

dern der „Legion Mariens“. Beim Charismatikerkongreß von South Bend in den USA unterstrich der Kardinal die wichtige Rolle Marias in dieser Erneuerungsbewegung. Zehn Jahre später bekräftigte Suenens beim ersten Weltkongreß der „Bewegungen“, zu denen die charismatische Erneuerung maßgeblich gehört, das befreiende Element des Laienapostolats in der Kirche: „Nicht aufgrund eines Mandats, und noch weniger eines als exklusiv und anderen apostolischen Initiativen übergeordnet verstandenen Mandats, sondern kraft der Taufe und Firmung jedes Gläubigen“ (Vorwort von Kardinal Suenens zu dem Sammelband „Les mouvements dans l'Église“, Paris 1983, S. 10).

Der menschliche Charme eines großen Mannes

Diese Stellungnahme hatte um so mehr Gewicht, als die starke Katholische Aktion Italiens von diesem Kongreß der „Bewegungen“ 1981 in Rom ausgeschlossen war und die Italienische Bischofskonferenz seinerzeit ein tiefes Mißtrauen gegenüber der Offensive der geistlichen Bewegungen hegte, während sich die Bewegungen selber damals als Lieblingskinder des vor kurzem begonnenen Pontifikats Johannes Pauls II. betrachteten. Beim zweiten Kolloquium der „Bewegungen“ 1987 in Rocca di Papa, also fast vierzig Jahre nach den ersten Plädoyers von Suenens für die „Legion Mariens“ äußerte sich der Kardinal in der gleichen Richtung

und sagte: „Die Tiefendimension der Wirklichkeit ist die Taufe; wir sind Apostel, nicht weil wir einen speziellen Auftrag erhalten haben (wie er für eine Organisation sinnvoll sein kann), sondern weil wir getauft sind“ (in: *I movimenti nella Chiesa*, Mailand 1987, S. 32). Diese Kontinuität erlaubt die Schlußfolgerung, daß bei Suenens schlußendlich doch die „charismatische“ gegenüber der „ekklesiologischen“ Linie vorherrschend war.

Das Bild wäre unvollständig, würde man nicht noch etwas zum Menschen Suenens sagen. Eine der herausragenden Eigenschaften von Kardinal Suenens war der menschliche Charme, der in jedem persönlichen Gespräch mit ihm zu Tage trat. Diesen Zug werden die Historiker leider nicht festhalten können! Dieser Mann, der so oft mit den Großen dieser Welt verkehrte – er belegt das mit einer gewissen Naivität in jedem Kapitel seiner Memoiren – war auch von großer Schüchternheit beim Bemühen um den brüderlichen Austausch zwischen den Menschen.

Heute wissen wir, daß dieser Kardinal, dem nach den Regeln des Protokolls der Rang eines „Prinzen von Geblüt“ zukam, mit seinem Fahrer vereinbart hatte, dieser möge ihn beim Vornamen nennen (vgl. das Interview mit *Leo Verbeek*, dem früheren Fahrer des Kardinals, in der Tageszeitung „De Gentenaar“, 8.5.96). Das enthüllt sehr gut sowohl die Komplexität und das Paradox, aber auch die verborgene Seele des Christen, der Leo Jozef Suenens war und bleibt.

Jan Grootaers

Weltweite Gerechtigkeit konkret

Die fast dreißigjährige Geschichte des „Fairen Handels“

Die Aktion Dritte-Welt-Handel, überwiegend getragen von kirchlichen oder kirchennahen Gruppen, blickt auf eine fast dreißigjährige Geschichte zurück, die freilich erst in den letzten Jahren auch von einer breiteren Öffentlichkeit wahrgenommen wird. Während die bewährten Grundsätze und Kriterien des Fairen Handels nahezu unverändert blieben, kam es in der konkreten Arbeit der Aktion zu zahlreichen Veränderungen. Die Zahl der Akteure, die diese Solidaritätsbewegung mittragen, nahm dabei stetig zu.

Eine von den deutschen Bischöfen veranlaßte Studie stellte 1995 fest, daß der thematische Schwerpunkt für fast zwei Drittel aller kirchlichen Dritte-Welt-Gruppen der Faire Handel ist (vgl. HK, Februar 1996, 64 ff.). Bereits 28 Jahre zuvor, 1967, wurde in den Niederlanden eine kleine Stiftung mit dem Namen „Stichting Ontwikkelings-Samenwerking“ (SOS) gegründet. Dies sind die beiden (vorläufigen) Eckdaten einer Bewegung, die als „Fairer Handel“ erst in den letzten Jahren in das Bewußtsein einer breiteren Öffentlichkeit trat. Mit der niederländischen SOS begann nämlich der Faire Handel, der inzwischen auf eine fast dreißigjährigen Geschichte zurückblicken kann.

Die „Aktion Dritte-Welt-Handel“ – so der vertrautere Name dieser Bewegung – wuchs lange Zeit nahezu im Verborgenen, eher am Rande der verfaßten Kirche: Es gibt beispielsweise keine einzige Fachstelle für den Fairen Handel in deutschen Generalvikariaten oder Ordinariaten, obwohl es mehrere tausend Gruppen sind, die sich mit hoher Beständigkeit und Verbindlichkeit für die gemeinsamen Anliegen einsetzen. Diese Gruppen verstehen sich allerdings überwiegend als selbstbestimmt, ohne verbindliche Anbindung an irgendeine zentrale Organisation oder Instanz – auch dies belegt die eingangs erwähnte Studie.

Die Aktion Dritte-Welt-Handel, die überwiegend von kirch-

lichen oder kirchennahen Gruppen getragen wird, ist somit eher untypisch für die deutschen Kirchen: Sie ist dezentral und basisorientiert organisiert, ihre Gruppen arbeiten praktisch autonom, und nicht zuletzt stieg in den letzten Jahren die Zahl der in ihr engagierten Menschen – gegen den sonstigen kirchlichen Trend – deutlich an.

Was aber macht die Bewegung des Fairen Handels so attraktiv, so bedeutsam für die vielen Menschen, die sich dauerhaft in ihr engagieren? Die Gründe für den bislang andauernden Erfolg der Idee des Fairen Handels mit der Dritten Welt sind so vielfältig, wie sich die Entwicklung dieser Bewegung, ihre verschiedenen Akteure, Themen und Aktionsformen bis heute darstellen.

Eine veränderte entwicklungspolitische Öffentlichkeitsarbeit

In den sechziger Jahren gerieten die Wirtschaftsbeziehungen zwischen Nord und Süd in den Blick: Nachdem die Länder des Südens bei einer Versammlung der Handels- und Entwicklungskonferenz der UN (UNCTAD) 1964 auf der Notwendigkeit gerechter Handelsbeziehungen bestanden („Handel, keine Almosen“), stellte der 1969 im Auftrag der Weltbank vorgelegte Pearson-Bericht den Zusammenhang von Wirtschaftswachstum im Norden und Unterentwicklung im Süden heraus. Dies wurde vielfach als Bestätigung der These verstanden, daß der Welthandel mit seiner modernen Arbeitsteilung nur eine Fortsetzung der kolonialistischen Ausplünderung sei. Im Rahmen dieser Diskussionen kam es in den Niederlanden zur Eröffnung der ersten Dritte-Welt-Läden, die von der 1967 gegründeten Importorganisation SOS (heute: „Fair Trade Organisation“) mit Waren beliefert wurden.

Der Pearson-Bericht wurde ebenfalls in den deutschen Dachorganisationen der kirchlichen Jugendverbände (BDKJ und aej) diskutiert; ermutigt auch durch die bereits 1967 veröffentlichte Entwicklungszyklika „Populorum Progressio“ Pauls VI., in der es heißt, höhere Preise für Einfuhr Güter seien zu zahlen, damit die Erzeuger einen angemessenen Verdienst erhielten (Nr. 47). Gleichzeitig veränderte sich, vor allem initiiert durch Misereor und den BDKJ, die Form entwicklungspolitischer Öffentlichkeitsarbeit: Die bisher sehr *informationsorientierte Bildungsarbeit* zur Spendenwerbung bekam ein neues Gesicht; insbesondere *handlungsorientierte* Aktionen wurden entwickelt.

Über den christlichen Gerechtigkeitsbegriff wurde ein Zusammenhang zu den Menschen in der Dritten Welt hergestellt, indem die gemeinsame Vernetzung im Weltmarkt bewußt gemacht wurde. Das aus den Niederlanden kommende Handlungsmodell des *alternativen Handels mit der Dritten Welt* wurde aufgegriffen. Ab 1970 verkauften viele Gruppen von der SOS importierte Waren auch in Deutschland. Die deutsche „Aktion Dritte-Welt-Handel“ wurde als

Tochter der SOS gegründet; erst 1974 kam es zur Gründung eines eigenständigen Vereins.

Die Aktion Dritte-Welt-Handel definierte damals als Ziele: Die Aktion will über Probleme der Dritten Welt *informieren* und zugunsten ihrer motivieren mittels des Verkaufs von Waren aus der Dritten Welt. Weiter will die Aktion marginalen Gruppen einen Absatz auf dem *europäischen Markt erschließen* und dadurch den Zusammenschluß von Genossenschaften fördern. Mit den entstehenden Gewinnen sollen Entwicklungsprojekte gefördert werden. Diese Grundsätze sind bis heute die gemeinsame Basis der Aktion Dritte-Welt-Handel: Information/Bildung und Handel mit konkreten Waren sind gleichzeitig unabdingbarer Bestandteil der Aktion.

1975 – in diesem Jahr erklärte die Würzburger Synode im Beschluß „Unsere Hoffnung“: „Das Reich Gottes ist nicht indifferent gegenüber den Welthandelspreisen“ – gründete die Aktion Dritte-Welt-Handel die deutsche Importorganisation „Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt mbH“ (gepa). Gesellschafter der gepa wurden – neben den Jugendverbänden, Aktionsgruppen und Weltläden – Misereor und die evangelische Arbeitsgemeinschaft Kirchlicher Entwicklungsdienste (AG KED). Bis heute blieb diese Zusammenarbeit unverändert.

Während die Aktion Dritte-Welt-Handel sich in ihrer ersten Phase ab 1970 vor allem als Lern- und Bildungsbewegung begriffen hatte („Lernen durch Handeln“) und das Produkt eher Mittel zum Zweck war, so begann nun die Zeit der großen Kampagnen unter dem Motto „Wandel durch Handel“. Lernen und Handel standen gleichgewichtig nebeneinander; die konkrete Hilfe für die Produzenten der angebotenen Waren gewann an Bedeutung.

Die erste große Aktion, von Misereor und BDKJ im Jahr 1978 durch eine bundesweite Kampagne unterstützt, hieß „Jute statt Plastik“. Der Verkauf von Jutetaschen aus Bangladesch wurde mit *Anfragen an unseren eigenen Lebensstil* verknüpft. Die Aktion war so erfolgreich, daß sie für lange Zeit das Bild der Aktion Dritte-Welt-Handel prägte und ihr Motto heute noch sprichwörtlichen Charakter hat. Die gepa entwickelte sich bis gegen Ende der achtziger Jahre zu einer Dienstleistungsorganisation für die Aktionsgruppen und Weltläden. Nachdem sich der Verein der Aktion Dritte-Welt-Handel 1978 auflöste, wurden der gepa auch viele inhaltliche Aufgaben der Aktion übertragen.

Im Mittelpunkt der Aktion Dritte-Welt-Handel stehen die Beziehungen zu den Handelspartnern in der Dritten Welt und die Informations- bzw. Bildungsarbeit in Deutschland. Bestimmte Kriterien, in denen die Grundlagen der Aktion Dritte-Welt-Handel konkretisiert werden, waren von Anfang an die Basis der gepa-Arbeit; sie wurden später auch von TransFair im wesentlichen übernommen.

Die wichtigsten Punkte: Nur eine *Veränderung von Verhalten* und Einstellungen kann auf Dauer wirtschaftliche und politische Veränderungen möglich machen; daher sind Informations- und Bildungsarbeit über ungerechte Weltwirt-

schaftsstrukturen und Fairen Handel ein wesentlicher Teil desselben. Der Faire Handel unterstützt vor allem *Kleinproduzenten*, die im nationalen und internationalen Handel meist benachteiligt sind. Organisationsberatung für diese Kleinproduzenten gehört zu den Leistungen alternativer Handelsorganisationen. Sowohl für handwerklich hergestellte Gegenstände wie auch für Lebensmittel werden den Produzenten Preise gezahlt, die in der Regel über den Weltmarktpreisen (beim Handwerk über den Vergleichspreisen) liegen.

Dieser *Mehrpri*s fließt den Produzenten bzw. ihren Selbstorganisationen direkt zu. Sie verwenden den Mehrpreis vor allem für Gemeinschaftsaufgaben, aber auch für die direkte Einkommensverbesserung der einzelnen Kleinproduzenten. *Transparenz in der Preiszusammensetzung* (Offenlegung der Kalkulation) gehört zu den Grundsätzen des Fairen Handels. Auf Anfrage werden bis zu 60 Prozent der Lieferungen vorfinanziert, um Voraus-Investitionen abzudecken und die Aufnahme von zu teuren Krediten zu vermeiden.

Alternative Handelsorganisationen halten intensiven *Kontakt zu ihren Handelspartnern*. Ziel ist dabei auch, neue und marktfähige Produkte zu entwickeln bzw. eine Erweiterung der Produktpalette – also eine Diversifizierung – zu erreichen. Der ökologische Anbau von Lebensmitteln wird durch einen *Bio-Zuschlag* honoriert; er reduziert übrigens auch die Umweltbelastung für die Produzenten. Die gehandelten Produkte sollen soweit wie möglich im *Erzeugerland verarbeitet und verpackt* werden; dies schafft dort zusätzlich Arbeit und Einkommen. Der gezahlte Mehrpreis und die Beratung sollen die Produzenten in die Lage versetzen, ihre Vermarktung einschließlich des Exportes möglichst *selbst zu organisieren* und so einen Zwischenhandel zu umgehen, der ihren Erlös schmälert. Die Handelsbeziehungen sollen möglichst langfristig angelegt werden, denn nur langfristige Verträge ermöglichen den Produzenten eine zuverlässige Planung.

Stetiges Wachstum der Bewegung

Seit 1975 sind diese Kriterien praktisch gleichgeblieben; sie erwiesen sich als tragfähig. Die Akzente der *praktischen Arbeit* haben sich allerdings ständig verändert – immer dann, wenn öffentlich diskutierte Themen auftauchten, die praktisch umsetzbar waren. So ermöglichte beispielsweise die Umweltdiskussion die systematische und inzwischen weitgehend erreichte Umstellung der von der gepa gehandelten Lebensmittel auf *ökologischen Anbau*. Die Kriterien blieben auch die gemeinsame Grundlage der Bewegung, als in den achtziger und neunziger Jahren eine Reihe neuer Akteure sich des Fairen Handels annahm.

In den Jahren zwischen etwa 1978 und 1986 und nach einem erneuten starken Wachstumsschub in der Zeit ab 1992 fand die Aktion Dritte-Welt-Handel ihren Weg in den Alltag der Kirchengemeinden. Vielerorts übernahmen verbandliche

Gruppen oder Sachausschüsse des Pfarrgemeinderates die Aufgabe, regelmäßig fair gehandelte Waren anzubieten. Es entstanden auch viele neue Gruppen, die das Engagement im Fairen Handel als ihre Hauptaufgabe verstanden.

Die Aktion Dritte-Welt-Handel bietet offensichtlich spezifische Chancen, die sich in der Gemeindepastoral nicht allzu häufig wiederfinden lassen: In den Gruppen werden verschiedenste Fähigkeiten benötigt und im Idealfall auch als gleichwertig akzeptiert (von Buchhaltung über Dekoration und Verkauf bis hin zum Bildungsbeauftragten...), die meisten Gruppen arbeiten generationenübergreifend, und viele sind ökumenisch organisiert. Darüber hinaus engagieren sich in den Gruppen der Aktion Dritte-Welt-Handel vielfach Menschen, die sich nicht mehr in den traditionellen Kernbereich der Gemeinde einbinden lassen wollen.

In vielen Kirchengemeinden stieß die Aktion Dritte-Welt-Handel auf Zustimmung, denn ihr Anliegen ist unmittelbar einsichtig: Es ist in der gehandelten Ware sichtbar, be-greifbar, nicht theorielastig und kommt gleichzeitig dem weitverbreiteten Bedürfnis entgegen, etwas Konkretes zu tun.

So wuchs die Bewegung; wenig spektakulär, aber beständig kam es zu vielen Neugründungen. Ging man 1980 von bundesweit rund 1500 Aktionsgruppen und rund 80 Weltläden (mit festem Ladenlokal und eigener Rechtsform) aus, so waren es zehn Jahre später schon etwa 5000 Gruppen und 550 Weltläden. Der Umsatz der gepa wuchs ebenso beständig auf etwa 28 Millionen Mark gegen Ende der achtziger Jahre – eine nicht mehr nur rein symbolische Größenordnung.

Der Begriff „Aktion Dritte-Welt-Handel“ ist, wie übrigens auch der „Faire Handel“, keine Umschreibung eindeutig zu definierender Organisationen, sondern ein Sammelbegriff für eine *Bewegung* mit sehr verschiedenen Facetten und Schwerpunkten. Daher überrascht es nicht, daß es immer wieder Meinungsverschiedenheiten mit weitreichenden Konsequenzen gab. So entstand beispielsweise nach Auseinandersetzungen um politische Fragen im Zusammenhang mit Kaffeeimporten aus Nicaragua und Guatemala 1985 die Importorganisation MITKA, die bis heute den Kaffee für verschiedene kleinere Handelsorganisationen importiert. Zwei davon, „El Puente“ und „Dritte-Welt-Partner“, beliefern inzwischen bundesweit eine Reihe von Weltläden und Aktionsgruppen. Die gepa ist also nicht mehr die einzige allgemein akzeptierte Importorganisation im Rahmen der Aktion Dritte-Welt-Handel; allerdings hat sie ein ungleich größeres wirtschaftliches (etwa zehnfach höherer Umsatz) und auch inhaltliches Gewicht.

Weitere Handelsorganisationen wurden gegründet, die zwar ähnliche, aber nicht dieselben Ziele wie die Aktion Dritte-Welt-Handel haben. Die bekannteste ist der „DW-Shop“ der Deutschen Welthungerhilfe: Diese Initiative soll Überschüsse für die Ziele ihrer „Mutterorganisation“ erwirtschaften, teilt jedoch nicht in jedem Fall die Kriterien der Aktion Dritte-Welt-Handel. Ebenso entdeckten Unternehmer den „Fairhandels-Markt“ als *interessante Marktnische*. Am bekanntesten dürften das Angebot des „Team-Versandes“ und

der „Sancho-Pansa-Katalog“ sein: Diese privatwirtschaftlichen Unternehmen erfüllen jedoch einige der wesentlichen Kriterien der Aktion Dritte-Welt-Handel nicht, etwa die Offenlegung ihrer Kalkulation, die Publikation von Bilanzen und den Nachweis der Gewinn-Verwendung.

Ende der achtziger Jahre wuchs in der Aktion Dritte-Welt-Handel die Erkenntnis, daß man zwar bislang relativ erfolgreich gearbeitet hatte, es in den vorhandenen *Strukturen* jedoch nicht schaffen würde, die eigene Marktnische zu verlassen. Weltläden und Aktionsgruppen konnten nur einen kleinen Bruchteil der Bevölkerung erreichen. Gleichzeitig nahm die Anfrage von Handelspartnern aus dem Süden nach mehr Waren-Absatz an Dringlichkeit zu; der massive Verfall insbesondere der Kaffeepreise ab 1989 bedrohte die wirtschaftliche Existenz vieler Kleinbauern.

Wieder kam die Idee aus den Niederlanden: Dort hatte man ein System entwickelt, das die Strukturen des „normalen Handels“ für Waren des Fairen Handels öffnete. Dazu vergibt eine Stiftung das „Max-Havelaar-Siegel“ an eine Reihe von Import- und Handelsfirmen, die sich im Gegenzug zur Einhaltung der Kriterien des Fairen Handels für die gesiegelten Produkte verpflichtet. Die Einführung des Max-Havelaar-Siegels für Kaffee war ab 1988 in den Niederlanden außerordentlich erfolgreich; sehr bald wurde ein Marktanteil von etwa 2,5 Prozent erreicht – gut das Zehnfache dessen, was bis dahin in den Niederlanden und auch in Deutschland von Weltläden und Aktionsgruppen erreicht werden konnte.

Diesem Modell folgend wurde in Deutschland 1992 das *TransFair-Siegel* für Kaffee eingeführt, 1994 gefolgt vom Siegel für Tee und 1996 für Schokolade. TransFair wird in Deutschland von inzwischen 35 Organisationen getragen, wobei es sicherlich kein Zufall ist, daß alle gepa-Gesellschafter auch TransFair-Gründungsmitglieder sind und zum aktiven Kern der beteiligten Organisationen gehören: Beispielsweise stellte Misereor den ersten TransFair-Vorsitzenden.

TransFair erreichte von Beginn an eine sehr hohe *Medienresonanz*; viele Firmen, darunter natürlich auch die gepa, führen Produkte mit dem TransFair-Siegel. 1995 erreichte TransFair bei Tee einen Marktanteil von 2,3 Prozent und bei Kaffee von etwas mehr als 1 Prozent. Produkte mit dem TransFair-Siegel werden in etwa einem Viertel der Geschäfte des deutschen Lebensmitteleinzelhandels und selbstverständlich in den Weltläden geführt; damit ist ein nahezu *flächendeckendes Angebot* bestimmter fair gehandelter Produkte sichergestellt – und genau das war das mit der Gründung von TransFair verfolgte Ziel.

Mit TransFair kam es übrigens auch zu einer Begriffsveränderung: Der „Faire Handel“ wurde die umfassendere Bezeichnung; die Aktion Dritte-Welt-Handel stellt sich heute als Teilbereich des Fairen Handels dar. Sie hat jedoch eine über TransFair hinausgehende Geschichte und teilweise auch weitergehende Kriterien. Zunehmend werden die Begriffe „Aktion Dritte-Welt-Handel“ und „Fairer Handel“ jedoch synonym verwendet.

Die Kunst, sich richtig zu entscheiden

Pierre Wolff



neu

*Den
Gefühlen
trauen
und
den Kopf
gebrauchen*

*Die Kunst der Entscheidung
nach der Methode
des Ignatius von Loyola*

HERDER

**200 Seiten,
Paperback,
DM 26,80
öS 199,- /SFr 25.-
ISBN 3-451-23976-0**

**Was ist schwerer,
als eine richtige
Entscheidung
zu treffen?
Ein dringend
notwendiger
spiritueller
Ratgeber für
viele Lebens-
situationen.**

In jeder Buchhandlung!

HERDER

Dieselbe Diskussion über die eigenen Möglichkeiten der Aktion Dritte-Welt-Handel, die zur Gründung von TransFair führte, mündete Anfang der neunziger Jahre auch in einen Beschluß zur *Handelsausweitung der gepa*: Die gepa öffnete ihre Strukturen über die Aktionsgruppen und Weltläden hinaus und ging in neue Handelsbereiche: Ein Versandkatalog für Endverbraucher, die Belieferung des normalen Lebensmitteleinzelhandels und besondere Vertriebswege für Großverbraucher und Bioläden folgten diesem Beschluß.

Mit dem durch die Einführung des TransFair-Siegels hervorgerufenen öffentlichen Interesse begannen 1992 für Aktionsgruppen und Weltläden drei Jahre *stürmischen Wachstums*: Sie konnten jedes Jahr deutlich mehr Waren verkaufen; hunderte von neuen Aktionsgruppen engagierten sich, und in den Jahren 1993/94 wurde durchschnittlich in jeder Woche ein neuer Weltladen eröffnet. 1995 gab es dann etwa 750 Weltläden und rund 8000 Aktionsgruppen – die meisten davon in irgendeiner Form verbunden mit den Kirchen. Parallel dazu veränderte sich in weiten Teilen die Bildungsarbeit der Aktion Dritte-Welt-Handel: Traditionelle Veranstaltungs- und Aktionsformen wie etwa Diavorträge und Unterschriftensammlungen verloren an Zuspruch, während neuentwickelte „erlebnispädagogische Lernmodelle“ ein breites Publikum erreichten.

Gleichzeitig wurden Strukturen geschaffen, die die inhaltliche Arbeit absichern: Bundesweit wurden mehr als 20 regional arbeitende Gruppenberater und -beraterinnen angestellt, und einige größere Weltläden stellten eigene Bildungsreferenten ein. Die Gesellschafter der gepa gründeten 1994 gemeinsam den „Fair Trade e.V.“, der inhaltliche Aufgaben übernimmt, die im Bereich der Handelsorganisation gepa selbst nicht leistbar sind. Der Umsatz der gepa nahm, bedingt durch die positive Entwicklung der Aktion Dritte-Welt-Handel, die Einführung neuer Vertriebswege und auch durch die Gründung vieler Weltläden in den neuen Bundesländern erheblich zu: Im Geschäftsjahr 1994/95 betrug er 54,3 Millionen Mark; davon kamen rund 60 Prozent aus dem „klassischen“ Bereich der Aktion Dritte-Welt-Handel.

Wirtschaftliche und politische Aspekte sind eng verknüpft

Im Geschäftsjahr 1995/96 mußte die gepa erstmals einen *Umsatzrückgang* auf 53,9 Millionen Mark hinnehmen: Er entstand im Bereich der Aktion Dritte-Welt-Handel und verursachte einen Bilanzverlust, der zu deutlichen Veränderungen der gepa-Arbeit Anlaß gab. So werden beispielsweise die Vertriebswege der gepa neu und kostengünstiger strukturiert, und auch Veränderungen in der Belieferung von Aktionsgruppen sind geplant. Die Diskussion um die genauen Ursachen der gesunkenen Umsätze hat dabei erst begonnen; sicherlich spielen auch die wirtschaftlichen Rahmendaten in Deutschland eine erhebliche Rolle.

Der Existenzgrund der Aktion Dritte-Welt-Handel bzw. des Fairen Handels sind die positiven Auswirkungen, die diese Form des Handels für ansonsten benachteiligte Produzenten in der Dritten Welt hat. Diese Auswirkungen müssen natürlich belegbar sein. Im Fairen Handel werden den Partnern generell Preise gezahlt, die die Kosten der Produktion auf der Basis einer angemessenen Entlohnung abdecken; darüber hinaus werden bei Lebensmitteln mindestens zehn Prozent mehr gezahlt. Dieser Mehrpreis dient der *Bildung von Arbeitskapital*, dem Bau sozialer Einrichtungen, dem Kauf von Werkzeugen und Maschinen sowie der Entwicklung neuer Produkte, d. h. der Schaffung sozialverträglicher, langfristig sicherer Arbeitsplätze und damit der Überwindung der strukturellen Benachteiligung. In der Praxis heißt das häufig, daß Kleinproduzenten von billigen und verfügbaren Arbeitskräften zu Wirtschaftssubjekten im Handel werden, die über ihre eigene Zukunft selbst entscheiden. Die Konsequenzen aus dieser Veränderung, die meist einhergeht mit der Selbstorganisation vieler Kleinproduzenten, reichen weit über rein wirtschaftliche Aspekte hinaus, sind zutiefst politisch.

Der Faire Handel hat mit seiner wachsenden wirtschaftlichen Bedeutung inzwischen den rein symbolischen Bereich verlassen: Alle europäischen Fairhandels-Organisationen zusammen hatten 1995 etwa 800 000 Familien, das sind rund fünf Millionen Menschen, als Handelspartner in den Ländern des Südens. Aber auch die *Grenzen des Fairen Handels* wurden deutlicher: Beispielsweise erreicht er nur diejenigen, die eine Ware herstellen und anbieten können – und das sind meist nicht die Ärmsten der Armen. Gleichzeitig bleibt die Frage nach einem Entwicklungsverständnis virulent, das als Ziel die Teilnahme möglichst vieler Menschen am Welthandelsgeschehen hat. Der Faire Handel kann also immer nur einen Teilbereich der Wirklichkeit abdecken; weitergehende Bemühungen anderer Organisationen, tiefgreifende strukturelle Veränderungen und die Entwicklung neuer Zielperspektiven bleiben weiterhin notwendig.

Gegenwärtig stehen die Organisationen und Gruppen des Fairen Handels wieder einmal vor einer Reihe weitreichender Entscheidungen, die die Zukunft dieser Solidaritätsbewegung nachhaltig bestimmen werden. Veränderungen im Umfeld, der Druck des Marktes, Anfragen und Bedürfnisse der Handelspartner und die Ergebnisse eines fast dreißigjährigen Lernprozesses beeinflussen die Entscheidungsfindung über die künftige Arbeit.

Dieser Prozeß ist noch lange nicht abgeschlossen; dennoch gibt es bereits jetzt einige erkennbare Grundlinien für die weitere Entwicklung: Die *Arbeit der Aktionsgruppen* und Weltläden in der Aktion Dritte-Welt-Handel wird der unverzichtbare Kernbereich bleiben. Ihr inhaltliches und damit politisches, aber auch wirtschaftliches Engagement bleibt unabdingbar wichtig; sie sind die eigentlichen Träger der Aktion. Viele Weltläden werden ihre Arbeit besser, d. h. professioneller gestalten. Es wird mehr Weltläden in Innenstadtlagen geben, die auch normale Interessenten über Aus-

stattung und Angebot ansprechen können. Für diese *Professionalisierung* muß Unterstützung und Beratung organisiert werden. Gleichzeitig wird das Angebot fair gehandelter Waren mit TransFair-Siegel im „normalen“ Lebensmitteleinzelhandel zunehmen; noch für den Herbst 1996 ist beispielsweise die Einführung des TransFair-Siegels für Honig geplant. Hier und da wird es Fairhandels-Läden geben, die nicht im Besitz eines Vereins sind, sondern eine Einkommensmöglichkeit für einen oder mehrere Eigentümer schaffen. Einige solcher Läden gibt es bereits jetzt.

Auch produktbezogen wird es schrittweise Änderungen geben: Der Trend geht hin zu einem weniger umfangreichen (und damit aufwendigen) Angebot *handwerklicher Produkte* bei der gepa. Gleichzeitig nimmt der Verarbeitungsgrad der angebotenen Lebensmittel zu, um den Verbrauchergewohnheiten besser gerecht werden zu können. Auch werden die partnerbezogenen Leistungen der Aktion Dritte-Welt-Handel intensiviert: Als Trainings- und Informationsprogramm wurde bereits ein Fair-Trade-Marketing-Programm entwickelt, das der *Qualifizierung der Handelspartner* dienen soll. Ein weiteres neues *Programm zur Anschubförderung von Produktionsbetrieben* soll die systematische Hilfe für

neue Partner beinhalten. Erwogen wird auch eine Ergänzung des Handels um das Angebot an *Dienstleistungen* der Partner. Das Stichwort dazu heißt „Fair Travel“.

Überdies wird die Informations- und Bildungsarbeit im Rahmen des Fairen Handels intensiv weitergeführt werden. Zu den bisher bereits engagierten Organisationen kommt neuer Fair Trade e.V. hinzu, der auch einen Teil der bislang von der gepa geleisteten Arbeit übernimmt. Auch wird es neue Kampagnen geben, die sich auf konkrete Waren oder politische Sachthemen (wie etwa Sozialklauseln im Welthandel) beziehen. Bislang gesammelte Erfahrungen können dazu nutzbringend eingesetzt werden.

Alle hier beschriebenen Trends für die künftige Arbeit setzen allerdings voraus, daß es wie bisher eine *breite Basis für diese Arbeit* gibt. Der Erfolg des Fairen Handels auch im kommenden vierten Jahrzehnt seines Bestehens hängt wie bisher schon davon ab, daß es viele engagierte Menschen gibt, die sich dieses Anliegen zu eigen machen und bereit sind, den Einsatz für mehr weltweite Gerechtigkeit konkret werden zu lassen. Die bisherige Entwicklung des Fairen Handels gibt allerdings berechtigten Anlaß zu dieser Hoffnung.

Stephan Stricker

Land im Umbruch

Indien in einer Zeit der Veränderungen

In den vergangenen Jahren hat Indien seine Wirtschaftspolitik grundlegend liberalisiert. Politisch durchlebt das nach China bevölkerungsreichste Land der Erde derzeit eine instabile Phase, nach Jahrzehnten der Dominanz der Kongreßpartei. Für die in viele Konfessionen und Riten gespaltene christliche Minderheit steht heute vor allem das Problem der „Dalit“, der im indischen Kastensystem Unterprivilegierten, auf der Tagesordnung.

Indien steht knapp ein Jahr vor der Fünfzigjahrfeier seiner Unabhängigkeit, die es 1947 gewann. Mit etwa 940 Millionen Einwohnern ist die Bevölkerung Indiens so groß wie die Nord-, Mittel- und Südamerikas plus Japan zusammengekommen. 77 Prozent der Inder leben immer noch auf dem Land. In den drei Megastädten Bombay, Kalkutta und New Delhi konzentrieren sich Ausbildungsstätten, Wirtschaft, Verkehr, Handel und Kultur; 45 Prozent der Einkommensteuer wird in diesen drei Städten erwirtschaftet.

Trotz ständiger Bemühungen um Familienplanung und Geburtenkontrolle hat sich die *Wachstumsrate der Bevölkerung* nur wenig senken lassen und konnte das Wachstum der Bevölkerung in den letzten 40 Jahren nicht aufgehalten werden. Die Zunahme liegt inzwischen nicht mehr in erster Linie an der Geburtenrate, sondern an der durch bessere Ernährung und ärztliche Versorgung stark gesenkten Sterberate und der damit gestiegenen Lebenserwartung. Die gewaltsamen Sterilisierungskampagnen der Regierung in den

60er und 70er Jahren haben die Familienplanung in Mißkredit gebracht. Die indische Regierung hat ihre Prognose, daß im Jahr 2000 die Parität zwischen Geburten- und Sterberate erreicht sein würde, inzwischen revidiert und nennt jetzt einen Zeitraum zwischen 2011 und 2016.

Eine radikale Kehrtwendung in der Wirtschaftspolitik

Die offizielle kirchliche Position zur Geburtenkontrolle, wie sie durch die zahlreichen päpstlichen Lehrschreiben und durch andere Initiativen für eine verantwortliche Elternschaft immer wieder dargestellt wird, wird nach Ansicht der indischen Bischöfe von den Katholiken des Landes nicht innerlich angenommen und auch nicht praktiziert. Die Bischöfe räumten bei ihrer letzten nationalen Konferenz im