

nah dran

> INTERVIEW

Wenn Sport
Chancen eröffnet

.....

> NEPAL

Plastiktüte? –
Nein, danke!

.....

> ZURÜCK IN DEUTSCHLAND

Berufschancen im
Fairen Handel

> NACHHALTIGER KONSUM

.....

WIE WIR ALS VERBRAUCHER
VERANTWORTUNG
ÜBERNEHMEN KÖNNEN

giz

Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



> WELTWEIT

- 4 Brasilien: Wenn Sport die Chancen erhöht
- 7 Palästinensische Gebiete: Auf Tuchfühlung



> TITEL

Nachhaltiger Konsum

Immer mehr Konsumenten wollen heute wissen, woraus und unter welchen Bedingungen Produkte hergestellt werden. Und sie sind bereit, ihr Konsumverhalten zu ändern und Produkte aus dem Fairen Handel zu kaufen.

Mehr ab Seite 10 >



> AKTUELL

- 34 Neues aus der GIZ
- 36 Buch- und Filmtipps
- 38 Interview: Als Beraterin lokaler Medien in Togo
- 39 Stellenmarkt



> AKTIV

- 40 Fairer Handel: Berufsperspektive für zurückgekehrte Entwicklungshelfer
- 42 Fotowettbewerb: Perspektivwechsel
- 43 Rezept/Impressum

Das BMZ ist der Hauptauftraggeber des GIZ-Entwicklungsdienstes.

▲ LIEBE LESERINNEN UND LESER,



wie oft stehen wir im Supermarkt vor dem Regal und sind ratlos: Hunderte scheinbar identische Produkte, viele sind irgendwie „fair“ oder „bio“ und locken mit der Botschaft: „Wenn du mich kaufst, tust du Gutes.“ Aber können wir uns wirklich eine bessere Welt erkaufen? Oder beruhigen wir damit nur unser Gewissen und verschließen die Augen vor der Realität – wie die junge Frau auf unserem Titelfoto? Wer wirklich nachhaltig konsumieren will, sollte sich nicht blind auf die Siegel verlassen, denn einige sind nicht viel mehr als ein Marketing-Kniff. Was wir tun können: uns informieren. Über die Siegel und die Standards, die ihnen zugrunde liegen. Woher kommt ein Produkt? Wer ist daran beteiligt? Unter welchen Bedingungen wird es hergestellt? Das können wir heute – dem Internet sei Dank – relativ schnell herausfinden. In dieser Ausgabe der *nah dran* geben wir Ihnen Tipps und sorgen für eine freie(re) Sicht. Damit Sie nach der nächsten Shoppingtour ruhig schlafen können.

Auch die Entwicklungshelfer der GIZ engagieren sich in Entwicklungs- und Schwellenländern für nachhaltigen Konsum. Gerrit Gerdes zum Beispiel unterstützt Menschen im brasilianischen Regenwald dabei, Tropenfrüchte zu vermarkten. Die regelmäßige Ernte garantiert den Menschen ein längerfristiges Einkommen, die Abholzung der Bäume wird dadurch weniger attraktiv. (S. 17)

In Deutschland wächst der Anteil der Bioprodukte, aber hätten Sie gedacht, dass auch in Kambodscha immer mehr Menschen Biogemüse kaufen? (S. 23) Und junge Leute in Nepal sich für Baumwolltaschen anstelle von Plastiktüten in Supermärkten einsetzen? (S. 29)

Viele fiebern schon der Fußballweltmeisterschaft in Brasilien entgegen. Aber Fußball ist mehr als nur das Megaevent. Was Fußball bewirken kann, darüber berichtet der GIZ-Entwicklungshelfer Sascha Bauer aus Brasilien.

Mit dieser Ausgabe der *nah dran* verabschiedet sich das aktuelle Redaktionsteam von Ihnen. In Zukunft wird unser Kollege Detlev Tenzer die Chefredaktion der Zeitschrift übernehmen.

Viel Freude beim Lesen wünschen Ihnen

Maria Ehrke-Hurtado

Jörn Leonhardt



Fotos: GIZ/Calo Vilela

› Mehr als die schönste Nebensache der Welt: Fußball eröffnet Kindern in den Favelas neue Perspektiven.

Wenn Sport die Chancen erhöht

Die Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien wird wieder Millionen von Menschen in ihren Bann und vor die Fernsehgeräte ziehen. Welche Rolle kann Fußball aber abseits von hochbezahlten Stars, Titeln, Ruhm und Ehre spielen? Wir haben mit jemandem gesprochen, der es wissen muss: Als Entwicklungshelfer schafft Sascha Bauer Perspektiven für Jugendliche am Zuckerhut.

Herr Bauer, als Entwicklungshelfer nutzen Sie den Fußball, um Kinder und Jugendliche zu fördern. Wie funktioniert das?

In Brasilien ist der Fußball die absolute Nummer 1, alle sind vollkommen fußballverrückt. Diese Begeisterung für den Sport nutzen wir in unserem vom BMZ beauftragten Projekt, um den Kindern soziale Werte zu vermitteln und ihnen etwas fürs Leben mitzugeben. Wir unterstützen sie zum Beispiel bei der Persönlichkeitsentwicklung, sie lernen aber auch etwas über Themen wie Umweltbewusstsein, Gleichberechtigung der Frau oder Friedenskultur. Dafür bilden wir Fußballtrainer und Sozialarbeiter aus – und haben ein spezielles Fußball-Training entwickelt.

Wie sieht so ein Training konkret aus?

Wir wollen es schaffen, den Bildungsaspekt spielerisch mit den Trainingseinheiten zu verschmelzen. Ein greifbares Beispiel: Während einer Übung stellt der Trainer den Kindern Fragen. Beim Thema Gesundheit zum Beispiel die Frage, ob es richtig ist, sich regelmäßig die Hände zu waschen. Je nachdem, ob die Kinder mit ja oder nein antworten, laufen sie mit dem Ball auf die eine oder die andere Seite des Platzes. Die Kinder müssen ihr Gehirn benutzen, aber mit dem Körper antworten. Im Anschluss an eine Trainingseinheit diskutieren alle zusammen über Fragen und Antworten. Es gibt aber natürlich auch die sportpädagogische Seite, bei der es um Disziplin, Respekt, Verantwortungsbewusstsein, Ausdauer, Selbstbeherrschung geht.

Sport schafft eine Umgebung, in der das Lernen Spaß macht.

Ja, und die Kinder und Jugendlichen haben nicht das Gefühl, dass sie etwas beigebracht bekommen, weil es sein muss, wie es leider oft in der Schule der Fall ist. Stattdessen lernen die Kinder in einem Umfeld, in dem eine gute Atmosphäre herrscht und sie dementsprechend aufnahmefähig sind.

Sie sind eigentlich Auslandstrainer beim Deutschen Fußball-Bund, kurz DFB. Wie kam es dazu, dass Sie jetzt in Brasilien arbeiten?

Ich war zwei Jahre in Mosambik als U17-Nationaltrainer und gleichzeitig dafür zuständig, das Programm Youth Development Through Football (YDF), also Fußball zur Persönlichkeitsentwicklung von Kindern und Jugendlichen, aus Südafrika nach Mosambik zu übertragen. Aufgrund dieser Erfahrung habe ich mich gerne bereit erklärt, mit der GIZ im Rahmen des Vorhabens „Sport für Entwicklung“ nach Brasilien zu gehen. Vor Ort entwickeln wir Methoden, die den Sport für die Vermittlung pädagogischer Inhalte nutzen und setzen sie dann gemeinsam mit Partnerorganisationen und Stadtverwaltungen um. Hier in Brasilien werden wir die Dinge nutzen, die sich in Südafrika bewährt haben – aber auch vieles neu kreieren. Einfach, weil Brasilien nicht Südafrika ist.

Wieso glauben Sie, dass Fußball Entwicklung fördern kann?

Das Tolle am Fußball ist einfach die Begeisterung der Menschen. Sie lernen in einem Umfeld, das mit Spaß in Verbindung gebracht wird. Man geht mit einer gewissen Euphorie auf den Sportplatz und ans Spielen heran – man lernt spielerisch.



„Wir verbinden die Bildungsarbeit spielerisch mit den Trainingseinheiten. Die Kinder müssen ihr Gehirn benutzen, aber mit dem Körper antworten.“

Wo sind die Möglichkeiten des Fußballs eingeschränkt? Sport als Spiegel der Gesellschaft kann ja beispielsweise Geschlechterrollen hervorheben und nationale oder ethnische Zugehörigkeiten über ein natürliches Maß hinaus verstärken.

Wenn wir über das Thema Gender sprechen: Fußball ist in Brasilien ein Männersport. Hier ist der Gedanke sehr stark ausgeprägt, dass eine Frau typisch weiblich sein muss. Und Fußball ist nun nicht gerade der weiblichste Sport. Dementsprechend ist der Frauenfußball nicht annähernd so anerkannt wie in Deutschland. Und selbst in Deutschland ist er noch immer nicht hundertprozentig akzeptiert. Inwiefern Männer ihre Meinung gegenüber dem Frauenfußball in Zukunft ändern werden, ist schwierig abzuschätzen. Aber wir können Anstöße geben, sodass die Akzeptanz weiter erhöht wird.

Nehmen an den Trainings nur Jungen teil oder sind auch Mädchen dabei?

Wir wollen die Anzahl unserer weiblichen Teilnehmer kontinuierlich steigern und so erreichen, dass die Hälfte der Teilnehmer weiblich sind – ein ambitioniertes Ziel. Generell brechen viele junge Menschen in Brasilien schon im Alter von 13 oder 14 Jahren die Schule ab. Besonders häufig sind dies Mädchen, die oft früh schwanger werden. Tatsächlich ist es so, dass 97 Prozent der Teilnehmerinnen unserer brasilianischen Partnerorganisation Bola pra Frente („Pass nach vorne“) die Schule abschließen. Ein toller Erfolg! Gender-Arbeit hat aber zwei Seiten: Es geht einerseits darum,

› Brasilianische Kinder sind Meister im Dribbeln.

so viele Mädchen wie möglich zum Fußballspielen zu gewinnen. Andererseits geht es auch um die Jungen, die schon früh lernen können, dass man den Mädchen nicht nur im Fußball Respekt entgegen bringt.

Welchen Stellenwert messen Sie Sportgroßereignissen wie der WM 2014 in Brasilien für die Entwicklungszusammenarbeit bei?

Die WM löst in Brasilien eine große Begeisterungswelle aus. Rio de Janeiro ist eine sportbegeisterte Stadt, das wird durch die beiden anstehenden Mega-Events, neben der WM die Olympischen Sommerspiele 2016, weiter verstärkt. Wenn man hier abends an den Strand geht, sieht man überall Menschen, die Sport treiben. Das wird sich durch die Großereignisse weiter verstärken und auch das Interesse an unserer Arbeit erhöhen.

Ist ein Schwellenland wie Brasilien, das den Fußball lebt, auf die Hilfe von ausländischen Fachkräften angewiesen?

Ich finde den internationalen Austausch sehr wichtig und als Entwicklungshelfer kann ich dazu beitragen. Denn, was Nachhaltigkeit ausmacht, ist Wissenstransfer: Sich mit Fachkollegen aus aller Welt auszutauschen, hat für mich großen Wert. Wir können viel von einander lernen, schon allein deshalb, weil wir in so unterschiedlichen Regionen aufgewachsen sind.

Gibt es etwas, das Sie von den Brasilianern lernen können?

Ganz sicher, sonst wäre ich nicht hierher gekommen. Die Brasilianer haben einen hohen ästhetischen Anspruch an den Fußball. Ich habe 1990 meine erste Weltmeisterschaft im Fernsehen geschaut und mich in das Jogo Bonito, das schöne Spiel der Brasilianer, verliebt. Warum haben die Brasilianer die meisten Weltmeistertitel gewonnen? Da bin ich noch ein bisschen auf Entdeckungstour. Zum Beispiel ist es hier so: In den ersten Jahren spielen die Kinder Straßenfußball oder Futsal – also in kleinen Teams, zwei gegen zwei, drei gegen drei und vier gegen vier. Dadurch haben Kinder viel mehr Ballkontakte – und diese Anzahl der Wiederholungen macht den Unterschied aus. Erst im Alter von elf Jahren fängt man an, gezielt Talentförderung zu betreiben. Da haben die Kinder aber bereits ein richtig gutes technisches Grundniveau, vor allem was das Dribbling angeht.

Man hört häufig, dass die Favelas ein gefährlicher Ort seien. Fühlen Sie sich akzeptiert und sicher?

Meine Erfahrungen weltweit waren bisher immer: Wenn man sich in der Welt des Fußballs bewegt, ist man sicher. Die Menschen akzeptieren den Fußball, sie sehen ihn als positive Aktivität. Und wenn sich jemand in den Favelas mit Kindern beschäftigt, wird das von allen Seiten anerkannt. Egal, wo ich war, in Südafrika im Township, im tiefsten Dschungel in Mosambik und jetzt hier in den Favelas: Ich hatte nie das Gefühl, dass ich mir um meine Sicherheit Sorgen machen müsste.

Was macht Ihnen besonders Freude an Ihrer Arbeit in Brasilien?

Nach einem Training kamen einmal ein paar Kinder zu mir und haben mich gefragt: Wann kommt ihr wieder? Warum nicht schon morgen? Und macht ihr auch wieder die Übung mit den Fragen? Durch die Begeisterung der Kinder geht einem das Herz auf und man fühlt sich glücklich, da man vielen eine Freude bereitet hat. Schöner geht es nicht.

Das Interview führte Hannes Utescher, PR-Volontär in der GIZ-Unternehmenskommunikation.



› Auch immer mehr Mädchen begeistern sich in Brasilien für das Fußballspielen.



Sascha Bauer ist Auslandstrainer des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) und arbeitet seit 2013 als Entwicklungshelfer der GIZ in Brasilien.



Auf Tuchfühlung

› Es gibt viel zu tun in der Schneiderwerkstatt: Aus den karierten Stoffen müssen Schuluniformen werden.

Liva Haensel ist Entwicklungshelferin in Ost-Jerusalem. Auch wenn der Lebensstandard dort relativ hoch ist: Die politische Situation ist herausfordernd. In diesem Umfeld zu arbeiten, erfordert neben strategischem Denken vor allem eines: intensives Zuhören.

TEXT UND FOTOS › LIVA HAENSEL

Die Frau mit dem violetten Kopftuch zieht den dünnen Stoff durch ihre Finger und legt ihn dann behutsam unter die Nähmaschinen-Nadel. Das Grün und Schwarz fügt sich zu einem Karomuster. Sie drückt den Knopf, die Nadel legt los. Ein paar Minuten später ist der linke Arm einer Bluse, Teil einer Schuluniform,

fertig. Die Nähmaschine wird heute noch stundenlang arbeiten. Denn die Schule hat in den Palästinensischen Gebieten wieder begonnen und die Mädchen dort brauchen jetzt dringend ihre Uniformen. Ich stehe mit meinen Kolleginnen an dem großen Holztisch in unserer Schneiderwerkstatt, auf den die Näherinnen die Blusen häufen, und schwitze. In Jerusalem hat es 35 Grad und die zwei einsamen Ventilatoren in der Werkstatt drehen mühsam ihre Runden. 15 Näherinnen beugen ihre Köpfe über Ärmel und Hosenbeine.

LÄNDER-INFO › PALÄSTINENSISCHE GEBIETE



FLÄCHE › 6.020 km²

(Westbank 5.655 km², Gaza-streifen 365 km²)

BEVÖLKERUNG ›

4.293 Millionen (Schätzung des Palästinensischen Statistikamts (PCBS) für 2012)

LANDESSPRACHE ›

Arabisch

RELIGION ›

97 % Muslime

Es gibt Blusen in Small, Medium, Large, Extra Large und Nummern von sechs bis 18. Wir packen die bestellte Ware für den Versand in Plastikfolien. „Ashara, sietasch – zehn, sechs-zehn“, ruft mir Bedour Aweidah auf Arabisch zu. Nach drei Stunden bin ich erschöpft und Bedour, die junge Werkstattleiterin, ist glücklich:

Alle 500 Blusen sind fachgerecht verpackt und können am nächsten Tag zur Mädchenschule nach Jabal al Mukkabir gebracht werden. Die Schule dort ist eine der besten Kunden der Al Mortaqa Women Organisation – der Organisation, für die ich seit Juli 2013 als Entwicklungshelferin arbeite. Zu meinen Aufgaben zählt nicht „Vertrieb und Abwicklung von Stoffprodukten“. Ich bin als Media-Beraterin für die Frauenorganisation im Einsatz. Ich entwickle zum Beispiel eine Kommunikationsstrategie und baue Social-Media-Kanäle auf, überarbeite die Webseite und organisiere Veranstaltungen für Al Mortaqa. Auch Fundraising steht auf der Agenda. Aber das Verständnis für die Arbeit einer Organisation beginnt immer an der Basis. Und so beginnt mein erster Arbeitstag ganz nach dem Motto „Auf Tuchfühlung“.

CHANCEN AUF GESELLSCHAFTLICHE TEILHABE VERBESSERN

Das GIZ-Programm „Stärkung der Zivilgesellschaft“, in dem ich arbeite, startete im April 2013. Das Besondere an diesem im Auftrag des BMZ durchgeführten Programms ist, dass derzeit 14 Partnerorganisationen und fünf Entwicklungshelfer miteinander im Austausch stehen und ihr Wissen und ihre Erfahrungen teilen können. Als Entwicklungshelferin bin ich zwar vor allem für meine Kolleginnen bei Al Mortaqa im Einsatz,

die psychologische Gesprächsgruppen für Frauen anbieten, in der Schneiderwerkstatt arbeiten und Stipendien für bedürftige palästinensische Studenten organisieren. Aber gleichzeitig coache ich als Kommunikationsprofi auch die anderen Partner des Programms und gebe Trainings und Workshops auf Nachfrage. Stärkung der Zivilgesellschaft, das bedeutet in den Palästinensischen Gebieten vor allem, marginalisierte Gruppen zu erreichen, die ansonsten nur wenig Chancen auf gesellschaftliche Teilhabe hätten: Frauen, junge Menschen und solche mit Behinderungen. In Gaza, der Westbank und Ost-Jerusalem sind laut Angaben der UN (Office Coordination of the Humanitarian Affairs/Ocha) 50 Prozent der Bevölkerung jünger als 18 Jahre, aber nur wenige Jugendliche haben Stimmrecht. Für Menschen mit Behinderungen ist es nur eingeschränkt möglich, am öffentlichen Leben teilzunehmen. Frauen

.....

„Palästinenser haben immer einen Plan A, B, C und meistens noch D parat. Sie sind flexibel, weil sie es sein müssen.“

.....

halten auf der einen Seite die Familie zusammen und gelten als Stütze der palästinensischen Gesellschaft. Viele von ihnen haben qualifizierte Bildungsabschlüsse. Gleichzeitig aber sind sie auf dem Arbeitsmarkt extrem unterrepräsentiert und unterliegen einer restriktiven patriarchalen Gesellschaftsstruktur mit traditionellem Wertekanon. Alle drei Gruppen, Jugendliche, Menschen mit Behinderungen und Frauen, braucht ein zukünftiger Staat Palästina aber, wenn er lebensfähig sein möchte.

Seit 1967 sind die palästinensischen Gebiete unter israelischer Militärbesatzung. Laut UN (Ocha) durchziehen derzeit 78 Checkpoints die Westbank. 14.000 palästinensische Bewohner Ost-Jeruselems haben seitdem ihre Aufenthaltsgenehmigungen verloren. Hauszerstörungen durch die israelische Armee zum Beispiel in Ost-Jerusalem passieren fast täglich. Gewaltsame Übergriffe von jüdischen Siedlern an ihren palästinensischen Nachbarn haben sich seit dem Jahr 2010 verdreifacht. Auch die Fragmentierung der einzelnen Gebiete schwächt die palästinensische Gesellschaft.



› Die Psychologin von al Mortaqa, Walaa Moghrabi

ZUHÖREN, NACHFRAGEN UND SANFT EINGREIFEN

Als Entwicklungshelferin ist mir hier in Ost-Jerusalem schnell klargeworden, dass ich mich nicht in einem typischen Entwicklungsland befinde. 94 Prozent der Menschen hier können lesen und schreiben, mehr als 60 Prozent haben einen akademischen Abschluss und jeder sechste studiert an einer Universität im Ausland. Es gibt ein gut ausgebautes Busnetz, das ich täglich nutze, ausgezeichnete Restaurants in Ramallah, Kulturleben, Kliniken und viele Schulen. Meine Kolleginnen sind keine Bittstellerinnen, die ohne mich verloren wären, sondern starke Frauen, die neben ihrem Job in der Organisation ihre Kinder erziehen, aufwändige arabische Gerichte kochen, ihre Ehemänner managen und nachts um ein Uhr dann E-Mails beantworten. Insofern ist der Anspruch an mich und meine Kompetenzen hoch. Die Herausforderung eines Jobs in einer palästinensischen Organisation steckt im Detail. Die Arbeit erfordert intensives Zuhören, geduldiges Abwarten und sanftes Eingreifen, wenn es darauf ankommt. Mit Fingerspitzengefühl, Nachfragen und neuen Ideen bin ich bei Al Mortaqa bisher gut zurechtgekommen. Außerdem erleichterte mir mein Intensiv-Arabischkurs zu Beginn den Einstieg. Mit einem freundlichen „Ana bastgil halla fi al Mortaqa fi al Quds“ („Ich arbeite jetzt bei Al Mortaqa in Jerusalem“), habe ich meine Kolleginnen zwar häufig zum Lachen gebracht, konnte ihnen damit aber auch zeigen, dass mir eine Annäherung an ihre Kultur und Sprache wichtig ist.

Dass ich fachlich fit sein muss, weil palästinensische Organisationen anspruchsvoll sind, gefällt mir. Es ist ein ständiger Ansporn, viel zu lesen und Fortbildungen zu machen. Die Entwicklungshelfer in unserem Programm sind Experten auf unterschiedlichen Gebieten. Auf diese Weise profitieren unsere palästinensischen Partner von einem professionellen Netzwerk. Und auch uns Entwicklungshelfern macht das gemeinsame Arbeiten Spaß und lässt jeden von uns über den eigenen Tellerrand schauen. Mich persönlich reizt vor allem der intensive Kontakt mit den Menschen hier: Was denkt wer und warum? Was können wir im Programm noch verbessern, woran müssen wir noch arbeiten? Dafür brauchen wir das Feedback unserer palästinensischen Partner.

„ES IST GUT, DASS DU DA BIST“

Nach sechs Monaten in Ost-Jerusalem habe ich den Schritt, Deutschland für zwei Jahre zu verlassen, nicht bereut. Ich lebe mitten im Nahostkonflikt mit

GIZ VOR ORT › Die GIZ arbeitet in den Palästinensischen Gebieten im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) in den Bereichen Wasser, Abwasser und Abfallentsorgung; Wirtschaftsreform, Beschäftigung und Arbeitsmarkt; Stärkung der Zivilgesellschaft und Ziviler Friedensdienst. Von den 36 entsandten GIZ-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind 18 Entwicklungshelfer und fünf Friedensfachkräfte.

Menschen, die gelernt haben, damit besser klarzukommen, als ich es je könnte. Palästinenser haben immer einen Plan A, B, C und meistens noch D parat. Sie sind flexibel, weil sie es sein müssen. Dementsprechend schnell ändern sich auch bei uns im Al-Mortaqa-Büro Konzepte und Strategien. Wobei letztere eher vorsichtig betrachtet werden. Und ich verstehe zunehmend, warum: Langzeit-Strategien bauen auf Sicherheit und absehbaren Resultaten. Diese Faktoren existieren hier aber in der subjektiven Wahrnehmung nicht. Die letzte Langzeit-Strategie war das Osloer Abkommen von 1993, das eine weitere Fragmentierung der palästinensischen Gebiete nach sich zog. Meine 22 Kolleginnen haben alle einen blauen Jerusalem-Ausweis, der vergleichbar mit einer Aufenthaltsgenehmigung ist, sie aber mit der jüdisch-israelischen Bevölkerung nicht gleichstellt. Sie leben mit der ständigen Gefahr, ihre Aufenthaltsgenehmigung und damit ihren Lebensmittelpunkt Jerusalem und ihre Heimat zu verlieren. Manchmal, wenn ich an meinem Computer an einem Kommunikationspapier arbeite, geht mir das durch den Kopf. Dann kommt es mir fast banal vor, dass ich mich um etwas kümmere, das die Situation meiner Kolleginnen unter diesen schwierigen politischen Bedingungen nicht verändern kann. In solchen Augenblicken tröste ich mich mit dem Gedanken, dass meine Arbeit sie zumindest für die nächsten Jahre stärken wird. „Liva, es ist gut, dass Du da bist. Wir brauchen Dein Wissen. Komme, was wolle.“ Das waren die Worte meiner palästinensischen Chefin zu mir, am ersten Tag in der Schneiderwerkstatt.



Liva Haensel ist ausgebildete Redakteurin. Seit 2013 berät sie als Entwicklungshelferin in Ost-Jerusalem die Frauenorganisation Al Mortaqa.

Nachhaltiger Konsum

SEITE 12

Konsumenten fordern heute von Unternehmen Transparenz. Gütesiegel helfen bei der Kaufentscheidung.



Brasilien

SEITE 17

Auch Verbraucher können etwas für den Erhalt des Tropenwaldes tun.



Usbekistan

SEITE 20

Wir Deutschen reisen gerne und das geht auch ganz verträglich für Natur und Umwelt, zum Beispiel im Nuratau-Gebirge.



Guatemala

Brasilien

Usbekistan

Nepal
Kambodscha

Kambodscha

SEITE 23

Auch in Kambodscha möchten immer mehr Menschen lieber Biogemüse kaufen.



Guatemala

SEITE 26

Bauernmärkte einmal anders: Die Produzenten tauschen untereinander – Saatgut und Produkte, die am Tag nicht verkauft wurden.



Nepal

SEITE 29

Baumwolltaschen statt Plastiktüten – die „Grünen Engel“ wollen etwas tun gegen die Flut an Plastikmüll.



> **TITELTHEMA**

Nachhaltiger Konsum

▀ **Fair gehandelter Kaffee, Obst und Gemüse aus der Region, energiesparende Haushaltsgeräte** – es ist

eine ganze Menge, was jeder Einzelne dazu beitragen kann, die Welt ein Stückchen besser zu machen. Vielen Deutschen ist das bewusst. Der nachhaltige Lebensstil ist in den vergangenen Jahren zum Trend geworden – und damit verbunden die bewusste Entscheidung für Produkte, die umweltfreundlich und unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt werden. Viele Unternehmen haben ihre Chance erkannt und stellen auf nachhaltige(re) Produktion um.

Wie sich Entwicklungshelfer der GIZ weltweit für nachhaltige Produktion engagieren, erfahren Sie auf den folgenden Seiten. Außerdem geben wir Ihnen Tipps für den nächsten Einkauf.



Nachhaltig nach Strich und Faden

GÜTESIEGEL HELFEN KONSUMENTEN

BEI DER KAUFENTSCHEIDUNG

Blindes Vertrauen war gestern – heute fordern Konsumenten von Unternehmen Transparenz. Ökologische und soziale Standards werden inzwischen für eine breite Palette an Produkten eingefordert. Doch woran lassen sich fair produzierte Waren erkennen? Und wie wird sich der Trend in Zukunft entwickeln?



TEXT › CARSTEN SCHMITZ-HOFFMANN,
ANTJE SCHWESIG-SIMAC

Jeans gehören zu den liebsten Kleidungsstücken der Deutschen. Wird der Hosenboden der Lieblingsjeans dünner und weist der Stoff erste Risse auf, dann ist klar: Ein neues Paar muss her. Wenn das im Schrank liegt, hat der Käufer bestenfalls einen Gang zum Jeansladen seines Vertrauens hinter sich. Die neue Jeans hingegen hat bereits eine Weltreise bestritten: Vom Anbau der Baumwolle, dort, wo es warm ist, über ihre Verarbeitung, dort, wo Arbeitskräfte billig sind, bis hin zum Ladentisch, dort, wo zahlungskräftige Kunden einkaufen. Zum Beispiel in Deutschland.

Wertschöpfungsketten sind heute nicht mehr regional begrenzt, sondern über den gesamten Globus verteilt. Das gilt für Jeans – und noch viel mehr für Produkte, für deren Herstellung viele unterschiedliche

Rohstoffe benötigt werden. Ein Mobiltelefon enthält beispielsweise mehr als 60 verschiedene Stoffe, darunter allein 30 Metalle. Sie werden meist in Schwellen- und Entwicklungsländern abgebaut, vielfach unter katastrophalen Bedingungen für Arbeiter und Umwelt. Die Verbraucher in Deutschland bekommen davon ebenso wenig mit wie von den Umständen in einer Textilfabrik in Bangladesch, Kambodscha oder China. Denn die globalisierten Wertschöpfungsketten haben zur Folge, dass Produktionsprozesse und -bedingungen für den Konsumenten unsichtbar bleiben.

Die meisten Konsumenten möchten jedoch wissen, woher die Produkte stammen, für die sie ihr Geld ausgeben. Denn der Vertrauensvorschuss, den Verbraucher großen Marken und großen Unternehmen vor Jahren noch gewährt haben, ist durch Skandale längst verspielt. Zu präsent sind Berichte über als Rindfleisch

deklariertes Pferdefleisch, über Selbstmorde bei Mobiltelefonherstellern und einstürzende Textilfabriken. Kein Wunder also, dass laut einer Studie zu fairen Produkten, die das Frankfurter Zukunftsinstitut 2013 für die Messe Dortmund durchgeführt hat, rund zwei Drittel der Deutschen angeben, Herkunft der Produkte und Transparenz über Herstellungsbedingungen seien wichtige Kriterien für ihre Kaufentscheidungen. Dabei wollen sich die Deutschen nicht nur selbst vor möglichen Schäden schützen, die Produkte von unbekannter Herkunft verursachen könnten. Mehr als die Hälfte der Befragten gaben in der Studie an, sie kauften faire Produkte, um ein Zeichen gegen Ausbeutung und für gute Arbeitsbedingungen zu setzen.

Deutschen Verbrauchern wird zunehmend bewusst, dass sie über ihre Konsumententscheidungen Verantwortung beweisen und nachhaltige Produktionsbedingungen mitgestalten können. Welchen Einfluss solche Kaufentscheidungen haben können, zeigt bereits der Handel mit nachhaltig produzierten Nahrungsmitteln wie Kaffee, Kakao, Zucker, Reis oder Nüssen. Innerhalb von fünf Jahren hat sich der Absatz der Nahrungsmittel, die beispielsweise das Fairtrade-Label tragen, von 2,3 Milliarden Euro in 2007 auf 4,8 Milliarden Euro in 2012 mehr als verdoppelt. Das ruft weitere Anbieter auf den Plan, die ebenfalls an diesem wachsenden Marktsegment teilhaben möchten – und dadurch den Handel mit nachhaltigen und fair produzierten Nahrungsmitteln weiter befeuern.

ES GIBT AUCH GÜTESIEGEL FÜR TEXTILIEN

Für Verbraucher ist nachhaltig hergestelltes und fair gehandeltes Kakaopulver heute leicht von üblichem Kakaopulver zu unterscheiden, so etabliert sind Gütesiegel wie jene von Fairtrade, UTZ Certified oder der Rainforest Alliance. Doch woher weiß der Konsument, ob die neue Jeanshose nachhaltig produziert wurde? Auch im Textilbereich gibt es Siegel, die dem Verbraucher Orientierung darüber geben, ob Kleidungsstücke unter ökologisch und sozial vertretbaren Umständen entstanden sind. Allerdings sind diese Siegel viel weniger bekannt, als jene, die Lebensmittel auszeichnen: Während 64 Prozent der Deutschen das Fairtrade-Siegel kennen, wissen laut der Studie des Zukunftsinstituts gerade einmal sechs Prozent etwas mit dem Label der Fair Wear Foundation anzufangen.

Im Textilbereich lässt sich zwischen zwei Arten von Gütesiegeln unterscheiden: Die einen werden von neutralen Dritten vergeben, wie beispielsweise Nichtregierungsorganisationen. Hierzu gehören „Cotton made in Africa“, eine Initiative der Aid by Trade Foundation, und die Kennzeichnung der Fair Wear

Foundation. Aktuell setzt sich außerdem Entwicklungsminister Dr. Gerd Müller für ein verbindliches Textilsiegel ein. Ende April dieses Jahres hat er deshalb Vertreter der Textilwirtschaft, der Gewerkschaften und der Zivilgesellschaft zu einem ersten „Runden Tisch Textil“ eingeladen.

Die anderen Siegel haben Unternehmen selbst für ihre Produkte entwickelt, wie etwa C&A und sein Label „BioCotton“, H&Ms „Organic Cotton“ oder Ottos „PureWear“. Gemeinsam haben all diese Labels, dass sie auf Standards basieren, die ökologische und soziale Rahmenbedingungen vorschreiben.

Nicht nur bei den Gütesiegeln ist die Vielfalt groß – auch die Standards, auf die sie sich beziehen, verfolgen unterschiedliche Ansätze. Manche Unternehmen entwickeln eigene Vorgaben für ihre Produzenten, die sie von externen, neutralen Prüfern überwachen lassen. Die unternehmensunabhängigen Standards wiederum decken ganz unterschiedliche Prozessschritte in der Textilproduktion ab. Einige – wie etwa der „Textile Exchange“ – machen ausschließlich Vorgaben für die Rohstoffproduktion und definieren, wann Baumwolle als ökologisch produziert gilt. Andere Standards wie der SA 8000 regeln vorrangig die Arbeitsbedingungen, unter denen nachhaltige Textilien und andere Waren produziert werden müssen.

Allerdings lassen sich ökologische und soziale Produktionsbedingungen schlecht voneinander abgrenzen: Wenn zum Beispiel ein Jeans-Produzent giftige Chemikalien einsetzt, um seine Hosen zu färben, leiden darunter alle an der Wertschöpfungskette Beteiligten bis hin zum Endverbraucher: die Arbeiterinnen und Arbeiter, die mit den Chemikalien in Berührung kommen, gleichermaßen wie die Umwelt und die lokale Bevölkerung, wenn Färbeschlacke in Flüssen entsorgt wird, oder wie der Käufer, der beim Tragen der Jeans über die Haut möglicherweise giftige Rückstände aufnimmt. Es ist daher sinnvoll, dass ein Großteil der Standards wie der „Global Organic Textile Standard“ (GOTS), der „Öko-Tex-Standard 100“ oder der dem „Fairtrade Cotton-Label“ zugrunde liegende Standard sowohl ökologische als auch soziale Kriterien abdeckt.

STANDARDS EINZUHALTEN LOHNT SICH FÜR UNTERNEHMEN

Die Standards selbst beruhen in der Regel auf internationaler Rahmengesetzgebung und internationalen Konventionen. Zum Beispiel schreibt die EU-Öko-Verordnung die Kriterien vor, die Bio-Produkte erfüllen müssen. Sozialstandards knüpfen an die Empfehlungen der Internationalen Arbeitsorganisation der Vereinten

ENTSTEHUNGSGESCHICHTE EINER JEANS

Auf dem Weg in unsere Kleiderschränke durchlaufen Jeans viele Stationen. Welche das sein können, zeigt der folgende Text. Alle darin gemachten Angaben zu Standorten und Statistik sind vereinfacht und beispielhaft.

BAUMWOLL-ANBAU

Die Baumwolle, die für die Herstellung von Jeans benötigt wird, wächst auf großen Plantagen – zum Beispiel in Kasachstan oder in China. Pro Hose fallen dabei mehrere tausend Liter Wasser für die Bewässerung der circa 16 Quadratmeter großen Anbaufläche an sowie sechs Gramm Pestizide. Die Baumwolle wird per Hand oder maschinell geerntet. Acht bis zehn Prozent der weltweiten Baumwollernte werden für die Produktion von Jeanshosen verwendet.

BAUMWOLL-VERARBEITUNG

Die rohe Baumwolle wird in der Türkei zu Garn gesponnen und in Taiwan zu Jeansstoff verwebt. Die Farbe, die den Stoff indigoblau färbt, wird in Polen produziert. In Tunesien kommen Stoff und Farbe zusammen, der typische Jeans-Stoff entsteht. Er ist noch steif und wird daher in Bulgarien glatt und weich gemacht. Die gesamte Verarbeitung der Baumwolle zu Jeansstoff erfordert weitere erhebliche Mengen an Wasser.

NÄHEN UND WEITERVERARBEITUNG

In nur vierzehn Minuten wird die Jeans in China zusammengenäht – mit Knöpfen und Nieten aus Italien und Futterstoff aus der Schweiz. Fertig ist die Hose damit jedoch nicht. Die Mode diktiert, dass Jeans gebleicht, abgenutzt und zerschlissen auszusehen haben. In den Produktionsbetrieben werden die Jeans daher mit Sand bestrahlt. Der Sandstaub, der dabei entsteht und den die Arbeiterinnen und Arbeiter einatmen, führt bei ihnen oft zu einer Staublung mit potenziell tödlichen Folgen.

AUSLIEFERUNG UND VERKAUF

In Frankreich wird die Jeans nochmals gewaschen. Von dort gelangt sie endlich in Deutschland auf den Ladentisch. Vom Verkaufspreis gehen nur ein Prozent an die Arbeiterinnen und Arbeiter in den Produktionsstätten. Die Materialkosten machen 13 Prozent, Transportkosten 11 Prozent aus. 25 Prozent setzt die Herstellerfirma für Werbung, Forschung und Entwicklung sowie Design ein. Der Einzelhandel erhält 50 Prozent des Verkaufspreises.

Quellen:

<http://www.cleanclothes.org/resources/publications/ccc-deadly-denim.pdf/view>
<http://blog.avocadostore.de/2012/09/18/warum-die-okojans-die-bessere-wahl-ist/>
http://www.praxis-umweltbildung.de/dwnl/kleidung/info_jeans.pdf

Der „Good Jeans Guide“ stellt Jeansfirmen vor, die auf Arbeiterrechte und Umweltschutz achten:

› <http://netzwerkfairemode.wordpress.com/2012/03/27/good-jeans-guide/>

Nationen (ILO) und an die internationale Menschenrechtskonvention an. Damit übertragen die Standards die auf internationaler Ebene beschlossenen Vorgaben auf die konkreten Produktionsprozesse von Textilien und anderen Produkten und bieten Unternehmen damit klare Orientierungspunkte für ihre Managementsysteme.

Das heißt jedoch nicht, dass alle Inhalte dieser Standards gesetzlich vorgeschrieben wären. Daher sind die Unternehmen eigentlich auch nicht verpflichtet, sich an alle Aspekte zu halten. In der Realität ist der Druck der Öffentlichkeit jedoch so stark, dass Unternehmen quasi gezwungen sind, die Standards einzuhalten. Doch das kommt auch ihnen selbst zugute: Zum einen stellen sie angesichts des wachsenden Bewusstseins der Verbraucher für Nachhaltigkeit sicher, dass sie auch in Zukunft attraktiv und wettbewerbsfähig sind. Zum anderen profitieren die Unternehmen ganz unmittelbar. Denn wenn sie ihre Produktion nachhaltiger gestalten,

werden oft auch die Prozesse effizienter. Das wiederum senkt die Kosten und verbessert vielfach die Qualität der Produkte. Können Unternehmen darüber hinaus auf die Standards verweisen, denen sie sich verpflichtet haben, hilft das dabei, Risiken zu managen: etwa das Risiko, in der Medienberichterstattung als Ausbeuter und Umweltverschmutzer an den Pranger gestellt zu werden.

Bekanntlich liegt die Tücke jedoch in der Umsetzung. Produktionsprozesse nachhaltig zu gestalten, ist ein komplexer Prozess, an dem viele unterschiedliche Akteure mit unterschiedlichen Interessen und kulturellen Prägungen beteiligt sind. Die Produktion der meisten Unternehmen ist längst in eigenständige Zulieferbetriebe ausgelagert, die vielfach in Schwellen- und Entwicklungsländern liegen. Wie schafft es ein Unternehmen, in diesen Betrieben seine Anforderungen an Umwelt- und Sozialbedingungen langfristig zu verankern?

Ein Schlüssel dazu ist der Dialog zwischen allen Beteiligten, wie die GIZ in ihrer Zusammenarbeit mit Unternehmen gezeigt hat. Standards werden nur dann wirklich gelebt, wenn Auftraggeber, Manager der Zulieferbetriebe sowie deren Arbeitskräfte die Rahmenbedingungen der Produktion auf Augenhöhe gemeinsam gestalten. Das passiert zum Beispiel im Rahmen des „Supplier Qualification Programme“, das die GIZ seit einigen Jahren für Lidl in Zulieferbetrieben in Bangladesch umsetzt, ebenso wie in der Zusammenarbeit mit C&A in Textilproduktionsstätten in Bangladesch und Indien. Mit Tchibo hat die GIZ außerdem im Rahmen eines develoPPP.de-Projekts im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung die Methodik „Worldwide Enhancement of Social Quality“ – kurz WE – entwickelt.

Gemeinsam haben diese Projekte, dass Arbeiter stark an der Gestaltung ihrer Arbeitsplätze beteiligt werden. Sie profitieren von besseren Sozialleistungen, mehr Gesundheits- und Arbeitsschutz und höheren Löhnen. Trainings helfen ihnen dabei, ihr Wissen und ihre Fertigkeiten weiterzuentwickeln. Gleichzeitig zahlt sich das auch für die Unternehmen aus, weil Produktivität und Qualität gestiegen sind.

WIE STEHT ES UM DIE ZUKUNFT DES NACHHALTIGEN KONSUMS?

Das Zukunftsinstitut erwartet laut seiner Studie, dass die Nachfrage nach sozial und ökologisch fairen Produkten in den nächsten Jahren noch weiter steigt. Nachhaltige Produktion werde zu einem „Management-Prinzip und zur Business-Strategie“, prognostiziert das Institut. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass die Initiatoren der Gütesiegel und der ihnen zugrunde liegenden Standards selbst für mehr Transparenz sorgen. Denn für Verbraucher sind die Ansprüche und Unterschiede der verschiedenen Label ohne eingehendes Studium kaum noch zu überschauen. Welcher Konsument, der im Supermarkt gern Bio-Kaffee kaufen möchte, kann noch nachvollziehen, dass „fair“ nicht unbedingt „bio“ und „bio“ nicht zwangsläufig „fair“ ist?

Wenn es darum geht, nachhaltigen Konsum selbstverständlich zu machen, werden vor allem auch die Konsumenten in Schwellen- und Entwicklungsländern eine treibende Kraft sein. Zu dieser Einschätzung gelangt eine Studie über „Konsumenten und die Zukunft der Nachhaltigkeit“, die von der Unternehmensinitiative „The Regeneration Roadmap“ durchgeführt wurde. Während in Industrieländern wie Deutschland, Großbritannien und den USA gerade einmal 49 Prozent der Konsumenten meinen, dass sie eine Verantwortung dafür tragen, sozial und ökologisch nachhaltige Produkte



Foto: TransFair e.V.

› Diese Bäuerin kann ihre Baumwolle zu fairen Bedingungen vermarkten.

zu kaufen, glauben das 82 Prozent der Konsumenten in Schwellen- und Entwicklungsländern wie Brasilien, China oder Indien. In diesen Ländern geben sechs von zehn Verbrauchern an, sie seien willens, mehr für nachhaltig produzierte Waren zu zahlen; in Industrieländern ist das nur bei knapp der Hälfte – nämlich 26 Prozent – der Fall.

Es zeigt sich: Nicht nur die Wertschöpfungsketten sind heute global. Auch die Erkenntnis, dass Konsumenten mit ihrer Kaufentscheidung Verantwortung zeigen und nachhaltige Produktionsbedingungen beeinflussen können, hat sich längst weltweit verbreitet.



Carsten Schmitz-Hoffmann leitet die GIZ-Einheit Zusammenarbeit mit der Wirtschaft.



Antje Schwesig-Simac arbeitet in dieser Einheit und macht dort Kommunikation zum Thema Wirtschaft und Entwicklungszusammenarbeit.

DIE WICHTIGSTEN SIEGEL UND STANDARDS IM TEXTILBEREICH



BLUESIGN

Beim bluesign-Standard stehen Ressourcenproduktivität, Verbraucherschutz, Immissionsschutz, Gewässerschutz und Arbeitsschutz im Mittelpunkt. Die Prozesse in der textilen Wertschöpfungskette sollen so optimiert werden, dass sie für Mensch und Umwelt unbedenklich sind. Alle Produktionsschritte vom Rohstoff bis zum Endprodukt werden berücksichtigt. Chemikalien lassen sich nur im Rahmen strenger Vorgaben einsetzen.

› www.bluesign.com



COTTON MADE IN AFRICA

Das Siegel geht hervor aus einem develoPPP.de-Projekt zwischen Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), Deutscher Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG), Deutscher Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), World Wide Fund for Nature (WWF), der Deutschen Welthungerhilfe und einigen großen Handelsunternehmen. Geprüft werden ökologische, ökonomische und soziale Aspekte. Ziel ist, Lebensbedingungen und Gesundheit afrikanischer Baumwollbäuerinnen und Baumwollbauern zu verbessern. Der Verzicht auf Pestizide schont die Umwelt.

› www.cotton-made-in-africa.com



FAIRTRADE

Seit 2005 gibt es den Anbaustandard für Baumwolle von Fairtrade. Bezüglich des Einsatzes von Pestiziden ist er unter allen Standards der restriktivste. Er stellt zudem hohe Anforderungen an die einzuhaltenden Sozialstandards.

› www.fairtrade.net/cotton.html

GLOBAL ORGANIC TEXTILE (GOTS)



Das weltweit verbreitete Label für Textilien gibt es in zwei Abstufungen. Textilien mit dem Siegel „organic“ müssen 95 Prozent ökologische Fasern enthalten. Bei der Kennzeichnung „made with organic“ sind es 70 Prozent. Die GOTS-Anforderungen betreffen die gesamte Wertschöpfungskette. Jährlich stattfindende Betriebsinspektionen und eine unabhängige Zertifizierung aller Verarbeitungsstufen machen GOTS zu einem zuverlässigen und zugleich anspruchsvollen Bio-Siegel.

› www.global-standard.org/de



IVN BEST

Das Siegel legt die bislang höchsten Maßstäbe an ökologisch und sozial verträgliche Textilien. 100 Prozent der Fasern müssen biologisch erzeugt worden sein. Betriebe sind zudem dazu verpflichtet, Sozialstandards wie beispielsweise Mindestlöhne einzuhalten. Unabhängige Zertifizierungsstellen prüfen, ob die Richtlinien eingehalten werden. › www.naturtextil.de



ÖKO-TEX STANDARD 100

Der Standard bezieht sich auf Schadstoff-Rückstände in Textilien und nimmt damit ausschließlich Produkteigenschaften ins Visier. Der Öko-Tex Standard 100 ist ein weitverbreitetes Textilsiegel.

› www.oeko-tex.com/de/manufacturers/manufacturers.shtml



ÖKO-TEX 100 PLUS

Im Gegensatz zum Öko-Tex Standard 100 wird beim 100plus neben Schadstoff-Rückständen auch berücksichtigt, ob Hersteller Umweltauflagen und Sozialstandards einhalten.



› Das Fruchtfleisch der geernteten Früchte wird vom Kern getrennt.



Schatzkammer Tropenwald

HANDEL MIT TROPENWALDPRODUKTEN

SCHÜTZT VOR ABHOLZUNG

Es ist sinnvoller, einen Baum dauerhaft wirtschaftlich zu nutzen, als einmalig sein Holz zu vermarkten. Das ist der Ansatz eines GIZ-Projektes in Brasilien. Als Verbraucher können wir das unterstützen, indem wir Produkte mit Inhaltsstoffen aus dem Tropenwald kaufen.

 TEXT UND FOTOS › DR. GERRIT GERDES

Das wertvolle Öl rinnt langsam am geflochtenen Palmblatt-Schlauch, „Tipiti“ genannt, hinunter in eine Aluminiumschale. Es ist das Öl der Patauá-Palme, das von den Regenwaldbewohnern vorwiegend zum Braten genutzt wird, aber zunehmend auch für die Kosmetikindustrie interessant ist. Aus den Früchten wird zudem der Patauá-„Wein“ gewonnen, ein sehr schmackhafter, unvergorener Fruchtsaft.

Bei der traditionellen Art der Ölgewinnung sind bis zu vier Personen einen Tag lang beschäftigt, um etwa sechs Liter zu extrahieren. Zunächst werden die Palmfrüchte erhitzt und gestampft, um das Fruchtfleisch vom Kern zu trennen. Danach wird das Mesokarp, also das Fruchtfleisch, in den Tipiti gefüllt. Über einen langen Hebel wird nun der Palmblattschlauch zusammengedrückt und das Öl aus dem Fruchtfleisch herausgepresst. Für ein Kilogramm Patauá-Öl zahlt die weiterverarbeitende Firma BERACA in Belém zurzeit 18 Reais (ca. 6 Euro).

Doch zunächst einmal müssen die olivengroßen, bläulich schimmernden Früchte von den Palmen geholt werden. João Ferreira und sein Sohn Celso aus Rabo da Serra haben viel Erfahrung. Schnell sind die Palmen ausgemacht, deren Früchte reif sind und geerntet werden können. Celso ist auf dem rechten Auge blind. Als Dreijähriger stach ihm ein Ast ins Auge. Heute ist er

LÄNDER-INFO › BRASILIEN



FLÄCHE › 8,5 Mio. km²
(47% der Fläche Südamerikas)

HAUPTSTADT › Brasilia

BEVÖLKERUNG › 194 Mio.

LANDESSPRACHE ›
brasilianisches
Portugiesisch

RELIGION ›
überwiegend römisch-
katholisch (ca. 68 %);
zunehmend protestanti-
sche Gruppen und Sekten;
verbreitet synkretistisch-
animistische Kulte

Der **WERTSCHÖPFUNGSKETTEN**-Förderansatz integriert alle Akteure von der Produktion über die Weiterverarbeitung, den Handel und Markt bis hin zum Endverbraucher. Mit der Entwicklung von Wertschöpfungsketten soll die Wettbewerbsfähigkeit in nationalen und internationalen Märkten verbessert werden. Hauptkriterium hierbei ist ein Einkommenszuwachs für arme Bevölkerungsgruppen.

28 und hat eine landwirtschaftliche Ausbildung in der Casa Familiar Rural gemacht, jener alternativen Schulform, bei der die Schüler neben der Theorie das Erlernen in ihrem unmittelbaren Lebensumfeld anwenden.

Celso legt sich die peconha – eine Art Fußfessel aus Palmblättern – um die bloßen Füße, klettert mit dem Buschmesser den Stamm etwa 15 Meter hoch, trennt den Fruchtstand, den cachó, ab und gleitet mit diesem wieder hinab. Der cachó wiegt etwa 16 kg, und beim Abstieg merkt man dem durchtrainierten Celso an, wie anstrengend und gefährlich diese Arbeit ist. Derzeit suchen wir immer noch nach einfachen, mehr Sicherheit bietenden Aufstiegshilfen, welche die peconha ersetzen könnten. Die „Sammelwirtschaft“ ist zwar nicht ohne Gefahr für die dort lebenden Menschen, aber sie schon den Regenwald und hat ihre Nachhaltigkeit längst bewiesen.

WAS IST MEIN BEITRAG ZU EINER ZUKUNFTSFÄHIGEN GESELLSCHAFT?

Auf dem langen Heimweg von Rabo da Serra in die „Perle des Tapajós“, wie die Stadt Santarém nicht zu Unrecht genannt wird, mache ich mir zunächst auf dem Motorrad und später in der Hängematte auf der Dona Elza, einem der wunderschönen Holzschiffe, Gedanken über die Nachhaltigkeit meines Tuns.



› Frisch geerntete Früchte der Pataúá-Palme.

Der Begriff „Nachhaltigkeit“ wurde ja geprägt durch die Forstwirtschaft des 18. Jahrhunderts. Heute beinhaltet er – gemäß dem Drei-Säulen-Modell – eine ökologische, ökonomische und soziale Säule. Nachhaltigkeit ist heutzutage zwar in aller Munde, jedoch klafft zwischen Wort und Tat oft noch eine gewaltige Lücke. Gemäß der Organisation Global Footprint Network bräuchten wir die Erde fast dreimal, wenn alle Menschen so viel Fleisch äßen wie wir, jedem Modetrend hinterherliefen, so viel Auto führen und flögen wie wir.

Auch hat eine Fahrt auf der Transamazônica von Santarém nach Altamira bei mir einen „nachhaltigen“ Eindruck hinterlassen. Links und rechts der staubigen Piste sieht man kaum noch Reste des Tropenwaldes, stattdessen ausgedehnte Viehweiden, die ohne Kunstdünger – den Brasilien übrigens importieren muss – keine Rinder ernähren könnten. Mittags kehrten wir auf Wunsch meines brasilianischen Kollegen, der früher in der Region für die Kakaobauern gearbeitet hatte, im Restaurant La Gaucha ein. Der Name ist Programm, die Gauchos aus dem Süden Brasiliens sind für ihren Fleischkonsum bekannt. Jetzt kann man also auch an der Transamazônica im Rodízio-System zum Festpreis Fleisch im Übermaß essen. Wie viel nachhaltiger ist das doch das in Brasilien seit vielen Jahren beliebte Buffet comida por peso – Essen nach Gewicht – das mittlerweile fast überall im Lande sowohl mittags als auch abends angeboten wird. Der Blick auf die Waage und den 100-Gramm-Preis führt in der Regel zu weniger Essensresten, was besonders vor dem Hintergrund der weltweiten Verschwendung von Lebensmitteln zu begrüßen ist.

Ich frage mich, welchen Beitrag ich zu einer zukunftsfähigen, lebenswerten Gesellschaft leiste. Ich esse seit vielen Jahren wenig Fleisch, dafür aber Fisch, häufig auch ohne dessen Herkunft zu kennen. Wann immer möglich, gehe ich zu Fuß oder fahre – zumindest in der Heimat – mit dem Rad. Im Supermarkt versuche ich, umweltfreundliche Produkte zu kaufen, erlasse mich aber immer wieder dabei, äußerlich wohlgeformtes Obst und Gemüse zu nehmen, statt der natürlichen Vielfalt mehr Beachtung zu schenken.

WIR EMPFEHLEN VIELFALT BEI PRODUKTION UND VERMARKTUNG

Die GIZ unterstützt im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) die brasilianische Partnerorganisation CEAPAC (Centro de Apoio a Projetos de Ação Comunitária) aus Santarém dabei, die Vermarktung von Tropenwaldprodukten zu promoten. So konnte der Kontakt zwischen den von uns beratenen Kleinbauern

und dem Unternehmen BERACA in Belém, welches das Öl verarbeitet, hergestellt werden. Ziel ist der Schutz des Regenwaldes durch die Vermarktung von Nichtholzprodukten, die im Gegensatz zur Abholzung den Vorteil einer längerfristigen Einkommensquelle haben. Je größer das wirtschaftliche Interesse an umweltschonend gewonnenen Produkten des weltgrößten Regenwaldes ist, desto eher kann es gelingen, sowohl den wilden Holzeinschlag als auch eine nicht standortgerechte Nutzung der Tropenböden für den Sojaanbau oder als Viehweide einzuschränken. Denn der Amazonas-Regenwald ist als Kohlendioxid- und Wasserspeicher sowie wegen seines Artenreichtums unverzichtbar.

Die Förderung von Wertschöpfungsketten (siehe Infokasten) ist seit längerem Bestandteil vieler GIZ-Projekte. Neben der umweltschonenden Produktion sind unter anderem basisnahe Organisationsformen, lokaler Handel, Aufkäufer sowie staatliche Rahmenbedingungen entscheidend für das Funktionieren einer Wertschöpfungskette zum Wohle aller Marktteilnehmer. Dabei ergibt sich eine Fülle von Problemen, die zum Teil kulturell bedingt – Termineinhaltung, Buchführung und Zahlungsmoral sind oft mangelhaft – oder aber auch systemimmanent sind. So unterliegt die Produktion gewissen Schwankungen, da sie unter anderem von verfügbaren Arbeitskräften sowie biologischen und klimatischen Faktoren abhängt. Auch ist der Absatz selten über einen längeren Zeitraum gesichert, so dass sich alle Beteiligten immer wieder neu orientieren müssen. Daher ist ein zentraler Punkt in unserer Beratung, den Bauern und Sammlern eine größtmögliche Vielfalt bei Produktion und Vermarktung zu empfehlen. Dadurch werden einseitige Abhängigkeiten vermieden und die eigene Ernährung gesichert.

GIZ VOR ORT › Ein Schwerpunkt der GIZ-Vorhaben in Brasilien ist der Schutz und die nachhaltige Nutzung des Tropenwaldes. Die meisten dieser Vorhaben werden im Auftrag des BMZ durchgeführt. Zudem sind Entwicklungspartnerschaften mit der Wirtschaft ein Schlüsselement der deutsch-brasilianischen Zusammenarbeit. In Dreieckskooperationen führt die GIZ gemeinsam mit brasilianischen Partnern Vorhaben in anderen Ländern Lateinamerikas und Afrikas durch.



› In einem Palmblattschlauch wird das Fruchtfleisch zusammengedrückt und das Öl herausgepresst.

Im Rahmen der Partnerschaften mit Unternehmen unterstützt die GIZ ein jährliches Treffen der Firma BERACA mit kleinbäuerlichen Produzenten und deren Förderern. Auf dem sogenannten BERACOM werden dann unter anderem Probleme der Wertschöpfungskette behandelt sowie ein offener Gedankenaustausch zwischen Produzenten und Abnehmern ermöglicht.

Wenn wir als Kunden in der freien Marktwirtschaft ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit unterstützen wollen, müssen wir uns bestmöglich über Herkunft und Herstellungsbedingungen der Produkte informieren und entsprechend einkaufen, um durch die steigende Nachfrage nach umweltfreundlichen Waren einen nachhaltigen Konsum zu fördern. Kaufen wir etwa pharmazeutische oder kosmetische Produkte mit einem angemessenen Anteil an biozertifizierten tropischen Pflanzenölen bei BERACA-Kunden wie zum Beispiel L'ORÉAL und NATURA, so tragen wir dazu bei, die „Grüne Lunge“ zu erhalten, indem Celso und seine Familie durch ihre umweltschonende Sammelwirtschaft ein zusätzliches Einkommen erzielen.



Dr. Gerrit Gerdes ist Biologe und Agrarwissenschaftler und seit 2012 Entwicklungshelfer der GIZ in Brasilien.

› Das Nuratau-Gebirge
lädt zum Wandern ein.



Einmaliges Naturerlebnis mit Familienanschluss

NACHHALTIGER TOURISMUS SCHÜTZT

DIE NATUR UND SCHAFFT EINKOMMEN

In den letzten 20 Jahren hat sich Usbekistan zu einem beliebten Urlaubsziel entwickelt. Vor allem die legendären Seidenstraßenstädte Samarkand, Buchara und Chiwa ziehen viele Kulturreisende an. Doch auch das ländliche Usbekistan hat seinen Reiz.

TEXT UND FOTOS › HANNELORE BENDSEN
Will man Touristen auch in die ländlichen Regionen des Landes locken, so muss ein attraktives Angebot entwickelt werden. Doch darf dies nicht zum Schaden der Natur und der Umwelt sein. Nachhaltige Tourismusentwicklung ist also gefragt. Das Gute ist, dass so auch Arbeitsplätze sowie alternative Einkommensmöglichkeiten für die Menschen vor Ort geschaffen werden können. Ein gutes Beispiel ist die kleine Tourismusorganisation Nuratau Ecotourism in der

Jizzakh/Navoi Region im Zentrum des Landes, die von der GIZ im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) unterstützt wird.

Eigentlich begann es schon 2007, als sich ein Entwicklungshelfer im Rahmen der Planung eines Biosphärenreservats mit Gemeindeentwicklung am Rande des Naturschutzgebiets befasste. Dabei entstand unter anderem auch die Idee, dass einige Bauernfamilien Zimmer an Gäste vermieten könnten. Sieben Familien erklärten sich zu diesem Schritt bereit und gründeten eine Gästehausvereinigung zur Vermarktung des Angebots. Als der erwartete Gästestrom ausblieb, bat die Organisation 2009 um fachkundige Beratung. Ziel der Unterstützung war es, die Gästehausbesitzer und ihre Organisation bei der Verbesserung ihrer Dienstleistungen und des Tourismusangebots insgesamt zu beraten. Ein Netzwerk mit anderen Tourismusak-

LÄNDER-INFO › USBEKISTAN



FLÄCHE › 447.400 km²
(zum Vergleich: Deutschland
357 000 km²)

HAUPTSTADT › Taschkent

BEVÖLKERUNG ›
ca. 30 Millionen

LANDESSPRACHE ›
Usbekisch und Russisch

RELIGION ›
überwiegend islamisch-
sunnitisch

teuren sollte aufgebaut, die Vermarktung professionalisiert und Leitlinien zur Tourismusentwicklung für die Region erarbeitet werden. Eine Entwicklungshelferin, und auf freiwilliger Basis auch ihr Ehemann, sowie eine lokale Fachkraft unterstützten die Organisation drei Jahre lang.

EIN ATTRAKTIVES ANGEBOT

Eine zunächst durchgeführte Analyse ergab, dass die Region gutes Potential für ländlichen Tourismus hat. Die Gegend besticht vor allem durch ihre landschaftliche Schönheit und Vielfalt und hat einen hohen Erlebniswert. Auf engem Raum trifft man hier drei völlig verschiedene Landschaftsformen an, das Nuratau-Gebirge, die Kyzylkum-Halbwüste und den riesigen Aydar-See mit seinen angrenzenden Feuchtgebieten. Die hohe Biodiversität und die große Anzahl an Pflanzen- und Tierarten tragen wesentlich zur Attraktivität des Gebiets bei. Die Familiengästehäuser liegen in malerischen Dörfern in idyllischen Gebirgstälern inmitten fruchtbarer Gärten mit schattenspendenden Obst- und Nussbäumen. Eine Vielzahl von historischen Sehenswürdigkeiten wie Ruinen von Befestigungsanlagen, Moscheen, Mausoleen und Petroglyphen bieten interessante Ausflugsziele. Herausragend sind jedoch die Menschen, die ihre traditionelle Lebensweise beibehalten haben und Gäste mit viel Wärme und Herzlichkeit empfangen und bewirten. Die aufmerksame Betreuung der Touristen und damit der individuelle Charakter der Unterbringung und Versorgung mit Familienanschluss ist die Besonderheit des Angebots.

Um den Ansprüchen ausländischer Reisender zu genügen, mussten zunächst die touristische Infrastruktur und die Serviceleistungen verbessert werden. Die Gästehausbetreiber nahmen die Empfehlungen begierig an und setzten sie mit eigenen Mitteln in die Tat um. Die sanitären Anlagen wurden schrittweise saniert, die Anzahl der Gästezimmer erhöht und die Auffindbarkeit der Unterkünfte durch Beschilderung erleichtert. Da die meisten Touristen aus Westeuropa kommen und kaum mit den Gästehausbetreibern kommunizieren konnten, wurden mit finanzieller Unterstützung des Deutschen Volkshochschulverbands, dvv-international, Kurzsprachkurse abgehalten und mehrsprachiges Informationsmaterial erstellt, das bei den Gästen auf großes Interesse stößt. Auch gezielte Qualifizierungsmaßnahmen wie Koch- und Hygienekurse, eine Bergführerausbildung, ein Flora- und Fauna Kurs und ein Erfah-

GIZ VOR ORT › Schwerpunkte der deutsch-usbekischen Zusammenarbeit sind die nachhaltige Wirtschaftsentwicklung, die Unterstützung des Gesundheitssektors und der Ressourcenschutz. Derzeit sind vier Entwicklungshelfer vor Ort tätig. Die GIZ unterstützt im Auftrag des BMZ das Land an der Seidenstraße beim Übergang von einer staatlich gelenkten, protektionistischen zu einer ökologisch-sozialen Marktwirtschaft.

rungsaustausch für die Gästehausbetreiber mit florierenden, kleinen Übernachtungsbetrieben in anderen Regionen, trugen dazu bei, dass das Service-niveau und somit die Kundenzufriedenheit anstiegen. Hochmotiviert durch die stetig ansteigenden Besucherzahlen und die zusätzlichen Einkommen bauten die Gästehausbesitzer ihre Unterkünfte weiter aus.

WERBUNG MUSS SEIN

Um trotz ansteigender Gästezahlen und erhöhter Nachfrage nach Brennmaterial der Abholzung der Bergregion keinen Vorschub zu leisten und die ökologische Nachhaltigkeit der Tourismusentwicklung zu gewährleisten, konnten mit Unterstützung des Kleinstprojektfonds der Deutschen Botschaft Solar-Warmwasseraufbereitungsanlagen in allen Gästehäusern installiert werden. Auch andere Anschaffungen, wie etwa eine Campingausrüstung für längere Bergtouren, wurden von der Botschaft gefördert. All dies trägt dazu bei, dass die Gäste länger bleiben.

Zugeschnitten auf die Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen werden attraktive Aktivitäten wie geführte Bergwanderungen, Reittouren zu Pferd oder Esel, ornithologische Touren, Badeausflüge und Exkursionen für Bildungseinrichtungen angeboten.

Ein eigenes Logo wurde kreiert, um die Vermarktung zu professionalisieren und mit Finanzhilfe der GIZ und von dvv international wurden ein Werbefaltblatt und Postkarten der Region erstellt. Auch die Website konnte ansprechender und informativer gestaltet werden. Durch die Kontaktaufnahme zu Reisebuchautoren werden die Familienunterkünfte nun in den meisten einschlägigen Reiseführern positiv erwähnt und ziehen vor allem Individualreisende an.



› Das Abendessen wird gemeinsam mit der Gastfamilie eingenommen.

„Herausragend sind die Menschen, die Gäste mit viel Wärme und Herzlichkeit empfangen und bewirten.“

Als sehr verkaufswirksam erwiesen sich gezielte Informationsveranstaltungen bei in- und ausländischen Reiseagenturen. Mehrere Tourismusunternehmen waren angenehm von der Qualität der Gästehäuser überrascht und haben, nachdem sie das Angebot selbst in Augenschein nehmen konnten, einen Besuch der Region in ihr Reiseprogramm aufgenommen.

Die Anzahl der Besucher und die Übernachtungszahlen konnten jährlich verdoppelt werden. Die durch das gestiegene Tourismusaufkommen erwirtschafteten Einkommen, die sich pro Haushalt jährlich auf zwischen 1.000 und 6.000 US Dollar belaufen, sind für die kleinen Subsistenzbauern in der strukturschwachen Region von großer Bedeutung.

Leider sind in Usbekistan die Rahmenbedingungen für Assoziationen, die sich im Tourismusgeschäft etablieren wollen, nicht günstig. Trotz wiederholter intensiver Bemühungen konnte die Gästehausorganisation keine Lizenz zur Registrierung von Gästen erlangen. Daher wurde im Frühjahr 2012 auf Beschluss der Gästehausbesitzer diese Rechtsform aufgelöst. Einige der Gästehausbesitzer schafften es als Einzelunternehmen Lizenzen zu erhalten. Andere arbeiten nun in Kooperation mit lizenzierten Beherbergungsbetrieben. Die lokale Fachkraft, die während der Zusammenarbeit

die nötigen Tourismusfachkenntnisse erworben hat, betreibt als Privatunternehmer die Vermittlungsagentur vor Ort, beantwortet Kundenanfragen, stellt Aktivitätspakete zusammen und vermarktet das Angebot. Die Nachfrage steigt von Jahr zu Jahr.

Nach diesen Erfolgen konnte das Projekt planmäßig beendet werden. Und die Wirkung blieb nicht aus. Die guten Ergebnisse weckten das Interesse der Region Khoresm, die ebenfalls Unterstützung beim Aufbau eines Nachhaltigen-Tourismus-Konzeptes wünschte. Und so kann ich mich nun einer neuen Herausforderung widmen.



Hannelore Bendsen ist Dipl. Ing für Landschaftsplanung. Sie war Entwicklungshelferin in der Dominikanischen Republik, in Botsuana und arbeitet nun seit 2009 in Usbekistan.



Meine Nahrung – Meine Gesundheit

› Bäuerin Teav Chat während der Aufnahmen: „Weil ich so nervös war, mussten wir einige Szenen mehrmals wiederholen“.

FILM REGT VERBRAUCHER AN,

NACH DER HERKUNFT IHRER LEBENSMITTEL ZU FRAGEN

Den meisten kambodschanischen Verbrauchern ist kaum bekannt, dass es auch Erzeuger nachhaltiger Lebensmittel gibt. Die GIZ unterstützt im Auftrag des BMZ die Cambodian Organic Agriculture Association dabei, das zu ändern.

TEXT › WINFRIED SCHEEWE
Kambodscha ist sicherlich ein Nachzügler im Hinblick auf Nahrungsmittelsicherheit und Bio-Landwirtschaft. Während Nachbar Thailand bereits auf mehrere Jahrzehnte Erfahrungen im Biobereich zurückblicken kann, begann der Aufbau eines Biosektors in Kambodscha erst im letzten Jahrzehnt. Obwohl sich viele städtische Verbraucher Nahrungsmittel ohne Pestizidrückstände wünschen (keine Chemie!), sind sie sich aber selten darüber im Klaren, woher ihre

Nahrungsmittel kommen und unter welchen Bedingungen sie produziert werden. Und sie wissen auch nicht, dass sich bereits eine wachsende Zahl von Erzeugern der nachhaltigen Produktion von Lebensmitteln verschrieben haben.

Ein gemeinsames Team der Cambodian Organic Agriculture Association und der Nichtregierungsorganisation CEDAC, unterstützt von drei GIZ-Entwicklungshelfern, entschied Mitte 2012 etwas dafür zu tun, dass sich das ändert. Zusammen suchten sie nach einem geeigneten Weg, Verbraucher über die Risiken beim Verzehr von konventionellen Lebensmitteln, vor allem Gemüse, aufzuklären. Konsumenten sollten dazu ermutigt werden, nach der Herkunft sowie nach der Produktionsweise ihrer Lebensmittel zu fragen.

LÄNDER-INFO › KAMBODSCHA



FLÄCHE › 181.035 km²
(zum Vergleich: Deutschland 357 000 km²)

HAUPTSTADT › Phnom Penh

BEVÖLKERUNG › 1 Mio.

LANDESSPRACHE › Khmer, Englisch als Geschäftssprache

RELIGION ›
Buddhisten 95%,
Muslime 4%,
Sonstige 1%

GIZ VOR ORT > Die GIZ ist seit 1994 im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) in Kambodscha tätig. Sie engagiert sich vor allem in den Bereichen Gute Regierungsführung, Ländliche Entwicklung sowie Gesundheit und Soziale Sicherheit. 27 der 91 entsandten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sind Entwicklungshelfer.

Das Team kam rasch zu der Einsicht, dass Printmedien nur eine begrenzte Wirkung haben. So kam es zu dem Vorschlag, das Medium Film zu nutzen. Aber wie könnte das Thema in einem kurzen Film gut dargestellt werden? Während der gemeinsamen Überlegungen wurden die Konturen des Projekts klarer und es wurde beschlossen, eine für den ökologischen Gemüseanbau bekannte Bäuerin vorzustellen, die Besucher über ihre Arbeit informieren würde. Aber in welchem Rahmen sollte dies geschehen? Sollte ein Besuch von Verbrauchern in der Gemüsefarm organisiert und dokumentiert werden? Und aus welchem Grunde sollten die Besucher einen Biobetrieb besuchen wollen? Welche Fragen könnten sie der Bäuerin stellen? Was würde bei den Zuschauern am besten ankommen? Um das Interesse der Öffentlichkeit zu steigern wurde festgelegt, bekannte Schauspieler einzubeziehen.

DIE HANDLUNG

Doch zunächst musste erst einmal eine Rahmengeschichte geschrieben werden. Als das Team über die möglichen Fragen für die Schauspieler nachdachte, wurde klar, dass einige Fragen, wie zum Beispiel nach Pestizidrückständen, wohl kaum von der Bäuerin in einer authentischen Weise beantwortet werden könnten. Sie sollte die Fragen ohnehin frei beantworten. So kam die Idee auf, einem Schauspieler die Rolle eines Beraters zugeben. Im nächsten Schritt wurde dann die Handlung grob festgelegt:

Eine junge schwangere Frau erhält von der örtlichen Gesundheitsbeauftragten den Rat, ihrer Nahrung mehr Beachtung zu schenken. Sie macht sich daraufhin Gedanken über die Sicherheit und Qualität ihrer Lebensmittel und fragt sich, wo sie eigentlich herkommen. Auf dem Markt trifft sie eine Gemüsehändlerin, die ihre Produkte vom Bauern in der Nähe der Stadt kauft. Die Händlerin erzählt ihr, dass ein Teil ihrer Ware von Biobauern kommt. Sie lädt die junge Frau ein, gemeinsam eine Gemüsebäuerin, die weder chemische Düngemittel noch Pestizide verwendet, zu besuchen. Die junge Frau willigt ein und zusammen mit der Händlerin besucht sie am nächsten Tag den Bauernhof. Dort sprechen sie und ihr Mann mit der Bäuerin Teav Chat und lassen sich den Anbau von Biogemüse zeigen. Der Berater einer Nichtregierungsorganisation, der zufällig vorbei kommt, ergänzt das Gespräch mit zusätzlichen Einsichten in den biologischen Gemüseanbau.

Nun konnte Phon Son Kimsan, der bereits mehrfach Filme mit Bauern produziert hatte, mit der Unterstützung einiger Kollegen das Drehbuch in kambodschanisch ausarbeiten.

UNERWARTETE PROBLEME

Kimsan stellte auch den Kontakt zu den Schauspielern her und nahm bald darauf die Dreharbeiten auf. Obwohl er die Bäuerin, Frau Teav Chat, bereits mehrmals getroffen hatte, stieß er doch auf ein unerwartetes Problem. Eigentlich daran gewohnt, vor vielen Leuten zu sprechen, war sie nun doch sehr nervös als sie vor der Kamera sprechen sollte. „Deshalb habe ich dann ihre Gesprächsanteile mit ihr ganz alleine aufgezeichnet und sie dann beim Schneiden zusammengesetzt“, erzählte Kimsan. „Auch musste das Drehbuch noch etwas verändert werden.“



> Poster für den Film "Meine Nahrung – Meine Gesundheit".

„Der Film hat mir geholfen zu verstehen, wie wichtig es ist, dass wir uns Gedanken um unsere Ernährung machen.“



› Die dörfliche Gesundheitsberaterin rät der jungen Frau, nach der Herkunft ihrer Nahrungsmittel zu fragen.

Dank der langjährigen Erfahrung von Kimsan konnte der Film dennoch in kurzer Zeit fertig gestellt werden. Während der Erstaufführung waren sowohl der Hauptdarsteller Dr. Chea Samnang, der den Berater gespielt hatte, als auch Frau Teav Chat anwesend. Nach der Vorführung erzählte Frau Chat, dass es für sie ein völlig ungewohntes Gefühl gewesen sei, vor einer Filmkamera zu sprechen. „Es fiel mir nicht leicht, von der Kamera verfolgt, ganz natürlich durch meine Farm zu laufen.“

EINIGE EINSICHTEN

„Auch für mich war es eine völlig neue Erfahrung“, bekannte Samnang. „Dies war das erste Mal, dass ich eine Rolle in einem Film über Landwirtschaft gespielt habe. Der Film hat mir geholfen zu verstehen, wie wichtig es ist, dass wir uns Gedanken um unsere Ernährung machen. Ich weiß nun, dass Bauern es vermeiden können, Gifte einzusetzen. Ich bin sehr froh, auf diese Weise einen Beitrag zum Schutz der Umwelt zu leisten. Außerdem bekam ich auch Ideen, wie ich in Zukunft meine Farm, die ich vor einiger Zeit erworben habe, sinnvoll nutzen kann.“

Unmittelbar nach der Premiere wurde der Film von zwei Fernsehsendern zehn Mal gegen Bezahlung ausgestrahlt. Darüber hinaus zeigten zwei kleinere Sender den Film später kostenlos. Zusätzlich erhielten mehrere Bus-Unternehmen DVDs um den Film während Überlandfahrten einsetzen zu können. Zahlreiche höhere Schulen in Phnom Penh zeigten den Film ebenfalls. Viele Zuschauer merkten an, dass sie erstmals einen Eindruck von einer Anbauweise ohne Anwendung von Agrarchemikalien erhalten hätten. Der Film habe sie angeregt, sich mehr Gedanken beim Kauf von Lebensmitteln zu machen, sich beispielsweise mehr über sichere Lebensmittelproduktion zu informieren.

Eine Einsicht war aber auch, dass bei einer Länge von fast 20 Minuten, die Auswahl von freien Sendezeiten begrenzt war. Mit kürzeren Filmen könnten bessere Sendezeiten genutzt werden. Eine längere Version könnte dann immer noch für DVDs produziert werden.

Ein Sender hatte Anstoß an den eingeblendeten Logos für Bioprodukte genommen. Um eine reibungslose Zusammenarbeit mit den Fernsehsendern zu ermöglichen, sollten Inhalte vermieden werden, die als Werbung verstanden werden könnten. Für Werbefilme berechnen die meisten Sender erheblich höhere Preise für die Sendezeit.

Nachträglich wurde der Film noch mit englischen Untertiteln versehen, um ihn auch Ausländern zugänglich zu machen und bei youtube einzustellen.

Insgesamt fiel das Feedback sehr positiv aus. Das Team ist sich darüber im Klaren, dass dieser Film nur ein Anfang ist. Weitere Informationen müssen folgen. Die beteiligten Kollegen sind nun zuversichtlich, auch für die Vermittlung von anderen Themen das Medium Film nutzen zu können.

Link zum Film:

› <http://www.youtube.com/watch?v=dkfg1yCuBEI>



Winfried Scheewe ist Agraringenieur und Industriekaufmann und war Entwicklungshelfer auf den Philippinen und in Kambodscha. Zurzeit berät er die Cambodian Organic Agriculture Association.

› Frische garantiert: lokale Produkte aus ökologischem Anbau erobern die Märkte.



Was nicht verkauft wird, wird getauscht

BAUERNMÄRKTE IN DER SELVA MAYA

Gemeindemärkte fördern im Norden Guatemalas die nachhaltige Landwirtschaft und eröffnen Produzenten neue Wege bei der Vermarktung ihrer Produkte. Davon profitieren auch die Konsumenten, die lokale Produkte aus ökologischem Anbau erhalten.

TEXT UND FOTOS › MAURICIO SANTAMARÍA, STEFANIE SCHLIEP UND LUIS VILDOZO

Es ist kühl an diesem Morgen in El Remate. Bernardo García lädt Maniok, Kochbananen, Papaya und Stachelgurken auf seinen Pickup, bevor er sich auf den Weg zum Gemeindemarkt macht. „Hoffentlich wird es heute nicht zu heiß“, sagt er, „sonst bleiben die Kunden aus. Und am Ende muss ich jemanden suchen, der die

Ware, die ich heute nicht verkaufen kann, gegen eine andere tauschen möchte. Vielleicht bietet ja jemand Limonen an, das wäre gut! Auf meiner Parzelle habe ich erst vor kurzem Setzlinge gepflanzt, die mir Don Denis abgegeben hat. Aber Früchte gibt es frühestens in vier Jahren.“

El Remate liegt in der Selva Maya, dem größten tropischen Regenwald nördlich des Amazonas. Das Waldgebiet, das sich Belize, Guatemala und Mexiko teilen, unterliegt verschiedenen Schutzgebietskategorien wie etwa Biosphärenreservate, Nationalparks oder geschützte Biotop. Zwar unterliegt das Gebiet unterschiedlich strengen Nutzungseinschränkungen, dennoch ist sein Fortbestehen akut bedroht: Das Voranschreiten der Agrarfront durch extensive Viehwirtschaft, Waldbrände, illegaler Holzeinschlag und verbotener Handel mit Flora und Fauna führen zu einer ständigen Verringerung der Regenwaldfläche.

LÄNDER-INFO › TROPENWALDREGION SELVA MAYA

FLÄCHE › 40.000 km²

AUSDEHNUNG › Grenzgebiet zwischen dem Südosten Mexikos, Belize und dem Norden Guatemalas

BEVÖLKERUNG › ca. 20.000

WICHTIGSTE SPRACHEN › Spanisch, Englisch, verschiedene Maya-Sprachen, Chol, Kreolisch

RELIGION › überwiegend Christentum, traditionelle Maya-Religionen

Quelle: Programm Selva Maya, GIZ



Im Petén, dem nördlichsten Department Guatemalas, verstärkt sich dieser Effekt durch die stetige Zuwanderung von Menschen aus verschiedenen Regionen des Landes sowie Zentralamerikas zusätzlich. Denn häufig endet für viele Menschen der Traum, über Mexiko in die USA auszuwandern schon an den Grenzen zu Belize und Mexiko. Auch hält sich hartnäckig der Mythos, dass es im Petén Ländereien im Überfluss gibt. Vor einem halben Jahrhundert traf das noch zu. Mittlerweile ist die Bevölkerungsdichte aber derart angestiegen, dass verfügbares, kultivierbares Land ein knappes Gut ist.

Der Druck auf die natürlichen Ressourcen Wald, Wasser und Boden nimmt unaufhörlich zu. Zusammen mit der Zentralamerikanischen Kommission für Umwelt und Entwicklung und weiteren Partnern führt die GIZ im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) daher das Regionalprogramm „Schutz und Nachhaltige Nutzung der Selva Maya“ in Belize, Mexiko und Guatemala durch. Einer der Arbeitsansätze des Programms ist es, der Bevölkerung in und um die Selva Maya Möglichkeiten zur Verbesserung ihrer Lebensqualität aufzuzeigen, die mit dem Naturschutzgedanken im Einklang stehen. Konsequenz: Die Menschen lernen, „ihren“ Wald und damit ihre Lebensgrundlage nachhaltig zu schützen. Die Initiative „Nachhaltiges und Ökologisches Austauschnetz Petén“ unterstützt Bauern bei ökologischer und nachhaltiger Landwirtschaft. Klingt gut, aber wie funktioniert das? Das gelingt einerseits durch die nachhaltige Nutzung des Waldes selbst. Unter Aufsicht und mit Auflagen der Schutzgebietsbehörde nutzen die Gemeinden außer Holz auch Produkte wie Honig, Nelkenpfeffer und die Ramón-Nuss, auch Maya-Nuss genannt.

Andererseits setzt das Programm auf die nachhaltige Ausrichtung der landwirtschaftlichen Produktion in der Pufferzone des Waldes. Pufferzonen bezeichnen den sanften, fließenden Übergang von einer Vegetationsform in eine andere, ihre Nutzung und Entwicklung ist aber durch bestimmte Regeln eingeschränkt. Die Funktion von Pufferzonen ist es, das Fortschreiten der Agrarfront abzufangen und so der Zerstörung von Waldflächen entgegen zu wirken. Damit das funktioniert, muss sich die Bewirtschaftung kleiner Anbauflächen auch nach Jahren der Nutzung noch lohnen. Daher unterstützen die GIZ und die Pastoral Social Vicariato Apostólico de Petén (Bistum der Katholischen Kirche) die Arbeit der Initiative Red de Intercambio Sostenible y Ecológico de Petén. Das „Nachhaltige und Ökologische Austauschnetz Petén“ vereint derzeit 15 Bauernorganisationen der Region und berät seine Mitglieder unter anderem in der Diversifizierung von

„Immer mehr Menschen greifen inzwischen auf die lokal und ökologisch verträglich hergestellten Lebensmittel zurück.“

Produkten, bei ökologischem Anbau und bei dem Verkauf der Produktionsüberschüsse auf sogenannten Gemeindemärkten, die regelmäßig an wechselnden Orten der Region stattfinden.

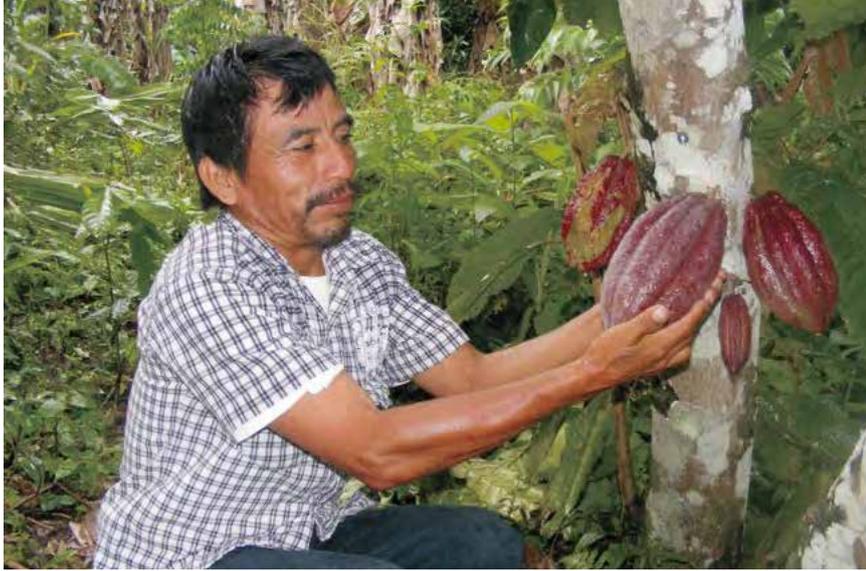
Insbesondere zu Beginn der Initiative häuften die Bauern ihre Produkte einfach auf dem Marktplatz auf. Vielfach boten sie dasselbe Produkt an, da es Saison hatte und daher im Überschuss vorhanden war. Großer Konkurrenzdruck, aber wenig interessant für potentielle Käufer. Inzwischen verkaufen die Bauern vielfältige Produkte, die sie ansprechend arrangieren. Immer häufiger werden auch Informationen über die Anbaumethoden und Herkunft der Produkte auf Pappschildern präsentiert.

OPTIMALE NUTZUNG DER BEGRENZTEN ANBAUFLÄCHEN

Die Idee hinter den Gemeindemärkten ist einfach: Die Bauern der Region tauschen einheimisches Saat- und Pflanzgut, das anderweitig oftmals nur schwierig zu bekommen ist. Die Produkte aus diesem Saatgut-austausch werden von den Produzenten wiederum auf den Gemeindemärkten angeboten. Am Ende des Markttagess können die Waren, die nicht verkauft wurden, untereinander getauscht werden. So wird für einen bewussten Konsum geworben, bei dem die Menschen einheimischen, natürlichen Produkten den Vorzug vor konventionell hergestellten Waren geben. Für die

› Hier werden Avocado- und Brotfruchtsetzlinge gezogen.





› Die Kakaofrüchte werden auf ihre Qualität geprüft.

GIZ VOR ORT › Im Regionalprogramm „Schutz und nachhaltige Entwicklung der Selva Maya“ arbeiten derzeit im Auftrag der Bundesregierung zwei entsandte und 12 nationale Mitarbeiter der GIZ sowie drei GIZ-Entwicklungshelfer.

Kleinbauern und ihre Familien in der Region bedeutet eine Diversifizierung ihrer Anbauprodukte aber nicht nur die Verbesserung ihrer Ernährungssituation. Sie eröffnet auch bessere Verdienstmöglichkeiten, da die Produktionsüberschüsse verkauft werden können. Neben Bodenschutz- und Verbesserungsmaßnahmen - z.B. das Auf- und Einbringen von organischen Materialien wie Pflanzenresten und Ernterückständen - beinhaltet eine „gute landwirtschaftliche Praxis“ auch eine den Umweltbedingungen angepasste Produktion. Auf diese Weise wird die Nutzung der Anbauflächen optimiert, die Rentabilität erhöht und die Abhängigkeit von Klima- und Preisentwicklungen für die Standardprodukte Mais und Bohnen reduziert. Für die Familien ist dies eine echte Alternative zur Erschließung immer neuer Anbauflächen. Gleichzeitig wird auch der meist sehr einseitige Speiseplan erweitert, welches zu einer gesunden Ernährung der Bewohner in der Selva Maya beiträgt.

Mit diesem Wissen lassen sich mehr und mehr Produzenten auf ökologische und nachhaltige Bewirtschaftungssysteme ein. Der Anreiz liegt vor allem in der Kombination von Produktion und Vermarktung, denn üblicherweise werden die landwirtschaftlichen Produkte von Zwischenhändlern aufgekauft. Die so erzielten Einnahmen sind häufig zu gering, so dass die Bauern ihre Anbauflächen vergrößern müssen, um von dem Ertrag leben zu können. Zudem gibt es außerhalb der

Kreisstädte zumeist keine regulären Märkte, auf denen die Kleinbauern ihre Produkte anbieten könnten. Und während die Fahrt in die Kreisstädte häufig schon aufgrund der weiten Wege und der dortigen Standmieten nicht rentabel ist, eröffnen der Verkauf beziehungsweise Tausch auf den Gemeindemärkten eine zusätzliche Einnahmequelle für die Familien.

Aber nicht nur die Bauern bevorzugen die einheimischen Produkte. Immer mehr Menschen greifen inzwischen auf die lokal und ökologisch verträglich hergestellten Lebensmittel zurück und verzichten auf die üblichen zumeist unter Einsatz von Chemikalien angebauten Waren, die über weite Wege transportiert und in Plastik verpackt angeboten werden. Die Attraktivität der Gemeindemärkte steigt – für Produzenten und Konsumenten gleichermaßen.

Bernado García jedenfalls ist zufrieden mit dem Markttag. Was er nicht verkauft hat, konnte er mit anderen Bauern auf dem Markt tauschen. Seine Familie kann sich über etwas Abwechslung auf dem Speiseplan freuen. Und wenn das neue Pflanzgut von Don Denis gut angeht, kann er vielleicht bald auch Limonen auf dem Markt anbieten.



Mauricio Santamaría ist Agraringenieur und berät die katholische Kirche und das Ministerium für Landwirtschaft und Ernährung in Fragen der ländlichen Entwicklung.



Stefanie Schliep ist Dipl.-Ing. Landschaftsplanung und berät die guatemaltekische Planungsbehörde zum Thema Raumordnung und Planung.



Luis Vildozo ist Agraringenieur und berät die katholische Kirche und den Verband forstwirtschaftlicher Gemeinden zum Thema Wertschöpfungsketten.



Plastiktüte?

Nein, danke!

HAMRIBAHINI -

DIE GRÜNEN ENGEL IN NEPAL

Junge Frauen nähen Baumwolltaschen, die Plastiktüten in Supermärkten ersetzen sollen – das ist die Idee von HamriBahini.

Zwei Fliegen mit einer Klappe: Die jungen Frauen haben einen Job und die Umwelt wird geschützt.

TEXT > STEPHANIE WIEDNER
„HamriBahini – The Green Angels“ ist ein nepalesisches Sozialunternehmen (Social Enterprise) der Non-Profit Organisation Himalayan Climate Initiative (HCI). Mitte 2012 gegründet, hat sich HamriBahini (Deutsch: Unsere kleinen Schwestern) zu einem

der bedeutendsten Akteure der Umweltbewegung in Nepal entwickelt. Als eines der ersten Projekte führte HamriBahini wiederverwendbare Einkaufstaschen aus Baumwolle in Kathmandu Supermärkten ein. Ziel des „Grünen Shopping Projekts“ ist es, durch die Schaffung eines Marktes für umweltfreundliche Stofftaschen eine Alternative zum Konsum von Plastikbeuteln zu schaffen und so das Konsumverhalten der nepalesischen Konsumenten nachhaltig zu beeinflussen. Durch gezieltes Lobbying sollen zudem Akteure aus Politik und Verwaltung dazu gebracht werden, die gesetzlichen Regulierungen zu verändern, so dass sie die Verwendung von umweltfreundlichen Alternativen an Stelle von Plastiktüten fördern. Dabei wurde ein ganz besonderes

LÄNDER-INFO > NEPAL



FLÄCHE > 147.181 km²
(zum Vergleich: Deutschland 357 000 km²)

HAUPTSTADT > Kathmandu

BEVÖLKERUNG >
rund 29,9 Mio.

LANDESSPRACHE >
Nepalesisch als offizielle

Sprache, daneben rund 50 Minderheitensprachen/Dialekte

RELIGION > 80% Hindus, 15% Buddhisten, 3% Muslime, 2% Christen (Es gibt ein Missionierungsverbot)

Geschäftsmodell entwickelt, um Plastiktüten aus Kathmandu zu verbannen: Die Stofftaschen von HamriBahini, die der Kunde an der Kasse kaufen kann, werden von denen, die sich für eine Plastiktüte entscheiden, subventioniert (Polluter-Pays-Principle).

Generell sind Plastiktüten für den Kunden in Nepal beim Einkauf kostenlos, was dazu führt, dass täglich schätzungsweise über 4,5 Millionen Plastiktüten, alleine in der Hauptstadt Kathmandu, neu in Umlauf kommen. Deshalb arbeitet HamriBahini seit einem Jahr mit „BhatBhateni“, der größten Supermarktkette Nepals, zusammen. BhatBhateni hat angefangen, für jede Plastiktüte eine Nepalesische Rupie zu verlangen. Und auf jede Rupie legt der Supermarkt noch 50 Paisa (eine halbe Rupie) drauf. Dieses Geld geht direkt an HamriBahini, die davon ihre Näherinnen bezahlen sowie die Stofftaschen subventionieren. Anstatt des Herstellungswertes von 60 Nepalesische Rupien können sie somit für nur 30 im Supermarkt verkauft werden. Seit Beginn des Projekts im Februar 2013 wurden mehr als 60.000 Stoffbeutel verkauft.

Das Ziel von HamriBahini ist nicht nur, das Umweltproblem in Nepal anzugehen. Gleichzeitig versucht die Organisation, durch innovative Ideen grüne Jobs für benachteiligte junge Frauen zu schaffen, die auf Grund ihres geringen Bildungsstandes sonst kaum Chancen auf dem Arbeitsmarkt hätten. Bisher konnten fast 100 Frauen in Teilzeit oder Vollzeit beschäftigt werden.



Foto: Stephanie Wiedner

› Die „Kleinen Schwestern“ beim Nähen der Umwelttaschen.

INCLUDE steht für ‚Inclusive Development of the Economy‘ und ist ein nepalesisch-deutsches Vorhaben zur Förderung einer nachhaltigen und sozial ausgewogenen Wirtschaftsentwicklung in Nepal. Im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) unterstützt die GIZ das nepalesische Industrieministerium bei der Durchführung des Vorhabens. INCLUDE fördert innovative Ideen für eine sozial ausgewogene Wirtschaft, wie zum Beispiel HamriBahini.

Weitere Informationen

› www.includenepal.org

INCLUDE (siehe Kasten) berät HamriBahini von Beginn an beim Aufbau des Sozialunternehmens und in der Durchführung von öffentlichkeitswirksamen Kampagnen. Die größte Unterstützung erhält das Projekt allerdings von seinen vielen jungen Helfern aus Nepal, die sich ehrenamtlich für HamriBahini engagieren. Seit einem Jahr stehen sie jedes Wochenende an den Kassen der Supermärkte, werben für die Stofftaschen und sprechen mit den Menschen darüber, wie hoch die Belastung für die Umwelt durch den übermäßigen Konsum von Plastiktüten ist.

VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN, NICHT AUF ANDERE SCHIEBEN

Um das Thema weiter in die Öffentlichkeit zu bringen, startete HamriBahini Anfang 2014 eine neue Kampagne: „No thanks! I carry my own bag!“ (Nein, danke! Ich trage meine eigene Tasche!). Als Auftakt haben einunddreißig junge Nepalesen öffentlich das Versprechen abgelegt, nie wieder eine Plastiktüte zu benutzen, mit dem Ziel, Kathmandu 2015 plastikfrei zu machen.

Rabina Adhikari ist eine der „kleinen Schwestern“. Sie sieht in dieser Kampagne mehr als einfach nur die Verbannung von Plastiktüten: „Die Wiederbenutzung von Beuteln ist für mich nachhaltig. Wir müssen uns Gedanken über die Zukunft machen. Mit unserem Slogan zeigen wir, dass wir die Verantwortung selbst tragen und das Müllproblem nicht einfach den nächsten Generationen überlassen.“ Fragt man Rabina, warum es so schwierig ist, Plastiktüten aus den Geschäften zu verbannen, erhält man die Antwort, dass sich einfach niemand wirklich verantwortlich fühle. „Wenn wir mit einem Verkäufer sprechen und ihm zum Beispiel anbieten, Papiertüten als Alternative zu nutzen, dann sagt er, dass seine Kunden nach Plastikbeuteln fragen und diese kostenlos erwarten. Und wenn wir mit den Kunden reden, dann sagen diese, dass sie nur Plastiktüten bekommen, aber auch andere nehmen würden. Dieses Spiel zieht sich durch alle Ebenen. Selbst die Regierung sagt, sofern die Bürger bereit seien etwas zu tun, würden auch sie handeln.“

GIZ VOR ORT › Die GIZ unterstützt die nepalesische Regierung im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) in den drei Schwerpunkten Nachhaltige Wirtschaftsentwicklung und Handel, Erneuerbare Energien und Energieeffizienz sowie im Gesundheitswesen. 21 Entwicklungshelfern und Entwicklungshelfer sind derzeit in Nepal tätig.

HamriBahini hat den ersten Schritt getan. Die verschiedenen Akteure aus dem privaten und dem öffentlichen Sektor sowie die Zivilgesellschaft werden zusammengebracht. Und durch den weiteren unermüdlichen Einsatz von HamriBahini und seine freiwilligen Helfern wird auch der Kunde an der Kasse bald sagen: „Plastiktüte? Nein, danke!“



Stephanie Wiedner ist Studentin an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg im Masterstudiengang „International Area Studies“ und seit Ende August 2013 als GIZ-Praktikantin bei INCLUDE in Nepal tätig.



Foto: Stephanie Wiedner

› Shilshila Acharya leitet „HamriBahini“.

Frau Acharya, Sie leiten HamriBahini.

Was denken Sie über die Arbeit der Freiwilligen?

„HamriBahini - Die Grünen Engel“ ist ein Sozial-Unternehmen. Wir versuchen, die Beschäftigungsmöglichkeiten für benachteiligte junge Nepalesinnen zu verbessern und gleichzeitig Lösungsansätze für Umweltprobleme in Kathmandu zu bieten. Dies könnte durch das Verbot von Plastiktüten oder das gezielte Sammeln und Recyclen von passieren. Das ist ein Projekt, das gerade noch in seinen Startlöchern steckt. Für diese Projekte haben wir viele hoch motivierte Freiwillige, die etwas bewegen wollen. Dabei finden diese auch sehr viel über sich selbst heraus und entwickeln sich zu starken Persönlichkeiten. Mit ihnen zusammen zu arbeiten, inspiriert mich sehr für meine Arbeit.

Was ist denn das Beste an Ihrer Arbeit?

Immer, wenn ich mit unseren Bahinis (kleinen Schwestern) spreche, also denen, die durch unsere Arbeit einen Job gefunden haben, erzählen sie mir, wie die Arbeit, die die Freiwilligen und ich leisten, ihr Leben verändert hat. HamriBahini zu leiten, ist kein normaler „9 bis 17 Uhr-Job“. Es hilft diesen Menschen wirklich, ein besseres Leben zu haben. Das ist das Beste und ich spüre, der ganze Aufwand hat sich gelohnt. › <http://hamribahini.org>.

NACHHALTIG KONSUMIEREN - ABER WIE?

Sie wollen bewusster konsumieren, aber wissen nicht wie? Wir stellen Ihnen nützliche Webseiten und Produkte vor. Nachhaltigkeit garantiert.

WEBSEITEN

> www.nachhaltiger-warenkorb.de

Egal ob Lebensmittel, Textilien, Kosmetik oder Reisen: Diese Seite des Rats für Nachhaltige Entwicklung hilft Ihnen bei allen Kaufentscheidungen und gibt Tipps rund ums Thema nachhaltiger Konsum.

> www.utopia.de

Nachhaltig einkaufen, aber wo? Auf dem Nachhaltigkeitsportal utopia bekommen Sie nicht nur Tipps zu nachhaltigen Produkten, sondern erfahren auch, wo Sie in Ihrer Stadt nachhaltig shoppen und Essen gehen können.

> www.boost-project.com/de

Fundraising mal anders: Wer seine Lieblings-Onlineshops über die Webseite von boost ansteuert, kann wie gewohnt einkaufen. Aber: Für jeden Einkauf zahlen die Shops eine Prämie, die in gemeinnützige Projekte fließt. Sie können entscheiden, welches Projekt sie fördern wollen – und zahlen keinen Cent mehr.

> www.rankabrand.de

Welche Arbeitsrechte haben die Näherinnen meiner Jeans? Welche Schadstoffe stecken in meinem Computer? Ist mein Mobilfunkanbieter klimafreundlich? Bei Rank a Brand erfahren Sie genau das. Die Seite untersucht Marken auf ihre Transparenz in Sachen Nachhaltigkeit.



© TransFair e. V. / Barbara Dinkelmann

PRODUKTE

© dw-shop



Kleidung aus dem DW-Shop

Schon seit 1976 gibt es den DW-Shop, gegründet von der Deutschen Welthungerhilfe als eigenständige Handelsplattform für handwerkliche Produkte aus Partnerprojekten. Das Angebot umfasst vor allem Kleidung und Kunsthandwerk, vieles davon sind in Handarbeit gefertigte Unikate. Ein Blick auf die Website lohnt sich:

> www.dw-shop.de

La Cortadora

Der Biokaffee „La Cortadora“ stammt von Genossenschaften in El Salvador. Von den Einnahmen werden Bildungs- und Gesundheitsprogramme finanziert und Rücklagen gebildet, die den Bauern helfen, ihre Produktion auszubauen. Inzwischen gibt es den Kaffee in vielen deutschen Supermärkten. Er kann aber auch bei der Import- und Vertriebsorganisation El Puente bestellt werden:

> www.el-puente.de



© El Puente



© gepa

Fußball von der GEPA

Pünktlich zur Weltmeisterschaft bringt die Handelsgesellschaft GEPA einen fair produzierten Fußball auf den Markt – natürlich im Brasilien-Look. Er wird in Pakistan handgenäht, die Näherinnen und Näher erhalten einen gerechten Lohn.

> www.gepa.de



© Kallari

Schokolade von Kallari

Voller Genuss mit gutem Gewissen? Schokolade von Kallari macht's möglich. Kleinbauern verarbeiten ihren Kakao in Ecuadors Hauptstadt Quito selbst – bis zur fertigen Schokolade. In Deutschland ist die Süßigkeit bislang nur in wenigen Fachgeschäften und Weltläden erhältlich. Daher am besten direkt im Onlineshop bestellen:

> www.kallari-eg.de



NEUES AUS DER GIZ

„WELTWÄRTS MIT DER GIZ“

MIT POSITIVER BILANZ

Mehr als 2.600 junge Menschen haben in den vergangenen fünf Jahren über die GIZ am entwicklungspolitischen Freiwilligendienst „weltwärts“ teilgenommen. Mit Rückkehr der im Sommer 2012 entsandten Teilnehmer beendet die GIZ ihre Zusammenarbeit mit dem Programm. Der Freiwilligendienst als solches bleibt bestehen. Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) konzentriert das Programm künftig bei Organisationen der Zivilgesellschaft. Die Erfahrungen mit den Freiwilligen waren nach den Worten von „weltwärts mit der GIZ“-Programmleiter Erwin W. von Wildemann durchweg positiv: „Die allermeisten haben von ihrem Dienst im Ausland profitiert. Ihr Auftreten in den Partnerorganisationen, ihr Engagement unter häufig schwierigen Gegebenheiten, das Leben unter einfachen Bedingungen bei einem Taschengeld von 100 Euro im Monat – das ist immer auch eine Herausforderung gewesen.“ Die GIZ wurde für ihre Präsenz vor Ort, die gute pädagogische Begleitung und den engen Kontakt zur Partnerorganisation gelobt. „Die gute Betreuung wurde unser Markenzeichen, das sich schnell herum sprach, sodass wir bei „weltwärts mit der GIZ“ völlig ohne Werbung auskamen. Auch viele unserer Partnerorganisationen waren begeistert vom Engagement unserer Freiwilligen.“ „weltwärts“ bietet weiterhin jungen Erwachsenen zwischen 18 und 28 Jahren die Möglichkeit, einen sechs bis 24-monatigen Freiwilligeneinsatz in einem Entwicklungs- oder Schwellenland zu leisten. Das „weltwärts“-Sekretariat von „Engagement Global“ ist die zentrale Anlaufstelle für das Programm.

> www.weltwaerts.de



DER ZIVILE FRIEDENSDIENST

(ZFD) NACH REFORM GESTÄRKT

Der ZFD der GIZ ist Teil des staatlich-zivilgesellschaftlichen Gemeinschaftswerks Ziviler Friedensdienst (ZFD), das in diesem Jahr einen zweijährigen intensiven Reformprozess erfolgreich abgeschlossen hat. Die Mitglieder verstehen sich als Lerngemeinschaft, mit gemeinsamen Werten und Prinzipien. Dabei werden die gemeinsamen Ziele aber durchaus auf unterschiedliche Weise verfolgt. Angestoßen hatte den Reformprozess eine Studie aus dem Jahr 2010/2011, die die Erfahrungen seit Entsendung der ersten ZFD-Fachkräfte 1999 ausgewertet hatte. Das neue ZFD-Rahmendokument bildet nun die gemeinsame Grundlage für den Einsatz der Friedensfachkräfte und für ein einheitliches Verständnis der gewünschten Wirkungen, die anhand gemeinsam erarbeiteter Kriterien gemessen werden können.

Mit den inhaltlichen wie organisatorischen Neuerungen stellt sich der ZFD innerhalb der GIZ den neuen Herausforderungen, die das verhältnismäßig junge Gebiet der Friedensförderung und zivilen Konfliktbearbeitung bietet und wird gleichzeitig den Erwartungen des Zuwendungsgebers BMZ sowie der Partner im Land gerecht. Denn „am Konflikt arbeiten“ heißt Verhalten hinterfragen, Dialogkulturen etablieren und zivilgesellschaftliches Engagement stärken – all dies geht nur gemeinsam mit den Menschen in unseren Partnerländern. Wie wichtig dieser Beitrag ist, spiegelt sich auch im Koalitionsvertrag der neuen Bundesregierung wider. Gleich an mehreren Stellen bekennt sich die Politik zur Stärkung ziviler Ansätze der Konfliktbearbeitung und zur Einbindung von zivilen Institutionen – unter anderem dem ZFD – in die Beratung der Außen- und Sicherheitspolitik. | rst

Foto: GIZ/FD/Ulrike Bergmann



› Der Tag der Friedenshelden im Masiye Camp in Simbabwe.

VIelfältiges Engagement

▀ In der letzten Ausgabe hatten wir über eine geplante Onlinebefragung zurückgekehrter Entwicklungshelfer berichtet. Nun liegen die Ergebnisse vor. Nach ihrer Rückkehr setzen sich viele von ihnen auch von Europa aus für eine nachhaltige Entwicklung und eine gerechte Gestaltung der Globalisierung ein. Wie dieses Engagement aussieht und was ihre Motivation ist, das kann die GIZ nun auf der Basis einer Studie beantworten. Befragt wurden zurückgekehrte Entwicklungshelfer der vergangenen zehn Jahre. Jeder vierte von ihnen, insgesamt 750, hat den online-Fragebogen ausgefüllt. Die Studie wurde im Auftrag der GIZ vom UZBONN durchgeführt. Die Auswertung der Fragebögen zeigt, dass 82 Prozent irgendwann in ihrem Leben ehrenamtlich tätig waren, zwei Drittel sind es nach ihrem Einsatz im Entwicklungsdienst. Derzeit als Entwicklungshelfer und der Wertschätzung für diesen Einsatz durch die GIZ messen viele Befragte eine große Bedeutung zu. Genannt werden die Erfahrung mit den Lebensumständen in anderen Teilen der Welt und die Tatsache, dass sie durch den Entwicklungsdienst globale Zusammenhänge erkannt haben. Als wichtigste Motivation für das Engagement nach der Rückkehr nennen die Befragten „Freude an der Tätigkeit“. Gleichzeitig sind sie davon überzeugt, dass sie mit ihrem Engagement einen Beitrag zum interkulturellen Verständnis und zur nachhaltigen Entwicklung leisten können. Ein Drittel der Befragten wünscht sich einen stärkeren Austausch untereinander sowie mit der GIZ. Auf diese Rückmeldung hat die GIZ bereits reagiert. Im Rahmen des Alumniportals Deutschland wurde eine virtuelle Plattform für den Austausch geschaffen. Mehr dazu auf dieser Seite. | evr
 Kontakt > rueckkehr@giz.de

INTERNETPLATTFORM FÜR

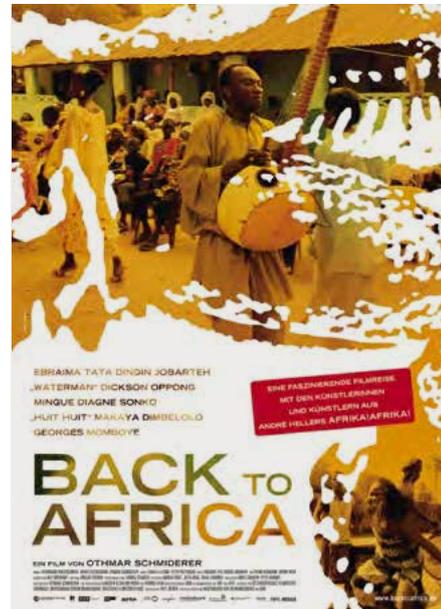
ZURÜCKGEKEHRTE

ENTWICKLUNGSHelfER

▀ Entwicklungshelferinnen und Entwicklungshelfer (EH), die in Kürze zurückkommen oder bereits wieder zurückgekehrt sind, können sich jetzt besser vernetzen. „EH-Netz“, ein virtuelles Netzwerk im Rahmen des Alumniportals Deutschland, ermöglicht den Austausch untereinander und soll den Wiedereinstieg in das Berufs- und Alltagsleben nach dem Auslandseinsatz erleichtern. Es unterstützt außerdem dabei, Erfahrungen und Kompetenzen aus der Einsatzzeit zu nutzen – sei es beruflich oder im gesellschaftlichen Engagement. In Foren können sich zurückgekehrte Entwicklungshelfer und ihre Familien zu diversen Themen austauschen. Außerdem informiert die GIZ hier über Veranstaltungen, Veröffentlichungen und Stellenangebote. Das EH-Netz kann auch bestens genutzt werden, um ehemalige Kollegen wiederzufinden, die man aus den Augen verloren hat. Im Februar wurde über das Portal ein Fotowettbewerb ausgetragen. Gesucht wurden Fotos, die einen Perspektivenwechsel verdeutlichen. Die ersten drei Gewinnerfotos finden Sie in dieser Ausgabe auf Seite 42. Sind Sie zurückgekehrte Entwicklungshelferin oder zurückgekehrter Entwicklungshelfer? Dann würden wir uns freuen, Sie bald als Mitglied des EH-Netzes begrüßen zu dürfen. | evr
 Zum Portal > www.eh-netz.alumniportal.com



BUCH- UND FILMTIPPS



Fotos: Arne Höhne, Presse + Öffentlichkeit



BACK TO AFRICA

Die Show „Afrika! Afrika!“ hat viele tausende Besucher in Deutschland angezogen und wurde begeistert aufgenommen. Aber wohl kaum jemand kennt den Dokumentarfilm von Othmar Schmiderer „Back to Africa“. Das sollte sich ändern, denn, wer die akrobatischen und tänzerischen Höchstleistungen der afrikanischen Künstler und die Musik bewundert hat, den müsste eigentlich interessieren, welchen Hintergrund sie haben, wo sie herkommen und welche Rolle Musik und Tanz in der afrikanischen Gesellschaft spielen.

Der Filmemacher Othmar Schmiderer hat fünf der Künstler in ihre afrikanische Heimat begleitet. Bei den Proben zu „Afrika! Afrika!“ beeindruckte ihn ihre Energie. „In diesem Moment ist mir die Idee gekommen, im Rahmen eines Films dem Ursprung dieser Energie, diesem Lebensgefühl nachzuspüren. Dabei interessierte mich weniger die Show als vielmehr der Hintergrund und das Umfeld der Künstler in ihrer Heimat.“ Mit großem Respekt und Einfühlungsvermögen stellt er die unterschiedlichen Persönlichkeiten und ihre Biografien vor und gibt uns Einblick in das Leben in ihren Heimatländern. Gut gefällt dabei, dass nicht die üblichen Klischees von Elend und Exotik bedient werden, sondern ein selbstbewusstes und engagiertes Afrika gezeigt wird. Und das repräsentieren auch die Künstler selbst. Sie

wollen nicht in Europa leben, sondern in ihren Heimatländern etwas bewirken und verändern, dort als Künstler Perspektiven haben.

Und natürlich fasziniert in dieser Dokumentation die Musik: das Spiel auf der Kora, einer Stegharfe, die genial gespielt wird von Tata Dindin, einem Musiker aus Gambia. Und wer kann beim Rhythmus afrikanischer Trommeln und beim Anblick der Tanzenden noch ruhig sitzen bleiben? Auch diese DVD können Sie diesmal gewinnen. Näheres dazu auf Seite 37. | meh



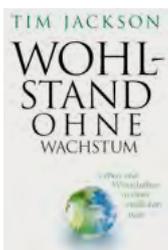
Back to Africa, Buch und Regie: Othmar Schmiderer, Eine Gemeinschaftsproduktion von Langbein & Skalnik Media und Peter Rommel Productions. Die DVD ist im Handel erhältlich. Verleih: Piffl Medien, Boxhagener Str. 18, 10245 Berlin, www.pifflmedien.de Website: > www.backtoafrika.de



WOHLSTAND OHNE

WACHSTUM

„Wachstum infrage zu stellen gilt als Akt von Wahnsinnigen, Idealisten und Revolutionären. Dennoch müssen wir es hinterfragen!“ Unsere Wirtschaftsordnung baut auf ewigem Wachstum auf, das verantwortlich ist für verbesserte Gesundheit, eine erhöhte Lebenserwartung und Wohlstand. Wahr ist aber auch, dass dieser Wohlstand höchst ungleich verteilt ist. Die ärmsten Nationen dieser Welt haben einen enormen Nachholbedarf. Spätestens seit der Klima- oder Finanzkrise geraten die Folgen einer solchen Wirtschaftsweise nun immer mehr in das öffentliche Bewusstsein – und Wirtschaftswachstum in die Kritik. Wie aber kann unsere Ökonomie auf einem endlichen Planeten stetig wachsen? Und trägt ein solches Wachstum nicht zwangsläufig auch die eigene Zerstörung in sich? Für den britischen Ökonomen und ehemaligen Umweltberater der britischen Regierung Tim Jackson hemmt der Wunsch nach stetigem Wachstum unsere Versuche, die Umweltprobleme durch Sparsamkeit, Effizienzgewinne oder technologische Lösungen in den Griff zu bekommen. Eindrucksvoll zeigt Jackson in seinem Buch „Wohlstand ohne Wachstum“ das Dilemma auf, in dem wir stecken: Wachstum ist nicht nachhaltig, die Abkehr von Wachstum hingegen birgt die Gefahr von Instabilität. Wir sind an einem Punkt angekommen, an dem wir über die Strukturen nachdenken müssen, die unserer Ökonomie zugrunde liegen. Denn aus dem Wohlstand, den das Wachstum mit sich gebracht hat, resultiert auch die Verantwortung, alternative Entwicklungspfade zu erforschen. „Wohlstand ohne Wachstum“ sucht aber nicht nur nach ökonomischen Auswegen. Jackson analysiert vielmehr das Wachstumsdogma der Industrieländer und entwickelt die Vision einer Postwachstumsökonomie, in der die Quellen für Nachhaltigkeit und bleibenden Wohlstand erneuert und gestärkt werden. | hu



Tim Jackson:
„Wohlstand ohne Wachstum – Leben und Wirtschaften in einer endlichen Welt“. oekom-Verlag, München 2013, 248 Seiten, 12,95 Euro.



Kofi Annan:
„Ein Leben in Krieg und Frieden“. Deutsche Verlags-Anstalt, München 2013, 464 Seiten, mit Abbildungen, 26,99 Euro.



KOFI ANNAN: EIN LEBEN

IN KRIEG UND FRIEDEN

Kofi Annan hat 40 Jahre lang für die Vereinten Nationen (VN) gearbeitet. Anfang der neunziger Jahre war er für die Friedenssicherungseinsätze zuständig, 1997 wurde er Generalsekretär – der erste aus einem schwarzafrikanischen Land. In seiner Autobiografie zieht er Bilanz. Aufrüttelnd sind Annans Ausführungen über das Massaker von Srebrenica oder den Genozid in Ruanda. In beiden Fällen scheiterten die VN-Einsätze, weil sich die Weltgemeinschaft nicht zu einem beherzten Eingreifen entschließen konnte. Nachdenklich stimmt auch Annans Einschätzung des Verhältnisses zwischen den Vereinten Nationen und den USA als letzte verbliebene Supermacht. Ihm sei als Generalsekretär oft die Rolle eines globalen Dolmetschers zugefallen, welcher der Welt die USA und diesen die Welt erklärte. Gerade mit Blick auf die illegale Invasion in den Irak sei dies aber nahezu unmöglich geworden. Einen Erfolg nennt Annan die Millenniumentwicklungsziele. Nicht, weil diese bereits erreicht worden seien – dazu bedürfe es weiterer Anstrengungen. Aber im Gegensatz zu früheren Versprechen der Armutsbekämpfung sei es erstmals gelungen, dass die VN-Mitgliedsstaaten sich auf konkrete, zeitgebundene und messbare Ziele festgelegt hatten. Ein guter Anfang. Kofi Annans Buch ist der Lebensbericht eines Diplomaten, der in seinem politischen Handeln stets realistisch geblieben ist, ohne jemals seine Vision von einer besseren Welt aufzugeben. Sein Credo lautete immer, die Vereinten Nationen sollten nicht in erster Linie den Interessen ihrer Mitgliedsstaaten, sondern den Menschen dienen. In seiner brillant geschriebenen Autobiografie führt er dem Leser eindrücklich vor Augen, welche diplomatische Kraftakte das erfordert. | ak

Sie können die vorgestellten Bücher und die DVD gewinnen. Senden Sie eine E-Mail an: > nah-dran@giz.de oder eine Postkarte an: GIZ, Redaktion nah dran, Friedrich-Ebert-Allee 40, 53113 Bonn. Vergessen Sie nicht anzugeben, was Sie gewinnen möchten! Einsendeschluss ist der 20. Juni 2014. Alle Einsendungen nehmen teil, der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



Foto: privat

Medienberatung in Togo

Die GIZ sucht Entwicklungshelfer, die lokale Medien in Togo beraten. Worum geht es dabei und was sollte man für diese Aufgabe mitbringen? Entwicklungshelferin Liesa Naumann kennt diese Arbeit aus eigener Erfahrung.

Was sind Ihre Aufgaben als Entwicklungshelferin und welche Kenntnisse und Erfahrungen mussten Sie dafür mitbringen?

Nach mehreren Jahren als Beraterin eines Journalistennetzwerks im Norden Togos unterstütze ich seit einem Jahr im Rahmen des Dezentralisierungsprogramms der GIZ lokale Medien. Dabei geht es zum Beispiel darum, mit interaktiven Radiosendungen Themen des aktuellen Dezentralisierungsprozesses, wie beispielsweise die Erstellung des Kommunalbudgets, den Hörern nahe zu bringen. Durch die Schulung der Lokaljournalisten soll die Berichterstattung verbessert und die Bevölkerung in die Lage versetzt werden, sich aktiv an der Entwicklung ihrer Kommune zu beteiligen. Wichtig ist auch die Verbesserung der oft konfliktbeladenen Beziehung zwischen Lokalpolitikern, den Medien und der Bevölkerung. Es hat mir sehr geholfen, dass ich Kenntnisse und Erfahrung in der Beratung hatte. Man muss auch bereit sein, sich in unbekannte Themen einzuarbeiten. Ideal wären zusätzliche Erfahrungen auf kommunaler Ebene im Bereich Bürgerbeteiligung. Am Wichtigsten ist aber sicherlich die Offenheit gegenüber anderen Kulturen und die Bereitschaft neue, ungewöhnliche Wege zu gehen.

Was hat Ihnen an Ihrer Arbeit besonders gefallen und welche Herausforderungen mussten Sie meistern?

Besonders interessant und bereichernd fand ich den Austausch und die Zusammenarbeit mit den verschiedenen Partnern – den Lokalmedien, dem Pressehaus, aber auch den Lokalpolitikern sowie den zahlreichen Nichtregierungsorganisationen. Hier ist man als Entwicklungshelferin wirklich „nah an der Basis“ und somit an der afrikanischen Realität und lernt tagtäglich viel dazu – sei es thematisch oder auch zwischenmenschlich!

Gerade diese Realitätsnähe kann jedoch auch zur Herausforderung werden und es ist nicht immer einfach, die Interessen der lokalen Organisationen mit den Zielen des Programms zu vereinbaren.

Wie ist das Leben als Entwicklungshelferin in Togo?

Man wird als Deutscher sehr freundlich in Togo aufgenommen – trotz oder – aus meiner Sicht bemerkenswert – wegen der Kolonialvergangenheit. Diese „Deutschenfreundlichkeit“ fällt mir immer wieder auf und unterscheidet Togo von seinen Nachbarländern. Landschaftlich ist Togo sehr schön und hat eine große Diversität an Flora und Fauna zu bieten. Das Land hat aber bei weitem noch nicht dieselbe touristische Infrastruktur wie die Nachbarländer. Togoer sind weitaus weniger stolz auf ihr Land und weniger selbstbewusst als andere Afrikaner, was sich durchaus auch auf das tägliche Leben und die Arbeit auswirkt.

Was raten Sie jemandem, der sich als Entwicklungshelfer für Togo bewerben möchte?

„Klein, aber fein“ – Togo kann nicht mit großen Sehenswürdigkeiten prahlen, seine Besonderheit liegt im Kleinen – daher sollte man sich an der schönen Natur und den freundlichen Menschen freuen können. Neben der fachlichen Qualifikation ist meiner Meinung nach die interkulturelle Sensibilität sehr wichtig, auch wenn Togoer sehr kulant sind und einen Fauxpas schnell verzeihen.

.....

Liesa Naumann hat BWL und Europawissenschaften (European Studies) studiert. Seit 2010 ist sie Entwicklungshelferin in Togo. Sie unterstützte dort zunächst ein Journalistennetzwerk und inzwischen verschiedene lokale Medien.



ZUKUNFT GESTALTEN

Als Bundesunternehmen unterstützt die GIZ die Bundesregierung dabei, ihre Ziele in der internationalen Zusammenarbeit für nachhaltige Entwicklung zu erreichen. Mit der Entsendung von qualifizierten Fachkräften als Entwicklungshelferinnen und Entwicklungshelfer leistet die GIZ einen Beitrag zur dauerhaften Verbesserung der Lebensbedingungen der Menschen vor Ort.

Die GIZ sucht für einen Einsatz als Entwicklungshelfer/ in am Standort Sokodé in Togo eine Sozialwissenschaftlerin oder einen Kommunikationswissenschaftler als

BERATER/-IN FÜR ZIVILGESELLSCHAFTLICHE ORGANISATIONEN UND LOKALRADIOS

JOB-ID: 10197

Das GIZ-Programm Good Governance / Dezentralisierung unterstützt in Togo in drei Städten Kommunalverwaltungen bei einer verbesserten Bürgerorientierung. Partnerorganisation ist das Netzwerk zivilgesellschaftlicher Organisationen (ZGO) in der Zentralregion (RESODERC).

Ihre Aufgaben:

- › Sie beraten zivilgesellschaftliche Organisationen und Lokalradios zu politischer Teilhabe und Beteiligung an Gemeindeprojekten.
- › Sie fördern den Dialog zwischen kommunalen und zivilgesellschaftlichen Akteuren.
- › Sie begleiten Lernprozesse und unterstützen die Verwertung guter Beispiele (good practices).
- › Sie gestalten Fortbildungsmaßnahmen in den Bereichen Dezentralisierung und Bürgerbeteiligung mit.

Ihr Profil: Sie haben Erfahrung in der Beratung zivilgesellschaftlicher Organisationen und profunde Kenntnisse im Themenbereich Bürgerbeteiligung sowie gute Kenntnisse im Bereich Dezentralisierung und kommunale Entwicklung. Sie verfügen über Interkulturelle Kompetenz und Sensibilität, Moderationserfahrung bezüglich der Aushandlung von Interessen und gute Französischkenntnisse.

UNSER ANGEBOT

Wir bieten Ihnen eine Mitarbeit in einem zukunftsorientierten, weltweit tätigen Unternehmen. Als Entwicklungshelfer sind Sie Teil eines interdisziplinären Teams vor Ort. Der Entwicklungsdienst der GIZ bietet ein umfangreiches Leistungspaket. Ihre Vertragslaufzeit beträgt mindestens zwei Jahre.

Die GIZ sucht für einen Einsatz als Entwicklungshelfer/ in am Standort Meiganga in Kamerun einen Sozialpädagogen (oder verwandte Berufsbereiche) als

BERATER/IN DER SCHULE FÜR BERGBAUINGENIEURE UND GEOLOGIE

JOB-ID: 12908

Die Schule für Geologie und Bergbau ist Teil der Bergbauakademie, die im Rahmen des regionalen GIZ-Programms REMAP (Renforcement de la Gouvernance dans le secteur des Matières Premières) zu einem verantwortlichen Umgang mit Rohstoffen beitragen will.

Ihre Aufgaben:

- › Sie bauen Kooperationen und Netzwerke mit anderen Bildungsinstituten und Bergbauunternehmen aus und fördern den Austausch von Lehrpersonal und Studenten sowie die Organisation von Praktika.
- › Sie unterstützen die Schule im Bereich Fundraising.
- › Sie entwickeln gemeinsam mit den kamerunischen Kollegen angepasste Konzepte zur Lehrerfortbildung (Pädagogik und Didaktik).
- › Sie verbessern das Qualitätsmanagement der Schule.

Ihr Profil: Sie verfügen über praxisbezogene Erfahrungen im Bereich Netzwerkarbeit und (Hoch-)Schulkooperationen sowie im Fundraising und haben praktische Unterrichtserfahrung. Sie haben sehr gute Französisch- sowie gute Englischkenntnisse und eine hohe Kommunikationskompetenz sowie ausgeprägten Teamgeist. Wünschenswert wären auch Geologiekenntnisse.

Weitere Informationen:

Petra Feih, Tel. 0228 / 4460 1096

› Petra.Feih@giz.de

Bitte bewerben Sie sich über unseren Online-Stellenmarkt:

› www.giz.de/Entwicklungsdienst/de/html/1704.html



Fairtrade boomt

VOM FREIWILLIGEN ENGAGEMENT BIS ZUR BERUFSPERSPEKTIVE – DER FAIRE HANDEL BIETET VIELE MÖGLICHKEITEN

Während ihres Einsatzes als Entwicklungshelferin in Honduras engagierte sich die Autorin unter anderem für die Vermarktung von Kakao im Fairen Handel. Nach ihrer Rückkehr setzte sie sich in Deutschland bei TransFair weiter für die gute Sache ein.

TEXT > KATHRIN BREMER

Von 2007 bis 2008 war ich als Entwicklungshelferin in Honduras. Dort beriet ich die Umweltschutzorganisation Asociación Patuca, deren Hauptaufgabe es ist, den Nationalpark Patuca im Süden des Landes zu schützen. In den Gemeinden des Nationalparks sorgt die Organisation für die Wiederaufforstung gerodeter Gebiete und kümmert sich um sicheres Trinkwasser. Mit ihrem Beitrag verbessert die Asociación Patuca die Lebensbedingungen der dort lebenden Familien: Indem die Organisation sie im Anbau von Kakao schult, schafft sie zudem neue Einkommensmöglichkeiten.

Während meines Einsatzes vor Ort kam mir die Idee, den Kakao für den Fairen Handel zertifizieren zu lassen. Schon in Honduras wuchs der Gedanke, dieses Projekt auch in Deutschland weiterzuverfolgen. Kurz nach meiner Rückkehr nahm ich bei dem Verein TransFair e.V. eine Stelle als Kampagnenleiterin an. Ich hatte vorher bereits bei der Gesellschaft für bedrohte Völker und der Welthungerhilfe Kampagnenarbeit gemacht. Diesen fachlichen Hintergrund und meine Erfahrungen aus Honduras konnte ich fünf Jahre lang bei TransFair e.V. sehr gut einsetzen.

FAIRER HANDEL: WAS IST DAS?

Die Geschichte des Fairen Handels in Europa ist ungefähr 40 Jahre alt. In Deutschland erfreuen sich fair gehandelte Produkte heutzutage großer Nachfrage: Mittlerweile gibt es in Deutschland 800 Weltläden und fair gehandelte Waren sind in über 36.000 Supermärkten sowie rund 18.000 gastronomischen Einrichtungen zu bekommen. Mit der rasanten Entwicklung in den letzten Jahren sind auch zahlreiche neue Jobs entstanden. Auch ehrenamtliches Engagement hat einen hohen Stellenwert in der Branche und führt nicht selten zu festen Arbeitsverträgen.

Der Faire Handel ist aus ethisch-christlichen Motiven heraus entstanden mit dem Grundgedanken, dass internationaler Handel auch den Produzenten die Grundlage für ein menschenwürdiges Leben ermöglichen sollte. In der Praxis bedeutet das, Kleinbauern und Arbeiter in den Entwicklungsländern zu fördern und ihre Position auf dem Weltmarkt zu verbessern. Allein in den letzten sieben Jahren hat sich der Verkauf fair gehandelter Produkte weltweit verzehnfacht auf die Summe

von jährlich 5 Milliarden Euro - Tendenz steigend. In Deutschland konnten seit 2004 die Umsätze mit dem Fairtrade-Siegel von 50 Mio. EUR auf über 500 Mio. EUR gesteigert werden. Das weltweit bekannteste Siegel für Fairen Handel ist das Fairtrade-Siegel. Das Fairtrade-System besteht aus drei unabhängigen Organisationseinheiten:

FLO e.V. – Fairtrade International mit Sitz in Bonn. Kernaufgabe ist die Erstellung der internationalen Fairtrade-Standards und die Unterstützung der Produzenten. Die Zertifizierungsgesellschaft FLO-CERT GmbH, ebenfalls mit Sitz in Bonn, stellt sicher, dass die Produkte mit dem Fairtrade-Siegel nach den internationalen FLO-Standards produziert und gehandelt werden. In 23 Ländern weltweit gibt es sogenannte nationale Siegelinitiativen. Dies sind zum Beispiel Fairtrade Foundation in Großbritannien, Max Havelaar Belgien und in Deutschland: TransFair e.V. mit Sitz in Köln.

WELCHE TÄTIGKEITSFELDER BIETET DER FAIRE HANDEL?

Ohne die vielen tausend Menschen, die sich zum Beispiel in den Weltläden engagieren, wäre der Faire Handel nicht so erfolgreich geworden. Viele der ehemaligen Ehrenamtlichen haben mittlerweile auch ihren Beruf im Fairen Handel gefunden. Der Faire Handel bietet besondere Möglichkeiten für soziales und politisches Engagement, denn er verbindet die theoretische Auseinandersetzung mit praktischen Handlungsalternativen. Die Tätigkeiten bei den verschiedenen Organisationen reichen von klassischer Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, entwicklungspolitischer Bildungsarbeit über Kampagnenarbeit bis zum Marketing und zur Großkundenbetreuung (Key Account Management).

Bei FLO e.V. nennen sich die Abteilungen zum Beispiel „Strategy and Police Unit“, „Product Management“ oder „Key Account Management“. Bürosprache in beiden Organisationen ist Englisch. Alleine bei FLO e.V. arbeiten mittlerweile über 100 Mitarbeiter in der Bonner Zentrale. Zudem weltweit ein Team von sogenannten Liaison Officer. Für Flo-Cert sind neben den Bonner Mitarbeitern über 80 Auditoren in 50 Ländern unterwegs. Im TransFair-Büro arbeiten 36 Angestellte in den Abteilungen Öffentlichkeitsarbeit & Kampagnen, Marketing und Verwaltung.

Im Fairen Handel gibt es mittlerweile vielfältigste Stellenprofile, die Grundausbildung spielt häufig eine untergeordnete Rolle. Interkulturelle Kompetenz und sprachliche Fähigkeiten sind hingegen sehr häufig gefragte Qualifikationen. Insbesondere, wenn es um Jobs im Ausland geht: Fairtrade-Berater unterstützen die

„Die Arbeit für den Fairen Handel ist für mich eine wunderbare Verknüpfung zwischen „Hilfe zur Selbsthilfe“ in den Ländern des Südens und Handlungsoptionen in den Industriestaaten.“

Organisationen vor Ort. Und unabhängige Inspektoren kontrollieren auf allen Ebenen, dass die gesiegelten Produkte den Fairtrade-Standards entsprechen, und die Mehreinnahmen auch wirklich den Produzentenorganisationen in den Entwicklungsländern zufließen.

Ehrenamtliche betreiben Weltläden, organisieren Verkaufsaktionen, leisten Bildungsarbeit, sind Mitgestalter der (Entwicklungs-) Politik ihrer Kommunen und erarbeiten sich so notwendige Qualifikationen für das Berufsleben. Auch als Fairtrade-Multiplikator bereitet man sich selber inhaltlich und methodisch durch Präsentationen und



Vorträge auf spätere hauptamtliche Tätigkeiten vor. Mit der Kampagne Fairtrade Towns gibt es eine weitere Möglichkeit für einen ehrenamtlichen Einstieg. Fünf Kriterien müssen erfüllt sein, damit sich eine Kommune so nennen darf. In der Regel beginnt der Prozess mit Gründung einer Steuerungsgruppe. Als Initiator einer Fairtrade-Stadt erschließt man sich einen Zugang zum Fairen Handel und kann zudem wichtige Kontakte in die Politik, den Handel und die Zivilgesellschaft schließen.

Weitere Informationen zum Fairen Handel, dem Fairtrade-Siegel und der Kampagne Fairtrade Towns:

> www.fairtrade-deutschland.de

> www.fairtrade.net

> www.flo-cert.net

> www.fairtrade-towns.de



Kathrin Bremer war 2007 bis 2008 Entwicklungshelferin in Honduras und leitete von 2008 bis 2013 die Kampagne Fairtrade Towns des TransFair e.V. Deutschland. Heute engagiert sie sich in Spanien für den Fairen Handel.

FOTOWETTBEWERB:

Perspektivwechsel

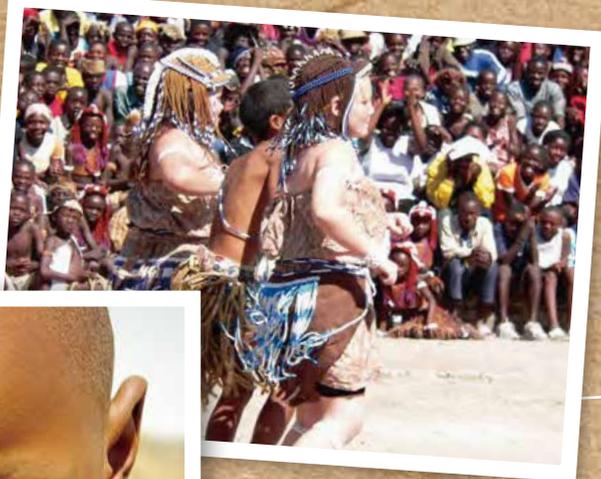
▲ Ehemalige Entwicklungshelferinnen und Entwicklungshelfer waren aufgerufen, Fotos an den GIZ-Entwicklungsdienst zu senden, die sie entweder in ihrer Zeit im Partnerland oder nach der Rückkehr gemacht haben. Das Thema des Fotowettbewerbs war der Perspektivwechsel.

Der Einsatz als Entwicklungshelfer bringt zweifelsohne einen Perspektivwechsel mit sich, der einen auch dann noch beeinflusst, wenn man wieder zurück in Deutschland/Europa ist. Mögliche Fragestellungen waren: Wie verändert sich der Blick auf die fremde und die eigene Kultur? Welche Menschen und Orte habe ich kennengelernt, die mich geprägt haben? Welche Erfahrungen und Beziehungen haben mich zum Nachdenken und Umdenken bewegt?

Die Einsendungen geben einen kleinen Einblick, was Perspektivwechsel bedeuten kann. Die Auswahl fiel der Jury nicht leicht, aber sie hat schließlich acht Gewinnerfotos ausgewählt. Wir zeigen Ihnen hier die ersten drei.

1. Platz: Point of View Jana Wegmann

Dieses Foto ist eines meiner Lieblingsbilder aus meiner Zeit in Mosambik. Es entstand 2013 in Ort Inhassoro in der Provinz Inhambane in Mosambik. Es hat mich schon immer fasziniert, wie Frauen vor Ort die unterschiedlichsten, auch sehr schweren Gegenstände auf dem Kopf transportieren. Der Fernseher, eigentlich ein Gerät, welches Bilder übermitteln soll, aber in diesem Fall ist er ... auf den Kopf gestellt?



3. Platz: Generation Post Apartheid Wolfgang Adamek

Das Foto wurde 2005 in Rundu, Namibia aufgenommen. Jährlich findet dort ein großes, mehrtägiges Cultural Dance-Festival statt, bei dem unzählige Tanzgruppen aus der Region um den Preis der besten Cultural Dance-Darbietung konkurrieren. Das Foto zeigt ein Trio aus der Schülertanzgruppe einer Secondary School. Beeindruckend mit welcher Selbstverständlichkeit die beiden weißen Mädchen, 15 Jahre nach dem Ende der Apartheid, das kulturelle Erbe ihrer Heimatregion als ein gemeinsames verstehen. Und auch das Publikum scheint begeistert. Wenn da kein Perspektivwechsel stattgefunden hat.

2. Platz: Augenblick

Johannes Laufs

Begegnung mit einem kleinen Mädchen im Norden Namibias. Der Augenblick, hier von der Kamera eingefangen, ist die Blickbegegnung, die realisieren lässt, dass man nicht nur Beobachter sondern auch Beobachteter ist. Entstanden ist die Aufnahme im Jahr 2009 in einem Dorf der Himba, während meines ersten Arbeitsaufenthaltes in Namibia. Es verbildlicht noch heute meinen innerlichen Perspektivwechsel.





Foto: GIZ/Dirk Ostermeier



REZEpte

EIN KULINARISCHER REGENBOGEN

TEXT > BERND KUBISCH Der Anlass ist ein trauriger, doch wenn jedes Jahr am 1. November die Guatemalteken ihrer verstorbenen Angehörigen gedenken, ist zumindest für das leibliche Wohl gesorgt. Denn Allerheiligen ist auch der Tag des Fiambre, einer Spezialität, die oft aus mehr als 50 verschiedenen Gemüse- und Wurstsorten besteht. Entstanden ist dieser kulinarische Regenbogen Guatemalas, als jede Familie ihre eigenen Zutaten zum Gedenktag auf den Friedhof mitbrachte und mit den anderen Trauernden teilte. Aus der Ernährungswelt Guatemalas stammt das Gemüse, die spanischen Eroberer lieferten die Wurst.

Zutaten für 4 Personen:

- > 1 Blumenkohl
- > 8 Karotten
- > 1 kg grüne Bohnen
- > 2 mittelgroße Zucchini
- > 6 Rote Beten
- > 10 Hähnchenbrustfilets
- > 6 schwarze Chorizos (Paprikawürste)
- > 6 Longanizas (Schweinewürste)
- > 6 Bratwürste
- > 1 kg Schweinelende
- > gefüllte Oliven
- > eingelegte Zwiebeln aus dem Glas
- > Tomaten
- > Zwiebeln
- > frischer Koriander
- > Essig, Salz, Zucker
- > 3 abgekochte Eier
- > eingelegter Spargel
- > eingelegte Paprika

Zubereitung:

Das Gemüse waschen, schälen und getrennt in Salzwasser kochen. Danach in kleine Würfel schneiden. Die Hähnchenbrustfilets in Wasser kochen; für den Geschmack Tomaten, Zwiebeln, frischen Koriander und Salz mit hineingeben. Hähnchenbrustfilets danach in je 3 bis 4 Stücke schneiden. Würste abkochen und in Scheiben schneiden. Die Schweinelende mit Tomaten, Zwiebeln, frischem Koriander und Salz kochen und in mittelgroße Stücke schneiden. 2 Liter kaltes Wasser nach und nach mit Zucker (ca. 6 bis 8 EL), Essig (ca. 2 Tassen) und etwas Salz vermischen; die Mischung sollte weder sauer noch süß schmecken. Gemüse, Hähnchenbrust, Würste und Schweinelende in die vorbereitete Wasser-Essig-Mischung geben und vermengen. Gefüllte Oliven und eingelegte Zwiebeln hinzugeben. Die Mischung kalt stellen und einen Tag durchziehen lassen. Am nächsten Tag den Saft abgießen und den Fiambre in einer Salatschüssel anrichten. Dekorieren mit Paprika (in Streifen geschnitten), Spargel und Eiern (in Scheiben geschnitten).

IMPRESSUM

Herausgeber:

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Sitz der Gesellschaft:

- Friedrich-Ebert-Allee 40, 53113 Bonn
- Dag-Hammarskjöld-Weg 1-5, 65760 Eschborn

Redaktion: Marion Frank (V.i.S.d.P.), Maria Ehrke-Hurtado (meh, Chefin vom Dienst), Jörn Leonhardt (jle), Detlev Tenzer (ten), Hannes Utescher (hu). Mit Beiträgen von Alexander Koecher (ak), Elisabeth von Ritter (evr) und Romy Stanzel (rst).

E-Mail: nah-dran@giz.de

Internet: www.giz.de/nah-dran

Gestaltung und Lithographie:

neues handeln GmbH, www.neueshandeln.de

Druck: SZ Offsetdruck-Verlag GmbH, www.sz-druck.de

Fragen zum Abonnement: melanie.reuss@giz.de

Kartenmaterial: GIZ

Länder-Infos: www.auswaertiges-amt.de

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die persönliche Meinung der Autoren wieder.

Fotos: Titelbild: [mediam / photocase.com](http://mediam/photocase.com); falls nicht anders angegeben www.shutterstock.com

Bonn, Mai 2014

Gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier

Platzhalter
FSC-Siegel

Mehr Informationen finden Sie im Internet:

> www.giz.de/entwicklungsdienst

Das Titelthema des nächsten Heftes:

KLIMAWANDEL

