleinbauern können sich die Ausgaben nicht leisten. (Guardian 20.2.06)

Die wirtschaftliche Entwicklung Tansanias

Ein Seminar der DETAF

Eine CD mit Seminarbeiträgen sowie mehr Informationen können erhalten werden über Anett Shabani; Tel 06421-895921, anett.shabani@yahoo.de

DETAF e.V., Hartmut Guddat, Riesweg 22, 26316 Varel, vorstand@detaf.org www.detaf.org

Vom 04. bis 06. Mai 2007 fand im Arbeitnehmerzentrum Königswinter AZK in der Nähe von Bonn ein entwicklungspolitisches Seminar der Deutsch-Tansanischen Freundschaftsgesellschaft (kurz: DETAF) statt. Thema in diesem Jahr war die wirtschaftliche Entwicklung in Tansania seit der Ujamaa-Zeit. Ujamaa war eine vom ersten tansanischen Präsidenten Nyerere ins Leben gerufene Form des Sozialismus, die etwa von 1967-1985 andauerte. Eine Gruppe von knapp 40 TeilnehmerInnen aller Alters- und Berufsgruppen aus den verschiedensten Teilen Deutschlands konnte ihr Wissen über Tansania erweitern, neue entwicklungspolitische Zusammenhänge erkennen und ausgiebig diskutieren.

Ein Schwerpunkt des Seminars waren die Globalisierung und die Frage ihrer Wirkung auf Tansania. Zahlreiche Probleme wurden an Beispielen des Tabakanbaus, der digitalen Versorgung und der Wasserversorgung deutlich. Besonders aufrüttelnd war der Beitrag zum Tabakanbau für multinationale Großkonzerne und die damit einhergehende Abholzung der tansanischen Wälder und die Abhängigkeit der Kleinbauern – ein Zusammenhang, der vielen Teilnehmern bis dahin nicht bewusst war. Auch die möglichen negativen Wirkungen der geplanten Freihandelsabkommen mit den Afrika-Karibik-Pazifik-Staaten (sogenannte EPAs) wurden näher beleuchtet.

Es wurden jedoch auch Wege zur Lösung der Probleme aufgezeigt. Eine Möglichkeit ist die Stärkung der regionalen Strukturen, wie ein Projekt aus der Region Mtwara in Tansania zeigte, wo erfolgreich Cashewnüsse produziert und in Deutschland verkauft werden, mittlerweile 5 Tonnen pro Jahr. Auch im Bereich der Wasserversorgung erzielen dezentrale, lokale Initiativen mit entsprechender Unterstützung gute Erfolge. Zur Unterstützung der unternehmerischen Initiative der TansanierInnen lernten die TeilnehmerInnen außerdem Mikrokredite als ein Instrument auf dem Weg aus der Armut kennen, den jeder durch eine ethische Geldanlage z.B. bei Oikocredit unterstützen kann. Die Dividende für die Anleger liegt dabei sogar über den derzeit üblichen Sparbuchzinsen. Auch die sozioökonomische Analyse von Prof.

Hofmeier vom Institut für Afrikakunde ließ erkennen, dass die Wirtschaft Tansanias sich durchaus auf einem Weg der Besserung befindet. So waren in diesem Jahr erstmals keine Sondermaßnahmen des Internationalen Währungsfonds (IWF) notwendig.

Im Mittelpunkt der lebhaften Diskussionsrunden standen Fragen wie: Was kann der/die Einzelne tun und was sind die richtigen Wege, Menschen in Tansania auf dem Weg aus der Armut zu unterstützen, ohne sie zu bevormunden.

Im Zusammenhang mit der Klage des britischen Wasserkonzerns BiWater gegen den Staat Tansania wurde eine Resolution verfasst und unterzeichnet (s. S. 8 in diesem Heft).

Das Seminar war das siebte entwicklungspolitische Seminar der DETAF in Kooperation mit dem AZK.

Zuschüsse für Transportkosten

Rudolf Welter

Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) stellt seit April 2006 Mittel zur Verfügung, die für Transportkosten eingesetzt werden können. Die Abwicklung der Anträge erfolgt über die Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GTZ.

Ziel der Förderung

Durch Zuschüsse zu den Kosten für Transporte von entwicklungspolitisch förderungswürdigen Sachspenden in Partnerländer sollen die Lebensbedingungen besonders armer und benachteiligter Bevölkerungsgruppen verbessert bzw. gesichert werden.

Förderkriterien

Förderungswürdig sind Sachspenden, die das Bemühen besonders armer und benachteiligter Bevölkerungsgruppen zur Verbesserung ihrer materiellen und sozialen Lebensumstände wirkungsvoll unterstützen. Dazu gehören insbesondere Sachspenden, die dazu beitragen,

Bei der Abwicklung unterstützt Sie:

Rudolf Welter, Schatzmeister des Tanzania-Network.de e.V. und langjähriger Mitarbeiter der Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GTZ. Bei ihm können auch weitere Informationen und Antragsformulare angefordert werden.

*Kontakt:
rudolf.welter@tanzania-network.de,
Tel 06402-505722*

- o zusätzliches Einkommen zu schaffen;
- o die schulische Bildung im Hinblick auf den Arbeitsmarkt verbessern;
- o die Qualität der handwerklichen und praxisorientierten Berufsausbildung zu verbessern;
- o die Produktivität kleiner handwerklicher und landwirtschaftlicher Betriebe zu steigern;
- o Versorgungsmöglichkeiten von Gesundheitseinrichtungen dauerhaft zu verbessern.

Förderungsbedingungen

1. Die Erstattung von Kosten für bereits durchgeführte Transporte von Sachspenden ist nicht möglich.
2. Antragsberechtigt sind grundsätzlich nur private deutsche Organisationen und Verbände sowie Initiativgruppen, deren Tätigkeit als gemeinnützig anerkannt ist und nicht gewinnorientiert ist.
3. Der Zuschuss beträgt im Regelfall 75 % der Transportkosten.
4. Empfänger der Sachspenden im Partnerland müssen einheimische private oder öffentliche Organisationen sein, deren Tätigkeit gemeinnützig ist. Also keine Einzelpersonen.
5. Die zollfreie Einfuhr in das Partnerland muss durch eine Zollbefreiungserklärung sichergestellt werden.

Angebot für ArchitekturstudentInnen

Architekturbüro in Tansania/Ostafrika sucht Praktikantinnen / Praktikanten

Joachim Figur

*Kontakt:
joachimfigur@
yahoo.de*

Mein Name ist Joachim Figur und leite ein Architekturbüro in Tansania. Das Büro ist im Süden Tansanias in Iringa (1600m). Ich bearbeite nur Projekte, die einen kirchlichen Hintergrund haben. Ich selbst lebe und arbeite seit 16 Jahren als Architekt in Tansania und habe zurzeit einen Entwicklungshelfervertrag mit dem Evangelischen Entwicklungsdienst EED. Davor war ich insgesamt 11 Jahre als Architekt in Berlin tätig. In den letzten 8 Jahren habe ich als leitender Architekt ein großes Baubüro in Dar es Salaam geleitet.

In dieser Zeit haben 3 Studenten aus Deutschland ein jeweils 6-monatiges Praktikum bei uns gemacht. Daraus ergaben sich Diplomarbeiten.

Die Projekte, die wir bearbeiten, sind in der Regel Neubauten von Schulen, Krankenstationen, Wohnhäusern, Straßenkinder- und Waisenheimen, Kirchen und Renovierungen von Schulen, Krankenstationen und alten Missionshäusern.

Ich kann einen Praktikumsplatz für jeweils 6 Monate anbieten. Es wäre nützlich, wenn gute Englischkenntnisse vorhanden sind. Kiswaheli kann im Land gelernt werden.

Da mein Aufgabengebiet der Süden von Tansania ist, ist mit einigen Reisen zu rechnen, um Baustellenbesichtigungen zu machen. Im Büro sind Computer vorhanden und wir benutzen AUTOCAD zum Zeichnen.

Da ich ein non-profit-Büro leite, kann ich leider nichts bezahlen. Für Unterkunft wird gesorgt.

Die 3 Studenten, die schon ihr Praktikum bei mir gemacht haben, bekamen ein Stipendium von InWEnt, mit dem man hier leben kann. (InWEnt – Internationale Weiterbildung und Entwicklung gGmbH, Friedrich-Ebert-Allee 40, 53113 Bonn www.inwent.org).

World Shaker Award 2007 goes to Yusuf Mahmoud & Hildegard Kiel

In 2006 Thomas Brooman, WOMAD director and co-founder, became the first recipient of the new “World Shaker” Award. This award recognises the enormous contribution made to World Music by those who are rarely in the public eye – but whose work is invaluable nonetheless.

In 2007 the World Shaker Award goes to two people who have had a huge influence on revitalising the local music scene on the island of Zanzibar, Yusuf Mahmoud and Hildegard Kiel. Zanzibar’s traditional music was slowly falling out of favour with its young people ... until Yusuf and Hilda got involved.

The majority of young people on the island prefer listening to American hip-hop and its local Swahili-language equivalent, bongo

flava, rather than the island's major entertainment form of the 1960's: taarab. Yet each February for the past four years the Island's most prolific and successful taarab orchestra, the Culture Musical Club, has been top of the bill at the yearly Zanzibar music festival, a festival which is now bringing the island's musical past into the present [...].

Hildegard Kiel spent her childhood in mainland Tanzania and returned to work in Zanzibar in the year 2000. She is the founder and director of the Dhow Countries Music Academy (DCMA) Zanzibar's first music school and the only institution of its kind in East Africa. www.zanzibarmusic.org. DCMA focuses mainly on teaching traditional music of the Swahili Coast and the Indian Ocean Region. The Academy provides music lessons as well as instruments at minimal cost to about 100 students each semester interested in studying music related to their cultural background and has over 500 registered members. Special workshops, seminars, concerts, exchange programs and master classes take place throughout the year.

The school is located in the Old Customs House on the waterfront of Stone Town overlooking the Indian Ocean, emanating a cacophony of sounds all around the year. Students come to practice, take lessons, study or simply to socialize and play together. The students fees are highly subsidized so that it is affordable for everyone - most students (the majority young men and women) as well as teachers come from Zanzibar and Tanzania. In addition to the town activities, the village program takes music education to rural areas, and the first branch of DCMA was recently established in Mahonda, a small village 25 km north of Stone Town. The Children's Program reaches about 250 children in public and private schools.

Yusuf and Hilda's joint efforts have brought about a revitalisation of the local scene and the island's musical heritage. The result is a new musical landscape where traditional Zanzibar music lives together with modern influences. BBC Radio 3 is delighted to award Yusuf and Hildegard a World Shaker planet award to recognise their enormous contribution to both the local scene in Zanzibar and the world music scene globally.

KANGA SPRÜCHE No. 23

Mtu hujikuna ajipatiapo.

-

Der Mensch kratzt sich da, wo er ran
kommt.

Mehr Fair

„Im Zeichen der Nachhaltigkeit“ heißt ein Handbuch, das über die Kriterien und Akteure des Fairen Handels informiert. Zahlreiche Informationen bieten auch die verschiedenen Akteure des Fairen Handels in ihren Internet-Angeboten. www.gepa3.de Das FairHandelhaus gepa ist mit einem Umsatz von über 30 Millionen Euro der größte Handelspartner.

www.transfair.org TransFair vergibt ein Siegel für fair gehandelte Produkte und betreibt Bildungsarbeit. Der Umsatz mit TransFair-Produkten belief sich im Jahr 2001 auf 56 Mill. Euro .
www.dwp-rv.de Dritte Welt Partner beliefert Weltläden mit 1000 direkt importierten Produkten, darunter 100 Lebensmitteln.

www.el-puente.de El Puente ist als Importeur und Großhandel für Weltläden und Aktionsgruppen in Deutschland tätig.

www.banafair.de BanaFair importiert und vertreibt Bananen von Kleinproduzenten.

www.weltlaeden.de Rund 700 Weltläden gibt es in Deutschland. Sie bieten ausschließlich Produkte aus Fairem Handel an – vom Fußball bis zum Bio-Tee.

www.ifat.org und **www.fairtrade.net** Die International Federation of Alternative Trade und die Fairtrade Labelling Organizations International sind zwei weltweite Zusammenschlüsse von Fair-Handels-Organisationen.

*Erhältlich für
2,60 Euro in
Briefmarken bei:*

*Fair Trade e.V.,
Gewerbepark
Wagner/Bruch 4,
42279 Wuppertal
Tel 0202/ 6489-
221*

*Im Internet ist
das Handbuch
unter
[www.eco-fair-
trade-net](http://www.eco-fair-trade-net)
veröffentlicht.*

Annette Groth/
 Theo Kneifel
*Europa plündert
 Afrika*
*Der EU-Freihan-
 del und die EPAs*
AttacBasisTexte
 24
 96 Seiten;
 6,50 Euro
 ISBN 978-3-
 89965-228-4
 www.stopepa.de

Erhältlich im
 Buchhandel, bei
 Attac oder direkt
 bei:
 VSA-Verlag, St.
 Georgs Kirchhof
 6
 20099 Hamburg
 Tel 040 - 28 09
 52 77-0
 Fax 040 - 28 09
 52 77-50 info@
 vsa-verlag.de
 www.vsa-
 verlag.de

Kontakt:
 Deutsch-
 Tansanische Part-
 nerschaft e.V.
 Jessenstraße 4-6
 22767 Hamburg
 Tel 040 - 3861
 6113
 Fax 040 - 3861
 8701
 www.d-t-p-ev.de
 info@d-t-p-ev.de

Europa plündert Afrika!

von Annette Groth und Theo Kneifel

Weitgehend unbemerkt von der Öffentlichkeit verhandelt die EU im Rahmen des Cotonou- Handelsabkommens sechs regionale Freihandelsverträge (EPA) mit ihren ehemaligen Kolonien, darunter allen Ländern Subsahara-Afrikas. Vorzeitiger, ungeschützter Freihandel zwischen solch ungleichen Partnern führt zwangsläufig zur weiteren Verarmung strukturschwacher Länder Afrikas und dient vorrangig den Interessen der EU-Konzerne. Die EU drückt aufs Tempo, die Verhandlungen unter Dach und Fach zu bringen. „Neben einer Gefährdung der Ernährungsicherheit könnten die EPAs auch eine De-Industrialisierung und den Zusammenbruch ganzer lokaler und nationaler Produktionszweige zur Folge haben ... Mit dem vorliegenden Basistext wollen wir die Hintergründe der gegenwärtigen EPA-Verhandlungen ausleuchten, über die Kritik an den EPAs informieren und zur Unterstützung der internationalen StopEPA-Kampagne aufrufen.“

Die AutorInnen:

Annette Groth ist freiberufliche Gutachterin in der Entwicklungszusammenarbeit und Referentin für Fragen der internationalen und europäischen Politik.

Theo Kneifel ist Leiter der Kirchlichen Arbeitsstelle Südliches Afrika (KASA) in der Werkstatt Ökonomie Heidelberg.

Lehrbuch Solartechnik in Kisuheli

Die Deutsch-Tansanische Partnerschaft (DTP e.V.) aus Hamburg arbeitet in Tansania für die Ziele Ausbildung, Klimaschutz und Völkerverständigung. Schwerpunkt dieser Arbeit ist die Nutzung der Sonne als Stromquelle, insbesondere in ländlichen Regionen ohne Stromanschluss. Jährlich entsendet sie im Rahmen des Projektes „Freiwilliges ökologisches Jahr in Tansania –Völkerverständigung durch gemeinsame Arbeit für Klimaschutz und erneuerbare Energien“ etwa 15 Jugendliche aus Deutschland nach Ostafrika. Sie arbeiten gemeinsam mit jungen Leuten aus Tansania an Projekten zur Nutzung der Solarenergie.

Während eines workshops zum Thema „Wie baue ich ein Solar Home System“ ist die Grundlage für ein Lehrbuch zur Solar-

technik entstanden – das erste Handbuch in Kisuaheli. Da einige Fachbegriffe bisher nicht in Kisuaheli existierten, wurden in Absprache mit dem „Kisuaheli Council“ entsprechende Übersetzungen gefunden.

Inhalt „Umeme wa jua na matumizi yake“ (Inhalt hier auf Deutsch)

Solarenergie und ihre Anwendung

1. Ressourcen erneuerbarer Energien
2. Entwicklung erneuerbarer Energien in Tansania
3. Anwendung und Gebrauch von Solarenergie
4. Produktion von Solarenergie
5. Solare Beleuchtung und ihre Prinzipien
6. Solarsysteme für Häuser und ihre Komponenten
7. Bemessung und Auswahl der Fotovoltaik-Komponenten
8. Installation der Solarsysteme in Häusern
9. Instandhaltung und Reparatur

Dieses Lehrbuch „Umeme wa jua na matumizi yake“ stellt mit etwas mehr als 100 Seiten Umfang praxisbezogen und verständlich alle notwendigen Grundlagen der elektrischen Nutzung der Solarenergie und ihre Anwendung dar. Vor dem Hintergrund anhaltender Energieprobleme ist dem Handbuch eine weite Verbreitung im Kisuaheli-Sprachraum (Tansania, Kenia, Uganda) zu wünschen.

In Papierform ist die Broschüre zur Zeit in Dar es Salaam bei TASEA (Tansania Solar Energy Association, www.tasea.org) zum Preis von ca. 8 \$ erhältlich.

In Deutschland ist eine CD-Rom mit dem Text des Buches zum Selbstkostenpreis von 15 • (inklusive Versand) zu bestellen bei Barbara Leyendecker Ludwigstraße 36 f 63179 Obertshausen Tel 06104 - 43029 Fax 06104 - 944000 bmw.leyendecker@t-online.de

Website des Tanzania-Network.de wird überarbeitet

Die website www.tanzania-network.de wird derzeit im Hintergrund komplett überarbeitet. Die neue Seite wird spätestens im August mit den gewohnten Funktionen Veranstaltungskalender, Forum, Adressenpool, Expertenpool, Abo HABARI etc. zugänglich sein.

DETAF hat neue Internet-Adresse www.detaf.org

Die DETAF hat ihre bekannte domain www.detaf.de verloren. Die neue Domain ist www.detaf.org. Damit haben sich auch die Mail-Listen geändert auf info@detaf.org bzw. vorstand@detaf.org.

Tanzania-Network.de e.V.

www.tanzania-network.de

Dr. Luise Steinwachs verantwortlich für die Redaktion
und im Sinne des Pressegesetzes.

Satz und Layout: Gisela Lieberknecht-Krinke

Redaktion: Dr. Gundula Fischer, Silke Harte, Arnold Kiel, Johannes Paehl,
Elisabeth Steinle-Paul, Dr. Luise Steinwachs

Die Redaktion behält sich vor, eingesandte Artikel zu bearbeiten.

Interessierte sind herzlich zur Mitarbeit eingeladen!

infobrief@tanzania-network.de

Tanzania-Network.de e.V.

Koordinationsstelle im Haus der Demokratie und Menschenrechte

Dr. Luise Steinwachs

Greifswalder Straße 4

10405 Berlin

Tel 030 - 4172 3582 Fax 030 - 4172 3583

ks@tanzania-network.de www.tanzania-network.de

Bankverbindung: Tanzania-Network.de e.V.

Sparkasse Bielefeld

Kto.Nr.: 33 133 331

BLZ: 480 501 61

Abonnement HABARI

Name _____
 Straße, Nr. _____
 PLZ, Ort _____
 Tel/email _____

Ich bitte / wir bitten das Tanzania-Network.de e.V., den Beitrag für das Abo (20 Euro / 4 Ausgaben pro Jahr) bis auf Widerruf, erstmals ab (Jahr) _____, von meinem / unserem Konto Nr. _____ bei _____ BLZ _____ im Wege des Bankeinzugsverfahrens einzuziehen.

Ich zahle / wir zahlen das Abo (16 Euro / 4 Ausgaben pro Jahr) und evtl. Spenden durch Überweisen auf das Konto des Tanzania-Network.de e.V.

Ort, Datum _____ Unterschrift _____