

Organischer Landbau von organisierten Landbauern

Graswurzelninitiativen im Alternativen Handel in Negros

von **Raymundo G. Tenefrancia**

Die Geschichte des philippinischen Alternativen Handels begann auf der Insel Negros, die im mittleren Teil des Landes, der Inselgruppe Visayas, liegt.

Negros kann nach wie vor als Zuckerhut des Landes bezeichnet werden, weil hier Zuckerproduktion im großen Stil betrieben wird. Fischerei und Bergbau spielen ebenfalls eine große Rolle. Andere Industriezweige sind: Krabbenzucht, die Abfüllung von Spirituosen und Konserven sowie die Produktion von Textilien und Keramik. Wichtige Anbauprodukte neben dem Zucker sind Reis, Mais, Kokosnüsse, Früchte, Blatt- und Knollengemüse. Obwohl das Land mit Kupfer, Gold, Kalkstein, Kieselerde, Gips und Eisen reich an natürlichen Ressourcen ist, verbringt die Mehrheit der Bevölkerung ihr Leben in Armut. Reiche gibt es nur wenige, aber sie besitzen den Großteil des Landes auf Negros und gehören zur Staatselite.

Britisches Kapital machte aus Negros bereits im 19. Jahrhundert eine einzige weitläufige Zuckerplantage, um den Zuckerbedarf Europas zu decken. Zu Beginn des letzten Jahrhunderts wurde dann mit amerikanischem Kapital die moderne Zuckerindustrie aufgebaut.

Volksbewegungen in Negros

Die Volksbewegung von Negros war seit der spanischen Kolonialzeit militant, und sie blieb es durch die amerikanische und japanische Besatzungszeit. In den späten 1970er-Jahren nahm der organisierte Widerstand auf dem Lande massiv zu —

als Reaktion auf die repressive Marcos-Diktatur.

Im Februar 1986 demonstrierte das philippinische Volk seine kollektive Stärke und fegte die Marcos-Diktatur hinweg. Corazon Aquino übernahm die Macht — große Hoffnungen auf Reformen wurden in ihre Regierung gesetzt. Sie verspielte jedoch ihren Kredit und büßte dabei den Respekt ein, der ihrer Regierung international entgegengebracht worden war. Sie brach ihre Versprechungen, eine umfassende Landreform durchzusetzen und Staatsschulden nicht anzuerkennen. Das schließlich verabschiedete Landreformgesetz war zugunsten der *Landlords* und der großen Unternehmen manipuliert worden.

Dennoch bewirkte die EDSA-Revolution einen beispiellosen Aufschwung der Nichtregierungs- und Volks-Organisationen. Diese und auch Selbsthilfegruppen sind seitdem sowohl im städtischen wie im ländlichen Bereich sehr aktiv.

1986 war allerdings für Negros eine besonders schwere Zeit, da die Zuckerkrise ihren Höhepunkt erreicht hatte.

Der Zusammenbruch der Zuckerindustrie wirkte sich verheerend aus. Am schwersten waren die Zuckerrohr-Arbeiter/innen betroffen, insbesondere die *Sacadas* — Migrant/innen von den benachbarten Inseln, die keine andere Verdienstmöglichkeit hatten, als sich auf den Zuckerplantagen von Negros zu verdienen. Die *Landlords* zahlten diesen

Beinahe-Sklaven keinen angemessenen Lohn.

Als der Zuckerpreis gesunken war, gaben die Landbesitzer jene Teile ihres Landes auf, in denen der Zuckerrohranbau keinen Gewinn mehr brachte. Das bewegte die Nation. Hilfskampagnen der Medien sowie der überwiegend konservativen Obrigkeit der katholischen Kirche lösten eine Welle der Anteilnahme aus.

Die organisierte Bauernbewegung besetzte Teile des aufgegebenen Landes, um darauf Feldfrüchte für den Eigenbedarf anzubauen. Sie erregten internationale Aufmerksamkeit und erhielten finanzielle Unterstützung. NGOs und Hilfsorganisationen aller Schattierungen unterstützen die Anstrengungen dieser Graswurzelnbewegung.

Die Regierung Aquino entsandte schließlich Militäreinheiten auf die Insel, um Aufstände niederzuschlagen. Sie vertrieben zahlreiche Menschen aus den abgelegenen Gemeinden. Als der Zuckerpreis auf dem Weltmarkt später zu steigen begann, entrissen die Zuckerbarone den Arbeiter/innen das besetzte Land wieder — unterstützt durch das Militär und paramilitärische Einheiten (*Vigilantes*).

Unter den in Negros engagierten Hilfsorganisationen war das *Japan Committee for Philippine Concern*

*Der vorliegende Artikel ist eine gekürzte Fassung. Der englische Originaltext ist dem *asian exchange*, Vol. 15, Nr. 1&2, 1999 entnommen.*

(JCPC), das von ihm gebildete *Committee for Negros Campaign* (JCNC) sowie das *Negros Relief Rehabilitation Center* (NRRRC). Sie unterstützten jene Gemeinschaften, die Opfer der massiven Militarisierung und Bombardierungen geworden waren.

JCNC und NRRRC stellten jedoch fest, dass eine Unterstützung allein in Form von Hilfszahlungen und Entschädigungen nicht ausreichte. Also nahmen sie Gespräche mit verschiedenen Partnern auf, um nach besseren und nachhaltigeren Lösungen zu suchen. Diese Gespräche führten zu einem unkonventionellen Entwicklungsansatz: »Handel statt Hilfe« sollte in den sich neu bildenden Gemeinschaften zum Tragen kommen. Die Idee dahinter war, gemeinsame Handelsbeziehungen zu wagen, um so die Partnerschaft mit den Basisorganisationen von Negros aufrecht zu erhalten.

1987 wurde die Alternativhandels-gesellschaft *Alter Trade Corporation* (ATC) gegründet, deren Aufgabe es war, den Markt für verschiedene ländliche Produkte zu bereiten — mit den Mitteln des alternativen Handels und Marketings. 1989 rief das JCNC *Alter Trade Japan* (ATJ) ins Leben, um die aus Negros importierten Güter auf den Markt zu bringen. Der seit 1986 in Negros aktive Friedens- und Entwicklungsrat (NCPD) fungierte als eine regionale Dachorganisation für NGOs, Kooperativen und lokale Gruppen. Er diente dazu, die verschiedenen Programme und Dienstleistungen der einzelnen NGOs und Basisorganisationen bekannt zu machen und zu bündeln.

Mission und Philosophie

Alter Trade ist ein alternatives Wirtschaftsunternehmen, das sich der Aufgabe verschrieben hat, eine nachhaltige, systematische, gerechte, humane und umweltfreundliche Entwicklung zu fördern.

»Alternativ« bedeutet die bewusste solidarische Entscheidung zugunsten der Menschen bei allem, was mit Handel und Marketing zu tun hat. In diesem Sinne soll der gesamte komplexe Wirtschaftsprozess gemeistert werden — von der Produktion oder der Beschaffung über die Verteilung und die Werbung bis zum

Verkauf (inklusive Forschung und Entwicklung, Finanzierung, Logistik).

Alter Trade fühlt sich den Hersteller/innen gegenüber verpflichtet, beispielsweise den Genossenschaften und Kooperativen, und verpflichtet sich, faire Preise für ihre Produkte zu bezahlen. Der erbrachte Gewinn wird für technologische Verbesserungen oder für angebotene Dienstleistungen eingesetzt.

Gleichermaßen fühlt sich *Alter Trade* den Konsument/innen gegenüber verantwortlich; ihre Bedürfnisse nach qualitativ hochwertigen Produkten sollen gedeckt werden. *Alter Trade* versorgt sowohl lokale Gemeinschaften als auch einen internationalen Kundenkreis.



Foto: A. Krause

Zuckerarbeiterinnen auf Negros

Alter Trade hat sich drei Ziele gesteckt:

- dem Volk Einfluss zu verschaffen,
- gesellschaftliche Änderungen herbeizuführen
- eine faire und gerechte Entlohnung von der Produktion bis zur Verteilung abzusichern und eine gleichmäßige Verteilung des Gewinns zu ermöglichen.

Konkrete Schritte zum fairen Handel

JCNC und NRRRC suchten nach symbolträchtigen Produkten für den Exportmarkt und wählten schließlich den Mascobado-Zucker — nicht zuletzt deshalb, weil er symbolisch für das Ringen der Zuckerarbeiter von Negros nach besseren Lebensbe-

dingungen stand. Diese Entscheidung fiel, als die Zuckerkrise in Negros auf ihrem Höhepunkt war. Die erste Schiffsladung wurde 1987 auf den Weg nach Japan gebracht. Mascobado wurde dort zu einer »Kühlerfigur« bei den folgenden Spendenkampagnen des JCNC für Negros.

Die nächste Lieferung ging über das damalige Netzwerk OS3 (Organisation Schweiz 3.Welt; heute: Claro) in die Schweiz. Die OS3 brachte *Alter Trade* in Kontakt mit der europäischen Handelsgesellschaft *European Fair Trade Alliance* (EFTA).

Im Laufe eines Jahres wurde deutlich, dass der japanische Markt von Süßem nicht so angetan war. Ma-

scobado kam über einen geringen Absatz nicht hinaus. So wurden Bananen als mögliches landwirtschaftliches Exportprodukt erwogen. 1989 wurden versuchsweise verschiedene Bananensorten nach Japan verschifft, um die Sorte herauszufinden, die dem japanischen Geschmack am ehesten entsprach. Unter zehn Sorten entschied man sich für *Balangon*. Vor Ort gehören diese Bananen nicht zu den beliebtesten, aber ihr aromatischer süßsaurer Geschmack schien die japanischen Gaumen am ehesten zu erfreuen.

Obwohl der Handel zurzeit vor allem auf den internationalen Markt ausgerichtet ist, ist *Alter Trade* doch fest davon überzeugt, dass das Herzstück von alternativem Handel und Marketing eigentlich die Entwicklung eines heimischen Marktes ist, der sich selbst erhalten kann. Der in-

ternationale Handel schafft nur den nötigen Zugewinn, um die heimische Vermarktung zu unterstützen, auszuweiten, zu festigen und mit neuen Initiativen zu stärken.

Das Balangon-Programm

Die Bananenausfuhr sorgt für rund 60 Prozent der Einnahmen von *Alter Trade*. Die Entscheidung für Balangon erwies sich als segensreich.

Balangon-Bananen wachsen zumeist wild und ungehegt an gut durchfeuchteten Hängen, umgeben von Waldland. Japanische Solidaritätsgruppen, die Negros besuchten, fanden die Pflanzen in ihrem natürlichen Habitat am Saum des Kanlaon-Vulkans vor, dem höchsten Berg der Insel, und sie waren davon begeistert.

In Mindanao hingegen gibt es riesige Plantagen, von denen Japan 80 Prozent seiner importierten Bananen bezieht. Für diese werden — im Unterschied zu den Bananen in Negros — Chemikalien eingesetzt.

1990 verschiffte *Alter Trade* die ersten Balangon-Bananen an die Grüne Kooperative im japanischen Fukuoka. Diese belieferte schätzungsweise eine Million Haushalte. Derzeit gibt es 10 große Netzwerke von Konsumentenvereinigungen, die das Balangon-Programm unterstützen. Sie versorgen zwischen Tokio und Kobe einen geschätzten Kund/innenkreis von über vier Millionen Haushalten.

Monatlich werden zwischen 160 und 200 Tonnen verschifft. Das ist deutlich weniger als die Ladungen, die die transnationalen Konzerne von Mindanao nach Japan liefern, aber dennoch bestätigt es den Erfolg zahlreicher Anstrengungen der Beteiligten — alle aus dem Glauben heraus erbracht, dass ein basisorientierter Nord-Süd-Handel durchführbar, nachhaltig und sinnvoll ist.

Soziale Auswirkungen

Balangon hat einen langen Weg hinter sich. Während diese Bananen ursprünglich wild inmitten des Waldlandes wuchsen, werden sie heute auf kleinen Parzellen hinterm Haus der einzelnen Familien angebaut. Das steht in starkem Gegensatz zu den Plantagen Mindanaos, wo Tausende Hektar dem Anbau einer einzigen Frucht gewidmet sind und wo große Mengen Chemikalien eingesetzt werden müssen, um Bana-



Alternativer Handel — der richtige Weg

Foto: J. Pabst

nen zu produzieren, die frei von jedem Makel sind, einheitliche Größe und Form besitzen und alle gleichzeitig reif werden.

Noch immer werden Balangon gelegentlich als die hässlichen Vettern jener anderen Bananen betrachtet, die Japan aus verschiedenen Gegenden importiert. Doch mit beharrlicher Aufklärungsarbeit gelang es internationalen Solidaritätsgruppen, die japanischen Kund/innen da-

zu zu bewegen, auch die weniger schönen, dafür aber chemiefreien Bananen zu kaufen.

Bessere Erzeugerpreise.

Der Balangon-Handel hatte von Beginn an eine große Auswirkung auf die örtlichen Gemeinschaften, vor allem, weil diese Sorte vorher keine hohe Nachfrage vor Ort genoss. In den frühen 90er-Jahren, vor dem internationalen Verkauf, zahlten die Zwischenhändler zwischen 0,03 und 0,05 Peso pro Stück. Sobald die Saison für andere Bananensorten angebrochen war, wurde Balangon gar nicht mehr gekauft. Der jetzige *Alter Trade*-Einkaufspreis liegt bei 0,55 Peso pro Stück (0,45 Peso Grundpreis + 0,10 Peso Solidaritätsaufschlag).

Stärkung des Gemeindelebens.

Der von *Alter Trade* den Erzeuger/innen angebotene Preis bedrohte die Zwischenhändler. Doch für die produzierenden Gemeinden waren die höheren Einkünfte sehr nutzbringend. Der Balangon-Handel stärkte die Basisgruppen, und die Herausbildung eines Preisgefüges bezog viele Teilnehmer mit ein.

Im Einflussbereich der *Balangon Growers Association* (BGA) profitierten auch die nicht in der BGA organisierten Bananenproduzenten vom vereinbarten Grundpreis von 0,45 Peso pro Stück.

0,07 Peso pro Stück gehen in einen Fonds der Erzeugergemeinschaft, aus dem ihre Aktivitäten unabhängig bestritten werden können.

Die restlichen 0,03 Peso, die in einen sogenannten »Treue-Fonds« wandern, dienen dazu, Rücklagen anzusparen. Dieses Sparguthaben verwaltet die örtliche BGA-Vertretung für drei Monate als Treuhänder, bevor sie es den Mitgliedern überantwortet.

Bananenpflanzer, die nicht in der BGA organisiert sind, kommen immer noch in den Genuss der 0,45 Peso pro Stück. Die fürs Sparen vorgesehenen 0,03 Peso gehen hier

aber letztlich in den Topf der lokalen BGA-Vertretung.

Feste Preise. Obwohl Bananen das ganze Jahr über erhältlich sind, schwankt die Produktion doch saisonal. Von Natur aus bringen Bananen — wie auch zahlreiche andere Früchte in der Region — im September und Oktober nur wenig Ertrag. In dieser Zeit finden auch die ansonsten wenig geschätzten Bananensorten ihren Weg auf den Markt, und es wimmelt von Zwischenhändlern, da *Alter Trade* nicht die gesamte Balangon-Produktion aufkaufen kann.

Hier greift nun eine ungeschriebene Übereinkunft zwischen *Alter Trade* und den Basisgemeinden: Der Balangon-Einkaufspreis soll weder während noch außerhalb der Saison für andere Früchte schwanken. Dieser ungeschriebene Pakt stützt beide Seiten; beide verstehen, dass es um eine Verständigung des »Geben und Nehmen« geht. Während in fruchtreichen Zeiten der Einkaufspreis des Marktes für Balangon auf 0,10 oder 0,15 Peso pro Stück fallen kann, garantiert *Alter Trade* den Pflanzern immer noch die 0,55 Peso pro Stück.

Selbständigkeits-Fonds.

Die vielleicht größte Errungenschaft des Balangon-Handels ist die Einrichtung des *Self-Reliance Fund (SRF)*. Er soll den landwirtschaftlichen Gemeinschaften in Negros zu mehr Eigenständigkeit verhelfen.

Der SRF symbolisiert die Verpflichtung der Verbraucher/innen, die landwirtschaftlichen Gemeinschaften in Negros bei ihren Aktivitäten für mehr Selbstbestimmung zu unterstützen. Er ist aus den Bemühungen zahlreicher Solidaritätsgruppen in Japan und Negros hervorgegangen. Die Verbraucher/innen werden informiert über die Lebensbedingungen in Negros und über den Kampf der Menschen dort, die sich gegen eine Politik des »Totalen Krieges« und der Massenvertreibungen durch ihre eigene Regierung zur Wehr setzen.

In der Anfangszeit war die japanische Kundschaft bereit, sich mit 20 Yen pro verkauftem Kilo Bananen am SRF zu beteiligen. Später senkten die Alternativhandelsgesellschaften ATJ und ATC diesen Zuschlag allmählich herab. Die Gelder aus dem Fonds kommen verschiedenen Partnern von *Alter Trade*,

NGOs und Basisorganisationen, zugehen.

Startschwierigkeiten

Der Erfolg hat sich für den Balangon-Handel nicht sofort eingestellt. Unter anderem erschwerten die Auswirkungen des GATT (internationales Handelsabkommen; engl. *General Agreement on Tariff and Trade* — d.Red.) die Arbeit von *Alter Trade*. 1994 verschärfte das GATT die Wettbewerbsbedingungen auf dem internationalen Markt und schuf damit Vorteile für die Volkswirtschaften der Länder des Nordens. Zunächst gingen die alternativen Händler/innen davon aus, von den Auswirkungen der neuen Richtlinien nicht betroffen zu sein, da sie lediglich Nischenmärkte belieferten, doch nach 1994 gab es auch für sie ein böses Erwachen.

Von 1989 bis 1994 waren Balangon die einzigen chemiefreien Bananen auf dem japanischen Markt. 1994 liberalisierte Japan die Einfuhr von Früchten aus aller Welt, und ein Jahr später gab es bereits acht Sorten aus organischem oder zumindest chemikalienarmem Anbau. Sie kamen von den Plantagen Mindanaos oder aus dem fernen Ecuador. Balangon waren nun die teuersten Bananen.

Das Mascobado-Programm

Mascobado ist der Handelsname für den organisch produzierten, nicht raffinierten Zucker von *Alter Trade*; der Gattungsname ist eigentlich Muscovado. In der herkömmlichen Zuckerproduktion werden erst einmal bis zu vier Chemikalien eingesetzt, um überhaupt braunen Zucker zu erhalten. Um diesen dann weiß zu bleichen, kommen noch einmal bis zu 20 Chemikalien zum Einsatz. Mascobado wird dagegen allein durch Verdunstung hergestellt, ist also chemikalienfrei.

Zwischen 1987 und 1990 war Mascobado in Japan der Mittelpunkt aller Hilfsaktionen für Negros. Da er allein für 30 % aller beim Alternativen Handel erwirtschafteten Gelder sorgt, verdient Mascobado eine gesonderte Betrachtung.

Neben dem japanischen Markt gelang es Mascobado auch, in europäische Verkaufskanäle zu gelangen,

vor allem über die Mitglieder der EFTA. Sowohl die GEPA in Deutschland als auch die schweizerische Claro AG (früher OS3) importierten Mascobado und vertrieben ihn als Tafelzucker, abgepackt in Halbkilo- und Kilo-Paketen. Die schweizerische Bernrain AG verwendete den Mascobado aus Negros auch für Schokolade, zusammen mit Kakao und Nüssen aus bolivianischen Kooperativen. Mascobado-Schokoladentafeln wurden zunächst von der Claro AG über Dritte-Welt-Läden vertrieben, sind später aber auch in Supermärkten innerhalb der EU erhältlich geworden.

Doch der Wettbewerb macht auch vor Mascobado in Europa nicht halt. Große Zucker produzierende Länder begannen, ähnlichen Zucker zu produzieren, z.B. den Rapadura aus Brasilien und Mauritius. In Brasilien bauen multinationale Konzerne Rapadura großflächig an, und in Mauritius wird der Zuckeranbau vom Staat hoch subventioniert ist. In beiden Fällen ist der Zucker billiger als Mascobado.

Um auch in Zukunft auf dem Markt zu bleiben, muss Mascobado aus der Nische von EFTA und den japanischen Kooperativen heraustreten. Hierbei könnte es hilfreich sein, ihn als Bioprodukt gemäß den Richtlinien der EU und des Internationalen Verbandes für Organischen Landbau (IFOAM) auszeichnen zu lassen.

Das deutsche Institut für Marktökologie (IMO, Konstanz), die von der EU benannte Inspektionseinheit, entsendet Gutachter zu den verschiedenen Farmen, um die Übereinstimmungen mit den EU-Vorgaben zu überprüfen. Alle bei dieser Inspektion anfallenden Kosten werden von *Alter Trade* bezahlt. Ein Teil der Erlöse aus dem Verkauf von Mascobado geht als Lizenzgebühr an den deutschen Naturland-Verband, der die Richtlinien erarbeitet hat.

Für *Alter Trade* ist es unabdingbar, sich einen größeren Marktanteil zu schaffen, um sozial und ökologisch wirksam bleiben zu können. Mit immer mehr Land für den organischen Landbau muss proportional auch der Absatzmarkt größer werden. Das ist in der Tat eine große Herausforderung. ●

Übersetzung: Reinhold Schlimm