

KURZ NOTIERT

von Ariane Grubauer

Die Autorin ist Absolventin des MA-Studiengangs Southeast Asian Studies und Lehrbeauftragte an der Universität Passau.

Einblicke in den indonesischen Arbeitsmarkt

Am 1.1.2013 waren in Indonesien die gesetzlichen Mindestlöhne angehoben worden – landesweit stieg der Satz durchschnittlich um 18 Prozent, in der Hauptstadt Jakarta sogar um 44 Prozent. Während dies die Beschäftigten freuen dürfte, bleibt die generelle Situation am Arbeitsmarkt kritisch. Zwar liegt die Arbeitslosenquote bei nur etwa sechs Prozent, doch da sich viele Indonesier mit Arbeit im informellen Sektor über Wasser halten müsse diese Zahl laut Experten deutlich nach oben

korrigiert werden. Auch bleibt trotz der Anhebung des Mindestlohns das Lohnniveau insgesamt niedrig; in vielen Regionen liegt der monatliche Verdienst eines Arbeiters immer noch bei nur 70 bis 80 Euro. Dies macht Indonesien weiterhin zu einem beliebten Investitionsland ausländischer Fertigungsunternehmen, insbesondere aus der Bekleidungs- und Schuhindustrie.

Ein wesentlicher Unsicherheitsfaktor für indonesische Arbeitnehmer ist, dass Unterneh-

men oft nur auf Basis von Zeit- oder *Freelance*-Verträgen einstellen. Hierzu trägt sicherlich auch das indonesische Arbeitsrecht bei, welches Kündigungen kompliziert und kostspielig macht. Für festangestellte Arbeitnehmer allerdings konnten die gut organisierten Gewerkschaften klare Arbeitszeit-, Vergütungs- und Kündigungsregeln erstreiten.

GTAI 15.5.2013

Ramadan-Apps erleichtern das Fasten

Vom 10. Juli bis zum 8. August begingen mehr als 200 Millionen indonesische Muslime den Fastenmonat Ramadan. Findige Softwareentwickler haben clevere Geschäftsideen entwickelt, um diese Zeit der Besinnung, des Fastens und Betens für gläubige Muslime möglichst komfortabel zu gestalten. Die nationale Telefongesellschaft Indonesiens *Telkomsel* beispielsweise bietet in der kostenlosen App *Telkomsel Ibadah* umfassende Informationen

zum Ramadan und zur Pilgerfahrt nach Mekka.

Auch globale Anbieter wie Google und Apple lassen sich nicht lumpen: ihre Angebote, die von Erinnerungen an Zeiten für Gebet und Fastenbrechen, über Kalkulation der Almosensteuer *Zakat* bis hin zu Ernährungstipps während des Fastenmonats reichen, werden auch von technikaffinen Muslimen in Südostasien begeistert angenommen. Während viele dieser Angebote nicht in

indonesischer Sprache verfügbar sind, hat der Internetgigant *Yahoo!* auf seinen malaysischen und indonesischen Portalen eigene Micro-Websites speziell zum Ramadan eingerichtet. »Wir haben individuelle, selbst erstellte Inhalte, zum Beispiel Rezepte und Artikel, die den ganzen Monat über abgerufen werden können«, wirbt der Direktor von *Yahoo! Malaysia*.

Republika Online 24.7.2013

The Wall Street Journal Indonesia 22.7.2013

Zertifizierung: Segen oder Fluch?

Als die Bauern aus Kebumen (Zentraljava) im Jahr 2009 ihr Holz als nachhaltig zertifizieren ließen, war dies Anlass zu zahlreichen Feiern der Dorfgemeinschaft und brachte sogar positive Aufmerksamkeit in der internationalen Presse. Heute, vier Jahre später, sieht das Bild nicht mehr so rosig aus: Die Zertifizierungsstandards sind sehr streng und stehen teilweise im Konflikt mit der traditionellen lokalen Landwirtschaft und althergebrachten Prinzipien wirtschaftlicher Entscheidungsfindung.

Traditionell kultivierten die Bauern von Kebumen neben der Holzwirtschaft hauptsächlich verschiedene Agrarprodukte wie Reis und Tapioka für Subsistenzzwecke. Bäume wurden dann gefällt, wenn größere Ausgaben anstanden, zum Beispiel die Schulgebühren eines Kindes. Heute bedroht die einseitige Konzentration auf den Holzanbau nicht nur das ökologische Gleichgewicht; um als »nachhaltig« zertifiziert zu werden, dürfen die Bäume nicht vor einer Wachstumsperiode von 30 Jahren geschlagen werden –

eine Anforderung, die das traditionelle Prinzip von *tebang butuh* (etwa: »falle, wenn du Geld brauchst«) herausfordert. Kebumen ist kein Einzelfall – auch aus anderen Landesteilen werden kritische Stimmen laut. Kritiker fordern deshalb, dass Zertifizierungen nicht nur ein Mittel der Holzindustrie sein dürfe, ein »grünes Image« aufzubauen, sondern dass die Bedürfnisse der Bauern in diesem System adäquat berücksichtigt werden müssten.

Inside Indonesia 20.5.2013