

Die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen müssen stimmen

Fazit



Die Fallstudien in dieser Publikation zeigen auf, dass geschlechtergerechte Projekte nur dann auf Dauer bestehen können, wenn die Produkte auf dem lokalen, regionalen oder internationalen Markt abgesetzt werden können (vgl. Projekt Karité-Butter, S. 35). Damit dies möglich ist, müssen die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen richtig gesetzt sein. Für gender-gerechte Produkte stellt sich hier vorab die Frage, die in der Fair-Trade-Debatte allgemein diskutiert wird: Welche Wirtschaftspolitik fördert nachhaltige Produkte? Dabei wird ein Produkt dann als nachhaltig bezeichnet, wenn bei dessen Herstellung und Vermarktung zentrale soziale, ökologische und auch ökonomische Standards beachtet werden. Dazu gehört, dass die Wertschöpfungskette so ausgestaltet ist, dass der Gewinn auf alle Akteurinnen und Akteure entsprechend ihres Arbeitsaufwands verteilt wird. Oft sind nachhaltige Produkte mit einem Label gekennzeichnet.

Nachhaltige Produkte laufen regelmässig Gefahr, von Produkten verdrängt zu werden, die unter Verletzung von Standards hergestellt worden sind, da diese kostengünstiger sind. Um dies zu verhindern, braucht es wirtschaftspolitische Anreize auf der nationalen und auf der internationalen Ebene, wie sie auch der Sonderberichterstatter für das Recht auf Nahrung, Olivier de Schutter, in seinem Bericht zur Welthandelsorganisation WTO postuliert (de Schutter 2011). So erfordern nachhaltige Wertschöpfungsketten einen Markt, der Raum und Zeit für die Entwicklung einer innovativen Unternehmensstruktur lässt. Stellen landwirtschaftliche Produkte aus kleinbäuerlicher Produktion das Ausgangsprodukt, so sind Massnahmen zum Schutz des lokalen Marktes meist unabdingbar, wie z.B. Zölle, die den verletzlichen Sektor vor Billigimporten schützen. In den Katalog weiterer Massnahmen fallen: Steuervorteile für nachhaltig produzierende Unter-

* Elisabeth Bürgi Bonanomi ist zurzeit am World Trade Institute (WTI) der Universität Bern tätig und verantwortlich für mehrere Lehr- und ExpertInnenaufträge

So könnte die EZA zum Beispiel dafür sorgen, dass Plattformen geschaffen werden, welche die politische Einflussnahme der ProduzentInnen ermöglichen.

nehmen; die staatliche Anerkennung und Unterstützung von Labelorganisationen; Wettbewerbsregeln, die das Ausnutzen einer marktbeherrschenden Stellung verhindern.

Damit auf nationaler Ebene solche Massnahmen überhaupt ergriffen werden können, müssen u.a. folgende Voraussetzungen gegeben sein: Internationale Handels- und Investitionsabkommen sollten den Staaten den politischen Spielraum (*policy space*) belassen, den sie brauchen, um nachhaltige Produkte zu fördern. Ausserdem müssen Handelsregeln so formuliert sein, dass sie nachhaltigen Produkten den Zugang zu den Märkten der reichen Länder erleichtern (vgl. Projekt Karité-Butter). So sollten nachhaltig und nicht nachhaltig produzierte Produkte tariflich unterschiedlich behandelt werden können. Diese Voraussetzungen sind heute nur sehr beschränkt erfüllt. Vielmehr fördert das heutige Handelssystem die Produktionsweise, die kurzfristig am kostengünstigsten ist, und nicht die nachhaltigste Produktionsweise.

Wie findet nun der Aspekt Geschlechtergerechtigkeit Eingang in die Debatte? Produkte sind u.a. dann nachhaltig, wenn beispielsweise im Herstellungs- und Vermarktungsprozess soziale Vorgaben eingehalten werden. Idealerweise bestehen diese Vorgaben nicht nur aus Arbeitsstandards wie Mindestlöhne und Versammlungsfreiheit, sondern nehmen auch Bezug zum Prinzip der Geschlechtergerechtigkeit. So sind Projekte dann sozial nachhaltig, wenn sie den Lebensstandard im Sinne des Human Development Index (HDI) sämtlicher Beteiligter verbessern, Ungleichheiten verringern, die von den Beteiligten geleistete Care-Arbeit in ihre Berechnungen einbeziehen, familiengerechte Strukturen aufweisen, diskriminierungsfreie Perspektiven bieten usw. Da Gender-Gerechtigkeit ein international anerkanntes Ziel darstellt, müssen solche Kriterien umfassend in die Definition von Nachhaltigkeit

und in die Kriterienkataloge von Labelorganisationen einfließen. Nur so ist gewährleistet, dass die geforderten Anreizinstrumente auch der Geschlechtergerechtigkeit zu Gute kommen.

Wie das Projekt aus Tadschikistan schön illustriert, sind gender-gerechte Projekte dann erfolgreich, wenn sie nicht nur wirtschaftliche, sondern auch politische Kraft entfalten (vgl. Projekt Tadschikistan, S. 32). Letzteres ist der Fall, wenn Produzentinnenorganisationen politisch Einfluss nehmen und dafür sorgen, dass ihre Interessen im Entscheidungsprozess angemessen vertreten sind. Die EZA und Labelorganisationen können dies auf unterschiedlichen Ebenen unterstützen und damit zu einer nachhaltigen Wirtschaftspolitik beitragen:

So könnte die EZA z.B. dafür sorgen, dass Plattformen geschaffen werden, welche die politische Einflussnahme der ProduzentInnen ermöglichen. Auch könnten Labelorganisationen den zertifizierten Unternehmen empfehlen, einen Teil des Gewinns in die politische Arbeit zu investieren; die EZA könnte solche Verhandlungen unterstützen. Von grosser Bedeutung ist schliesslich, dass sich die Entwicklungsagenturen nicht nur operationell betätigen, sondern die Entwicklungsperspektive «zu Hause» mit Hartnäckigkeit in den wirtschaftspolitischen Diskurs einbringen.