

6. Entwicklungspartnerschaften im Spannungsfeld – der Common Code for the Coffee Community

6.1. Die Bedeutung von Sozialstandards in der Technischen Zusammenarbeit

Wie in den vorherigen Kapiteln dargestellt, ist die ‚Nachhaltige Entwicklung‘ eines der wesentlichen Ziele der Entwicklungszusammenarbeit. So engagiert sich die GTZ nach eigenen Angaben „nur bei Standardinitiativen, die die Umsetzung nachhaltiger Entwicklung zum Ziel haben, die transparent arbeiten, und bei denen eine effektive Mitwirkung interessierter und betroffener Gruppen erwartet werden kann.“⁴⁰⁵ Hierzu ist eine intensive Zusammenarbeit von Wirtschaft und Zivilgesellschaft notwendig, „was nicht alleine gelingt, das muss gemeinsam getan werden“.⁴⁰⁶ Doch bedeutet diese weltweite Zusammenarbeit, die Kooperation mit verschiedenen Akteuren und Ländern, eine hohe Flexibilität und einen großen Koordinierungs- und Abstimmungsprozess. Diese Kooperation und Vernetzung ist wie im Kapitel 1.1.ff dargestellt eines der Hauptelemente der Global Governance. Da hier der Staat die Aufgabe hat, zwischen den einzelnen Politik- und Interessensfeldern sowie den unterschiedlichen Akteuren in der Entwicklungszusammenarbeit zu vermitteln, sind Steuerungselemente und eine langfristig strukturierte Zusammenarbeit notwendig. Die Einführung und Durchsetzung von Sozialstandards und Kernarbeitsnormen sind Hauptbestandteile nationalstaatlicher Funktionen, die seit der Gründung der ILO 1919 zunehmende Bedeutung erfahren haben, und Bestandteil der wirtschaftlichen und kulturellen Menschenrechte sind.⁴⁰⁷ Im Zuge der Globalisierungsprozesse werden diese ursprünglichen nationalstaatlichen Arbeitnehmerrechte verstärkt zur Priorität in der internationalen Diskussion und somit auch zu einem der Kernbereiche der Entwicklungszusammenarbeit. „Für die deutsche EZ ist die Förderung der Durchsetzung von Kernarbeitsnormen ein Prioritätsbereich geworden.“⁴⁰⁸ Ziel ist es, die Globalisierungsprozesse auch für die Arbeitnehmer vor Ort sozial und fair zu gestalten.⁴⁰⁹

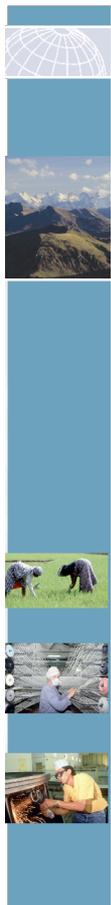
⁴⁰⁵ GTZ: Orientierungsrahmen für die Förderung freiwilliger sozialer und ökologischer Standardinitiativen in der deutschen EZ, Eschborn, S.2 in: www.gtz.de

⁴⁰⁶ Hartmann Jörg: Win-win unter Partnern, in: Akzente Expertenthema, 3.04, S.28

⁴⁰⁷ Windfuhr, Martin: Sozialstandards in der Technischen Zusammenarbeit, (GTZ) Eschborn, 2002, S.12

⁴⁰⁸ BMZ: Position des BMZ zur Umsetzung von Kernarbeitsnormen in Entwicklungsländer, Dezember 1999 in Ebd. S.7

⁴⁰⁹ BMZ Handbuch 2004/2005, S.202



DIE GTZ

- Mission: **Verbesserung der Lebensbedingungen**



Quelle:GTZ: PPP- Präsentation des Programmbüros Sozialstandards, März 2006

Wie im Kapitel 1.ff dargestellt konnten Unternehmen durch die wirtschaftliche Globalisierung Sozialstandards über den Standortwettbewerb mit definieren und die Nationalstaaten so gegeneinander ausspielen.⁴¹⁰ Dies gilt vor allem für Entwicklungsländer mit arbeitsintensiven Produktionsstandorten. Auch Windfuhr stellt für die GTZ in diesem Zusammenhang fest, dass es der zunehmende internationale Wettbewerbsdruck schwieriger mache, Kernarbeitsnormen und Sozialstandards durchzusetzen. In der ILO Erklärung von 1998 haben sich zwar 175 Staaten dazu verpflichtet die Kernarbeitsnormen

- die tatsächliche Abschaffung ausbeuterischer Kinderarbeit
- die Beseitigung der Zwangsarbeit
- die Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen
- die Nichtdiskriminierung in Beschäftigung und Beruf

⁴¹⁰ Narr/Schubert: Weltökonomie – Die Misere der Politik, Hamburg, 1994

- das Recht auf Gesundheit
- angemessene Arbeitszeiten und die
- Existenz sichernde Löhne

einzuhalten, „angesichts der empirischen Befunde, deutet viel darauf hin, dass die immer noch hohe Zahl von Verletzungen der Kernarbeitsnormen, die durch die ILO im Rahmen ihrer Überwachungsverfahren dokumentiert wird, vor allem auf die Durchsetzungskraft von Wirtschaftseliten in der nationalen Politik zurückzuführen sind.“⁴¹¹ Dass bei der Durchsetzung von Sozialstandards nicht nur die Internationale Gemeinschaft gefordert ist, sondern auch die Unternehmen, machte Heidemarie Wieszorek-Zeul bei der Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft Entwicklungspolitik der deutschen Wirtschaft (AGE) 2003 deutlich, in dem sie auf das Abschlussdokument von Johannesburg hinwies. „ Wir sind uns einig, dass die Privatwirtschaft, und dies gilt sowohl für große, als auch für kleine Unternehmen, bei der Ausübung ihrer legitimen Aktivitäten die Pflicht hat, einen Beitrag zur Entstehung von gerechten und nachhaltigen Gemeinschaften und Gesellschaften zu leisten.“⁴¹² Die im Rahmen der Global Governance geforderte Wächterfunktion der Zivilgesellschaft kann aber auch zu einer stärkeren Durchsetzung und Akzeptanz der Kernarbeitsnormen führen. Burger und Mayer unterscheiden hier zwischen Shareholdern als den Anteilseignern, und den öffentlichen strategischen Partnern als den Stakeholdern.

Damit agieren Unternehmen für die Autoren in einem komplexen System von Interessen und Einflussmöglichkeiten.⁴¹³ In Anlehnung an Bleicher unterscheiden Burger und Mayer in gesellschaftliche Vermeidungspolitik, und in eine Unternehmenspolitik gesellschaftlicher Verantwortung. Für eine verantwortungsbewusste Unternehmenspolitik kann die Ein- und Durchführung von Unternehmensstandards eine wichtige Leitlinie bilden. So werden Standards nach ISO⁴¹⁴ wie folgt definiert: “A Standard is a document, established by consensus and approved by a recognized body, that provides, for common and repeated use, rules, guidelines or characteristics for activities or their results, aimed at the achievement of

⁴¹¹ Martin: Sozialstandards in der Technischen Zusammenarbeit, (GTZ) Eschborn, 2002, S.26

⁴¹² Wieszorek-Zeul: „Neue Allianzen für Entwicklung: Weiterentwicklung der Partnerschaft zwischen Entwicklungspolitik und Wirtschaft“ Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft Entwicklungspolitik (AGE) der deutschen Wirtschaft am 3. November 2003 in Berlin

⁴¹³ Burger D., Mayer C.: Ernst machen mit nachhaltiger Entwicklung: die Rolle von Sozial- und Ökostandards, Eschborn, 2003, S.57

⁴¹⁴ International Standardization Organisation

the optimum degree of order in a given context.”⁴¹⁵ daraus ergibt sich, dass Standards in der Unternehmenspolitik im Konsens entwickelt und vereinbart werden müssen. Vor allem in unternehmenspolitischen Bereichen gibt es eine Vielzahl an verschiedenen Standardinitiativen, wie Zertifizierungssysteme, als auch Selbstverpflichtungen von Unternehmen im Rahmen von CSR, oder Initiativen wie der in Kapitel 3.1. vorgestellte Global Compact. Die Entwicklung von Sozialstandards im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit spielt hierbei eine besondere Rolle. So erklärte die Enquete Kommission des Deutschen Bundestages „Globalisierung der Weltwirtschaft“ bereits in ihrem Zwischenbericht: „als einvernehmliches Mindestziel sollen jedoch im Rahmen einer freiheitlichen Struktur- und Ordnungspolitik wirtschaftspolitische, soziale und ökologische Leitlinien für die globale Weltwirtschaft gelten, deren Inhalte unter Einbezug zivilgesellschaftlicher und privater Akteure entwickelt und umgesetzt werden sollten.“ Auch die Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ hält die Erarbeitung, Einführung und Umsetzung von Umweltmindeststandards, wie auch sozialer Standards in Form von Codes of Conduct und von Leitsätze internationaler Organisationen, sowie freiwilliger Selbstverpflichtungen zusammen mit der Privatwirtschaft für ein sinnvolles Instrument.⁴¹⁶

Dabei gewann die EZ nach Meinung der GTZ „in der Unterstützung solcher Initiativen, sei es in einer vermittelnden, koordinierenden, finanzierenden oder beratenden Rolle eine zunehmende Bedeutung.“⁴¹⁷ Ziel dieser Maßnahmen ist es, Standardinitiativen dahingehend zu beraten, Qualitätsmerkmale aufzuweisen, da reine Herkunftsnachweise, die keine Qualitätsanforderungen an Produktionsprozesse stellen, von der Förderung ausgeschlossen sind. Hierzu wurde als Grundlage für die Fachdiskussion ein Orientierungsrahmen entwickelt, da das „Qualitätsmerkmal ‚Wirkungsorientierung von Standardinitiativen‘ einen sehr hohen entwicklungspolitischen Anspruch darstellt, den bislang keine Standardinitiative erfüllt.“⁴¹⁸

⁴¹⁵ ISO/IEC Guide 2:1991, Definition 3.2. in Burger D. Mayer C.: Ernst machen mit nachhaltiger Entwicklung: die Rolle von Sozial- und Ökostandards, Eschborn 2003,

⁴¹⁶ Deutscher Bundestag: Konzept Nachhaltigkeit. Vom Leitbild zur Umsetzung. Abschlussbericht der Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt – Ziele und Rahmenbedingungen einer nachhaltig zukunftsverträglichen Entwicklung des 13. Deutschen Bundestages, Bonn, 1998 in: Burger D. Mayer C.: Ernst machen mit nachhaltiger Entwicklung: die Rolle von Sozial- und Ökostandards, Eschborn, 2003, S.57

⁴¹⁷ GTZ: Orientierungsrahmen für die Förderung freiwilliger sozialer und ökologischer Standardinitiativen in der deutschen EZ, Eschborn, S.2 in: www.gtz.de

⁴¹⁸ Ebd. S.2

In den Kriterien für die strategische Auswahl förderwürdiger Standardinitiativen heißt es: „Entweder: Die Standardinitiative hat eine große Tiefenwirkung. Oder: die Standardinitiative hat eine große Breitenwirksamkeit; oder: Die Standardinitiative legt schlüssig dar, wie sie einen erfolgsversprechenden Mittelweg zwischen beiden Ansätzen verfolgt.“⁴¹⁹

So sollen ökologisch und sozial anspruchsvolle Standards den Prozess der Standardsetzung im Mainstream-Markt positiv beeinflussen, und in Bezug auf Beteiligungsprozesse eine Beispielfunktion einnehmen. So sei hier die ‚Fair Trade Initiative‘ genannt. Auf der anderen Seite empfiehlt der Orientierungsrahmen auch die Förderung weniger anspruchsvoller Standards, die jedoch die Lebens-, Arbeits- und/oder Umweltbedingungen einer sehr großen Zahl von Menschen verbessern sollen, auch wenn die Verbesserungen im Einzelnen evtl. geringfügiger ausfallen könnte, als bei den anspruchsvollen Standards. Als Beispiel wird hier der „Common Code for the Coffee Community“ genannt.⁴²⁰

Die GTZ unterstützt die Arbeit der verschiedenen Standardinitiativen über sein Programmbüro Sozial- und Ökostandards. Ausgangspunkt hierfür ist, wie im Kapitel 2.4. dargestellt, das Leitbild „Nachhaltige Entwicklung“. So sind Sozial- und Ökostandards ein weites Feld mit sehr vielen Interventionsbereichen und –möglichkeiten für die GTZ. Nach Absprache mit dem BMZ werden derzeit folgende Themen vom Programmbüro behandelt:⁴²¹

- Forstliche Zertifizierung
- Ökologischer Landbau
- Nachhaltigkeit in der Kaffeewirtschaft und im Kakaosektor
- Sozialstandards.

Zentraler Ansatzpunkt ist für die Verantwortlichen, eine enge Verzahnung der einzelnen Komponenten und eine prozessorientierte Arbeit in einem ganzheitlichen Ansatz.

⁴¹⁹ Ebd. S.2

⁴²⁰ Ebd. S.2

⁴²¹ alle nachfolgende Aussagen entstammen der Selbstdarstellung der GTZ im Internet oder sind der PPP Präsentation des Programmbüros Sozialstandard entnommen



DAS PROGRAMMBÜRO SOZIAL- UND ÖKOSTANDARDS

• Die drei Komponenten

Sozialstandards

Forstliche Zertifizierung

Ökologischer Landbau

Unser Angebot

- Beratung des BMZ und Projekte der EZ über den wirkungsvollen Einsatz des Instruments Sozial- und Ökostandards
- Information und Fortbildung von MitarbeiterInnen der EZ sowie Kooperationen mit anderen dt. Organisationen der EZ
- Dokumentation und Bewertung so genannter Good Practices bei der Erstellung und Umsetzung von Standards
- Moderation und Gestaltung strategischer Partnerschaften



Quelle: GTZ PPP- Präsentation Selbstdarstellung Programmbüro Sozialstandards

Die Beratungen des Programmbüros finden dabei auf unterschiedlicher Ebene und in unterschiedlichen Ländern statt. Wichtiger Bestandteil sind die ‚Runden Tische‘, die mittlerweile in elf Ländern zu Sozialstandards stattfinden. An dem ‚Runden Tisch Verhaltenskodizes‘ (coc-runder-tisch) sind sowohl Unternehmen, Wirtschaftsverbände, Gewerkschaften, Nichtregierungsorganisationen und Bundesministerien beteiligt.



KOMPONENTE SOZIALSTANDARDS

• Der Runde Tisch Verhaltenskodizes



Multi-Stakeholder-Approach

I Regierungsinstitutionen

- BMZ
- BMWA
- BMU
- AA
- GTZ

II NRO

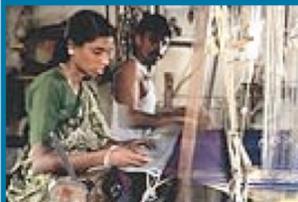
- Kampagne für Saubere Kleidung
- FIAN Deutschland
- VENRO
- Transfair

III Wirtschaft

- Otto
- KarstadtQuelle
- BASF AG
- Puma AG
- Adidas-Salomon
- BDA
- AVE
- Steilmann

IV Gewerkschaften/ Stiftungen

- Ver.di
- IG Metall
- DGB-Bildungswerk
- FES



Quelle: GTZ PPP- Präsentation Selbstdarstellung Programmbüro Sozialstandards

Als Verhaltenskodizes sehen die Verantwortlichen Regeln, die sich Unternehmen selbst geben, und zu deren Einhaltung sie sich u.a. durch die Veröffentlichung verpflichten. Wichtig ist, dass sie kein Ersatz für Tarifverhandlungen, gesetzliche Bestimmungen oder internationale Normen darstellen. „Unternehmen entwickeln Verhaltenskodizes, um beispielsweise soziale Aspekte in ihren nationalen und internationalen Aktivitäten systematischer zu vermarkten. Im internationalen Kontext sind sie ein Instrument, mit dem Unternehmen die Anwendung von sozialen Mindeststandards in ihrem Einflussbereich sicherstellen können. (...)

Verhaltenskodizes sollen möglichst die gesamte Wertschöpfungskette umfassen, d.h. auch die Praxis der Zulieferer miteinzubeziehen.“⁴²² Einer der bekanntesten ‚Runden Tische‘ in diesem Bereich ist der im Jahr 2001 gegründete ‚Runde Tisch mit der Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels (AVE)‘. Schwerpunkt dieses AVE Modells ist die Herstellung von Textilien, Sportartikeln, Schuhen und

⁴²² GTZ: coc-runder-tisch Ratgeber Verhaltenskodizes zu Sozialstandards, in: www.coc-runder-tisch.de

Spielwaren. Dabei ist der AVE Verhaltenskodex „Weltweit sozial verantwortlich handeln“ angelehnt an die international anerkannte Norm SA8000 der Social Accountabiliy International. Der SA8000 entstand gemeinsam durch NGO, Wirtschaft und Wissenschaft, und hat folgende Inhalte und Verfahren:⁴²³

Inhalte
<ul style="list-style-type: none"> • Verbot von Kinderarbeit • Verbot von Zwangsarbeit • Verbot physischer und psychischer Bestrafung • Verbot der Diskriminierung • Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen • Zahlung Existenz sichernder Löhne mindestens in Höhe des gesetzlichen Mindestlohnes • Einhaltung von Arbeitszeitgesetzen
Verfahren
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung eines Sozialmanagementsystems • Dokumentations –und Berichtspflicht • Benennung der Verantwortlichen auf Management- und Mitarbeitererebene • Übernahmen der Verantwortung für die gesamte Wertschöpfungskette, Verpflichtung zur Überwachung von Subkontraktoren • Kontrolle durch externe akkreditierte Zertifizierer • Einbeziehung außerbetrieblicher Informationsquellen • Nachweis adäquater Arbeitsbedingungen durch SA8000-Zertifikat

Ziel des ‚Runden Tisches‘ ist es, zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in Zulieferbetrieben des Einzelhandels in Entwicklungs- und Schwellenländern beizutragen. Die AVE Kriterien beziehen sich dabei auf

- Dialog mit der Gesellschaft
- Audits durch unabhängige Gutachter
- Qualifizierung

Wichtig ist dabei die Entwicklung eines gemeinsamen Verständnisses darüber, wie freiwillige Verhaltenskodizes gemeinschaftlich geplant und durchgeführt werden können, sowie die Harmonisierung von Verhaltenskodizes durch Dialog- und

⁴²³ GTZ: coc-runder-tisch Ratgeber Verhaltenskodizes zu Sozialstandards in: www.coc-runder-tisch.de

Aktionsforen. Mittels Pilotprojekten soll ein Monitoring und eine Verifizierung durchgeführt werden. Ziel dieses Projektes, das mittlerweile als die größte deutsche strategische Allianz in der Entwicklungszusammenarbeit gilt, sind strukturbildende Wirkungen auf Mikro-, Meso- und Makroebene.⁴²⁴

6.1.1. Strategische Allianzen – Formen der Zusammenarbeit und der gezielten Kooperation

Ausgehend von den Konzeptionen der PPP - Projekte wird im Rahmen der strategischen Allianzen die Bedeutung eines breiten, überregionalen und Unternehmens - unabhängigen Ansatzes deutlich. PPP Projekte waren der wichtige Anstoß für die Einrichtung von strategischen Allianzen. Schwerpunkt ist gemäß der Zielsetzung des BMZ durch eine Allianz mit der Wirtschaft, PPP zu einem integralen Bestandteil der deutschen EZ zu machen.⁴²⁵ Damit gehen diese neuen Überlegungen des BMZ zu Entwicklungspartnerschaften über das Konzept der PPP Einzelprojekte hinaus, und gelten als interessante Modelle für die Zusammenarbeit zwischen Staat und Wirtschaft. Hierbei sind besonders Branchenverbände und Unternehmensgruppen für diese Form der Kooperation geeignet. Hauptansatzpunkte sind hier strukturbildende Effekte. „Strategische Allianzen (...) können besonders strukturbildend sein, da sie wegen ihres Programmcharakters Einfluss auf die Mesoebene und die Gestaltung der Rahmenbedingungen nehmen können.“⁴²⁶

Wichtiger Bestandteil dieser Allianzen ist nach Ansicht des BMZ die Einbeziehung zivilgesellschaftlicher Akteure wie z.B. Gewerkschaften, NGOs und kirchliche Einrichtungen als Multiakteursansatz. „Der Ansatz der Partnerschaft zwischen Wirtschaft und Staat wird damit zu viel versprechenden Dialogprozessen und neuen strategischen Allianzen zwischen Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft ausgebaut.“⁴²⁷ So setzt sich der im Kapitel 6.1. dargestellte ‚Runde Tisch Verhaltenskodizes‘ dafür ein, „die Umsetzung von Arbeits- und Sozialstandards in Entwicklungsländer durch Verhaltenskodizes von Unternehmen zu verbessern. Dazu

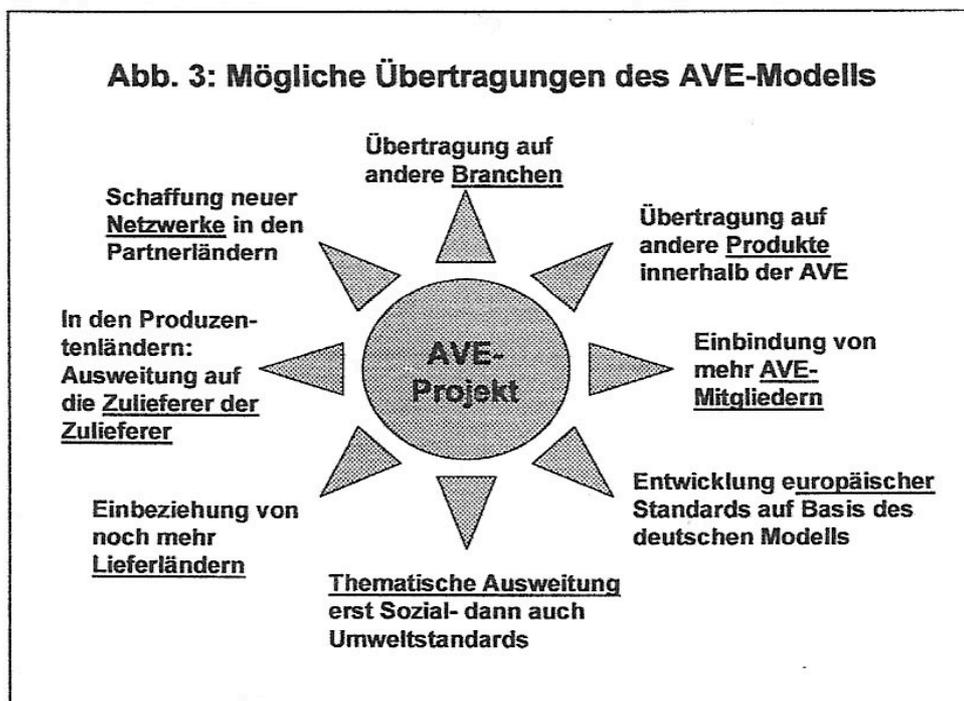
⁴²⁴ Demtschück E.: Strategische Allianzen zwischen Wirtschaft und Entwicklungszusammenarbeit ,
in: DIE Studies, Nr.5, S.42

⁴²⁵ s. auch Kap. 2.2.2. Globale Strukturpolitik und Kap. 3.3.2. PPP als Entwicklungshilfestrategie des BMZ

⁴²⁶ Demtschück, E.: Strategische Allianzen zwischen Wirtschaft und Entwicklungszusammenarbeit
in: DIE Studies Nr. 5, S. 32 Kap.3.1

⁴²⁷ BMZ: Materialien Zwölfter Bericht zur Entwicklungspolitik der Bundesregierung , S.169

wollen die beteiligten Gruppen des Runden Tisches ein gemeinsames Verständnis entwickeln, wie freiwillige Verhaltenskodizes wirksam, transparent und partizipativ eingeführt, und umgesetzt werden können.⁴²⁸ Beispiele für weitere strategische Allianzen sind u.a. das bereits dargestellte Projekt der Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels (AVE) zur Verbesserung von Sozialstandards⁴²⁹, sowie die Zusammenarbeit zwischen dem Deutschen Kaffeeverband (DKV) und der GTZ zur Nachhaltigkeit im Kaffeeanbau (Common Code for the Coffee Community). Elke Demtschück bezeichnet in ihrer Analyse der Strategischen Allianzen vor allem das AVE Projekt als Leuchtturmprojekt, das auch auf andere Branchen übertragen werden kann, da hier alle drei Dimensionen des nachhaltigen Wirtschaftens (wirtschaftlich, ökologisch und sozial)⁴³⁰ berücksichtigt wurden.



Quelle: Demtschück, Elke: Strategische Allianzen zwischen Wirtschaft und Entwicklungszusammenarbeit, DIE Studies, Nr.5, S. 44

⁴²⁸ Burger D. Mayer C.: Ernst machen mit nachhaltiger Entwicklung: die Rolle von Sozial- und Ökostandards, Eschborn, 2003, S.109

⁴²⁹ Der AVE gehören 32 Waren-, Kauf- und Versandhäuser, Verbandsgruppen sowie sieben Bundes- und Branchenverbände an. Die Beteiligten wollen in dem Projekt vor allen die Arbeitsbedingungen in den Zulieferbetrieben in Entwicklungs- und Schwellenländern verbessern. Dieser Initiative gehören auch Mitgliedsunternehmen des niederländischen Verbandes der großen Textilhändler an.

⁴³⁰ Demtschück weist in ihrer Analyse auch mit Bezug auf den ‚Common Code for the Coffee Community‘ daraufhin, das diese als 3P – profit, planet, people bezeichnet werden.

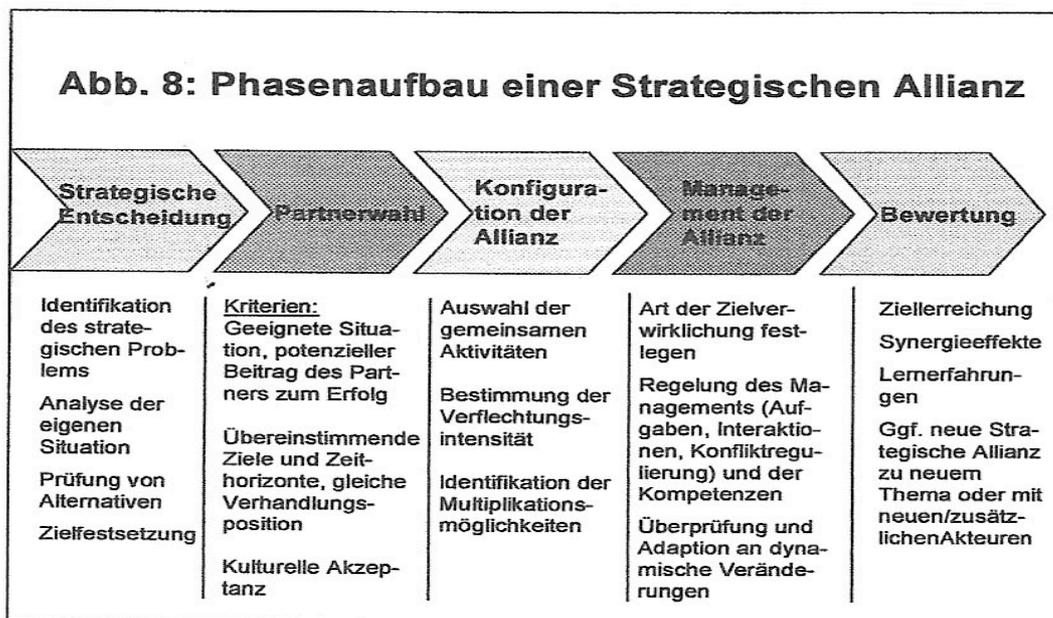
Ausgangspunkt für Strategische Allianzen können einzelne Personen aber auch PPP – Projekte und Organisationen sein. Wichtig ist es hierbei zunehmend, die gesamte Wertschöpfungskette mit ihrer Vielzahl von Akteuren miteinzubeziehen. Geht man nach Thomas Dyllick davon aus, dass ethische Entscheidungen um so angemessener sind, je mehr Bedürfnisse und Interessen der durch die Entscheidung Betroffenen berücksichtigt werden, so erfordern Strategische Allianzen ein hohes Maß an Offenheit und Dialogbereitschaft.⁴³¹ Hierbei gilt wie im Beispiel AVE und Kaffee die Kooperation mit einzelnen Unternehmen als besonders günstig für die Durchsetzung branchenweiter Standards.

In dem von Demtschück dargestellten Phasenaufbau einer strategischen Allianz kommt nicht nur der Partnerauswahl eine besondere Rolle zu, sondern auch der Konfiguration der Allianzen bei der Auswahl der gemeinsamen Aktivitäten und der Identifikation der Multiplikationsmöglichkeiten.⁴³² Als besonders vielversprechend gelten Kooperationen mit Schlüsselunternehmen, die so unternehmensübergreifende, und teilweise branchenweit gültige Standards definieren und durchsetzen können. Dabei geht die Initiative, wie verschiedene Analysen von Strategischen Allianzen darstellen, meist von wenigen Personen aus, die über Integrations- und Überzeugungskraft verfügen, und die die Konkretisierung der Projektidee im Gespräch mit anderen vorantreiben.⁴³³ Die Motivation besteht dabei nach Ansicht von Demtschück meist in einer Kombination aus sozialer Verantwortung und dem wirtschaftlichen Interesse bei der Erschließung neuer Zielgruppen oder neuer Märkte.

⁴³¹ Dyllick Thomas in: Burger D. Mayer C.: Ernst machen mit nachhaltiger Entwicklung: die Rolle von Sozial- und Ökostandards, Eschborn 2003, S.61

⁴³² Demtschück Elke: Strategische Allianzen, DIE Studies Nr. 5, Abb.8, S.80

⁴³³ vgl. Demtschück Elke: Strategische Allianzen, DIE Studies Nr. 5, auch Manning St.: Public Private Partnership als Aushandlungsprozess: Befunde und Implikationen für die Entwicklungspolitik, 2003, Berlin



Quelle: Demtschück, Elke: Strategische Allianzen zwischen Wirtschaft und Entwicklungszusammenarbeit, DIE Studies, Nr.5, S. 44

Ihrer Meinung nach sollten strategische Allianzen weiterentwickelt werden, in dem ein Teil der PPP - Fazilitäten zu strategischen Allianzen ausgebaut werden. Dies sollte in den PPP-Guidelines festgehalten werden, um so für Multistakeholder-Allianzen einen Modus zu entwickeln. Dies entspricht dem von Windfuhr geforderten Einbezug von Öko- und Sozialstandards in die Schwerpunktstrategiepapiere und Länderstrategien.⁴³⁴

Innerhalb der BMZ Strategie zur globalen Strukturpolitik könnte so eine verbesserte Kooperation und eine verantwortungsbewusstere Nutzung im Sinne der nachhaltigen Entwicklung gefördert werden. Vor allem im Bereich der „Unternehmenspolitik gesellschaftlicher Verantwortung“ würden sich Unternehmen so stärker an den Stakeholdern und weniger an den Shareholdern und dem Prinzip der gesellschaftlichen Vermeidung orientieren. Haupteinsatzgebiete für Sozialstandards und strategische Allianzen sind für die GTZ, ähnlich wie bei den im Kapitel 3.1.2. dargestellten PPP – Projekten, die Bereiche Regierungsberatung, Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung. Für diese sollte in allen Projekten von der „Mitgestaltung staatlicher Rahmenbedingungen für die Wirtschaft, von gesetzlichen Standards bis

⁴³⁴ Windfuhr in: Burger D. Mayer C.: Ernst machen mit nachhaltiger Entwicklung: die Rolle von Sozial- und Ökostandards, Eschborn, 2003, S.104

hin zur Beratung und zum Aufbau von zivilgesellschaftlichen Strukturen“ die Bedeutung und Umsetzung von Sozialstandards mit berücksichtigt werden.⁴³⁵

Dass dies nicht ganz unumstritten ist, zeigt das Diskussionspapier über die Ergebnisse der Arbeitsgruppe auf dem Workshop zum Thema „Strategische Allianzen und Corporate Social Responsibility“ im Mai 2004 bei der DIE. Hier gab es sehr unterschiedliche Einschätzungen über die relative Gewichtung von kleinen PPP-Projekten vs. Strategischen Allianzen. Im Diskussionspapier wurde hierzu folgende These vertreten:

„Im Sinne des Signifikanzkriteriums (...) plädieren wir für eine Verschiebung des Schwerpunktes in der PPP-Fazität. Zwar sollten auch kleine, alleinstehende Maßnahmen weiterhin flexibel und unbürokratisch gefördert werden, wenn sie innovativ sind und hinreichendes entwicklungspolitisches Potenzial haben. Allerdings sollen die lokal begrenzten Einzelmaßnahmen (...) stärker als Experimentierfeld für größer angelegte strategische Partnerschaften betrachtet werden. Der große entwicklungspolitische Mehrwert von Kooperationen mit der Privatwirtschaft liegt in den strukturbildenden Effekten umfassender Multistakeholder - Prozesse, bei denen allerdings, wie in der Fazität erfolgreich erprobt, die Unternehmen der zentrale Akteur bleiben müssen.“⁴³⁶

Die sich dadurch verändernde Budgetierung zwischen Strategischen Allianzen und PPP Projekten würde nach Ansicht einiger Diskussionsteilnehmer vor allem zu einer Verringerung der Flexibilität führen. Da Strategische Allianzen außerdem wesentlich teurer sind, als PPP Vorhaben würde „jede zusätzliche Allianz mit dem Verzicht auf mehrere kleine PPP-Maßnahmen erkaufte werden. Es drohe ein Glaubwürdigkeitsverlust gegenüber der Wirtschaft, wenn immer mehr Projektanträge wegen Mittelknappheit abgelehnt werden müssten.“⁴³⁷ Dabei erfordern Allianzen einen Zeithorizont von mindestens 4-5 Jahren, und ein mehr oder weniger komplexes Prozessmanagement.⁴³⁸

Andere Teilnehmer waren dagegen der Meinung, dass mit einem öffentlich finanzierten Programm auch strategische Richtungen definiert werden. Zudem haben Allianzen eine hohe Sichtbarkeit in der deutschen Öffentlichkeit und können so

⁴³⁵ Windfuhr in: Sozialstandards in der technischen Zusammenarbeit, (GTZ) Eschborn, 2002, S.35

⁴³⁶ Altenburg, Carlo de, Demtschück, Hamm : Strategische Allianzen und Corporate Social Responsibility: Instrumente für die entwicklungspolitische Kooperation mit der Wirtschaft in: DIE, Mai 2004, Bonn , Vorbemerkungen.

⁴³⁷ Ebd.

⁴³⁸ Ebd. S.2

erheblich dazu beitragen, die Akzeptanz für entwicklungspolitische Kooperationen mit der Privatwirtschaft zu erhöhen.⁴³⁹

Bemängelt wird jedoch das Fehlen eines Instrumentariums, um Strategische Allianzen systematisch zu entwickeln. Grundsätzlich stünden hierfür zwei Modalitäten zur Verfügung:

- „1. Förderung aus einem nicht regional gebundenen Sonderfond wie der PPP-Fazilität bzw. der Global Development Alliance (USAID) und dem Business Linkage Challenge Fund (DFID)
2. Förderung im Rahmen der bilateralen EZ.“⁴⁴⁰

Durch eine stärkere Verankerung der strategischen Allianzen als Querschnittsaufgabe der EZ könnten weitere Allianzen aufbauend auf der Erfahrung einzelner PPP Projekte geplant und durchgeführt werden.

⁴³⁹ Ebd. S.2

⁴⁴⁰ Ebd. S.3

Exkurs: Kaffee

Kaffee gehört zu den Konsumgütern, die ausschließlich in Entwicklungsländern hergestellt werden und gilt als das zweitwichtigste Handelsgut nach Erdöl weltweit. So wird Kaffee zur Zeit als wichtigstes Agrarprodukt im globalen Süd-Nord Handel in über 50 Entwicklungsländern angebaut und exportiert.

Davon erwirtschaften rund 17 Länder ihre Devisen zu 25% durch die Kaffeeproduktion und rund 9% der Länder sogar bis zu 50%.

Nach Ansicht der International Coffee Organisation (ICO) sind weltweit über 25 Millionen Menschen direkt in der Kaffeeproduktion beschäftigt, 1/3 dieser Beschäftigten sind Kleinbauern, die in besonderem Maße von den Weltmarktpreisen abhängig sind.⁴⁴¹ Nimmt man alle Kaffee relevanten Beschäftigungsbereiche hinzu, so sind über 100 Millionen Menschen von der Kaffeeproduktion abhängig.

Da die Preisentwicklungen im Kaffeesektor sehr oft von Faktoren abhängig sind, die vor allem von den Kleinproduzenten nur schwer kontrolliert werden können, leiden sie besonders unter den z.T. sehr starken Schwankungen der Kaffeepreise.

So lag der Weltmarktpreis an der New Yorker Warenbörse 1994 noch bei 202 US Cent pro lb und fiel in den letzten Jahren auf 45 US Cent pro lb.⁴⁴² Sein Rekordtief erreichte er im Jahr 2000 mit den niedrigsten Preisen seit 30 Jahren. Die Gründe für diese extremen Preisschwankungen und den Preisverfall in den letzten Jahren sind vielschichtig. Vor allem die steigenden Produktionsmengen und der stagnierende Verbrauch führen dazu, dass die Länder gezwungen sind, mehr Kaffee zu produzieren um den Preisverfall zu kompensieren. Eine wichtige Rolle spielen nach Ansicht verschiedener Fair Trade Organisationen wie z.B. das Fair Trade Forum Österreich auch die Förderung von Programmen zum Ausbau der Kaffeeanbauflächen durch internationale Finanzinstitutionen, wie das von der Weltbank geförderte Programm zum Kaffee-Anbau in Vietnam, durch das Vietnam in kürzester Zeit zum zweitgrößten Kaffeeanbauland der Welt wurde.⁴⁴³ Diese preisdrückende Produktionssteigerung geht häufig zu Lasten der Qualität und erzeugt ein Klima internationaler Produktionsrivalitäten in den Entwicklungsländern.

⁴⁴¹ Infoblatt TransFair Kaffee: www.klett-verlag.de

⁴⁴² Ebd.

⁴⁴³ Fair Trade Forum Österreich: Positionspapier zum Common Code for the Coffee Community in: www.oneworld.at/AGEZ/FairTradeForum-zu-CCCC.pdf

Bereits seit den 50er Jahren gibt es Versuche, das Preisniveau zu stabilisieren. Mit der Gründung der International Coffee Organisation wurden Kaffeeabkommen⁴⁴⁴ zwischen den Export- und Importländern möglich, die die Einrichtung von Exportquoten vorsahen, die den Kaffeemarkt regulieren sollten. Bis 1989 gab es verschiedene Abkommen, in denen die Quoten je nach Bedarf aufgehoben oder wieder eingeführt wurden. Der untere Interventionspreis sollte den Produzenten kostendeckende Preise sichern. Der obere Interventionspreis sollte Nachfrageländer vor massiven Preisanstiegen schützen. Dieses Modell hat nach Ansicht des Fair Trade Forums Österreich mit einigen Einschränkungen⁴⁴⁵ gut funktioniert, wobei der untere Interventionspreis 1989 von den Fair Trade Siegelinitiativen als garantierter Mindestpreis übernommen wurde, und seitdem weltweit eingehalten wird. Ziel war eine Preis- und Produktionskontrolle, die den Markt bis 1989 so erfolgreich regulieren konnte.⁴⁴⁶

Der darauffolgende Preisverfall konnte auch durch das neue Kaffeeabkommen von 1994 nicht mehr aufgefangen werden. Die veränderte Struktur des Internationalen Kaffeeverbandes, sowie der zunehmende Einfluss der Unternehmen führten zu einer Liberalisierung des Kaffeesektors die den Preis die letzten Jahre auf Rekordtiefs fallen ließ. „Seit dem Zusammenbruch des Internationalen Kaffeeabkommens 1989 betreiben die industrialisierten Länder und die internationalen Finanzinstitutionen eine „Politik der Nichteinmischung.“⁴⁴⁷ Der Einnahmeverlust betrifft nicht nur die Länder Lateinamerikas sondern vor allem afrikanische Länder darunter insbesondere Äthiopien, Ruanda und Burundi.⁴⁴⁸

Während bei den führenden Produzenten Brasilien und Vietnam, Kaffee zu einem relativ geringen Preis produziert werden kann, ist der Kaffeeanbau in den meisten afrikanischen Ländern mit sehr viel höheren Kosten und Arbeitsaufwand verbunden. Hintergrund hierfür sind die unterschiedlichen Anbau- und Produktionsmethoden. Während in Brasilien der Kaffee in den letzten Jahrzehnten bedingt durch die gute technologische Ausrüstung und durch neue, und somit ertragreichere Sträucher

⁴⁴⁴ Das International Coffee Agreement (ICA) wurde von den Anbauländern und den Nachfrageländern getragen.

⁴⁴⁵ Gemeint ist hier insbesondere die Umgehung im Sekundärmarkt durch den damaligen Ostblock

⁴⁴⁶ Fair Trade Forum Österreich: Positionspapier zum Common Code for the Coffee Community

⁴⁴⁷ eza3Welt info: Kaffeekultur am Ende? S.3 Jahrgang 24 Nr.1 September 2001

⁴⁴⁸ Die Deviseneinnahmen dieser Länder hängen zu mehr als 50% vom Kaffeexport ab. Damit trifft der Preisverfall nicht nur Kaffeeproduzenten sondern auch die Volkswirtschaften die die Verluste oft durch Haushaltskürzungen in anderen Bereich ausgleichen müssen, in: eza3Welt info: Kaffeekultur am Ende? Jahrgang 24 Nr.1 September 2001, S.3

effizienter und damit kostengünstiger produziert wird,⁴⁴⁹ liegt in den meisten Ländern Afrikas der Kaffeeanbau in den Händen von Kleinbauern oder mittelständischen Betrieben. Hier müssen die Bauern und auch der Staat wesentlich mehr in den Kaffeeanbau und die Vermarktung investieren. Doch nicht nur diese, durch internationale Voraussetzungen gegebenen schwierigen Bedingungen sind ausschlaggebend für die hohe Verschuldungsrate der Bauern, sondern auch Versäumnisse der einzelnen Länder selber.

„However (...) a weak institutional base, inadequate legal framework, inexperienced privat/local traders and inadequate commodity trade finance, most developing countries have not been able to maximise benefits from liberalized commodity markets. Due to lack of clarity in certain policies and procedures, legal basis for trading and defective quality control and certification, the marketing risks have increased and are hampering effective coffee and other commodity trading.“⁴⁵⁰

Und auch Oxfam sieht in besseren lokalen Bedingungen eine Möglichkeit, bessere Konzessionen für die Bauern zu erreichen. „Good access to technical assistance, inputs, credit, transportation and marketing information are critical for ensuring that small famrers get the best possible price for their products.“⁴⁵¹

Die Folgen für die produzierenden Länder finden sich somit auf verschiedenen Ebenen wieder. Neben den ökonomischen Konsequenzen für die einzelnen Staatshaushalte – 50% der im Rahmen der HIPC-Initiative gewährten Entschuldung Ugandas werden durch den Kaffeepreisverfall aufgebraucht⁴⁵² - sind es vor allem die sozialen und ökologischen Auswirkungen, die dazu führen, dass viele Bauern ihren Lebensunterhalt nicht mehr allein mit dem Kaffeeanbau bestreiten können.

⁴⁴⁹ eza3Welt info: Kaffeekultur am Ende? Jahrgang 24 Nr.1 September 2001, S.3

⁴⁵⁰ International Coffee Council Project Proposal: Coffee Market Development and Trade Promotion in Eastern and Southern Africa, 1996, S.4

⁴⁵¹ Oxfam: International Commodity Research – Coffee Confidential: The Coffee Market –a Background Study S. iii

⁴⁵² eza3Welt info: Kaffeekultur am Ende? Jahrgang 24 Nr.1 September 2001, S.3

6.2. Common Code for the Coffee Community „A Trustmark for Quality in Mainstream Coffee“

Neben zahlreichen Projektinitiativen zur Etablierung von Standards im Kaffeesektor, die von Nichtregierungsorganisationen getragen werden (z.B. TransFair, UTZ Kapeh, Rainforest Alliance), gibt es auf der Seite der Produzenten zwei Ansätze, um der Kaffeekrise entgegen zu wirken.

Als Reaktion auf die enorme Steigerung der Kaffeeproduktion von Robusta Sorten in Vietnam und Brasilien versuchen einige Länder durch die Verbesserung der Qualität des Rohkaffees und die Einführung von Spezialitätenkaffees höhere Preise zu erzielen. „As Brazil and Viet Nam move towards lower grade Robustas as a bulk commodity, it makes sense that other countries should concentrate on marketing higher quality varieties to differentiate their products and reduce competition with the coffee giants.“⁴⁵³

Inhalte dieses Ansatzes sind Projekte, durch die die Anbauqualitäten verbessert werden, und Qualitätsprüfungen von Rohkaffee durchgeführt werden sollen.

Um den ökologischen Folgen, die sich durch zu intensive Anbaumethoden⁴⁵⁴, den Einsatz von Zwerghybriden⁴⁵⁵ und die Entfernung von Schattenbäumen⁴⁵⁶ ergeben, besser begegnen zu können, soll eine Diversifizierung der Landwirtschaft dazu beitragen, die Abhängigkeit vom Kaffee zu mildern. „The massive increase in world production registered since 1950 has adversely affected the environment in many producing countries through soil degradation, water contamination and deforestation.“⁴⁵⁷ Um hierbei weiteren Umweltschädigungen entgegen zu wirken, müssen Ansätze gefunden werden, die eine Balance zwischen Produktion, Umweltschutz und einer höheren Qualität des Kaffees herstellen. “To ensure a long-term balance between supply and demand and protect the environment, methods of

⁴⁵³ Oxfam: International Commodity Research – Coffee: The Coffee Market –a Background Study, o.J. . S.19

⁴⁵⁴ Beispielsweise wurden in Brasilien die gesetzlichen Bestimmungen bezüglich der Bepflanzungsdichte und Anbaumethoden aufgehoben. So werden statt der traditionellen 900 -1.200 Kaffeebäume mittlerweile 5.000 – 8.000 pro Hektar gepflanzt. Oxfam: International Commodity Research – Coffee: The Coffee Market –a Background Study S.30

⁴⁵⁵ Schnellwachsende Zwerghybriden (nicht fortpflanzungsfähige Hohertragssorten) die durch den verstärkten Einsatz von Agrochemikalien höhere Erträge bringen. Oxfam: International Commodity Research – Coffee: The Coffee Market –a Background Study S.30

⁴⁵⁶ In vielen Ländern, so auch in Äthiopien, wird Kaffee traditionell unter schattenspendenden Bäumen oder zwischen anderen Marktfrüchten angepflanzt. Diese Anbaumethode erhält nicht nur den Wald sondern schützt auch das Mikro-Klima.

⁴⁵⁷ Oxfam: International Commodity Research – Coffee :The Coffee Market –a Background Study, o.J., S.19

production that foster environmental conservation and higher bean quality must be encouraged.”⁴⁵⁸

Ansätze hierfür finden sich in den oben genannten Strategien der NGOs, die sich im Wesentlichen auf ein nachhaltiges Farmmanagement konzentrieren, und die soziale Mindeststandards miteinbeziehen. So liegt der Schwerpunkt des Trans -Fair- Projektes bei der Verbesserung der ökonomischen und sozialen Lebensbedingungen der Produzenten während der Ansatz der Utz Kapeh⁴⁵⁹ in Guatemala in seinem Zertifizierungsprogramm auch Elemente der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte sowie der SA 8000 (Standard für Social Accountability)⁴⁶⁰ und der ILO Standards miteinbezieht.

Die von den NGOs in diesem Zusammenhang durchgeführten Kampagnen⁴⁶¹ zum Thema Kaffee, wie z.B. die Aktion der Christlichen Initiative Romero (CIR) in den 80er Jahren unter dem Titel: *Alles Frisch? Kaffee, an dem Blut klebt*, hatten das Ziel, internationale Standards durchzusetzen.



Quelle: Christliche Initiative Romero: Kampagne der 80er Jahre

Die hierdurch entstandene zunehmende öffentliche Diskussion und die Veränderungen in der Entwicklungszusammenarbeit hin zu einer globalen Strukturpolitik führten schließlich zu einer Zusammenarbeit des Deutschen Kaffeeverbandes und der GTZ. Im Rahmen einer Strategischen Allianz sollte ein Verhaltenskodex zur Einhaltung von Sozialstandards erarbeitet werden.

⁴⁵⁸ Oxfam: International Commodity Research – Coffee :The Coffee Market –a Background Study, o.J., S.19

⁴⁵⁹ Utz Kapeh ist eine holländische Nichtregierungsorganisation, die ebenfalls im Rahmen eines Kaffeekodex arbeitet der dem 4C Kodex sehr ähnlich ist in: www.ci-romero.de/kaffe_kodex s. hierzu auch nachfolgende Kapitel

⁴⁶⁰ vgl. Erklärung zum Thema SA 8000 in Kapitel 6.1.

⁴⁶¹ s. hierzu auch die Kampagnen von Oxfam und Fairtrade

6.2.1. Struktur und Funktionsweise des Common Code

Die im Exkurs Kaffee dargestellte Kaffeekrise und der damit verbundene Preisverfall in den vergangenen Jahren⁴⁶² führte zu verschiedenen Initiativen und Projekten zur Etablierung von Standards.⁴⁶³ Der „Common Code for the Coffee Community“⁴⁶⁴ ist eine Initiative der GTZ und des Deutschen Kaffeeverbandes. Das Projekt wurde 1999 als PPP Initiative begonnen und 2002 als Strategische Allianz im Rahmen von zwei weiteren Phasen weitergeführt.⁴⁶⁵

Phasen der Partnerschaft

- A. Seit 1999 **einzelne PPP-Vorhaben** mit bedeutenden Firmen im Kaffeesektor (Grünkaffeehändler, Röster)
- B. 2002 -2004: **Strategische Allianz** zwischen BMZ und Kaffeewirtschaft
 - durchgeführt als PPP-Vorhaben vom Deutschem Kaffeeverband (DKV) und der GTZ über ein gemeinsames Projektsekretariat (2 Jahre)
 - **Kofinanzierungsbeitrag durch DFID**
- C. 2005 -2006 auf europäischer Ebene Fortführung der Allianz durch BMZ, europäische Kaffeewirtschaft und SECO (Schweiz)
 - Durchgeführt von European Coffee Federation 4C Group (ECF) und GTZ
 - **Kofinanzierung der Schweizer SECO** über GTZ IS
 - Kooperation mit der niederländischen Regierung über In-Kind Leistungen
 - Weitere Kooperationen werden verhandelt

Im Unterschied zu den bisherigen Kodizes soll sich das 4C-Projekt auf die „Nachhaltige Produktion, die Verarbeitung und den Handel von Mainstream Kaffee“ beziehen. Damit sollte das Projekt eine globale Gültigkeit im Sinne der globalen Strukturpolitik erlangen, indem soziale, ökonomische und ökologische Standards mit einbezogen wurden. „It aims at enabling social, environmental and economic sustainability in the production, post-harvest processing and trading of mainstream green coffee for all actors along the chain, and will support long-term development

⁴⁶² s. Exkurs Kaffee

⁴⁶³ s. Kapitel 6.

⁴⁶⁴ im nachfolgenden 4-C Projekt oder Common Code genannt

⁴⁶⁵ Common Code for the Coffee Community: Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette für Rohkaffee – das Common Code for the Coffee Community Vorhaben, Präsentation 19. Mai 2005

with continous improvement.”⁴⁶⁶ Ziel ist es, vor dem Hintergrund der Kaffeekrise die Qualität des Kaffees zu steigern, die Lebensbedingungen der Arbeiter zu verbessern, und gleichzeitig die Umwelt zu schonen, auch wenn er nicht als alleiniges Mittel angesehen wird, die Kaffeekrise zu beenden „ The Common Code is not a solution to the current Coffee Crisis, but offers a longterm development perspective to suppliers and esteablishes a new basis for competition with regard to the quality of the product and the quality of sustainable production methods.⁴⁶⁷ Die hierfür notwendigen Mittel wurden gemäß den Vorgaben für PPP Projekte von den Initiatoren der GTZ und dem DKV aufgebracht.

So sah die Projektbeschreibung einen Gesamtumfang von 1 Millionen Euro vor welcher zu je 50% von der GTZ und der DKV getragen wird. Die Leistungen der GTZ lagen dabei in der fachlichen Steuerung und Koordination des Projektes, die der Unternehmen in der Durchführung und finanziellen Sicherstellung der Workshops, Reisekosten für Vertreter von Entwicklungsländern, NGOs und weiteren externen Gutachtern.

⁴⁶⁶ Common Code for the Coffee Community Version 9.September 2004, S.1

⁴⁶⁷ Ebd. S.5

6.2.2. Rules of Partizipation - Der Kodex für Produzenten und Unternehmen

Der Common Code for the Coffee Community wurde für die Anwendung in allen kaffeeproduzierenden Ländern – sowohl Lateinamerikas als auch Asien und Afrikas entwickelt und soll durch seine Zusammensetzung die unterschiedlichen Interessen und Sichtweise in einem ganzheitlichen Ansatz berücksichtigen.⁴⁶⁸ So befasst sich das Kapitel 2. des Common Code for the Coffee Community mit den Gründen für einen Beitritt zum Code.⁴⁶⁹

Reasons for producers to join the code:

- Empowerment and improved management capacity
- Enhanced returns from production
- Foreseeable demand for Common Code Coffee
- Better market access
- Improvement of living conditions
- Improved social conditions for workers and their families
- Preservation of the environment

Reasons for trade and industry to join the code:

- Ensured supply of quality green coffee
- Ensured coffee market for the future
- Commitment to corporate social responsibility and sustainability
- More sustainability for the mainstream market
- Positive image
- Enhanced market transparency and traceability
- Preservation of the environment

So ist der Kodex für alle Produzenten offen, die die Regeln des Codes in ihren Bereichen berücksichtigen.

⁴⁶⁸GTZ: Nachhaltige Entwicklung für das GTZ – Programmbüro und die Komponente “Common Code for the Coffee Community – Nachhaltigkeit in der Kaffeewirtschaft”, in: www.gtz.de

⁴⁶⁹ Common Code for the Coffee Community: Reasons to join the Code, Chapter 2, 2004, S.5

„The Common Code system is an open system and all operators in the chain are eligible to implement and use the Code in their operations and commercial relations“.⁴⁷⁰

Voraussetzung ist eine Erklärung, in der die Richtlinien des Common Code akzeptiert werden und eine Selbsteinschätzung, in der inakzeptable Praktiken ausgeschlossen werden. Hierbei sind folgende Punkte internationaler Konventionen unter diesen Basisanforderungen verankert.⁴⁷¹

- Verbot schlimmster Formen der Kinderarbeit,
- keine Zwangs- oder Sklavenarbeit
- Freiheit zu gewerkschaftlicher Organisation
- keine Zwangsäumung von Ländereien,
- Trinkwasserversorgung und adäquate Unterkunft für Saisonarbeitskräfte,
- keine Primärwaldzerstörung, Ressourcenschutz und besondere Beachtung von Naturschutzgebieten,
- keine Verwendung verbotener Pestizide,
- kein sittenwidriger Handel sowie Bezug auf OECD-Richtlinien für multinationale Unternehmen u.a. für Zulieferbetriebe.

Mit der Bildung einer sogenannten Common Code Unit (CC Unit), verpflichtet sich der „Kandidat“ einer kontinuierlichen Verbesserung der Standards. Aufbauend auf dieser Einschätzung überprüft eine unabhängige Verifizierungseinheit die Leistungen und erstellt einen „Management Plan“ zur Verbesserung. Ein tripartitisch besetztes „National Common Code Body“⁴⁷² organisiert und koordiniert diesen Prozess auf nationaler Ebene. Um Verbesserung und gegebenenfalls auch Verschlechterungen dynamisch erfassen zu können wurde ein „Ampelsystem“ eingeführt, welches zum Ausdruck bringen soll, ob die Anforderungen im Einzelnen erfüllt wurden.

Die Struktur des Kodex wurde hierzu auf fünf Ebenen (Dimension, Kategorie, Prinzipien, Kriterien, Indikatoren) in eine Matrix übertragen. Im Bereich der Kriterien ist eine Bewertung von rot, gelb und grün vorgesehen.

⁴⁷⁰ Common Code for the Coffee Community: Reasons to join the Code, Chapter 1, 2004, S.3

⁴⁷¹ Christliche Initiative Romero: Die drei Bestandteile des 4C-Kaffeekodex
in: www.ci-romero.de/kaffee_kodex/

⁴⁷² S. auch Kapitel 6.2.3.

Rot bedeutet dabei, dass die Praxis sofort eingestellt werden muss, Gelb, dass die Praxis innerhalb einer bestimmten Übergangsperiode verbessert werden muss, und Grün ist die Einstufung für eine wünschenswerte Praxis.

Beispiel Matrix Category: Freedom of association and Freedom of bargaining⁴⁷³

Social Dimension		Criteria		
No	Principle	Green	Yellow	Red
1	Workers and producers have the right to found, to belong to and to be represented by an independent organization of their choice	Resources, information and institutional structures are available to improve representation of workers and farmers by their organization	Right to found, belong to and to be represented by an independent organization of free choice to exist.	Organisations exist but are not accepted as valid counterparts/ interlocutors
2	Worker have the right to bargain collectively	Collective bargaining results are applied to all workers	Trade Unions and/or worker's organizations are bargaining collectively	The right to and the outcomes of collective bargaining are ignored

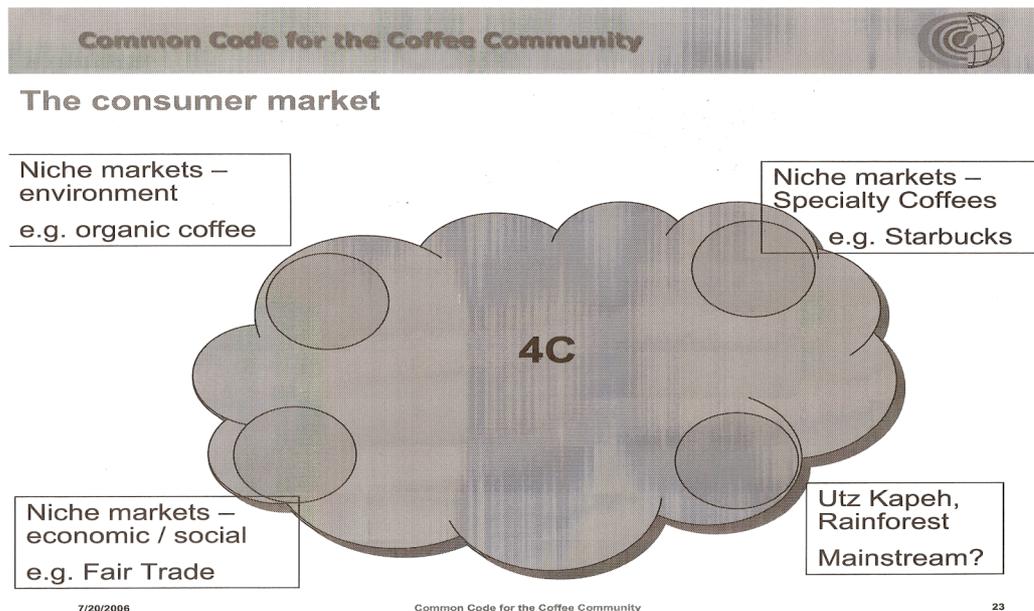
Neben der Sozialen Dimension wurden auch Prinzipien für Umwelt und Wirtschaftlichkeit erstellt.⁴⁷⁴

Um dem Common Code System beitreten zu können, muss die jeweilige Einheit als durchschnittlich Gelb eingestuft werden, wobei Praktiken die im roten Bereich eingestuft sind durch genauso viele grüne Praktiken ausgeglichen werden können. Begleitet von Schulungen, die zu einer kontinuierlichen Verbesserung führen sollen und mit Hilfe eines Managementplans kann der Kaffee dann als Common Code Kaffee vermarktet werden. Um eine Abgrenzung zwischen Fair-Trade und dem Kodex sicherzustellen, und dem Konsumenten nicht den Eindruck der Vergleichbarkeit zu suggerieren, wurde von Seiten der Produzenten und des

⁴⁷³ Common Code for the Coffee Community: Reasons to join the Code, Chapter 11, 2004, S.14 ff

⁴⁷⁴ S. Code for the Coffee Community, Matrix

Handels zunächst darauf verzichtet, mit 4C Kaffee ein eigenes Label einzuführen und Konsumentenwerbung zu betreiben.⁴⁷⁵ So sieht sich 4C Kaffee nicht als Konkurrent zu anderen Produkten, sondern als Mittler, der zwar mit einigen Produkten kleinere Schnittmengen hat, im Wesentlichen jedoch den breiten Rahmen abdeckt.



Quelle: GTZ: Common Code for the Coffee Community: Power Point Präsentation, July 2006

Ziel der zweijährigen Implementierungsphase, die 2005 begonnen hatte, war es, die Code Matrix auf ihre praktische Anwendbarkeit zu testen und die Indikatoren nach regionalen Gegebenheiten zu spezifizieren.

So wurden in den General Guidelines die Verantwortlichkeiten der verschiedenen Stakeholder definiert:

Eingeteilt in verschiedene Levels wird darauf hingewiesen wie der Prozess u.a. durch eine kontinuierliche Informationsweitergabe und ein Monitoring des Common Code, sowie die Darstellung von best practice Beispielen verbessert werden kann:

⁴⁷⁵ Hamm Brigitte: Evaluation des Multistakeholderprozesses des Common Code for the Coffee Community aus zivilgesellschaftlicher Sicht, INEF, 2004, S. 15

„To implement the improvement process and to build capacity,⁴⁷⁶

The production level needs to

- Conduct improvement process by implementing management plan
- Constantly provide information for monitoring reports of improvement process based on Common Code report
- Constantly monitor and report results of improvement process

The processing level needs to

- Intensify cooperation with actors along the chain needed for successful improvement process
- Constantly provide information for monitoring reports of improvement process based on Common Code report
- Constantly monitor and report results of improvement process

Producer associations need to

- Intensify cooperation with actors along the chain needed for successful improvement process
- Build capacity by providing training, skill development and technical assistance
- Provide services and financial tools to their members
- Facilitate joint action for improvement of business relationships and provide a secure environment for investment

Unions need to

- Provide best practices to actors along the chain by experience of Pilot Projects
- Build capacity by providing training, skill development and technical assistance

International and national Common Code bodies need to

- Provide best practices to actors along the chain by experience of Pilot Projects
- Provide training methods needed for improvement process on regional and / or national basis, based on experience of auditors and existing management plans
- Contact relevant institutions /companies / NGOs / organizations to support improvement process
- Identify need for support referring to results of self assessment and implementation audit
- Identify and stimulate the support of research institutes to accompany implementation of the Common Code

Intermediaries need to

- Intensify cooperation with actors along the chain needed for successful improvement process
- Constantly provide information for monitoring reports of improvement process of Common Code Unit based on Common Code report

⁴⁷⁶ Die einzelnen Bereiche werden hier nur in Auszügen wiedergegeben soweit sie das Thema der Arbeit betreffen. S. Gesamtdarstellung www.sustainable-coffee.net oder www.gtz.de .

Exporters /traders need to

- Support improvement process of Common Code Unit by providing knowledge, experience and identified resources
- Provide market information and demands of coffee buyers to business partners along the chain
- Support direct business partners too improve quality aspects of the coffee produced and processed

Roasters /manufactures need to

- Intensify business with suppliers of Common Code Coffee
- Facilitate joint action for improvement of business relationships and provide a secure environment for investment
- Intensify cooperation with actors along the chain needed for successful improvement process

The civil society needs to

- Intensify cooperation with actors along the chain needed for successful improvement process
- Provide mechanisms and / or resources to internalize costs for social and environmental improvement during transition period

The public sector needs to

- Provide best practice to suppliers by experience of Pilot Projects
- Support improvement process of Common code Unit by providing knowledge, experience and identified resources. “

Um Strategien für eine breit gefächerte Implementierung des 4C zu entwickeln wurden PPP-Pilotprojekte u.a. in Äthiopien, Kamerun, Sambia und Uganda mit unterschiedlichen Akteuren durchgeführt.⁴⁷⁷

Doch genau hier setzt einer der Hauptkritikpunkte von FIAN an. Gerade bei der Implementierung der Pilotprojekte sind die Zivilgesellschaft und die Produzenten nicht bzw. zu wenig in die Planung und die Umsetzung miteinbezogen. Vielmehr befinden sich die laufenden Projekte in den „Händen der Industrie und der GTZ“.⁴⁷⁸

Auch das Fair Trade Forum Österreich sieht das 4C-Programm nur als „hochkarätiges PR-Instrument“ für die kaffeeverarbeitende Industrie und „dies fast zum Null-Tarif, dafür aus Mitteln der deutschen Entwicklungszusammenarbeit“ und weiter heißt es, „es gibt der kaffeeverarbeitenden Industrie ohne nennenswerte

⁴⁷⁷ s. vollständige Projektliste im Anhang: Common Code for the Coffee Community

⁴⁷⁸ FIAN: FIAN beendet Mitwirkung am Common Code for the Coffee Community“, Pressemitteilung vom 15.3.2005

Gegenleistungen ein mit Geld nicht aufzuwertendes PR Instrument in die Hand.“⁴⁷⁹
Kritisiert wird vor allem, dass das Programm die konkrete Ausformulierung sozialer Kriterien für die KleinproduzentInnen völlig ausblendet.

„4C sieht bisher keine Maßnahmen vor, die eine Verbesserung der sozialen Situation, der größten betroffenen Gruppe erwarten lassen. (...) Von den (...) formulierten Kriterien streifen nur die Kriterien 4 (Schulbildung) und 7a (Kooperativen und Gewerkschaften) diese Zielgruppe am Rande.“⁴⁸⁰

⁴⁷⁹ Fair Trade Forum Österreich: Positionspapier zum Common Code for the Coffee Community
www.oneworld.at/AGEZ/FairTradeForum-zu-CCCC.pdf

⁴⁸⁰ Fair Trade Forum Österreich: Positionspapier zum Common Code for the Coffee Community
www.oneworld.at/AGEZ/FairTradeForum-zu-CCCC.pdf. gemeint sind hier die Kriterien des Common Code for the Coffee Community

6.2.3. Der 4C - Multistakeholderansatz zur Entwicklung global akzeptierten Standards in der Kaffeeproduktion

Gemäß dem in Kapitel 6.1.1. für strategische Allianzen festgelegten Ziel, einen Dialogprozess zwischen Wirtschaft, Staat und Zivilgesellschaft aufzubauen, und somit Akteure der gesamten Wertschöpfungskette miteinzubeziehen, hat der Common Code eine tripartitische Multistakeholderstruktur geschaffen, in der Vertreter der Produzenten, der Kaffeewirtschaft und -handel, und der Zivilgesellschaft vertreten sind.

Die bei der GTZ ansässige Management Unit diente der Koordination zwischen den beteiligten Gruppen, und war für die inhaltliche und organisatorische Planung des Prozesses, sowie das Management verantwortlich. Außerdem sollte das Sekretariat für transparente Verfahren sorgen, die Mittelverwaltung übernehmen, und die Kommunikation nach außen wahrnehmen.⁴⁸¹ Zusätzlich wurde das Projekt von unabhängigen Organisationen beraten.

Allerdings legten die Projektpartner GTZ und DKV die zu beteiligten Organisationen für jede Gruppe vorher fest. „Zivilgesellschaftliche Organisationen durften Vorschläge für die Besetzung der Plätze einreichen, die Projektpartner behielten sich aber die Entscheidung über die Besetzung der Gruppen vor.“⁴⁸²

Auch Brigitte Hamm stellt in ihrer Evaluierung fest, dass die Planungsphase zunächst nicht als Multistakeholderdialog organisiert war, sondern von der GTZ und der DKV festgelegt wurde.⁴⁸³ Nach Aussage von FIAN hatten zivilgesellschaftliche Organisationen kaum Einfluss auf die Arbeit des Projektsekretariates, welches den Prozess strukturierte und gemeinsam mit einer Moderatorin über Arbeitsmethoden während der Sitzungen entschied und den zeitlichen Rahmen festlegte.⁴⁸⁴ Somit waren Gewerkschaften, Nichtregierungsorganisationen und besonders Kleinbauern und ihre Vertretungen nicht direkt beteiligt. „Erst im Verlauf des Prozesses weitete sich die Gruppe von Vertretern der Kleinproduzenten aus, wobei aber unklar blieb,

⁴⁸¹ Demtschük, Elke: Strategische Allianzen zwischen Wirtschaft und Entwicklungsarbeit, Deutsches Institut für Entwicklungspolitik, Bonn, 2004, S.44f

⁴⁸² Falk, Gertrude: Common Code for the Coffee Community, in: Venro Unternehmensverantwortung zwischen Dialog und Verbindlichkeit, Bonn, 2004, S. 18

⁴⁸³ Hamm Brigitte: Evaluation des Multistakeholderprozesses des Common Code for the Coffee Community aus zivilgesellschaftlicher Sicht, INEF Duisburg, 2004, S.23 Allerdings konnte FIAN an der Abfassung des Projekt Paper mitwirken, das die Basis für die Arbeit am Verhaltenskodex bildete.

⁴⁸⁴ Venro: Unternehmensverantwortung zwischen Dialog und Verbindlichkeit, Bonn, 2004, S. 18

inwieweit hier das Projektsekretariat nicht eher nach dem Zufallsprinzip vorgegangen ist.“⁴⁸⁵

Neben der Management Unit (MU)⁴⁸⁶ gab es ein Steering Committee welches zweimal im Jahr zu Beratungen zusammenkam und seine Entscheidungen im einvernehmen traf. Aufgabe des Komitees war die Ausarbeitung und Implementierung des Kodes. Weiterhin bestimmte das Steering Committee wer am Common Code teilnahm und wer in den einzelnen Bereichen mit berufen wurde.⁴⁸⁷



Quelle: Common Code for the Coffee Community, Steering Committee in: www.gtz.de

Jeder dieser 4 Gruppen des Steering Committee bestimmte einen Rapporteur der in regelmäßigen Meetings mit der Management Unit im Rahmen eines internen Netzwerkes über Prozess und Aktivitäten informieren sollte, um diese in der eigenen

⁴⁸⁵ Hamm Brigitte: Evaluation des Multistakeholderprozesses des Common Code for the Coffee Community aus zivilgesellschaftlicher Sicht, INEF Duisburg, 2004, S.23

⁴⁸⁶ Ende 2004 wurde das Projektsekretariat in Management Unit (MU) umbenannt

⁴⁸⁷ s. Gesamtliste der Teilnehmer www.sustainable-coffee.net

Gruppe zu diskutieren. „ Each Constituent Group (...) mandated a Rapporteur to act as link between the respective Group and the 4C Management Unit. Regular meetings and telephone conferences have allowed a frequent consultation and exchange with the stakeholder groups, active participation in all relevant operational decisions and mutual update on progress and activities.“⁴⁸⁸

So gab es im Jahr 2005 zahlreiche Meetings des Steering Committees, die die Struktur des Common Code weiter ausbauen sollten. Es fanden u.a. Treffen in Tanzania zum Thema „Rules of Participation“ und in Brasilien zum Thema „Making 4C operational – Responsibilities and Commitments“ statt. Ziel war eine klare Definition und Abgrenzung des Common Codes von anderen Organisationen und Guidelines.

„The Common Code for the Coffee Community is not only a code of conduct with baseline criteria for sustainability in the mainstream coffee sector, but also an umbrella for equivalent codes and standards to be benchmarked against the 4C governance system and Code Matrix. This clarifies the relationship of 4C with other sustainability schemes on a national (such as the EMBRAPA code) or an international level (such as Rainforest Alliance) and enables already certified producers to sell ‘4C Compliant coffee’ without any additional effort or audit.“⁴⁸⁹ Das Steering Committee hatte weiterhin die Aufgabe Kontakte zu anderen Organisationen wie z.B. die Eastern African Fine Coffees Association (EAFCA) die Sustainable Coffee Partnership (SCP) und das Centre for International Market Research (CIMS) aufzunehmen. Im Jahr 2006 wurden zwei Treffen des Steering Committees in den Niederlanden und der Schweiz mit dem Zentralthema „Preparing 4C for the future – a governance and operational system for the initiative“ durchgeführt.⁴⁹⁰

Unterstützt werden sollte die Arbeit des Steering Committee und des Common Codes durch eine ebenfalls tripartitisch besetzte 4C Support Plattform, deren Aufgabe es war ein Netzwerk zwischen dem 4C Projekt und Forschungseinrichtungen sowie ähnlichen Initiativen und Programmen zu bilden.

„Especially the guidance and establishment of a toolbox, information sharing and the

⁴⁸⁸ Common Code for the Coffee Community Annual Report 2005 , Punkt 2

⁴⁸⁹ Ebd. Punkt 2

⁴⁹⁰ Ebd. Punkt 2

project platform were confirmed to be task for the members of the support platform.“⁴⁹¹

Arbeits- und Expertengruppen, die sich aus Vertretern der einzelnen Interessensgruppen zusammensetzten, hatten die Aufgabe sicherzustellen, dass die Aspekte der Nachhaltigkeit (sozial, ökonomisch und ökologisch) mit im Verhaltenskodex berücksichtigt wurden.

Diese tripäritätische Zusammensetzung in allen Bereichen sollte theoretisch zu einer möglichst großen Akzeptanz und Unterstützung führen, und entsprach damit zunächst den Forderungen der beteiligten zivilgesellschaftlichen Gruppen. „Für alle zivilgesellschaftlichen Akteure verband sich mit der Teilnahme am 4-C Projekt die Hoffnung, dass der 4-C die Chance für Verbesserungen von großer Reichweite ermöglicht, weil er nicht auf eine Nische, sondern auf die Mainstream Kaffeeproduktion ausgerichtet ist.“⁴⁹²

Basierend auf ihren unterschiedlichen Ausrichtungen brachten die Akteure der Civil Society Group u.a. FIAN, Greenpeace, CIR, Oxfam und Rainforest Alliance unterschiedliche Interessen und Expertisen in den Multistakeholder Dialog mit ein. Die Einbindung zivilgesellschaftlicher Gruppen erfolgte nach Ansicht von Hamm aus verschiedenen Gründen.

„So wird zum einen deren teilweise umfassende Expertise nachgefragt. Zum anderen soll durch eine umfassende zivilgesellschaftliche Beteiligung die Forderung nach Partizipation der Beteiligten erfüllt werden. Schließlich dient die Beteiligung dieser Akteure der Legitimation solcher Prozesse, weil sie gewissermaßen die Zustimmung der Gesellschaft symbolisieren soll. Als vierten Grund ließe sich anführen, dass mit der Einbindung in solche Prozesse kritische Stimmen bereits vorab zum Schweigen gebracht werden sollen, oder eine mögliche Kritik abgemildert werden soll.“⁴⁹³

Zumindest der vierte Grund erwies sich als Trugschluss. Nach Greenpeace beendete auch FIAN als Mitglied von VENRO im Zuge der Implementierung des Projektes die Mitarbeit am Common Code zum Abschluss der ersten Phase des Projektes.

⁴⁹¹ Ebd. Punkt 4

⁴⁹² Hamm Brigitte: Evaluation des Multistakeholderprozesses des Common Code for the Coffee Community aus zivilgesellschaftlicher Sicht, INEF Duisburg, 2004, S.11

⁴⁹³ Ebd. S.11

VENRO als freiwilliger Zusammenschluss von rund 100 bundesweit tätigen Nichtregierungsorganisationen vertritt über lokale Initiativen etwa 2000 große, mittlere und kleinere NROs. Diese repräsentieren einen wichtigen Bestandteil der Zivilgesellschaft: „VENRO setzt sich für eine globale Strukturpolitik ein, die die Förderung von Projekten und Programmen in den Entwicklungsländern ergänzt und fördert so den Dialog zwischen privaten und staatlichen Trägern der Entwicklungszusammenarbeit.“⁴⁹⁴

Im Rahmen des 4 –C Projektes wurden zusammen mit VENRO drei Workshops⁴⁹⁵ durchgeführt, deren Ziel die Abstimmung mit den Organisationen des fairen Handels war.⁴⁹⁶ Auch veröffentlichte FIAN in regelmäßigen Abständen Berichte über die Arbeit im 4-C Prozess um so der geforderten Transparenz nachzukommen. Im Gesamtergebnis waren mangelnde Transparenz und inhaltliche Probleme mit Gründe für den Ausstieg von FIAN. „Obwohl der Code vielen Forderungen von FIAN entspricht, ist die Organisation sehr darüber betroffen, dass Transparenz und Kontrollmöglichkeiten durch Zivilgesellschaft und Produzenten bei (der) Implementierung fehlen.“⁴⁹⁷

Auch Oxfam kritisiert in einem offenen Brief das Problem der Ausarbeitung von spezifischen Richtlinien zur Umsetzung der 4-C Initiative. Hauptkritikpunkt ist die Gefahr der Entstehung eines weiteren Nischenkaffees⁴⁹⁸, da sich die Industrie nicht zu einer Abnahme spezieller Mengen an 4C-Kaffee verpflichtete. Zudem löst das Projekt nach Ansicht von Oxfam nicht die Preisproblematik und die Überproduktion, so erhofft man sich zwar Preiserhöhungen, weiß aber nicht, ob und wann diese kommen. Auch der Verzicht auf strenge Marketingregeln und die mangelnde Einbindung der Kleinbauern⁴⁹⁹ wird kritisiert.

Während es also zur Aufgabe der Gruppe der NGO gehörte, die Interessen und Rechte der Kleinbauern zu vertreten, sowie für eine notwendige Partizipation der

⁴⁹⁴ S. Selbstdarstellung VENRO www.venro.org

⁴⁹⁵ auf die in Uganda durchgeführten Workshop wird im Kapitel 6.2.4. eingegangen

⁴⁹⁶ Hierbei ging es um die Abgrenzung zwischen Fairtrade Produkten und Produkten des 4-C. So setzte sich FIAN dafür ein, dass 4C keine eigene Marken wird und dass mit dem Projekt keine Konsumentenwerbung erlaubt ist.

⁴⁹⁷ FIAN: FIAN Beendet Mitwirkung am Common Code for the Coffee Community“, Pressemitteilung vom 15.3.2005

⁴⁹⁸ s. hierzu auch Kapitel 6.3.2.

⁴⁹⁹ Vgl. hierzu auch die nachfolgenden Kap. 6.2.4. und 6.2.5 sowie die Kapitel 6.3.2

beteiligten Gruppen vor Ort zu sorgen, war es Aufgabe der Gruppe der Ministerien und internationalen Organisationen, die Arbeit des Common Codes beratend zu begleiten. Diese Gruppe, zu der Organisationen wie die International Coffee Organization (ICO), das Deutsche Institut für Entwicklungspolitik (DIE), das International Institut for Sustainable Development (IISD), Utz Kapeh, die Weltbank, ILO und die Friedrich Ebert Stiftung gehörten⁵⁰⁰, hatten zwar kein eigenes Stimmrecht, wurden „aber vom Projektsekretariat genutzt, um neue Mitglieder in den Prozess einzubinden.“⁵⁰¹

⁵⁰⁰ S. vollständige Liste Anhang.

⁵⁰¹ Hamm Brigitte: Evaluation des Multistakeholderprozesses des Common Code for the Coffee Community aus zivilgesellschaftlicher Sicht, INEF Duisburg, 2004, S.9

6.2.4. Die Umsetzung des Dialogprozesses am Beispiel der Zusammenarbeit mit dem FoodFirst Informations- und Aktions-Netzwerk (FIAN)

FIAN ist eine internationale Menschenrechtsorganisation, die sich vor allem für die Personen und Gruppen einsetzt, die sich nicht allein vertreten können. Hierzu gehören Kleinbauern, Kleinpächter und Landarbeiter. Durch Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit versucht die Organisation mit Beraterstatus bei den Vereinten Nationen, die Menschenrechte bekannt zu machen, und unterstützt internationale und nationale Prozesse, die das Menschenrecht auf Ernährung praktisch umsetzen wollen.

Voraussetzungen für eine Beteiligung von FIAN an der Erarbeitung von Leitlinien war die Gleichberechtigung von NGOs in der Konzeption der Zieldefinition und der Zeitplanung.⁵⁰² Hierzu sollten klare Zielsetzungen definiert werden und eine Rückkoppelung mit den Partnern im Süden erfolgen. Notwendig sind aus Sicht von FIAN die Behandlung von zentralen Themen und die Vermeidung einer „Verwässerung“ von Zielsetzungen durch Doppeldeutigkeiten und Schlupflöcher. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Beteiligung aller Stakeholder und die unabhängige Verifizierung der Kodizes. Hierzu gehört auch die Rechenschaftspflicht und die Möglichkeit, Sanktionsmechanismen gegenüber Firmen, die den Kodex konsequent verletzen zu verankern.

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem 4-C Projekt wurden FIAN in der ersten Projektphase Gelder für die Durchführung von Seminaren zu Verfügung gestellt. Ziel dieser Seminare und Workshops⁵⁰³ war es, die Ansichten und Bedenken der direkt und indirekt beteiligten und betroffenen NGOs bei der Entwicklung des 4C Kodexes mit zu berücksichtigen.

Vor allem gegenüber den bei VENRO mit organisierten Fairtrade Gruppen bestand eine vermehrte Rechenschaftspflicht, da diese wie bereits dargestellt Nachteile für fair gehandelten Kaffee befürchteten. Bei den in Deutschland durchgeführten Workshops ging es um die Abstimmung von Verhandlungsstrategien, und darum die Abgrenzung zwischen Fairtrade Kaffee und dem 4-C Kaffee sicherzustellen.

⁵⁰² FIAN: Internes Dokument Beteiligung an Verhandlungen über Verhaltenskodizes

⁵⁰³ Neben den in diesem Kapitel dargestellten Seminaren in Uganda, fanden 3 Workshops bzw. Hintergrundgespräche mit VENRO statt

Da die wichtigste Gruppe in diesem gesamten Stakeholderprozess die Kleinbauern sind (weltweit wird rund 70% des grünen Kaffees durch diese produziert) bestand laut Hamm die Notwendigkeit, hier im Rahmen des capacity building diese am wenigsten mit Multistakeholderdialogen vertrauten Akteuren in den Prozess mit einzubinden.

Somit wurden von FIAN im Projektverlauf Workshops in Uganda durchgeführt mit dem Ziel, die Kleinbauern zu informieren, da dort fast 100% des Kaffees in klein- und mittelständischen Farmen angebaut wird und es keinen anerkannten Kaffeeverband gibt.⁵⁰⁴ „ Liberalisation rendered cooperatives unable to effectively compete in the market and led to their eventual collapse. (...) Cooperatives did not survive liberalisation in Uganda.“⁵⁰⁵ Die von FIAN organisierten Veranstaltungen fanden bei Kampala, in Mbale⁵⁰⁶ und Bushenyi⁵⁰⁷ statt und wurden gemeinsam mit der National Union of Coffee Agribusiness and Farm Enterprises (NUCAFE), der einzigen Dachorganisation in Uganda⁵⁰⁸, in Eigenregie durchgeführt. Neben Vertretern von NUCAFE und dem Ministerium wurden vor allem auch Kleinbauern, sowie deren Vertreter und nationale und internationale NGO wie z.B. der Kilembe Path Way Association, der Integrated Family Development Initiative, der Rural Community in Development (RUCID), der Agency for Integrated Rural Development (AFIRD), der Emesco Development Foundation und Plan International eingeladen. Ziel der Veranstaltung war es „to disseminate information about the Common Code in the Coffee Community Project, gather information from as many farmers as possible and create awareness in the coffee community regarding the common codes“.⁵⁰⁹ Hauptdiskussionenpunkte waren, die fehlenden Möglichkeiten, sich in Gruppen zu organisieren, die den Bedürfnissen der Kleinbauern entsprechen, sowie sich über die Struktur des 4-C Kodex zu informieren.

⁵⁰⁴ Hamm Brigitte: Evaluation des Multistakeholderprozesses des Common Code for the Coffee Community aus zivilgesellschaftlicher Sicht, INEF Duisburg, 2004, S.15

⁵⁰⁵ Heinrich Böll Foundation: Report on the Dissemination Workshop on the Common Code for the Coffee Community, Nairobi, Kenya 2005, S.11

⁵⁰⁶ Mbale ist das Zentrum des Kaffeeanbaugebietes im Osten des Landes

⁵⁰⁷ Bushenyi liegt im Westen des Landes

⁵⁰⁸ Heinrich Böll Foundation: Report on the Dissemination Workshop on the Common Code for the Coffee Community, Nairobi, Kenya 2005, S.11

⁵⁰⁹ FIAN, Falk G.: Uganda Farmers and NGOs Sensitization Workshops Kampala, Mbale and Bushenyi, Juni 2004, Punkt 1.0

Auch eines der wie im Kapitel 6.1. dargestellten zentralen Themen der Sozialstandards und Kernarbeitsnormen – die Kinderarbeit – wurde im Rahmen der Workshops thematisiert.

„Child labour and gender inequality especially when complicated by the spread of AIDS came up strongly during the discussion. Farmers depend on child labour and the poor farmers don't have the means to send their children to schools.“⁵¹⁰

Während des Workshops wurden hierzu gemeinsam mit den Kleinbauern und den Verbänden Empfehlungen und mögliche Lösungsvorschläge vor allem für eine bessere Partizipation von Seiten der Teilnehmer erarbeitet. „The major problems and challenges of the CCCC for the small producers is how to comply with the CCCC requirements. The CCCC is not very clear to the farmers and they are not organized to be reached out easily. A one and half day workshop (...) was considered not adequate to sensitize the farmers for effect change of behaviour.“⁵¹¹

Hierzu soll mit Farmerorganisationen zusammengearbeitet werden „that have a vision and strategy to work with small holder farmers“⁵¹² die den Kleinbauern bei der Beschaffung von Informationen und der Schulung im Rahmen von ‚agriculture practices‘ und ‚farming business‘ helfen.⁵¹³

Auch für Hamm stellte diese mangelnde Information und Interessensvertretung der Kleinbauern eines der zentralen Probleme dar. „Ein zweites Problem stellt die Einbindung der Kleinproduzenten in die Gruppe der Produzenten dar. (...) Vor allem die Sprecher der nationalen Kaffeeverbände ergriffen das Wort, und taten dies meist auch im Namen der Kleinproduzenten. Teilnehmende VertreterInnen von Kleinbauern bestritten aber, dass die Sprecher tatsächlich ihre Interessen vertreten würden.“⁵¹⁴

Die in diesem Kapitel aufgeführten Punkte spiegeln die im Kapitel 1.1.1. der Global Governance Architektur dargestellten Multiakteursebenen, sowie die Idee der

⁵¹⁰ FIAN, Falk G.: Uganda Farmers and NGOs Sensitization Workshops Kampala, Mbale and Bushenyi Juni, 2004, Punkt 3.0

⁵¹¹ Ebd., Punkt 4.0

⁵¹² Ebd., Punkt 6.0

⁵¹³ Ebd., Punkt 6.0

⁵¹⁴ Hamm Brigitte: Evaluation des Multistakeholderprozesses des Common Code for the Coffee Community aus zivilgesellschaftlicher Sicht, INEF Duisburg, 2004, S.22

grenzüberschreitenden Netzwerke und Dialogebenen wieder. Die von Debiel und Sticht im Kapitel 1.1.2. dargestellten Aufgaben der NGOs

- Lobbying,
- Monitoring,
- Awareness raising und
- Public Education

wurden in diesem Workshop deutlich und durch die Beteiligung und die Durchführung der Workshops zumindest ansatzweise verwirklicht.

Der letztendliche Ausstieg der meisten zivilgesellschaftlichen Organisationen zeigt jedoch, wie wichtig in der Umsetzung die Meinungsbildung und Gleichberechtigung der einzelnen Mitglieder im Multistakeholderprozess ist – wenn die Nichtregierungsorganisationen ihre Wächterfunktion wahrnehmen sollen .

6.2.5. Multistakeholdernetzwerke - Lernprozesse im Rahmen von Global Governance

Multistakeholdernetzwerke sind zentrale Elemente von Global Governance Strukturen.

Für Hamm erscheint Global Governance im weltweiten Kaffeesektor deshalb sinnvoll, „weil eine international befriedigende Lösung der weltweiten Kaffeekrise durch die Staaten und durch internationale Organisationen nicht erfolgreich war. (...) Wie im Ansatz von Global Governance begründet wird, so lässt sich auch für den Kaffeesektor feststellen, dass globale Politik nicht länger ausschließlich nur auf Nationalstaaten und internationale Organisationen bauen kann, wenn sie erfolgreich sein soll.“⁵¹⁵

Ziel von Multistakeholderprozessen ist es, wie im Kapitel 1.1.ff beschrieben, unterschiedliche Akteure, aus Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft zusammen zu führen ohne die Staaten aus der Verantwortung zu entlassen. Brunnengräber, Klein und Walk definieren Multistakeholder-Prozesse wie folgt:

„In Verhandlungsprozessen zwischen Unternehmen, staatlichen Organen oder NGO sollen alle Personen, die einen Anspruch oder ein berechtigtes Interesse an dem Stake (z.B. Verhandlungen über Globale Güter) haben, einbezogen werden. Das geht über AnbieterInnen, KundInnen, MitarbeiterInnen und HändlerInnen hinaus und meint alle Mitglieder einer lokalen Gemeinschaft, die zum Beispiel wirtschaftlich oder ökologisch von der Verhandlung über ein Gut betroffen sind.“⁵¹⁶



Quelle: www.econsense.de

⁵¹⁵Hamm Brigitte: Evaluation des Multistakeholderprozesses des Common Code for the Coffee Community aus zivilgesellschaftlicher Sicht, INEF Duisburg, 2004, S. 17

⁵¹⁶Brunnengräber; Klein Walk (Hrsg): NGOs im Prozess der Globalisierung Mächtige Zwerge – umstrittene Riesen, bpb Schriftenreihe Band 400, 2005, Glossar S.431

So ist die Teilnahme an solchen Prozessen für NGOs, die den meisten Multistakeholderinitiativen in ihrer „Wächterfunktion“ kritisch gegenüber stehen, an bestimmte Bedingungen geknüpft. Für Hamm gilt „Zivilgesellschaftliche Gruppen können eine Mitarbeit an freiwilligen Vereinbarungen, wie es der 4-C ist, vor ihrer Mitglieder- und Anhängerschaft sowie vor der Öffentlichkeit langfristig nur dann rechtfertigen, wenn erkennbar ist, dass Sozial-, Umwelt- und Menschenrechtsstandards von der Privatwirtschaft nicht nur für Marketingzwecke als CSR „verkauft“, sondern ernsthaft umgesetzt werden.“⁵¹⁷ Auch für Martens müssen Leitlinien und Kodizes, die mehr als nur PR- Instrumente für die Wirtschaft sein sollen eine Reihe von Mindeststandards erfüllen. Eine Checkliste mit 7 Kriterien, wie sie im Rahmen der Vereinten Nationen entwickelt wurden sollen NGOs helfen, die Ergebnisse von ‚Runden Tischen‘ zu bewerten.⁵¹⁸

Substanz: Der Kodex muss in Sprache und Zielsetzung klar und nicht verwässert sein, er muss sich auf die zentralen Themen und nicht auf unwichtige Details konzentrieren, und er darf keine Doppeldeutigkeit und Schlupflöcher enthalten.

Partizipation: Alle betroffenen Stakeholder müssen am Prozess beteiligt werden.

Motivation: Der Kodex muss ausreichende Anreize für Unternehmen enthalten, um die Erfüllung der Verpflichtungen zu gewährleisten.

Integration: Es muss sichergestellt sein, dass Unternehmen soziale und ökologische Werte in ihren Firmenzielen verankern und in den Instrumenten der Erfolgskontrolle berücksichtigen.

Transparenz: Es muss sichergestellt sein, dass Informationen über die Produkte und Produktionsverfahren eines Unternehmens in angemessenem Umfang rechtzeitig veröffentlicht werden.

Unabhängige Verifizierung: Die Verwirklichung des Kodex muss von unabhängiger Seite überprüft werden.

Sanktionierung: In dem Kodex müssen auch Sanktionsmechanismen gegenüber Firmen, die den Kodex konsequent verletzen, verankert sein.

Die im Bereich der PPP Projekte vorgeschriebene bzw. gewünschte Win-Win Situation ist somit ausschlaggebend für die Beziehungen der einzelnen Akteure

⁵¹⁷ Hamm Brigitte: Evaluation des Multistakeholderprozesses des Common Code for the Coffee Community aus zivilgesellschaftlicher Sicht, INEF Duisburg, 2004, S.16

⁵¹⁸ Martens, Jens: Unternehmensverantwortung zwischen Dialog und Verbindlichkeit in: VENRO Unternehmensverantwortung zwischen Dialog und Verbindlichkeit Bonn, 2004, S.6

untereinander. Hierfür ist eine absolute Gleichberechtigung der Gruppen und die Transparenz der Abläufe von besonderer Bedeutung. „Dialogprozesse und runde Tische sind nur dann als ‚Multistakeholder- Initiativen‘ glaubwürdig, wenn NROs von Anfang an gleichberechtigt in die Konzeption, Zieldefinition und Zeitplanung miteinbezogen werden.“⁵¹⁹ Vor allem diese Gleichberechtigung und Ausgewogenheit wird im Falle des 4-C Projektes als negativ eingestuft. So beklagten alle Beteiligten der zivilgesellschaftlichen Gruppen ein starkes Machtgefälle zwischen der Gruppe der Produzenten, und der Industrie auf Kosten der NGOs und der Kleinbauern welches durch die Mitarbeit des DKV im Sekretariat noch verstärkt wurde. „Um auf die Gestaltung des Prozesses entscheidenden Einfluss nehmen zu können, müssten die zivilgesellschaftlichen Organisationen auch im Projektsekretariat vertreten sein.“⁵²⁰

Da es bei Multistakeholderinitiativen im Rahmen von PPPs wie den 4C immer zu einem Machtgefälle von wirtschaftlich und personell starken Partnern kommt, stellt sich vor allem für die NGOs die Frage, wie dieses Ungleichgewicht durch strukturelle Verbesserungen ausgeglichen werden kann. Hierzu gehört, dass allen Beteiligten die Möglichkeit gegeben wird, sich gemäß ihrer eigenen Position zu äußern. Da vor allem die Gruppe der NGO und der Kleinbauern in diesem Prozess keine homogene Gruppe darstellt, dürfen unterschiedliche Meinungen nicht als vermeintliche Uneinigkeit und damit störend interpretiert werden. Auch dürfen ‚Runde Tische‘ und Dialogprozesse nicht dazu führen, dass sich die beteiligten NGOs einen „Maulkorb“ verpassen lassen. „Dies darf niemals bedeuten, sich gegenüber unternehmerischem Fehlverhalten den Mund verbieten zu lassen. NGOs sollten zu Beginn eines Multi-Stakeholder - Prozesses gegenüber Regierungen und Unternehmen unmissverständlich deutlich machen, dass die Öffentlichkeitsarbeit zu ihren Kernaufgaben zählt.“⁵²¹

Nach Meinung von Elisabeth Strohscheidt sollten NGOs ihre Arbeit und Strategie besser miteinander koordinieren, um der Gefahr des „Teile und Herrsche“ (in die „guten“ NGOs, die „kooperieren“ und in die „unzuverlässigen“ die auch „protestieren“)

⁵¹⁹ Martens, Jens: Unternehmensverantwortung zwischen Dialog und Verbindlichkeit in: VENRO Unternehmensverantwortung zwischen Dialog und Verbindlichkeit, Bonn, 2004, S.7

⁵²⁰ Falk, Gertrude : Fallbeispiel: Common Code for the Coffee Community in: VENRO Unternehmensverantwortung zwischen Dialog und Verbindlichkeit, Bonn, 2004, S.18

⁵²¹ Martens, Jens: Unternehmensverantwortung zwischen Dialog und Verbindlichkeit in: VENRO Unternehmensverantwortung zwischen Dialog und Verbindlichkeit, Bonn, 2004, S.7-8

zu vermeiden.⁵²² Bereits im Vorfeld der Erarbeitung des Common Code war es zu Diskussionen darüber gekommen, welche Mitglieder in der Gruppe der NGO vertreten sein sollen bzw. wer als unabhängige NGO gilt.⁵²³

Deutlich wird dies am Beispiel der Rainforest Alliance. Die Rainforest Alliance ist eine Organisation in der Wissenschaftler, Umweltorganisationen, Rechtsfirmen und Ministerien, gemeinsam Standards ausarbeiten. Auf der Grundlage eines Sustainable Agriculture Programme werden große Plantagen u.a. in der Bananen- und Kaffeeproduktion zertifiziert. Hierzu gehören in der Bananenproduktion z.B. Chiquita und bereits seit 1996 im Bereich der Kaffeeproduktion Kraft Foods⁵²⁴. Das Label steht für eine verantwortungsvolle Produktion von landwirtschaftlichen Export-Erzeugnissen, garantiert jedoch - anders als die Fairtrade Organisationen - keine Mindestpreise, die Preise folgen den Weltmarktpreisen.

So verkauft Kraft Food mit derzeit weltweit umgerechnet 20 Millionen Pfund zertifizierten Kaffee⁵²⁵ bereits ein Viertel aller unter dem Siegel von Rainforest Alliance hergestellten Bohnen der Umweltorganisation.⁵²⁶

Insofern war es fraglich, ob die Rainforest Alliance wirklich als Non-Profit-Organisation⁵²⁷ einzustufen ist, zumal sie als mögliche Zertifizierungsstelle für 4C Kaffee gilt. Gleiches galt auch für Utz Kapeh welche auf der Basis von ökonomischen, sozialen und ökologischen Kriterien Zertifizierungsprogramme für Kaffee nach dem System der „Nachverfolgbarkeit“ unter dem Motto ‚von der Bohne bis zur Tasse‘ anbieten.⁵²⁸ Obwohl Utz Kapeh wie die Rainforest Alliance eine Zertifizierungsstelle ist, wurde sie nicht der Gruppe der NGO zugeordnet, sondern ist Mitglied der Gruppe der externen Berater.

Als Problematisch erwies sich nach Hamm auch die Art, wie Teilnehmer dieser Gruppe beteiligt wurden um letztendlich so den Prozess zu steuern und auch zu dominieren. Verdeutlicht wird dies zum einen an dem Beispiel der Mitarbeit von

⁵²²Strohscheidt E.: NRO und Multi-Stakeholder Prozess – Pro und Contra in: Unternehmensverantwortung zwischen Dialog und Verbindlichkeit in: VENRO Unternehmensverantwortung zwischen Dialog und Verbindlichkeit Bonn, 2004 S.10

⁵²³ S. hierzu auch Kapitel 6.3.3. in der Frage nach der Stellung der Amber Foundation

⁵²⁴ S. hierzu auch Kapitel 6.3.1.

⁵²⁵ Bereits sieben Kaffeesorten von Kraft Foods weltweit tragen das Rainforest-Siegel

⁵²⁶ Kraft Foods: Nachhaltiger Kaffee: Kontinuierliche Steigerung der Abnahmemengen (www.presseportal.de)

⁵²⁷ s. Kapitel 1.1.2. Definition Zivilgesellschaft

⁵²⁸ Anders als Fairtrade gibt es bei Utz Kapeh keine Mindestpreisgarantie. Der eigene Code of Conduct basiert auf den europäischen Good Agriculture Practise.

Mitarbeitern eines PPP Projektes von Utz Kapeh, die durch die persönliche Nähe zur Gruppe der ‚Trade and Industry‘ deren Positionen untermauerten und stärkten⁵²⁹.

Ein weiteres Beispiel bezieht sich auf die Hinzuziehung eines Kartellanwaltes der von der Gruppe Trade and Industry vorgeschlagen wurde, und der beruflich an eines der beteiligten Unternehmen gebunden war. Die für die Gruppe der NGO so wichtige Frage der Preisgestaltung, sowie Fragen nach der Stabilisierung des Preisniveaus wurden dadurch mit Hinweisen auf das vermeintliche Kartellrecht, das Beratungen zu diesem Thema untersagt seien, immer wieder abgewürgt.

Auf der Internetseite von ‚sustainable coffee‘ wird zu Fragen der Preisgestaltung ausdrücklich daraufhin gewiesen, dass „Prices are a function of the market economy, oriented on supply and demand. Paying a guaranteed minimum price is not an issue on the select scale of operation“.⁵³⁰

Und auch die ‚Christliche Initiative Romero‘ (CIR), die nach Ausscheiden von FIAN, als eine der wenigen Nichtregierungsorganisationen im 4C-Kodex verblieben sind, führt an, dass sich der Kodex auf Grund der Anwesenheit der marktrelevanten Teilnehmer (Kraft Food, Tchibo, Sara Lee, Neumann Kaffee Gruppe, Volcafe, Nestle) mit dem Kartellrecht auseinandersetzen musste, und keine Absprachen über Preise und Preisaufläge unter marktrelevanten TeilnehmerInnen stattfinden durften.⁵³¹

Zwar wurde nach Protesten der NGOs auch ein Anwalt, den die Civil Society Group auswählen konnte, bei der Beratung des Preisthemas hinzugezogen, jedoch lehnte das stark an den Interessen des DKV und der Gruppe Trade and Industry angelehnte Projektbüro eine kontinuierliche Beratung durch diesen Anwalt, sowie ein Gutachten zu diesem Kernthema ab. Eine Übernahme des Preisbandes und seiner Marktmechanismen, die ein Kernstück des International Coffee Agreement darstellten, in die Beratungen und Ausformulierung des 4C-Programmes hätten nach Ansicht des Fair Trade Forum Österreich einen wesentlichen Teil der Kritik am 4C-Programm entschärft.⁵³²

Hier zeigt sich ein weiteres Problem von Multistakeholderprozessen.

Prozesse dieser Art als Lern- und Dialogplattformen sind nicht nur eingebunden in die einzelnen Interessen der Teilnehmer, sondern unterliegen u.U. auch

⁵²⁹ Gemeint sind hier die Beratungen in Vietnam, bei denen niederländische Mitarbeiter eines PPP Projektes die inhaltliche Position in Bezug auf das Verification System stärkten.

⁵³⁰ www.sustainable-coffee.net. Frequently asked question Punkt 2.3.

⁵³¹ Christliche Initiative Romero: Die drei Bestandteile des 4C- Kaffeekodex, Kapitel 3, in: www.ci-romero.de/kaffee_kodex/

⁵³² Fair Trade Forum Österreich Positionspapier zum Common Code for the Coffee Community

unterschiedlichen gesetzlichen Vorgaben, wie dem Kartellrecht, das Preisabsprachen durch die wichtigsten Anbieter und Produzenten verbietet. Auf der anderen Seite waren diese Gespräche über die Preisproblematik und mögliche Preiserhöhungen für die VertreterInnen der Zivilgesellschaft essentieller Bestandteil und u.a. auch Rechtfertigungsgrund für eine Teilnahme an Multistakeholderprozessen.⁵³³ (s. Kapitel 6.2.3.) Die gesamtgesellschaftliche Legitimation der NGO beruht in solchen Prozessen sehr stark darauf ob und wie sie ihre Forderungen in Dialogprozessen umsetzen. Ein „scheitern“ kann von der Gesellschaft als ein „einknicken“ vor den Interessen von Staat und Wirtschaft verstanden werden.

So „entwickelte sich im Verlauf des Prozesses eine Schieflage in der Stakeholderstruktur, was sich in Teilen auch atmosphärisch niederschlug.“⁵³⁴

Diese strukturelle Schieflage, die in fast allen Dialogprozessen vorkommt, muss bei der Planung und der Durchführung mehr berücksichtigt werden. „Ein wesentlicher Maßstab für einen erfolgreichen Multistakeholderdialog ist, dass die Bedenken und Forderungen jener Stakeholder mit den schwächsten Verhandlungs- und Entscheidungskompetenzen umfassend aufgenommen wurden. Dies sind in der Regel die zivilgesellschaftlichen Akteure und – wie im Fall des 4-C - die Gruppe der Kleinbauern.“⁵³⁵

Nach Ansicht von Martens sind die Erfahrungen, welche die NGOs mit ‚Runden Tischen‘ und Multistakeholderinitiativen gemacht haben, recht zwiespältig. So seien die Interessen zwischen Unternehmensvertreter auf der einen Seite, und Vertretern der Gewerkschaften und der NGO auf der anderen Seite in der Praxis nur schwer überbrückbar.⁵³⁶

Die vielfältigen Kritikpunkte und die rückläufige Beteiligung bzw. der Ausstieg der zivilgesellschaftlichen Organisationen bei zahlreichen ‚Runden Tischen‘ bestätigen das Argument des Machtgefälle und der damit verbundenen unausgewogenen Einbeziehung von Interessen. Viele fürchten um ihre Glaubwürdigkeit.

⁵³³ vgl. Christliche Initiative Romero: Kampagne Etappenerfolg beim 4C-Treffen in Brasilien S.25
in: www.ci-romero.de/kaffee_kodex/

⁵³⁴ Hamm Brigitte: Evaluation des Multistakeholderprozesses des Common Code for the Coffee Community aus zivilgesellschaftlicher Sicht, INEF Duisburg, 2004, S.27

⁵³⁵ Ebd. S.30

⁵³⁶ Martens, Jens: Unternehmensverantwortung zwischen Dialog und Verbindlichkeit in: VENRO Unternehmensverantwortung zwischen Dialog und Verbindlichkeit, Bonn, 2004, S.6

Dies ist auch das Hauptargument für Greenpeace und FIAN, die im 4C Prozess als Themenanwälte fungierten, und somit ein sogenanntes „agenda setting“ betreiben. Ihrer Meinung nach wurden wesentliche Elemente des Selbstverständnisses der Organisationen (Verzicht auf Patente und Gentechnik, Produktionsmenge etc.) im CCCC Projekt nicht berücksichtigt. Das Argument der GTZ, dass Greenpeace und vor allem FIAN nur ein Mandat für die erste Phase erhalten hatten, ist angesichts der aufgezeigten Probleme nicht haltbar.

Dies zeigt auch der offene Brief von Oxfam. Mit Eintritt in die zweite Phase des 4C Kodex sollten nach Ansicht der NGO folgende Elemente mitberücksichtigt werden.

- Es muss ein System entwickelt werden, das die Verpflichtung der Einkäufer, steigende Mengen 4C Kaffee einzukaufen, überwacht und bewertet, sowie die Abdeckung der vollständigen Kosten durch reelle Einkaufspreise.
- Weiterhin müssen auch die Einkäufer und Röster an den Durchführungskosten beteiligt werden.
- Die im bisherigen Projekt oft vermisste Partizipation der Kleinbauernverbände und Landarbeitergewerkschaften soll im endgültigen 4C-System nicht nur festgelegt werden. Ziel ist es, ihnen einen Teil der Verantwortung für die Weiterentwicklung der Strategien zu übergeben, die dann von der 4C-Management Unit umgesetzt wird.

Vor allem müssen die Ergebnisse in Betrieben der Zulieferindustrie umgesetzt, und eine Unabhängigkeit der Kontrolle gewährleistet werden. So gilt für den Common Code for the Coffee Community, dass nach Ansicht einiger beteiligter NGOs „die Ursache des Problems Verarmung von Kaffeebauern, Qualitätsverlust des Rohkaffee mit dem angestrebten Verhaltenskodex nicht bekämpft wird.“⁵³⁷

Für die Christliche Initiative Romero dagegen ist es wichtig, den Prozess der Etablierung von 4C-Foren auch weiterhin zu begleiten, damit Kleinproduzenten und zivilgesellschaftliche Gruppen eine Interventionsmöglichkeit auf nationaler Ebene erhalten.⁵³⁸

⁵³⁷ Falk, Gertrude : Fallbeispiel: Common Code for the Coffee Community in: VENRO Unternehmensverantwortung zwischen Dialog und Verbindlichkeit, Bonn, 2004, S.18

⁵³⁸ Schwarzkopf Albrecht CIR: 4C-Kaffee im Supermarkt in: Presente, Juni 2006

6.2.6. Strategischen Allianzen und Multistakeholderinitiativen – Herausforderung für die Technische Zusammenarbeit

Runde Tische und Multistakeholderinitiativen sind seit Beginn der rot-grünen Bundesregierung im Herbst 1998 aktiver Bestandteil der Entwicklungszusammenarbeit. Sie bieten im Rahmen von Strategischen Allianzen ein Forum für einen Dialog zwischen Regierungen, Unternehmen, NGOs und Gewerkschaften. So werden vor allem Partnerschaften von Produzenten und Konsumenten einer Wertschöpfungskette, wie hier Kaffee, von den einzelnen Programmen besonders gefördert. Nach Ansicht von Demtschück können solche strategischen Allianzen bei „angemessener Handhabung zu neuartigen Formen der Zusammenarbeit, einer signifikativen Erweiterung entwicklungsrelevanter Akteure, und zu Synergieeffekten in der gemeinsamen Arbeit führen.“⁵³⁹ Ihrer Meinung nach müssen Allianzen wie in Kapitel 6.1.1. dargestellt prozesshaft geplant und implementiert werden. „Dabei handelt es sich nicht um eine sequentielle Abfolge der einzelnen Phasen, sondern um einen systematischen Prozess iterativer Analyse- und Entscheidungsschritte. Wenn sich im Laufe der gemeinsamen Aktivitäten neue Kooperationsfelder ergeben, muss die Sinnhaftigkeit der Kooperation immer wieder geprüft werden.“⁵⁴⁰

Voraussetzung für die Schaffung von Synergieeffekten ist, wie in dem vorherigen Kapitel gezeigt, eine klare Darstellung der Verhaltensregeln und eine sorgfältige Vorbereitung der einzelnen Prozesse, um eine Zusammenarbeit unterschiedlich starker Partner zu gewährleisten.

In ihrer Evaluation des Multistakeholderprozesses des Common Code for the Coffee Community verweist Brigitte Hamm auf die Arbeit der Politikwissenschaftlerin und Psychologin Hemmati, die fünf Grundüberlegungen für ein Gelingen solcher Prozesse aufgestellt hat.⁵⁴¹ Auf der Basis dieser Vorgaben ergeben sich meines Erachtens nach für das 4-C Projekt folgende Empfehlungen:

⁵³⁹ Demtschück E.: Strategische Allianzen zwischen Wirtschaft und Entwicklungszusammenarbeit in Deutsches Institut für Entwicklungspolitik, Bonn, 2004, S.79 vgl. auch Grafik: Phasenaufbau einer Strategischen Allianz Kap.6.1.1.

⁵⁴⁰ Ebd. S.79

⁵⁴¹ Hamm Brigitte: Evaluation des Multistakeholderprozesses des Common Code for the Coffee Community aus zivilgesellschaftlicher Sicht, INEF Duisburg, 2004 , S.20

1. Ausreichende Multistakeholderkompetenz

Alle Stakeholder sollten mit den Prozessen im Rahmen von Multistakeholder Initiativen vertraut sein. Ist dies wie das Beispiel des FIAN Workshops in Uganda zeigt nicht gegeben, so sind die Betroffenen besonders zu fördern und zu schulen.

2. Multistakeholderprozess bereits in der Planungsphase

Alle Beteiligten sollten von Anfang an involviert sein, um eine Ungleichgewichtung während des Ablaufes zu vermeiden. Vor allem müssen alle beteiligten Akteursgruppen im Projektbüro bzw. der Management Unit vertreten sein.

3. Klar definierte Ziele

Alle beteiligten Partner müssen ihre eigenen Ziele definieren. Dies bedeutet nicht, dass man innerhalb einer Gruppe (dies gilt vor allem für die Gruppe der NGO und Kleinbauern) immer die gleichen Ziele verfolgen muss, jedoch müssen sie nachvollziehbar definiert sein. Auch sollte die Zusammenarbeit und die Strategie innerhalb einer Gruppe koordiniert werden.

4. Multistakeholderprozesse als gemeinschaftliche Lernprozesse

Einer der wichtigsten Aspekte bei der Durchführung von Strategischen Allianzen und Multistakeholderprozessen ist das Konzept des Learning Forums. Foren und Runde Tische erfüllen aber nur dann eine Aus- und Weiterbildung wenn alle Teilnehmer bereit sind, voneinander zu lernen. So fehlte der Gruppe ‚Trade and Industry‘ oft das Wissen um die „wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Menschenrechte“. Voneinander lernen darf aber nicht heißen, dass man versucht, in den Lernprozess einer Gruppe einzugreifen. Außerdem muss sichergestellt werden, dass externe Experten nicht einseitig auf den Lernprozess Einfluss nehmen.

5. Genaues Protokollieren aller Abläufe

Transparenz ist einer der ausschlaggebenden Aspekte im gesamten Prozess. Um den Verlauf zu dokumentieren und, wie Gertrude Falk es ausdrückt, eine zunehmende „Betriebsblindheit“ während des Prozessverlaufs zu vermeiden, sind Rückkoppelungen zu allen Fragen und Problemen notwendig. Auch der Prozess der Initiierung einer solchen Strategischen Allianz muß genau festgehalten werden. Insbesondere im Bereich der Auswahl der teilnehmenden Gruppen müssen Kriterien, Ziele und Regeln transparent sein.

Multistakeholderinitiativen und strategische Allianzen gründen somit auf Beziehungen und erfordern ein hohes Maß an „Vertrauen, Offenheit, Dialogbereitschaft und gegenseitigem Verständnis, das nur durch direkte und dauerhafte Kommunikation entstehen kann.“⁵⁴² Wobei nicht übersehen werden darf, dass die von den NGOs oft geforderte allumfassende Transparenz unter Umständen für die beteiligten Unternehmen kontraproduktiv sind, da Betriebsgeheimnisse u.a. einen legitimen Marktvorteil darstellen.

Dabei muss berücksichtigt werden, dass ein derartig umfassendes Projekt wie der Common Code auf Grund der unterschiedlichen Akteure und der verschiedenen Regionen und Länder, in denen es stattfindet immer ein Drahtseilakt ist. Externes Konfliktmanagement und eine unabhängige Moderation erschienen hier von besonderer Wichtigkeit.⁵⁴³ Im Rahmen des 4C- Prozesses war jedoch nicht nur die Management Unit bei der GTZ ansässig, sondern auch die Moderation des Prozesses wurde von einer ehemalige GTZ Mitarbeiterin geleitet, die dem Projektbüro verbunden war.

⁵⁴² Demtschück E.: Strategische Allianzen zwischen Wirtschaft und Entwicklungszusammenarbeit in Deutsches Institut für Entwicklungspolitik, Bonn, 2004, S.79

⁵⁴³ vgl. hierzu auch: Hamm Brigitte: Evaluation des Multistakeholderprozesses des Common Code for the Coffee Community aus zivilgesellschaftlicher Sicht, INEF Duisburg, 2004 , S.30

6.3. Konsequenzen für die Partnerschaft mit Entwicklungsländer

- **Das 4-C Projekt in seiner Umsetzung am Beispiel des PPP Projektes „Strategische Allianz Erhaltung und Nutzung der genetischen Ressourcen von Coffea Arabica in seinem Ursprungsland Äthiopien“.**

6.3.1. Die Entwicklung und Struktur der Umsetzung des 4 C-Projektes in Äthiopien

Grundvoraussetzung für die effiziente Durchführung von PPP Projekten sind, wie im Kapitel 3. ff dargestellt, die politischen und administrativen Rahmenbedingungen des Projektlandes. Mit dem Ende des Bürgerkrieges und der Abspaltung Eritreas von Äthiopien wurde ein demokratischer Prozess eingeleitet, der allerdings immer wieder von Auseinandersetzungen mit Eritrea (1998-2000) überschattet wird. So besitzt Äthiopien seit 1991 eine demokratische und rechtsstaatliche Verfassung mit einem starken föderalen Aspekt, durch den die einzelnen Regionen eine relativ hohe Autonomie besitzen. Trotz des hohen Wirtschaftswachstums in den letzten Dekaden und einem eingeleiteten Paradigmenwechsel in der bis dahin staatlich- dirigistischen Wirtschaftspolitik hin zu einer freien Marktwirtschaft gehört das Land mit zu den ärmsten Ländern der Welt. So leben insgesamt 44,2% der Bevölkerung unterhalb der Armutsgrenze⁵⁴⁴ (45,0% der Bewohner auf dem Land und 37% in den Städten)⁵⁴⁵ mit einem Alphabetisierungsgrad von 42% und einer Lebenserwartung von 42 Jahren sowie einer sehr schlechten medizinischen Versorgung. Äthiopien gehört somit auch 16 Jahre nach Ende des Bürgerkrieges zu den LDCs. Laut HDI Index nimmt Äthiopien den Rang 170 von 177 Ländern ein.⁵⁴⁶

Die wirtschaftlichen Bemühungen der Regierung werden durch zahlreiche Programme des IWF und der Weltbank unterstützt. So beträgt die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate 4,3%, wobei in der Landwirtschaft besonders dem Kaffeeexport eine besondere Bedeutung zukommt.⁵⁴⁷ Die öffentliche Entwicklungshilfe betrug im Jahr 2002 6,523 Millionen US\$.

⁵⁴⁴ Alle wirtschaftlichen Angaben entstammen dem Weltentwicklungsbericht 2005.

⁵⁴⁵ Der im Kapitel 2.3 erwähnte GINI Index liegt bei 30.0

⁵⁴⁶ www.bmz.de/laender/partnerlaender/aethiopien/zusammenarbeit.html

⁵⁴⁷ Die Wertschöpfung in % des BIP betrug im Jahr 2003 bei der Landwirtschaft 42% , bei der Industrie 11% und bei den Dienstleistungen 47%.

Neben den USA, Japan und den Niederlanden ist Deutschland eines der wichtigsten bilateralen Geberländer.⁵⁴⁸

Im G8 Afrika-Aktionsplan hat die Bundesregierung verschiedene Bereiche aufgezeigt, die für die Entwicklungszusammenarbeit wichtig sind. Hierzu gehören

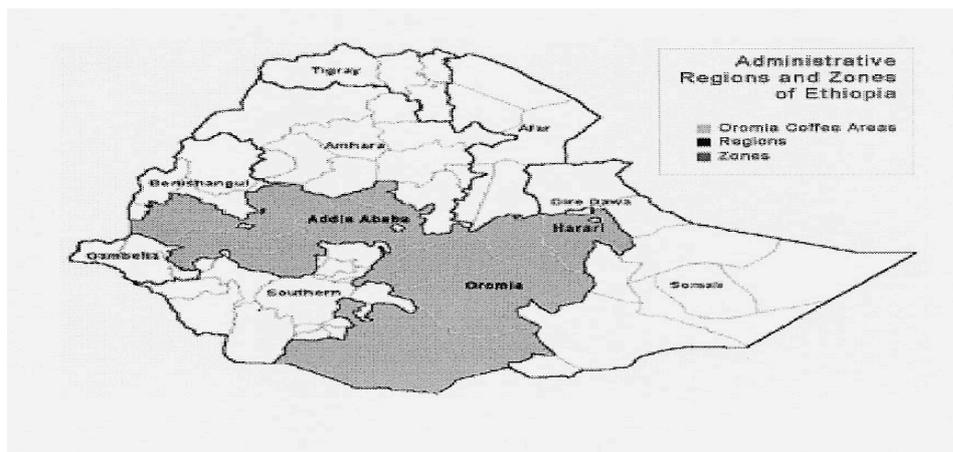
- keine Unterstützung biotechnologischer Produkte, sondern der natürlichen Ressourcen,
- Unterstützung im Wassermanagement
- Qualitätsverbesserung von Agrarprodukten und Abbau des Agrarprotektionismus

So ist Äthiopien eines der Schwerpunktländer⁵⁴⁹ indem die Teilbereiche

- Nachhaltige Nutzung natürlicher Ressourcen zur Ernährungssicherung und
- Kapazitätsaufbau zur Wirtschaftsentwicklung

gefördert werden sollen.

Deutschland engagiert sich in der Stärkung der Privatwirtschaft und bei der Einführung von Qualitätsmanagement und Standards. Im Rahmen der PPP-Fazilität finden zur Zeit sieben PPP-Projekte in Äthiopien statt. Fünf davon im Bau- und Konstruktionswesen und zwei im Landwirtschaftsbereich (Kaffee und Tomatenanbau- bzw. -verarbeitung).⁵⁵⁰ Dabei steht der Aufbau der Agrarindustrie im Vordergrund, die Zusammenarbeit konzentriert sich auf die Regionen Oromia, Tigray und Amhara.⁵⁵¹



⁵⁴⁸ In den jüngsten Regierungsverhandlungen 2005 wurden Äthiopien 69 Millionen Euro für drei Jahre zugesagt. 43 Millionen Euro für technische Zusammenarbeit und 26 Millionen Euro für die finanzielle Zusammenarbeit. S. hierzu auch: www.bmz.de/laender/partnerlaender/aethiopien/zusammenarbeit.html

⁵⁴⁹ S. Kapitel 4.1 Sektoren- und Länderprogramm

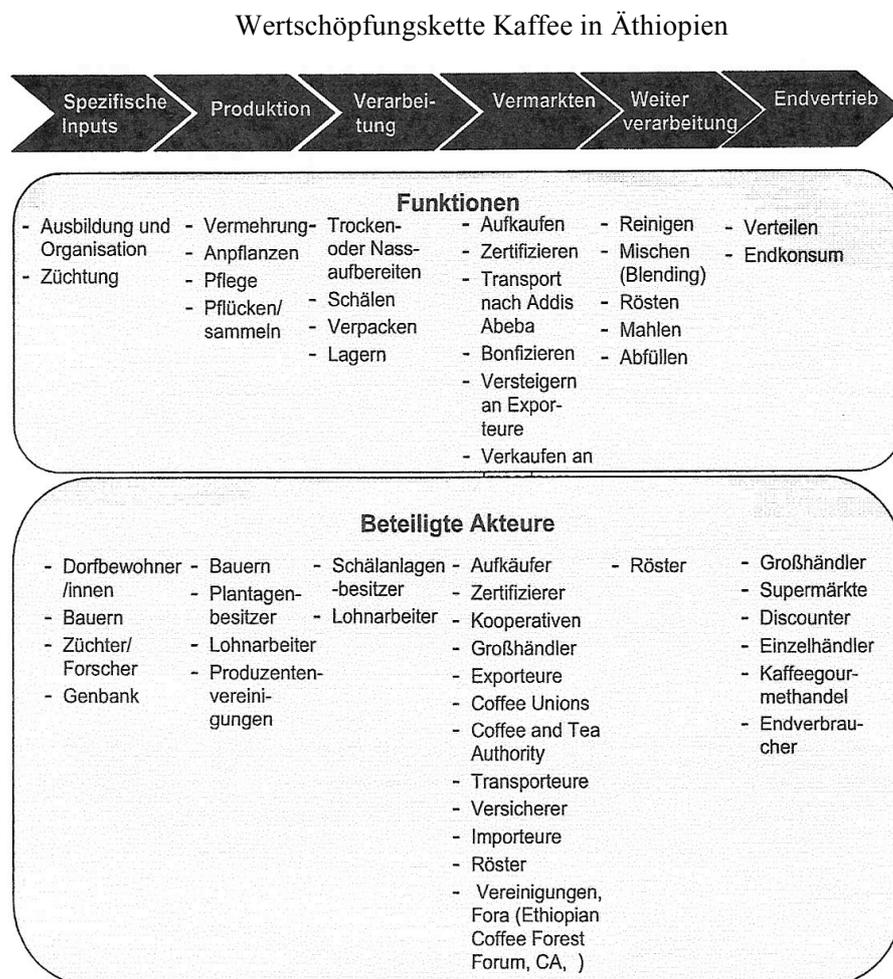
⁵⁵⁰ Asfaw Aregah: PPP-Project of the GTZ in Ethiopia Vortrag: Ethiopia Conference „International Trade and the Protection of Natural Resources in Ethiopia, 2005, Berlin

⁵⁵¹ www.bmz.de/laender/partnerlaender/aethiopien/zusammenarbeit.html

Äthiopien gilt als das Ursprungsland des Kaffees und als das einzige Land, in dem wilder Kaffee wächst. Mit 60% der Exporterlöse des Landes ist Kaffee der wichtigste Devisenbringer.⁵⁵² So wird heutzutage in Äthiopien kultivierter und wildwachsender Kaffee auf rund 400.000 ha angebaut mit einer Jahresproduktionsmenge von ca. 200.000t. Äthiopien ist somit siebt größter Kaffeeproduzent der Welt.

Der Kaffeeanbau ist ökonomisch für die äthiopische Bevölkerung von entscheidender Bedeutung. Insgesamt 15 Millionen Menschen leben vom Kaffeeanbau wobei es rund 1,6 Millionen Kaffeebauern gibt.

Unterteilt werden kann die Wertschöpfungskette in verschiedene Funktionen und Akteure:



Quelle: GTZ: Wertschöpfungsketten zum Erhalt der biologischen Vielfalt für Landwirtschaft und Ernährung, Wertschöpfungskette Kaffee in Äthiopien, Abbildung 6, S.25

⁵⁵² Volkmann: Systemische Wirkungsanalyse als Strategieinstrument im Kontext von Schutz und Nutzung wildwachsender Kaffeepopulation in Äthiopien, Amber Foundation, Freiburg, 2006, Einleitung

95% des äthiopischen Kaffees wird von Kleinbauern als „Cashcrop“ im sogenannten Gartensystem d.h. in kleinen Pflanzungen gezogen und geerntet.⁵⁵³ Traditionell gesehen sind die Männer für die „cashcrops“ zu ständig, die Frauen dagegen für den Anbau der „foodcrops“. Die meisten Kleinbauern leben auf weniger als 1 Hektarland auf denen sie im Wesentlichen Lebensmittel für den Eigenverbrauch anbauen oft am Rande der Armutsgrenze. „The Farmers with whom Oxfam spoke said that they were no longer able to buy clothes and teff (which is used to make injera – a staple starch), to pay vital medical expenses, or to send their children to school. Some had been forced to sell oxen and goats at low prices. All were trying to survive by eating more of their own corn.“⁵⁵⁴

Der Kaffeeanbau ist also als Einnahmequelle ökonomisch für die Bevölkerung von entscheidender vitaler Bedeutung.

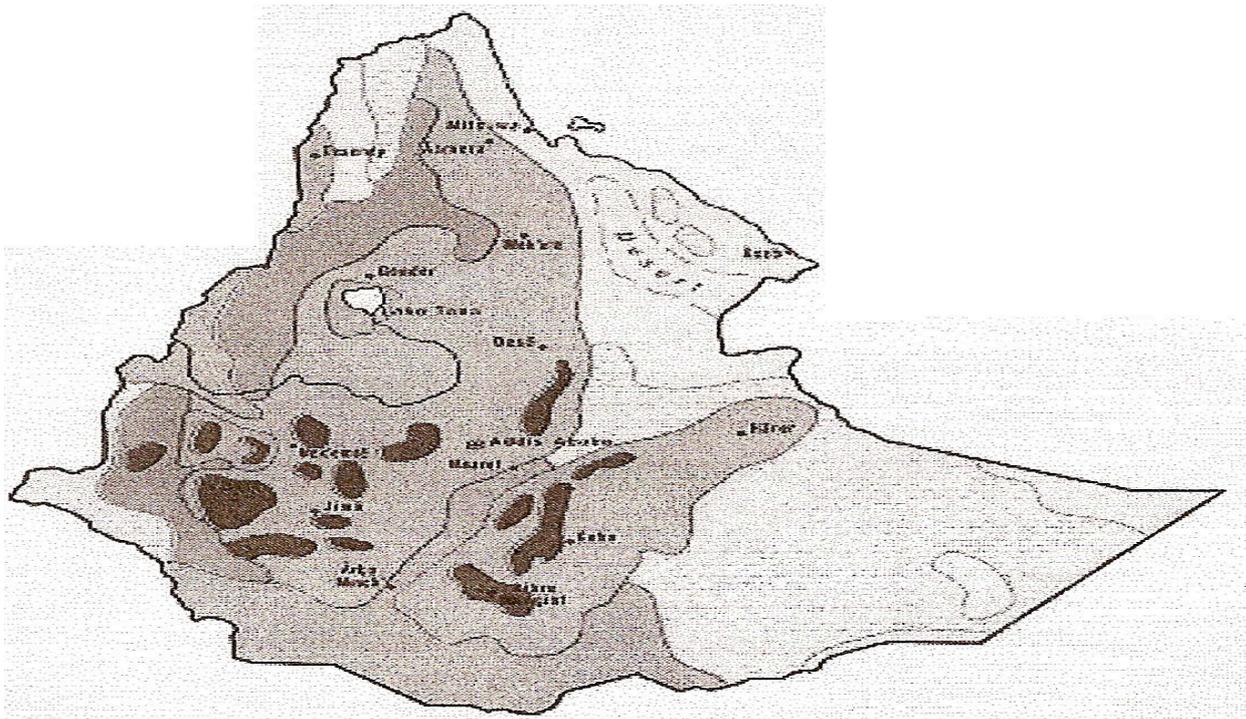
Auf Grund der Armut und des hohen Bevölkerungsdrucks (mehr als 1 Millionen Menschen leben auf dem Land) sind aber vor allem die Wälder, in denen Wildkaffee wächst, extrem bedroht.

Der wesentliche Teil des Wildkaffees wird in den Wäldern gepflückt. Da jedoch kaum eine Pflege der Kaffeebäume erfolgt, ist der Ertrag dieses ökologisch gewonnenen Kaffees, der auch als Waldkaffee, Halbwaldkaffee oder als Gartenkaffee bezeichnet wird, relativ niedrig.

Zudem sind mehr als die Hälfte des Waldes in Folge von Brandrodungen und Kahlschlag in den vergangenen 30 Jahren verloren gegangen, sodass sich langfristig das ökologische Problem der Erosion als Folge dieser Monokultur abzeichnet.

⁵⁵³ Es gibt in Äthiopien nur etwa 20.000 ha Kaffeeplantagen. Alle Angaben: GTZ, Wertschöpfungsketten zum Erhalt der biologischen Vielfalt für Landwirtschaft und Ernährung, Eschborn,, 2006 S.24

⁵⁵⁴ alle Angabe über die Kaffa Province entstammen dem Oxfam, International research paper: Crisis in the Birthplace of Coffee September 2002



Quelle: Abbildung 5: Verbliebene Waldgebiete in Äthiopien: Wertschöpfungsketten zum Erhalt der biologischen Vielfalt für Landwirtschaft und Ernährung, S.22

Im Rahmen des Projektes ‚Strategische Allianz Erhaltung und Nutzung der genetischen Ressourcen von Coffea Arabica‘ in seinem Ursprungsland Äthiopien soll in zwei ausgewählten Pilotgebieten die Produktion, Verarbeitung und Vermarktung des Kaffees verbessert werden. Ziel ist es, „ein Modell nachhaltiger Kaffeeproduktion und –vermarktung nach internationalen Qualitätsstandards unter Nutzung der natürlichen Ressourcen Äthiopiens zu entwickeln und einzuführen.“⁵⁵⁵

Die Oromia Provinz liegt westlich des Great Rift Valley und ist einer der sechs Bundestaaten dessen Grenzen überwiegend entlang ethnischer Linien gebildet ist. Die Provinz genießt formal eine weitgehende Autonomie. Als Hauptkaffeezentrum ist die Provinz von dem im Kapitel 6.0 bereits erwähnten Preisverfall besonders betroffen. Im Distrikt Mana⁵⁵⁶ Woreda der Provinz steht in Zusammenarbeit mit einer lokalen Genossenschaft die „Mainstream“ Kaffeeproduktion im Mittelpunkt. Gleichzeitig sollen Maßnahmen zur Diversifizierung unterstützt werden, um die starke Abhängigkeit der Bauern vom Kaffeeanbau zu reduzieren.

⁵⁵⁵ GTZ: Strategische Allianz (PPP) Erhaltung und Nutzung der genetischen Ressourcen von Coffea Arabica in seinem Ursprungsland Äthiopien, Maßnahmen –Nummer 2003-062

⁵⁵⁶ In einigen Dokumenten existiert auch die Schreibweise Manna Distrikt.

In der Region Kaffa, die als ein weiterer Teil der Oromia Province gilt, soll durch dieses Projekt der Wildkaffee besser geschützt werden. In der Studie von Oxfam über die Kaffeekrise in der Kaffa Provinz heißt es: „the Coffee is organically produced and grown underneath native trees, and consequently it also has the valuable distinction of conserving indigenous forest.“⁵⁵⁷ Diese Anbauart bietet zahlreichen Wildtieren wie dem Columbus Monkey und den Wild Dogs einen bedeutenden Zufluchtsort.

Ziel des gesamten Projektes ist langfristig somit die Schaffung eines Kaffee - Nationalparks bzw. eines Biosphärenreservates.⁵⁵⁸

Daher soll die Privatwirtschaft laut Projektantrag mit der Zivilgesellschaft für eine Verbesserung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Bedingungen der lokalen Bevölkerung sorgen. „Vor allem stehen hier die medizinische Versorgung und die Familienplanung im Mittelpunkt.“⁵⁵⁹

Aus der Wirtschaft waren in der Projektphase von 2003 bis Juli 2006 an diesem Projekt hauptsächlich die Amber Corporation AG⁵⁶⁰ und Kraft Food Deutschland GmbH beteiligt, während auf Seiten der Zivilgesellschaft sechs Organisationen an diesem Projekt teilnahmen. Neben ‚GEO schützt den Regenwald e.V.‘ gehörten hierzu auch die Deutsche Stiftung Weltbevölkerung (DSW), der Rotarian Fellowship for Population and Development und die zur Amber Corporation AG gehörende Amber Foundation, die wiederum mit dem Unternehmen Bio-Labs an einem Projekt beteiligt war. Wissenschaftlich begleitet wurde dieses Projekt zusätzlich durch das Forschungszentrum für Entwicklungsforschung (ZEF) der Rheinischen Friedrich-Wilhelms- Universität Bonn. Gesteuert wurde das Projekt über ein Steering Committee in dem alle beteiligten Parteien mit jeweils einer Stimme vertreten waren. Ziel war auch eine Kooperation mit dem strategischen PPP-Vorhaben „Common Code for the Coffee Community“ und dem TZ-Projekt „Stärkung institutioneller und personeller Kapazitäten im Bereich Ernährungssicherung“

⁵⁵⁷ Oxfam, International research paper: Crisis in the Birthplace of Coffee, September 2002, S.2

⁵⁵⁸ Afrika Verein: PPP – Entwicklungspartnerschaft mit der deutschen Wirtschaft in: Breite Allianz für den äthiopischen Kaffee www.afrikaverein.de/d/dienstleistungen/ppp/ppp_artikel/ppp0504.html , 14.7.2006

⁵⁵⁹ GTZ: Strategische Allianz (PPP) Erhaltung und Nutzung der genetischen Ressourcen von Coffea Arabica in seinem Ursprungsland Äthiopien, Maßnahmen –Nummer 2003-062

⁵⁶⁰ Bzgl. der Amber Corporation AG gab es während des Projektverlaufs Änderungen s. weitere Darstellung des Projektes

Die Leistungen der einzelnen Partner ergeben sich aus den Arbeits- und Fachgebieten der einzelnen Beteiligten.⁵⁶¹

Leistungen der GTZ

- Fachliches Backstopping und Steuerung,
- Finanzierung einer int. Kurzzeitfachkraft und einer lokalen Langzeitfachkraft

Leistungen der privaten Partner

- Einrichtung eines Qualitätskontrollsystems, Aufbau von dezentralen Kaffeereinigungsanlagen, Organisation der Bauern in Genossenschaften, Ausbildung von Promotoren, Verbesserung der Rückverfolgbarkeit und der Entwicklung eines Plans zur nachhaltigen Nutzung der wildwachsenden Kaffeebestände

Leistung der Zivilgesellschaft

- Forschung zur Biodiversität der Regenwälder und des wild wachsenden Kaffees in umwelt- und sozialverträglicher Nutzung. Vorbereitung einer Basisplanung zur Einrichtung eines UNESCO Biosphärenreservates in Zusammenarbeit mit den äthiopischen Behörden. Aufbau der Infrastruktur von Toiletten und Trinkwassersystemen, Fortbildung in reproduktiver Gesundheit, Familienplanung, HIV-Prävention.

Bereits im Vorfeld des Projektes war sowohl die Amber Corporation AG als auch ‚GEO schützt den Regenwald‘, die Deutsche Stiftung Weltbevölkerung und das Zentrum für Entwicklungsforschung in Äthiopien und im Kaffeebereich tätig. So arbeiteten GEO und die ZEF bereits vorher in dem Projekt „Schutz und Nutzung der Wildpopulation von Coffea Arabica“ interdisziplinär zusammen.⁵⁶²

a) PPP Projekt zur nachhaltigen Produktion und Vermarktung von wildwachsendem Arabica-Kaffee in Äthiopien

Der bisher nur von wenigen Fair Trade Organisationen als Nischenkaffee gehandelte „Wildkaffee“ ist Hauptansatzpunkt für zahlreiche Projekte. Bedingt durch die anhaltend niedrigen Preise für Kaffee werden bisher, wie oben ausgeführt, Flächen für alternative Kulturen oder den Drogenanbau (Khat) gerodet, was den Erhalt der genetischen Ressourcen von Coffee Arabica massiv gefährdet. Ziel des Projektes ist

⁵⁶¹ GTZ: Strategische Allianz (PPP) Erhaltung und Nutzung der genetischen Ressourcen von Coffea Arabica in seinem Ursprungsland Äthiopien, Maßnahmen –Nummer 2003-062

⁵⁶² GTZ: Büro für die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft: Maßnahmenbericht S.1

es, die weitere Zerstörung der Wälder aufzuhalten, um somit vor allem die für viele unschätzbare genetische Vielfalt zu erhalten. Mit Hilfe von Partnern aus Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft soll ein Modell entwickelt werden, welches Wildkaffee nachhaltig produziert und vermarktet.

Zentrale Themen der Projekte sind die im Bereich Leistungen aufgeführten landwirtschaftlichen Fragen sowie die medizinische Versorgung und Familienplanung.

Gesundheitsvorsorge und Familienplanung

„Public Private Partnership Project in the Ethiopian Region of Kaffa“ Deutsche Stiftung Weltbevölkerung

Bereits seit 2001 betreiben „GEO schützt den Regenwald e.V.“ und die Deutsche Stiftung Weltbevölkerung ein „Schutz- und Entwicklungsprojekt“ in der Kaffa - Provinz.⁵⁶³

In Zusammenarbeit mit der äthiopischen Entwicklungsorganisation Farm Africa wurde ein Vertrag zwischen den einheimischen Dörfern und der Provinzregierung geschlossen. Zweck des PPP-Projektes war somit nicht die Schaffung bzw. Entwicklung eines neuen Projektes, sondern die eigenen Aktivitäten „unter Nutzung der durch das PPP –Vorhaben geschaffenen Strukturen zu erweitern.“⁵⁶⁴ Ziel ist die nachhaltige Nutzung des Waldes durch die Bewohner (sie dürfen alle Produkte des Landes nutzen), und die Vermeidung eines „Ausverkaufs“ durch falsche „Investoren“ und illegalen Holzeinschlag. Da das Bevölkerungswachstum in dieser Region stetig zunimmt, wird im Rahmen der Gesundheitsvorsorge auch eine Familienplanung durchgeführt. So sind zur Zeit 20 Krankenschwestern und 10 Geburtshelferinnen dabei, die Bevölkerung zu beraten und gegen eine geringe Gebühr Verhütungsmittel zu verkaufen.⁵⁶⁵ Die Zahl der kontrollierten Geburten stieg im Laufe des Projektes um 28%. Zusätzlich gibt es vier Jugendclubs in denen ausgebildete Jugendliche andere über ungewollte Schwangerschaften, Aids und Verhütung aufklären. Mit Hilfe der traditionellen Community Theater werden Musik- und Theaterstücke in Schulen aufgeführt. Durch diese gebündelten Aktivitäten werden mittlerweile 16.000 Menschen erreicht, die Hälfte davon Frauen.

⁵⁶³ In einigen Dokumenten findet man auch die Schreibweise Kafa Provinz.

⁵⁶⁴ GTZ: Büro für die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft: Maßnahmenbericht, S.4

⁵⁶⁵ Deutsche Stiftung Weltbevölkerung: Projektbeschreibung, vgl. auch GTZ Maßnahmenbericht

Gemeinsam mit der Bevölkerung wurden zusätzlich ein ‚Bonga Integrated Participatory Forest Management Program (PFMP)‘ erstellt, in dem Regeln für die Arbeit und die Nutzung des Bonga Waldes festgelegt und ein Waldmanagementplan entwickelt werden.⁵⁶⁶ Um die Partizipation der Bevölkerung zu garantieren, wurde ein Komitee von 90 Repräsentanten (27% Frauen) gewählt, die an der Erarbeitung des Forest Management Plans beteiligt sind.

Des Weiteren wurde ein ‚field officer‘ und drei ‚field assistants‘ eingestellt. Themen des ‚forest management processes‘ sind:⁵⁶⁷

- Forest boundaries
- Forest extent
- Customary uses
- Traditional uses
- Village and resource mapping

Mit Hilfe von sogenannten Good Agricultural Practices (GAP) Training Kursen sowie Qualitätssicherungsmaßnahmen soll zusätzlich der Ertrag gesteigert werden.

Hierdurch, und durch weitere Quality Assurance Measures soll das Exportpotential verbessert werden.⁵⁶⁸

Für die Region Kaffa wurde außerdem von allen Partnern gemeinsam die „Kaffa Forest Coffee Farmers Producers Cooperativ Union“ im März 2004 gegründet, sowie ein Revolving Credit Fund eingerichtet. Der Union sind 26 Kooperativen mit insg. 4166 Farmern angeschlossen, die Kaffa Forest Coffee auf einem Gebiet von 164.059 ha anbauen.⁵⁶⁹

Weiterhin wurde das Büro der Union mit den finanziellen Mittel der PPP Maßnahme ausgestattet, sowie ein Wirtschafts- und Buchprüfungsplan mit der Hilfe eines lokalen PPP Koordinators erarbeitet.⁵⁷⁰

⁵⁶⁶ “Rules of use and partices in Bonga Forest will be agreed and a forest management program will be created.“
Deutsche Stiftung Weltbevölkerung: Projektbeschreibung: Public Private Partnership in the Ethiopian Region of Kaffa

⁵⁶⁷ Asfaw Aregah: PPP-Project of the GTZ in Ethiopia Vortrag: Ethiopien Conference „International Trade and the Protection of Natural Resources in Ethiopia, 2005, Berlin

⁵⁶⁸ Deutsche Stiftung Weltbevölkerung: Projektbeschreibung: Public Private Partnership in the Ethiopian Region of Kaffa

⁵⁶⁹ www.kafacoffeeunion.com

⁵⁷⁰ Asfaw Aregah: PPP-Project of the GTZ in Ethiopia Vortrag: Ethiopien Conference „International Trade and the Protection of Natural Resources in Ethiopia, 2005, Berlin

Zertifiziert wird der Kaffee als

- Special Market Certificate
- Exportable Quality Certificate

Ein Antrag seitens der Union auf Fair Trade Zertifizierung wurde während des Projektzeitraums gestellt.

Forschung

„Wildkaffee in Äthiopien“ der ZEF, Universität Bonn

„Herkunftsschutz und Vermarktung von Kaffeespezialitäten“ Amber Foundation, Freiburg in Zusammenarbeit mit BF Biolabs, Freiburg

Ein weiteres besonders zentrales Ziel des Projektes ist es, die biologische Vielfalt der Region als wichtigen Wirtschaftsfaktor zu erhalten.

So wird der Wert von Wildkaffee, in Äthiopien auf 1 bis 2 Mrd. US Dollar geschätzt. Dies ergibt sich aus der genetischen Vielfalt des Wildkaffees, welcher widerstandsfähiger gegen Krankheiten und toleranter gegenüber Wassermangel ist. Vor allem die natürliche genetische Vielfalt spielt eine bedeutende Rolle, da Genbanken statische Einrichtungen sind, die keine natürlichen Anpassungskonzepte an Umweltveränderungen oder Schädlingsbefall zulassen. Dies macht ihn für die Züchtung besonders wertvoll.

Typical Bonga Forest Site with Wild Coffee

Top Layer of Important Tree Species
<i>Aningeria adolfi-ferderechi</i> , <i>Olea welwitschii</i> , <i>Scheffleria abyssinica</i> , <i>Croton macrostacys</i>
Middle Layer of Important Tree Species
<i>Milletia ferrugiana</i> , <i>Teclia nobilis</i> , <i>Dracaena</i> spp. (2 spp.), <i>Galiniera saxifraga</i> , <i>Bersama abyssinica</i>
Third Layer
<i>Coffea arabica</i> , <i>Rhamnus prinoides</i> (geho), <i>Vernonia</i> spp. (2 spp.)
Ground Layer
<i>Coffee arabica</i> seedlings/saplings, <i>Aframomum corriander</i> (false forest cardamom), <i>Pepper longum</i> (long pepper or timiz), broad leaf weeds

Gemeinsam mit einer Vielzahl von unterschiedlichen Partnern, NGOs und Unternehmen soll im Rahmen des Projektes diese biologische Vielfalt geschützt, und Wildkaffee als Nischenkaffee vermarktet werden.

Gemeinsam mit dem Forschungsprojekt Wildkaffee des Forschungszentrums für Entwicklungsforschung (ZEF) der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn werden Konzepte zum Schutz und zur nachhaltigen Nutzung der genetischen Ressourcen von Coffee Arabica erarbeitet. Dabei betreibt das Institut „als international ausgerichtete Forschungseinrichtung somit nicht Entwicklungsländerforschung oder Entwicklungshilfeforschung, sondern befasst sich mit globalen und lokalen Themen und Fragestellungen der Entwicklung“.⁵⁷¹ Das Projekt wird zusätzlich mit 1,6 Millionen Euro vom Bundesforschungsministerium gefördert.⁵⁷²

Aber auch die am Projekt beteiligte Amber Foundation und die mit ihr verbundene Amber Corporation AG beteiligten sich gemeinsam mit dem auf Genidentifikation und Genexpressionsanalyse spezialisierten Freiburger Unternehmen BF Biolabs an dem Herkunftsschutz und der Vermarktung von Kaffeespezialitäten. Ziel der Amber Foundation war es nach eigenen Angaben „durch gezielte, punktuelle, vorwiegend ökonomische Impulse sozio - ökonomische Eigenentwicklung anzustoßen und gleichzeitig nachhaltige Wirtschaftsweisen zu erhalten, um so einen Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität zu leisten.“⁵⁷³

Um die genetischen Ressourcen und den ökonomischen Wert von Wildkaffee zu schützen wurde ein genetischer Fingerabdruck entwickelt, der einen nahezu zweifelsfreien Herkunftsnachweis liefert. Hierzu wurden die genetischen Muster der pflanzlichen Rohstoffe verwendet. Ergebnis ist ein genetischer Fingerabdruck in Form eines sorten- bzw. regionalspezifischen „Barcodes“ mit dem sich Proben nach Herkunft klassifizieren lassen. Der Kaffee der Region Kaffa wurde offiziell als „Limu“ klassifiziert. Über diese Analyse kann die Herkunft des Kaffees analytisch zertifiziert

⁵⁷¹ Durth K. Rüdiger: Es ist ein Geheimtipp für die Entwicklungsforschung aus: Bundeszentrale für politische Bildung: „Das Parlament“ mit der Beilage „Aus Politik und Zeitgeschichte“ Internet Angebot www.bundestag.de

⁵⁷² Ebd.

⁵⁷³ Amber Foundation: Bericht: Herkunftsschutz und Vermarktung von Kaffeespezialitäten – Existenzsicherung für äthiopische Kaffeebauern in der Provinz Kaffa pdf Dokument in: www.amberfoundation.com Projektauswahl

werden und Rückverfolgbarkeitssysteme wie auch BIO- oder Fairtrade - Zertifizierungen wirkungsvoll unterstützt werden mit dem Ziel Produzenten, Handel und Verbraucher effektiver zu schützen.⁵⁷⁴

Vermarktung

„Wilde Bohne“ für den Wald „GEO schützt den Regenwald“ e.V. in Zusammenarbeit mit „Bonga Forest“ Amber Corporation AG, Freiburg sowie Original Food, Freiburg
Vermarktet wurde der Wildkaffee zunächst über die Zusammenarbeit mit dem Unternehmen Amber Corporation AG und ‚GEO schützt den Regenwald e.V.‘ Dem vorausgegangen war der Versuch seitens des Vorstandes des Regenwaldsvereins, für den Wildkaffee gemeinsam mit der Tchibo AG einen Absatzmarkt zu finden.⁵⁷⁵ Die Amber Corporation AG ergänzte seit 2001 als Handelsunternehmen die Amber Foundation und wurde für den Vertrieb der Produkte gegründet. Bereits im Vorfeld des Projektes waren beide Partner ‚GEO schützt den Regenwald‘ und Amber Corporation im Kaffeespezialitäten- Markt tätig, und engagierten sich für einen transparenten Handel. Gemeinsam bauten sie einen Direktimport von Wildkaffee für den deutschen Markt auf, um so beteiligten Bauern einen angemessenen Preis zu bezahlen. Durch die Verbindung mit der im Punkt Forschung dargestellten Zertifizierungsmöglichkeit sollte durch die Rückverfolgbarkeit des Produktes die Vermarktung von Wildkaffee im gehobenen Feinkostbereich erleichtert werden.

Auf Grund von Meinungsverschiedenheit wurde noch während des Projektverlaufs die Zusammenarbeit mit der in Insolvenz gegangenen Amber Corporation AG aufgelöst und unter dem gleichen Geschäftsführer Florian Hammerstein in Freiburg durch die neugegründete Original Food GmbH weitergeführt. Vertrieben wird der Kaffee über das Projekt „Wilde Bohne“ als Kaffa Wildkaffee 100% Arabica über verschiedene Internetadressen so z.B. www.kaffaland.com, www.originalfood.de, www.regenwald.de, und www.geo.de . Als Handelspartner werden Bioläden, Dritte Welt Läden in der Händlerliste genauso aufgeführt wie z.B. Reiseausstattungs-geschäfte. Ziel ist, nach Aussage der Projektpartner, die

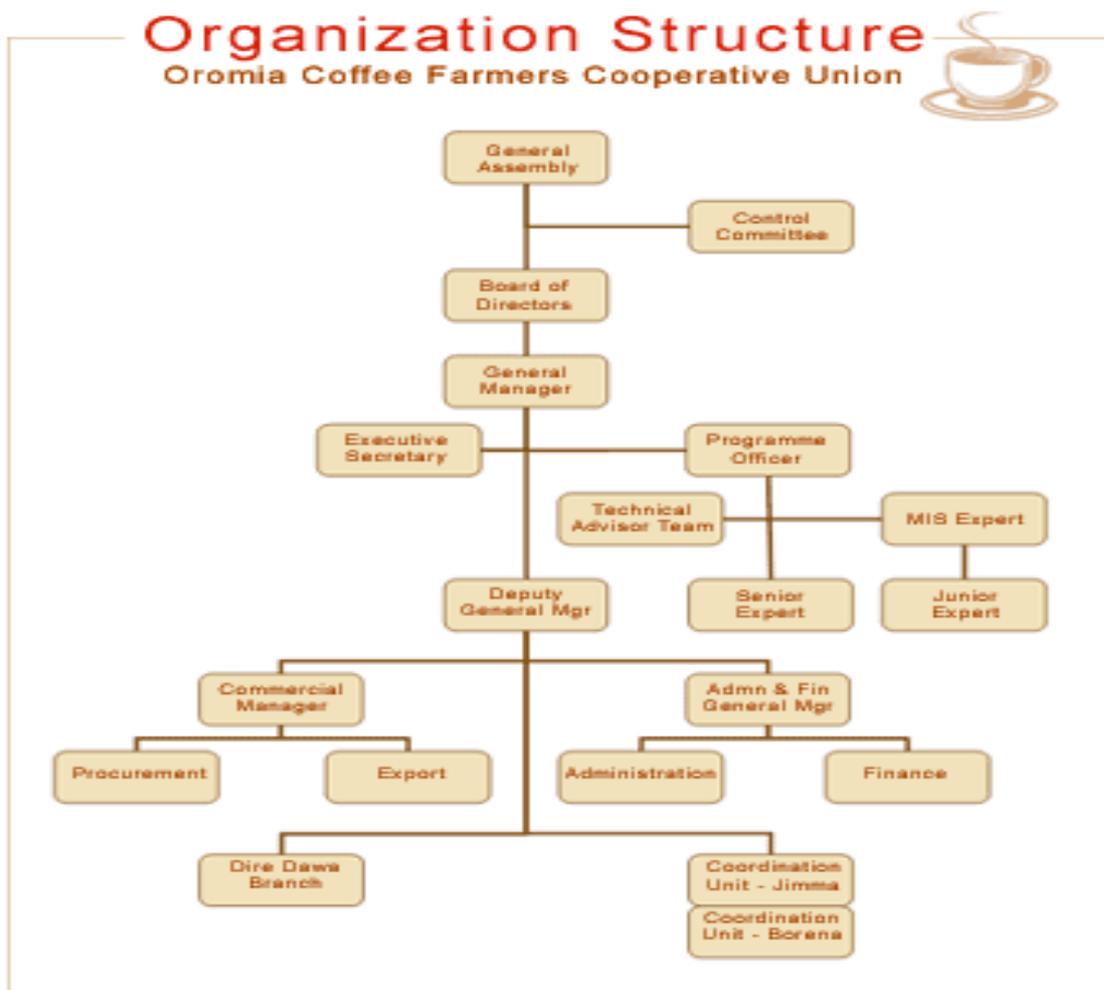
⁵⁷⁴ Amber Foundation: Bericht: Herkunftsschutz und Vermarktung von Kaffeespezialitäten – Existenzsicherung für äthiopische Kaffeebauern in der Provinz Kaffa, pdf Dokument
in: www.amberfoundation.com Projektauswahl

⁵⁷⁵ Trippel, Katja: Wilde Bohne schützt den Wald, taz 20.9.031

Lebensbedingungen der Kaffeebauern durch höhere Einkommen und soziale Maßnahmen zu verbessern.⁵⁷⁶

b) PPP-Projekt zur Erhöhung der Qualität des ‚Mainstream‘ Kaffees und der Lebensbedingungen der Kaffeebauern im Ursprungsland Äthiopien

Inhalt dieses Projektteils ist es, die in Kapitel 6.2.2. erläuterte Matrix des Common Code for the Coffee Community zu überprüfen und gegebenenfalls zu ändern, sowie die Indizes zu konkretisieren. Dieses Projekt wird von Kraft Foods gemeinsam mit der im Jahr 1999 gegründeten lokalen Genossenschaft Oromia Coffee Farmers Cooperative Union (OCFCU) durchgeführt. In der Union sind insg. 74 Kooperativen mit 69.000 Farmern organisiert.



Quelle: www.oromiacoffeunion.org

⁵⁷⁶ vgl. Selbstdarstellung Original food, pdf. Dokument in: www.originalfood.de

Zertifiziert wird der Kaffee der Union bereits mit dem Öko- Garantie Label sowie dem Fair Trade Label.

Wichtig bei der Projekt- und Zielplanung war, dass sich in diesem Projekt Kraft Foods und Amber Corporation während der Projektphase ergänzten und nicht als Konkurrenten auftraten, weshalb die beiden Unternehmen auch in unterschiedlichen Projektteilen operieren.

Schwerpunkt dieses Projektes, welches sowohl auf der Internetseite von Kraft Food, als auch der Plattform der Sustainable Agriculture Initiative (SAI)⁵⁷⁷ dargestellt wird, ist es, die Qualität des Mainstreamkaffees zu verbessern und die Wertschöpfung des Produktes zu erhöhen.

“The project encompasses the following key activities:

- Implementation of good agricultural practices and dissemination of contents via training and/or other communication tools.
- Identify best possible post-harvest treatment (i.e. promote washed coffees) in case of better returns for farmers in the project areas.
- Introduce quality laboratories for a better control and regulation of quality.
- Train laboratory staff via the Coffee & Tea Authority in Addis and farmers in training courses at coop level.
- Evaluate fact base on the social dimension and start funding social project based upon needs. Start first activities in the area of health care and education.
- Start capacity building with regard to environmental aspects of coffee farming and introduce first indicated actions with regard to rainforest conservation.⁵⁷⁸

Ausgehend von einem ähnlichen Projekt, welches von Kraft in Peru in Zusammenarbeit mit der UNDP und der Zentrale der lokalen Kaffeekooperativen durchgeführt wurde⁵⁷⁹ soll hier die Qualität des Mainstreamkaffees verbessert werden. Hierzu sollen die Mitarbeiter über Schulungsmaßnahmen weitergebildet,

⁵⁷⁷ Die Sustainable Agriculture Initiative ist eine Initiative der Ernährungsindustrie mit dem Ziel zur Entwicklung von nachhaltiger Landwirtschaft beizutragen. „Its activities are open to stakeholder of the food chain, including farmers whose involvement is crucial to the successful design and implementation of sustainable agricultural practices”. S. Selbstdarstellung SAI: www.saiplatform.org Im Dez.2003 wurde ein, Common understanding of Mainstream Sustainable Coffee‘ zwischen CCCC und der SAI Plattform unterzeichnet.

⁵⁷⁸ SAI: Improving the sustainability of mainstream& forest arabica coffee production in the Oromia and bonga region of Ethiopia www.saiplatform.org/our-activities/coffee/ethiopia.htm

⁵⁷⁹ in einer zweiten Projektphase kam hier die GTZ hinzu

und sechs Qualitätslabors in Zusammenarbeit mit der staatlichen „Coffee and Tea Authority“ (CTA) eingerichtet werden. Wichtigster Ansatzpunkt ist laut Selbstdarstellung die Überprüfung der zur Zeit angewandten Waschprozesse, die verbessert werden sollen, und das sogenannte ‚Cup Testing‘ in Zusammenarbeit mit einem Aromaexperten.

“Through this Project, we are working on developing and implementing a variety of economic, environmental and social benefits:

- Started to rollout GAP training to all participating farmers in the Manna region with the help of newly trained trainers
- Made Kraft’s first green coffee purchases from local project partners in the Manna und Bonga Region (90tons)
- Evaluated post-harvesting processes and recommended actions to improve coffee quality, economics and environment performance.
- Analyzed the environmental situation in the Bonga region”⁵⁸⁰

Weiterhin gehört laut Projektdarstellung von Kraft Food auch ein Programm zur HIV/AIDS Prävention, welches durch 12 lokale Jugendclubs rund 30.000 Menschen erreichen will. Zwar wird im Vorfeld auf die anderen Partner⁵⁸¹ hingewiesen, jedoch fehlt in der Selbstdarstellung der Bezug ob dieser Teil des Projektes nun von Kraft Food selber, oder durch einen der anderen Partner durchgeführt wird.

Auch auf der Internetseite von SAI wird auf diese soziale Komponente in Zusammenarbeit mit Kraft Food hingewiesen.⁵⁸²

⁵⁸⁰ Kraft food: Ethiopia – Supporting the Cradle of Coffee
in: www.kraft.com/responsibility/agriculture_ethiopia.aspx

⁵⁸¹ angegeben werden die Partner Amber Foundation, Deutsche Stiftung Weltbevölkerung, Geo Protects the Rainforest, GTZ, Original Food, Rotary Deutschland Gemeindienst, ZEF Institute at University of Bonn

⁵⁸² SAI: Improving the sustainability of mainstream & forest arabica coffee production in the Oromia and Bonga region of Ethiopia www.saipatform.org/our-activities/coffee/ethiopia.htm

The project addresses the three pillars of sustainability by focusing particularly on the following issues:

Social

- Funding of social projects (i.e. health care, education, water supply etc.).
- Smallholders income increase from coffee quality improvement and reduction of production cost through better farm management.

Environment

- Reduction of the environmental footprint of coffee production.
- Promotion of an economical feasible and environmentally acceptable utilization of forest coffees.

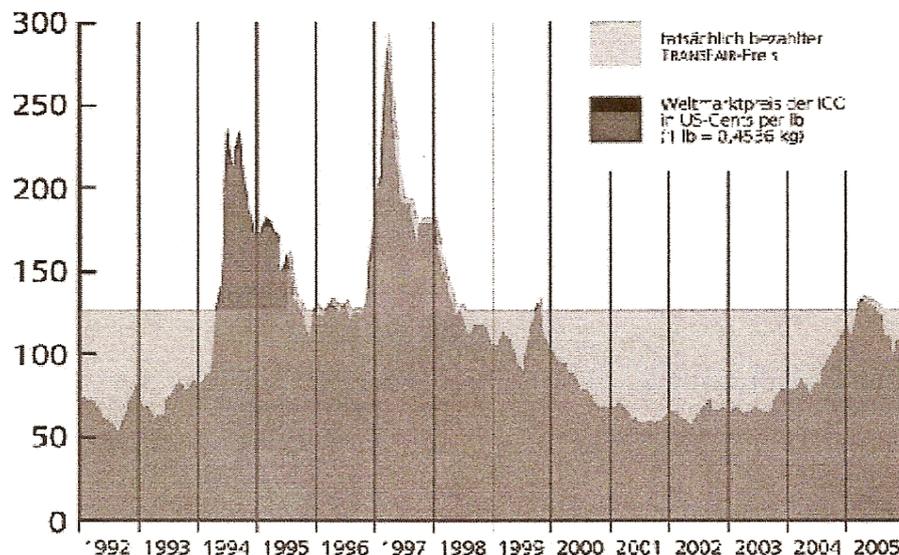
Economy

- Improvement of the marketability for green coffees from the region through better quality (good agricultural practices / promotion of washed coffee).
- Capacity building of all parties of the coffee supply chain (farmers, coops etc).
- Introduction of quality laboratories in the project regions

Zusätzlich sollen Kraft Experten versuchen, durch Beratungsunterstützung auch Hilfestellung in den Bereichen Marktwirtschaft, Unternehmensführung und Eigenverantwortung zu geben, um langfristig Lösungsansätze für die Probleme der äthiopischen Kaffeeindustrie zu liefern. Das Projekt in Bonga und Manna soll ein Schritt hin zu einer nachhaltigen Entwicklung im Kaffeebereich des Landes sein.

6.3.2. Nischenkaffee, Spezialmarken und Mainstreamkaffee - Auswege aus der Kaffeekrise?

Vor allem Spezialitätenkaffees, die mit einem Preisaufschlag und mit Hinweisen auf Herkunftsland, besondere Eigenschaften, Schattenanbau oder fairen Handel verkauft werden, sind auf dem hart umkämpften Kaffeemarkt ein „absoluter Renner“.⁵⁸³ So war Kaffee das erste Produkt des fairen Handels und ist bis heute eines der wichtigsten geblieben. Nach Ansicht von Oxfam kann in diesem Marktsegment, ein sehr viel besserer Preis für die Anbauprodukte erzielt werden.



Quelle: Entwicklung von Fair Trade und Weltmarktpreises für Kaffee 1992 -2005 Abbildung 9⁵⁸⁴

Diese höheren Preise machen die Nischenmärkte besonders für solche Länder interessant, die ihren Kaffee als Markennamen vermarkten wollen, wie z.B. Jamaika den „Blue Mountain Kaffee“. Doch weisen vor allem NGOs, die sich seit Jahren mit der Kaffeekrise beschäftigen, immer wieder daraufhin, dass Nischenkaffees nur ein Teil einer Gesamtlösung sein können. So befürchten NGOs wie in Kapitel 6.2.3.ff dargestellt, dass durch das Projekt nur weitere Nischenkaffees entstehen, ohne dass sich etwas an der Preisproblematik und der Überproduktion ändert. „Nischenmärkte

⁵⁸³ Oxfam: Bitter! Armut in der Kaffeetasse, Der Weg aus der Krise: ein Aktionsplan, 2002, S.40

⁵⁸⁴ GTZ: Wertschöpfungsketten zum Erhalt der biologischen Vielfalt für Landwirtschaft und Ernährung, Eschborn, 2006, S.35

allein können nicht die Lösung für die systematischen Probleme sein, von denen Millionen von KaffeebäuerInnen betroffen sind.“⁵⁸⁵

Bereits seit geraumer Zeit versucht der Fair Trade Bereich sich neue Märkte zu erschließen. So stieg der Umsatz von Fair Trade Kaffee in den letzten Jahren stark an.

Tabelle 2: Umsatz von Fair Trade Kaffee 1998 – 2003⁴⁶

Jahr	Tonnen	Zunahme
1998	11.664	
1999	11.819	1,3%
2000	12.818	8,5%
2001	14.388	12,3%
2002	15.780	9,7%
2003	19.872	25,9%

Quelle: Umsatz von Fair Trade Kaffee in: GTZ Wertschöpfungskette zum Erhalt der biologischen Vielfalt ,
Tabelle 2, S.31

Die Deutsche Fairtrade- Branche vor allem die NRW Unternehmen Gepa⁵⁸⁶ und Transfair⁵⁸⁷, verzeichneten 2006 Umsatzsteigerungen um 25% für ihre Produkte. Bereits im Rahmen des 4C Projektes wurde von Seiten der beteiligten Organisationen wie Oxfam und FIAN auch die Befürchtung geäußert, dass eine genaue Abgrenzung von Fair Trade Kaffee zu diesen hier dargestellten Nischenkaffees für den Kunden nicht nachvollziehbar ist. Als „fair light“ bezeichneten Vertreter der Dritte Welt Organisationen und der Umweltverbände den Vorstoß anderer Anbieter, zertifizierten Kaffee anzubieten, da die gemachten Angebote beispielsweise in Bezug auf Mindestpreise und Mengenabnahmen weit niedriger seien, als die z.B. von Gepa gezahlten Aufschläge.⁵⁸⁸

In ihrer Selbstdarstellung erwähnt Original Food wie im Kap. 6.3.2. dargestellt zwar, dass höhere Einkommen für die Bauern erzielt werden sollen, macht jedoch anders

⁵⁸⁵ Oxfam: Bitter! Armut in der Kaffeetasche Der Weg aus der Krise: ein Aktionsplan, 2002, S.42

⁵⁸⁶ GEPA ist das größte Fairhandelsunternehmen und vergibt sein Siegel für fair gehandelte Produkte. Es ist ein eigenständiges Unternehmen und lediglich eines von 90 Lizenznehmern die von Transfair eine Reihe von Produkten auf die Einhaltung der Fairhandelskriterien kontrollieren.

⁵⁸⁷Transfair handelt nicht mit eigenen Waren sondern vergibt ein Siegel für fair gehandelte Produkte. Als unabhängiges Unternehmen wird es von ca. 40 Mitgliedsorganisationen getragen. Das Siegel ist die Zertifizierung durch die Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) zu der sich 1997 weltweit 20 nationale Siegel-Initiativen zusammengeschlossen haben.

⁵⁸⁸ Schröder, M.: Fairer Handel muß wachsen, die Tageszeitung: 24.11.2006

als die Fair Trade Organisationen während des Projektzeitrahmens keine Angaben über garantierte Mindestpreise und Abnahmeverträge .

So stellt sich vor allem im Rahmen des Projektteils „PPP Projekt zur nachhaltigen Produktion und Vermarktung von wildwachsendem Arabica-Kaffee“ die Frage, welche Folgen es hat, wenn zertifizierter Kaffee, unterstützt von staatlicher Hilfe und Entwicklungshilfegelder durch Vertriebsgesellschaften verkauft wird. Kritiker weisen wie in Kap. 3.3. ff dargestellt immer wieder darauf hin, dass PPP Projekte nur die außen- und betriebswirtschaftlichen Interessen einzelner Unternehmen fördern würden. Sowohl bei der Amber Corporation AG als auch bei der eigens im Projektzeitraum neu gegründeten Original Food GmbH handelt es sich um Wirtschaftsunternehmen mit einem weiten Vertriebsnetz in Deutschland, Österreich und der Schweiz, die sich explizit im Rahmen des Projektes auf diese Produkte spezialisiert haben.

Die Fair Trade Initiativen und Produkte waren deshalb so erfolgreich, weil es ihnen gelang, Beziehungen zwischen Verbrauchern und Produzenten, spezifisch: zwischen der Lebenssituation der Verbraucher und der Lebenswelt der Produzenten herzustellen. Bei Fair Trade handelt es sich nicht nur um ein Produkt, welches vom Produzenten gekauft wird, sondern er kann sich im Idealfall auch mit der sozialen und politischen Situation im Erzeugerland auseinandersetzen. Für solche „Produkte, die Geschichten erzählen“ waren Verbraucher oft bereit, höhere Preise für Zertifizierung und Mindestpreise zu zahlen, doch ist die Ausdehnung dieses Nischenmarktes begrenzt. „Eine Marktnische ist keine Nische mehr, und gibt keine höheren Preise mehr her, wenn sie überschwemmt wird und die Verbrauchernachfrage nicht im gleichen Maße mitwächst (...) Das Phänomen, dass alle den gleichen Ausweg suchen – in der ökonomischen Wissenschaft als „fallacy of composition“ bekannt – ist seit langem ein besonderes Kennzeichen der internationalen Rohstoffproduktion und bisher von den internationalen Institutionen nicht erfolgreich bekämpft worden.“⁵⁸⁹

Doch rechtfertigt die besondere Situation des Wildkaffees nach Ansicht der GTZ Maßnahmen, die langfristig den spezifischen Marktanteil des äthiopischen Kaffees am weltweiten Konsum erhöhen. „In Äthiopien, als genetisches Zentrum des Arabica-

⁵⁸⁹ Oxfam: Bitter! Armut in der Kaffeetasse Der Weg aus der Krise: ein Aktionsplan, 2002, S.40/42

Kaffee, ist der Erhalt der natürlichen Kaffeevielfalt eine spezifische Zielsetzung der Fördermaßnahmen, die in anderen Ländern nicht besteht, beziehungsweise tragen Maßnahmen zur Förderung des äthiopischen Kaffeeabsatzes indirekt zumindest teilweise zum Erhalt der Kaffeevielfalt bei, da äthiopische Kleinbauern sowohl den größten Teil des Kaffees im Lande produzieren, als auch die Sortenvielfalt in ihren Kaffeegärten pflegen.“⁵⁹⁰

- **Mehrfachförderung und Mitnahmeeffekte**

Mehrfachförderungen werden im Sinne der Wettbewerbsneutralität von öffentlicher Seite als illegitim verstanden. Andererseits wird aber anerkannt, dass erst durch die wiederholte Zusammenarbeit Vertrauen gewonnen werden kann.⁵⁹¹

Zahlreiche Autoren und Kritiker von PPP-Projekten befürchten, dass durch die Kleinteiligkeit der Projekte und die große Anzahl an verschiedenen Partnerorganisationen es gerade zu solchen Mehrfachförderungen kommt.

In Folge der Kaffeekrise haben die Kooperativen in Äthiopien oft an Bedeutung verloren, da sie den Aufkauf der Ernte wegen Zahlungsschwierigkeiten nicht mehr gewährleisten konnten. Dennoch sind viele Bauern gezwungen, ihre Ernte schnell zu verkaufen. Aus diesem Grund, und auch wegen zum Teil fehlender Informationen über Marktpreise bei den Produzenten können private Aufkäufer, die staatlich lizenziert sind, geringe Einkaufspreise erzielen.⁵⁹² Um hier eine Alternative zu Händlern, Aufkäufern und Exporteuren bieten zu können wurden 1999 vier Kooperativverbände gegründet. Eine davon befindet sich in der Projektregion Oromia. Die Oromia Cooperative Union die Partner des PPP-Projektteils ‚Erhöhung der Qualität des ‚Mainstream‘ Kaffees und der Lebensbedingungen der Kaffeebauern im Ursprungsland Äthiopien‘ ist, ist bereits seit Jahren Partner von Oxfam America: „Oxfam America supports the Oromiya Co-operative Union which buys coffee from approximately 23,000 member households in the region to sell direct to international markets.“⁵⁹³

⁵⁹⁰ GTZ: Wertschöpfungsketten zum Erhalt der biologischen Vielfalt für Landwirtschaft und Ernährung, Eschborn, 2006, S.37

⁵⁹¹ Manning St.: Public Private Partnership als Aushandlungsprozess: Befunde und Implikationen für die Entwicklungspolitik Berlin, 2003

⁵⁹² GTZ, Wertschöpfungsketten zum Erhalt der biologischen Vielfalt für Landwirtschaft und Ernährung, Eschborn, 2006, S.27

⁵⁹³ Oxfam: Crisis in the Birthplace of Coffee, International Research Paper Sep. 2002, S.9

So wird bereits seit 2002 zertifizierter Fair Trade Arabica Kaffee aus dieser Region über die Kooperative zu garantierten Mindestpreisen nach Europa exportiert. Damit ermöglicht die Fair Trade Initiative den Bauern bereits deutliche Mehreinnahmen, „sie erhalten langfristige Abnahmeverträge, einen Mindestpreis von 1,26 US\$ pro Pfund⁵⁹⁴ plus zusätzlich 0,15US\$ im Falle von Ökokauffee. Die Fair Trade Preise erlauben den Bauern insbesondere in Niedrigpreisjahren Mehreinnahmen und Planungssicherheit.“⁵⁹⁵

Auch Utz Kapeh, Mitglied des 4C Steering Komitees, zertifiziert bereits seit 2003 Kaffee im Rahmen des Goloča Kaffeeprojektes in der Oromia Provinz. Vermarktet wird der Kaffee u.a. über das Unternehmen ‚Maskal – fine coffee company‘ als ‚Kaffa Forest‘ Kaffee über einen Onlineshop. Wie schon im Rahmen des GTZ Projektes arbeitet auch die ‚Maskal Company‘ mit einem weiteren Unternehmen IPS Plc zusammen, das sich zum Ziel gesetzt hat, durch eigens entwickelten Spezialitätenkaffees die Einkommenssituation der Kaffeebauern zu verbessern.⁵⁹⁶ „Wir fördern aber nicht nur den äthiopischen Spezialitätenkaffee. Wir engagieren uns in gleichem Maße in sozialen Belangen. Geschäftsbeziehungen, auch wenn sie zu großen Teilen über die modernen Kommunikationsmittel abgewickelt werden, sind letztlich immer nur Teil einer oft vielschichtigen zwischenmenschlichen Beziehung.“⁵⁹⁷ Gemeinsam mit dem Partner ‚Aktion eine Welt‘ in Rottweil startete Maskal auch hier ein Gesundheitsprojekt.

Diese sogenannten Multi- Zertifizierungen sind vor allem für Kleinproduzenten ein Problem. So muss unter Umständen ein und derselbe Betrieb verschiedene Zertifizierungsprozesse durchlaufen, „obwohl die grundlegenden Standards größtenteils gar nicht so unterschiedlich sind.“⁵⁹⁸

Der Trend zur Zertifizierung im Nischenbereich, als auch im Mainstream Bereich kann, so Pelzer, „in der Tendenz negative Auswirkungen auf den Fairen Handel haben. Wenn es einmal so sein sollte, dass sich der Verbraucher sicher sein kann,

⁵⁹⁴ Vergleich mit Weltmarktpreisen

⁵⁹⁵ GTZ: Wertschöpfungsketten zum Erhalt der biologischen Vielfalt für Landwirtschaft und Ernährung, Eschborn, 2006, S.34

⁵⁹⁶ Allerdings findet sich das IPS Plc mit Sitz in Addis Abeba auf der Internetseite der Utz Kapeh Organisation wieder

⁵⁹⁷ s. Selbstdarstellung Maskal – fine coffee company

⁵⁹⁸ Schwarzkopf A.: 4C-Kaffee im Supermarkt? In: Presente Juni 2006

dass der von ihm im Supermarkt erworbene „Mainstream-Kaffee“ unter sozial und ökologisch akzeptablen Bedingungen erwirtschaftet ist, wird es schwerer zu begründen, warum faire Produkte gekauft werden sollen.“⁵⁹⁹

Anders als die Fair Trade Organisationen, die den Produzenten einen Preis bezahlen, der über dem Weltmarktpreis liegt, will Kraft ähnlich wie Original Food das Einkommen der Kleinbauern durch eine höhere Kaffequalität und eine Reduzierung der Farmmanagementkosten verbessern.⁶⁰⁰

Da Fair Trade Kaffee nach Ansicht der GTZ und des BMZ nur für einige Produzenten eine Lösung sein kann müssen ihrer Meinung nach, vor allem im Mainstreammarkt weitere Verbesserungen erreicht werden.⁶⁰¹ Daher sind „vor allem Maßnahmen, die eine Stabilisierung der Produktion mit nachhaltigen Anbaumethoden, sowie Effizienz- und Qualitätssteigerungen geeignet, um die Absatz- und damit die Lebenssituation der Produzenten zu verbessern.“⁶⁰²

Hierzu gehören Maßnahmen, die die Produktion äthiopischen Kaffees effizienter gestalten, seine Konkurrenzfähigkeit erhöhen, oder ihm bevorzugte Nischenmärkte eröffnen.

Bei den hier dargestellten Projektteilen handelt es sich also um Projekte, die in einer durch viele andere Organisationen bereits geförderten Region stattfinden. Auch wenn es sich hier nicht um eine Mehrfachförderung im klassischen Sinn durch verschiedene Teile der deutschen oder europäischen EZ handelt, so findet doch eine Konzentration von zahlreichen einzelnen Projekten in einer Region mit teilweise den gleichen Projektpartnern statt.

Da sich PPP Projekte auch auf Wunsch der Industrie durch eine sehr kurzfristige Laufzeit auszeichnen, und den Anspruch hoher Flexibilität haben, kann es bei diesen Projektformen auch zu kurzfristigen Verschiebungen der Projektpartner kommen. Die relative unspezifische Absichtserklärung der Industrie bzgl. Abgabemenge und Preis, und die auf der anderen Seite hohen Anstrengungen der Kleinbauern führen unter Umständen dazu, dass „nahezu alle Kosten und Anstrengungen zur Umsetzung des Programms den Produzenten im Süden aufgelastet wird“.

⁵⁹⁹ Pelzer R.: Megatrend Zertifizierung in: Entwicklungspolitik 15/2005, S.51

⁶⁰⁰ s. Kasten SAI Plattform

⁶⁰¹ GTZ: Wertschöpfungsketten zum Erhalt der biologischen Vielfalt für Landwirtschaft und Ernährung, Eschborn, 2006, S.35

⁶⁰² Ebd., S.37

Auch nach Ansicht von Oxfam muss die Industrie ihren gerechten Anteil an der Verpflichtung übernehmen. Um eine wirkliche Nachhaltigkeit zu erzielen müssen sich die Kaffeeröster bereiterklären, eine substantielle Menge an 4C Kaffee abzunehmen.⁶⁰³

Um dem oben genannten Aspekt der Multizertifizierung gerecht zu werden, gibt es in einigen Produzentenländern bereits Seminare über Multizertifizierung und Gespräche über eine Harmonisierung von Standards (z.B. Guatemala 2006).⁶⁰⁴

Des Weiteren müssen um die Abhängigkeit der Produzenten vom Aufkäufer zu reduzieren zusätzlich Schulungsangebote für Bauernfamilien bestehen, in denen über alternative Anbaumethoden und Produkte informiert wird.

Von Mitnahmeeffekten wird immer dann gesprochen, „wenn die betreffende Maßnahme subsidiär, d.h. auch ohne Unterstützung des öffentlichen Partners, zu gleichen betriebswirtschaftlichen wie entwicklungspolitischen Erfolgen geführt hätten.“⁶⁰⁵

Alle Projektpartner waren bereits im Vorfeld der Maßnahme mit den gleichen Projekten in der Region tätig. So stellt sich die Frage der Mitnahmeeffekte in diesem Fall nicht nur im Zusammenhang der beiden wirtschaftlichen Partner Kraft Food und Original Food sondern gilt auch für die beteiligten Nichtregierungsorganisationen. Während die teilweise unzuverlässige Qualität, insbesondere der ungewaschene Kaffee für Kraft Food, ein größeres Engagement in dieser Region verhinderte, so konnte AMBER/Original Food die Vermarktung des Wildkaffees als Spezialitätenkaffee wegen der fehlenden Rückverfolgung des Produktes nicht erweitern.⁶⁰⁶

GEO und die DSW waren daran interessiert, ihre Aktivitäten unter Nutzung der durch das PPP-Vorhaben geschaffenen Strukturen zu erweitern.

Ziel war es, wie in einem Multistakeholder Gespräch mit den Beteiligten festgelegt, eine Zusammenarbeit in einem gemeinsamen strategischen Projekt, das „einen beträchtlichen Einfluss auf die Verbesserung der wirtschaftlichen und sozialen

⁶⁰³ Oxfam: Offener Brief zum Common Code for the Coffee Community, Januar 2005

⁶⁰⁴ Schwarzkopf A: 4C-Kaffee im Supermarkt in: Presente Juni 2006, S.26

⁶⁰⁵ Manning St.: Public Private Partnership als Aushandlungsprozess: Befunde und Implikationen für die Entwicklungspolitik, Berlin, 2003, S.28

⁶⁰⁶ S. GTZ Maßnahmenantrag Nr. 2003-062

Infrastrukturen der Kaffeebauern sowie die ökologische Situation der Projektregion erwarten lässt.“⁶⁰⁷

Somit hätten einige Projektteile auch ohne die PPP-Fazilität in gleicher bzw. ähnlicher Partnerstruktur stattgefunden, wenn auch in einem wesentlich geringeren Umfang. Geht man zudem wie Altenburg, de Carlo u.a. davon aus, dass alle Maßnahmen, die im unmittelbaren betriebswirtschaftlichen Interesse der beteiligten Unternehmen sind, von diesen selbst erwartet werden können⁶⁰⁸, dann entstanden im Rahmen des Projektes Mitnahmeeffekte in den meisten Projektteilen.

Problematisch bei solch großen Allianzen ist außerdem, dass es in der deutschen EZ kein systematisches Wirkungsmonitoring gibt. Auch wurden im Rahmen der Projektplanung keine Wirkungsindikatoren entwickelt, an Hand deren man eine Bewertung in Bezug auf mögliche Mitnahmeeffekte vornehmen könnte.

- **Planung und Auswahl der Partner**

Ein weiterer Diskussionspunkt solcher komplexen Projekte sind die Beziehungsstrukturen und die sich hieraus ergebenden Problemlagen der einzelnen Akteure untereinander. „Schon zu Beginn des Projekts erkannte man die strukturelle und räumliche Komplexität des Systems „Kaffee in Äthiopien“, ohne jedoch die tatsächlichen Wirkungen der geplanten Maßnahmen realistisch einschätzen zu können.“⁶⁰⁹

Wie in den Kapiteln 1.1.1. und 6.2.4. dargestellt, sollen Multistakeholderprozesse unterschiedliche Akteure aus Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft zusammenführen. Voraussetzung für ein Gelingen dieses Prozesses ist, dass alle Teilnehmer gleichberechtigt an allen Entscheidungen teilnehmen können. So können nach Ansicht von Kuhn zivilgesellschaftliche Akteure in Verhandlungsprozessen mit Staat und Privatwirtschaft wichtige öffentlichkeitswirksame Vorteile geltend machen. Die Kritik und das öffentlichkeitswirksame Ausscheiden von FIAN und Greenpeace aus dem CCCC Prozess zeigt, wie wichtig es ist, dass die Partner ihre Gleichwertigkeit und Unabhängigkeit im Projekt akzeptieren und behalten. Der

⁶⁰⁷ Ebd.

⁶⁰⁸ Altenburg, Carlo de, u.a.: Strategische Allianzen und Corporate Social Responsibility: Instrumente für die entwicklungspolitische Kooperation mit der Wirtschaft, DIE, Bonn, 2004, S.9

⁶⁰⁹ Volkmann: Systemische Wirkungsanalyse als Strategieinstrument im Kontext von Schutz und Nutzung wildwachsender Kaffeepopulation in Äthiopien, Amber Foundation, Freiburg, 2006, S.7

Planungs- und Verhandlungsphase (PPP – als Aushandlungsprozess) kommt somit wie in Kapitel 3.3. gezeigt ein größeres Gewicht zu.⁶¹⁰

Wie schon die Diskussionen im Rahmen des Common Code gezeigt haben (s. Kapitel 6.2.4.) ist die Einordnung der beteiligten NGOs in die einzelnen Gruppen ein wesentlicher Bestandteil der Prozesses. Ähnlich wie bei der Diskussion darüber, ob die Rainforest Alliance eine wirkliche Non-Profit Organisation ist, stellt sich auch bei diesem Projekt, welches auf den Erfahrungen des 4C aufbaut, die Frage, inwieweit es sich bei der Amber Foundation um eine eigenständige, unabhängige NGO handelt.

Bei der als NGO und damit als Teilnehmer der Zivilgesellschaft beteiligten Amber Foundation handelte es sich um eine mit der Amber Corporation AG verwandte Organisation. Neben den im Kapitel 6.3.2. dargestellten Zielen wollte die Amber Foundation laut Projektbeschreibung auch zukunftsfähige Handelspartnerschaften aufbauen und sichern. So ergänzte die Amber Corporation AG als Handelsunternehmen seit ihrer Gründung 2001 die Foundation und war bereits im Vorfeld des Projektes in Äthiopien und im Kaffeespezialitäten - Markt tätig. Beide Organisationen befanden sich in Freiburg unter derselben Adresse.

Im Rahmen des Projektes war die Amber Foundation als Vertreterin der Zivilgesellschaft für den Informationsaustausch und die Koordinierung der Projektmittel verantwortlich.

Geht man wie Kuhn von einem strukturalistischen Konzept von Zivilgesellschaft aus, bei dem die Akteure der ZG, sich durch bestimmte Organisationsprinzipien und Strukturmerkmale auszeichnen, und sich durch bestimmte Voraussetzungen von Akteuren der Staats- bzw. Marktsphäre abgrenzen, dann würden Stiftungen wie die Amber Foundation nicht der Zivilgesellschaft zu geordnet werden.⁶¹¹

Das ebenfalls im Kapitel 1.1.2. ausführlich dargestellte funktionalistische Konzept geht von einer Kommunikationsfunktion der Bürger gegenüber dem Staat aus und zählt zu seinem Kernbereichen neben den Gewerkschaftsverbänden auch Wirtschaftsverbände. Sowohl im Rahmen seiner Vermittlungs- als auch der

⁶¹⁰ S. hierzu auch den nachfolgenden Punkt Kommunikations – und Aushandlungsphase

⁶¹¹ Kuhn ordnet in diesem Konzept vor allem Menschenrechtsgruppen, Wohlfahrtsorganisationen, kulturell-religiöse Vereine, entwicklungspolitische Aktionsgruppen und Solidaritätsorganisationen, Umweltbünde und Selbsthilfegruppen dem Kern der Zivilgesellschaft zu. Politische Stiftungen, Medien, Wirtschaftsverbände (auch Gewerkschaftsverbände) würden dagegen aus dem engeren Blickfeld fallen. Kuhn, B.: Entwicklungspolitik zwischen Markt und Gesellschaft, 2004, S.82

Kommunikationsfunktion wären Stiftungen ebenso wie Wirtschaftsverbände hier der Zivilgesellschaft zuzuordnen.

Problematisch in diesem Projektbeispiel ist jedoch die inhaltliche und wirtschaftliche Verflechtung von Amber Corporation und Stiftung.

Wie in Kapitel 1.1.2. aufgezeigt führt der hohe Formalisierungsgrad dazu, dass für das gesamtgesellschaftliche Umfeld der Unterschied, zwischen der wirtschaftlichen Orientiertheit und der Gemeinnützigkeit von NGOs, nicht mehr deutlich wird.

Auch Burger und Mayer weisen darauf hin, dass die Unabhängigkeit von NGOs nur schwer zu prüfen ist. „Zunehmend finanzieren sich NROen auch aus eigener wirtschaftlicher Tätigkeit. Solche Mischformen aus NRO und wirtschaftlichem Unternehmen (z.B. Warenverkauf, bezahlte Beratungsleistungen oder Zertifizierungen) (...) erhöhen das Risiko von Interessenskonflikten.“

- **Kommunikation- und Aushandlungsprozesse**

Wie im Kapitel 6.1.1. dargestellt leben Strategische Allianzen meist von der Intergrations- und Überzeugungskraft weniger Personen. Jedoch zeigt das Beispiel der Amber Corporation AG / Foundation das Problem der Verselbstständigung von Kommunikations- und Aushandlungsprozessen.

Die schwierigen Beziehungen und die Insolvenz der Amber Corporation hatten auch Auswirkungen auf die Zusammenarbeit von GTZ und Amber Foundation, die mit Ende der Projektphase aufgelöst wurde, ohne dass es hier einen projektrelevanten Hintergrund gab. Allein die Verknüpfung von Unternehmen und Stiftung führte zu einer Veränderung in der Projektkonstellation, bei der auch der bisher beteiligte Partner der Amber Foundation, die „BF Biolabs“ aus dem Projekt herausgenommen wurde. Obwohl es seitens des Projektpartners mit der Amber Trading Corporation einen neuen Partner gab, der dieses Projekt hätte weiterführen können, entschied sich das Steering Committee für die vom bisherigen Geschäftsführer der Amber Corporation F. Hammerstein neu gegründete „Original Food“. Hier gab es bereits im Vorfeld des Projektes und während des Aushandlungsprozesses zwischen den Akteuren des Regenwaldverein⁶¹² Herrn Klingholz, als Vorstand und dem

⁶¹² Gemeint ist hier ‚GEO schützt den Regenwald‘

Geschäftsführer der Amber Corporation Florian Hammersteins individuelle Beziehung auf denen sich das Projekt gründete.⁶¹³

Mittlerweile wird der Wildkaffee sowohl von der Amber Trading Coporation, als auch der Original Food vertrieben, die sich beide in Freiburg unter derselben Adresse wiederfanden.⁶¹⁴

Hier spiegelt sich die in Kap. 3.3. unter dem Punkt PPP als Aushandlungsprozess dargestellte komplexe Problemlage wieder. Nach Manning sind Verträge und Verfahren nur unzureichende Mittel der Koordination.⁶¹⁵ Dies gilt wie das Beispiel zeigt vor allem für Projekte, die bedingt durch eine Vielzahl an Akteuren, auch einen großen Bedarf an komplexen Regelungsinstrumenten besitzen.

Die Binnenverpflichtung und die Verflechtungen der einzelnen Partner unter- und miteinander hatten somit erhebliche Auswirkungen auf den Projektverlauf und die weitere Projektphase. Aus Partnerbeziehungen zu Organisationen wurden so Partnerbeziehungen zu Personen.

Nach Ansicht von Irina Müller sind folgende Punkte für ein erfolgreiches partnerschaftliches Verhalten im Rahmen von PPP Konzepten notwendig:

1. Erfolgreiches und effizientes Handeln wird in den jeweiligen Arbeitswelten unterschiedlich bewertet. Während beispielsweise, bezogen auf PPP-Projekte, für die privaten Partner die Erschließung neuer Absatz- und Produktionsmärkte entscheidend ist, könnten für die öffentlichen Institutionen geopolitische Erwägungen und langfristige Entwicklungsziele relevant sein.
2. Die Akteure besitzen unterschiedliche Voraussetzungen und Informationen um hier eine sinnvolle und gleichberechtigte Kooperation zu ermöglichen ist eine konsequente Kommunikation notwendig.⁶¹⁶

Ausgehend von diesen Punkten ergeben sich für das hier dargestellte Projekt: Beide Partner müssen (wie schon in Kapitel 6.2.3. dargestellt) die unterschiedlichen Arbeitsweisen verstehen, und in der Planung sowie der Durchführung miteinbeziehen.

⁶¹³ Trippel, Katja; Wilde Bohne schützt den Wald, taz 20.9.03

⁶¹⁴ S. GTZ Maßnahmenbericht vom 11.09.06 Mittlerweile befindet sich die Amber Foundation unter einer anderen Adresse

⁶¹⁵ Manning St.: Public Private Partnership als Aushandlungsprozess: Befunde und Implikationen für die Entwicklungspolitik Berlin, 2003

⁶¹⁶ Müller, Irina: „Public Private Partnership (PPP): Ein effizientes Konzept des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung; eine empirische Untersuchung des aktuellen Meinungsbildes und der Problemfelder des PPP-Konzeptes dargestellt am Fallbeispiel Südafrika“, Berlin, 2002

Aushandlungs- und Durchführungsprozesse leben, wie dieses Beispiel zeigt, von der Kommunikations- und Kompromissbereitschaft der einzelnen Akteure. Ist diese Kommunikationsbasis nicht mehr gegeben, führt dies nicht zwangsläufig zu einem Auswechseln der Personen, sondern zu einer sehr kurzfristigen Verschiebung der Partnerkonstellation.

Die Problematik der unterschiedlichen Voraussetzungen und Informationen spiegelte sich auch in dem Workshop wieder, der von der Amber Foundation in Zusammenarbeit mit CoCe-Projekt des Zentrums für Entwicklungsforschung der Universität Bonn zum Thema Wildkaffee in Äthiopien mit deutschen und äthiopischen Teilnehmern durchgeführt wurde. Unterschiede in der Wahrnehmung gab es vor allem bei der Bedeutung von Fördergeldern, dem Zugang zu Krediten, dem ökonomischen, kulturellen, sozialen und ökologischen Wert des Waldes und der Nennung von Gender Aspekten, Beteiligung der Bevölkerung, Bedeutung der lokalen Märkte, Bedrohung des Kaffee durch Krankheit und Schädlinge.⁶¹⁷

Komplexe Projekte, wie das 4C Projekt und das PPP Projekt in Äthiopien zeichnen sich also durch unterschiedliche Ebenen der Kommunikation und individueller Problempartizipation aus:

- Der Ebene des Aushandlungsprozesses und des Steuerungsprozesses und
- der Ebene der Kommunikationsstruktur der Partner im Prozessverlauf.

Ein im Verlauf des Projektes notwendig werdendes Konfliktmanagement setzt ein unabhängiges effizientes Prozessmanagement voraus.

⁶¹⁷ Volkmann: Systemische Wirkungsanalyse als Strategieinstrument im Kontext von Schutz und Nutzung wildwachsender Kaffeepopulation in Äthiopien, Amber Foundation, Freiburg, 2006

- **Prozessmanagement**

Projekte wie das hier dargestellte PPP-Projekt mit einer hohen Komplexität und einer großen Akteursvielfalt müssen durch ein professionelles unabhängiges Projektmanagement begleitet werden. Dieses Prozessmanagement muss „unterstützende Maßnahmen zur allseitigen Kommunikation, zur Beziehungspflege und zur Gestaltung des Interessensausgleich umfassen.“⁶¹⁸ Hierzu gehören nicht nur die Entwicklung der Projektkonzeption, und die Auswahl der Partner auf einer integrativen und transparenten Basis, sondern auch

- die Einbindung anderer Durchführungsorganisationen
- Kooperation mit anderen Programmen
- Entwicklung von formellen und informellen Kooperationsspielregeln
- die Regulierung von Konflikten

Das hier notwendige Prozessmanagement muss aber nicht nur im Rahmen der Fazilität geplant, sondern explizit mitfinanziert werden. Eine Moderatoren- und Koordinierungsfunktion, wie sie in diesem Beispiel die Amber Foundation und die GTZ als Projektbeteiligte übernommen haben, genügt bei derart heterogenen Partnerstrukturen nicht.

Zu prüfen ist hier, ob nicht die Einrichtung eines unabhängigen Organisationsbereiches, oder die Hilfe einer weiteren NGO bzw. Stiftung sinnvoll wäre, die vor allem eine unabhängige Moderatoren- und Schlichtungsrolle übernehmen muss. Dabei sollte sie vor allem gegenüber dem Steering Komitee ausreichende Kompetenzen besitzen.

Auch Altenburg / de Carlo u.a. sehen unter Kosten- Nutzen-Gesichtspunkten diesen Aufwand als gerechtfertigt an, und fordern zum Beispiel zur Verbesserung des Erfahrungsaustausches den Aufbau von spezifischen Internetforen, durch die die Lernerfahrung synthetisiert, und anderen zur Verfügung gestellt werden kann.⁶¹⁹ Folgt man dieser Argumentation so würde dies bedeuten, dass vor allem in Ländern wie Äthiopien, die ein hohes Defizit an effizienten Transportwegen haben, die Kommunikation mit den einzelnen Projektpartnern im Land erleichtert würde, was

⁶¹⁸ Altenburg, Carlo de, u.a.: Strategische Allianzen und Corporate Social Responsibility: Instrumente für die entwicklungspolitische Kooperation mit der Wirtschaft., Bonn, 2004, S.7

⁶¹⁹ ebd.

Synergieeffekte herbeiführen könnte. Da aber vor allem kleinere Projektorganisationen selten über ein ausreichend modernes Kommunikationssystem verfügen bedeutet dies im Rahmen der Planung und des Prozessmanagement auch dafür zu sorgen, dass alle Projektteilnehmer über die gleiche Infrastruktur verfügen.

All diese Elemente haben nicht nur für die Durchführungsorganisationen, sondern vor allem auch für die Staaten entscheidende Auswirkungen auf deren Politik und Handlungsweise, da sie anders als bei den klassischen Projekten, nun nicht mehr Auftraggeber , sondern nur noch ein Beteiligter von vielen ist.

6.3.3. Die Einbindung des Prozesses in die Entwicklungszusammenarbeit der Bundesregierung

Wie in den Kapiteln 4.1. und 6.3.1. beschrieben hat die Bundesregierung in ihren Länder- und Schwerpunktprogrammen sowie dem G8 Afrika-Aktionsplan verschiedene Felder dargestellt, die für ihr Engagement wichtig sind. So stellte das Deutsche Institut für Entwicklungspolitik fest, dass „in den meisten Ländern Subsahara-Afrikas die Landwirtschaft der Schlüsselsektor für die volkswirtschaftliche Entwicklung ist. (...) Ausgangspunkt für eine wirksame Verbesserung der Einkommens- und Ernährungslage ist eine nachhaltige Steigerung der landwirtschaftlichen Produktion.“⁶²⁰ Hierzu brauchen die Länder agrarbasierte Wachstumsstrategien, wobei wirtschaftliches Wachstum eine „notwendige Voraussetzung, aber noch keine hinreichende Bedingung für eine nachhaltige Verringerung der extremen Armut ist.“⁶²¹ Dies müsse, so die Autoren, ergänzt werden durch Programme, mit denen die strukturelle Benachteiligung abgebaut und die Selbsthilfefähigkeit gefördert wird.⁶²² Auch das Positionspapier zur Entwicklungsarbeit mit Sub-Sahara-Afrika geht von einer Mobilisierung des Entwicklungspotentials aus.⁶²³

Historisch gesehen waren die ärmsten Länder schon immer von der Rohstoffproduktion abhängig. Die Konzentration auf die Liberalisierung der Marktwirtschaft wie sie die Bundesregierung in ihren Strategiepapieren postuliert, und sogenannte „komparative Vorteile“, haben diese Abhängigkeit in vielen Fällen noch weiter verstärkt.⁶²⁴

Grund hierfür ist die oft geringe Wertschöpfung. Viele Länder, darunter auch Äthiopien, haben nur einen sehr geringen Anteil am potentiellen Mehrwert des Kaffee, weil zu wenig Verarbeitung und Verpackung im Land selbst erfolgt.⁶²⁵ So geht auch die Bundesregierung davon aus, dass die Länder Afrikas „eine

⁶²⁰ Deutsches Institut für Entwicklungspolitik : Impulspapier zur Fachtagung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung Mai 2001, Bonn, S.10

⁶²¹ Ebd., S.1

⁶²² Ebd., S.1

⁶²³ S. Kapitel 4.1.

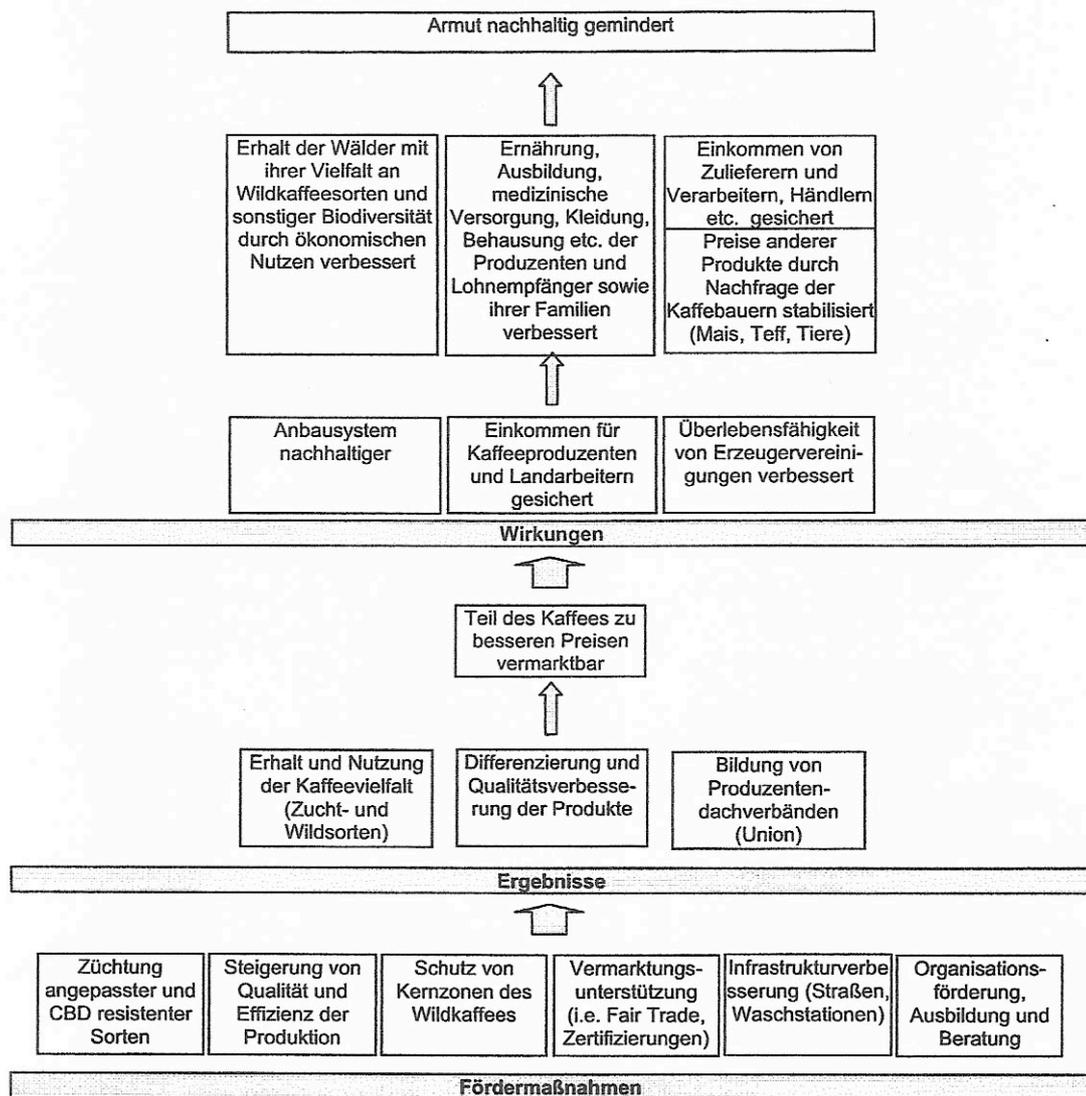
⁶²⁴ Oxfam: Bitter! Armut in der Kaffeetasse Der Weg aus der Krise: ein Aktionsplan 2002, S.32

⁶²⁵ Ebd.

agrarbasierte Wachstumsstrategie (brauchen), welche dazu beiträgt, die vorhandenen Produktivitätsreserven, sowie die sektoralen Verflechtungspotentiale mit den vor – und nachgelagerten Wirtschaftszweigen auszuschöpfen“.⁶²⁶

In der Analyse der Wirkung von Fördermaßnahmen in der Kaffeeproduktion gehen die Autoren der GTZ und des BMZ von folgendem Wirkungspfad für Kaffee in Äthiopien aus.

Wirkungspfad Kaffee in Äthiopien



Quelle: GTZ: Wertschöpfungsketten zum Erhalt der biologischen Vielfalt für Landwirtschaft und Ernährung : Wirkungspfad Kaffee in Äthiopien: Abbildung 8, S.33

⁶²⁶ DIE: Herausforderungen und Ansätze für eine strategische Entwicklungspolitik in Subsahara-Afrika, Bonn, 2001, S.10

Das PPP –Projekt „Strategische Allianz zur Erhaltung und Nutzung der genetischen Ressourcen von Coffea Arabica in seinem Ursprungsland Äthiopien“ findet sich in zahlreichen Teilbereichen dieses Wirkungspfades wieder.

Ein Hauptaspekt der deutschen Entwicklungspolitik ist dabei, wie im Kapitel 3. ff beschrieben, die Förderung marktwirtschaftlicher Strukturen, um für deutsche Unternehmen günstige Rahmenbedingungen zu schaffen. So besteht der Vorteil für die PPP- Partner nicht in den finanziellen Ressourcen, sondern in den Informationen über die Projektregion, und vor allem durch den Kontakt und den Einfluss auf die staatlichen Stellen im Partnerland.⁶²⁷

Rahmenbedingungen wie rechtsstaatliche Sicherheit und marktwirtschaftliche Strukturen sind in Äthiopien in den letzten Jahren stark gefördert wurden. Obwohl PPP Projekte im Wesentlichen in Schwellenländern, und hier auch nur in bevorzugten Investitionsländern stattfinden, bietet Äthiopien eher als andere LDC Länder die Voraussetzung für privatwirtschaftliches Engagement. Die liberale Wirtschaftspolitik des Landes entspricht zudem den Vorgaben des BMZ, durch die Entwicklungszusammenarbeit marktwirtschaftliche Strukturen zu fördern. Dies gilt vor allem für den Aspekt, dass die Wirtschaft durch PPP - Projekte Produktionsorte erschließen, oder ausbauen will.

Allerdings handelt es sich bei den Vorhaben des PPP-Projektes nicht um neu zu erschließende Produktions- bzw. Anbauorte. Vielmehr war die Oromia Provinz seit vielen Jahren intensiver Kooperationspartner zahlreicher Projekte im Rahmen der Fairtrade Organisationen und Oxfam, sowie einer der Hauptlieferanten für Nischen- bzw. Spezialitätenkaffee. Vor allem im Rahmen des Mainstream- Projektes mit Kraft kann nicht von einem neuen Produktionsort gesprochen werden, da Kraft bereits seit Jahren Kaffee aus dieser Region bezieht.

Auch das entwicklungspolitische Ziel, über eine Zusammenarbeit eine höhere Wertschöpfung der Agrarprodukte zu erreichen, findet sich in der Projektdarstellung wieder. Die Anbindung an eine Nachhaltigkeit der Vorhaben, sowie die Vorgabe durch PPP –Projekte nicht nur die ökonomische Situation der Bevölkerung, sondern auch die Gesundheit und Bildung als einen wesentlichen Bestandteil der Projekte

⁶²⁷ GTZ: Public Private Partnerships, Magazin für Entwicklungspartnerschaften mit der Wirtschaft 12/ April 2004

anzusehen, wird durch die Beteiligung der Deutschen Stiftung Weltbevölkerung und des Rotarian Fellowship Programm berücksichtigt. Anders als FIAN und Oxfam in der ersten Phase des 4 C Prozesses fungieren GEO und DSW hier nicht als Themenanwälte, die durch ihre Arbeit politische, wirtschaftliche und soziale Meinung beeinflussen wollen, sondern rein als Dienstleister. Wie im Kapitel 1.1.2. ausführlich dargestellt geht Kuhn davon aus, dass eine NGO im Rahmen ihrer Rolle als Dienstleister, für Dritte bestimmte Dienstleistungen anbietet und Aufgaben übernimmt.⁶²⁸

Allerdings handelt es sich auch hierbei, wie in Kapitel 6.3.1. dargestellt, um kein neues Engagement im Rahmen des PPP- Projektes, sondern um die Ausweitung von Aktivitäten, die bereits seit Jahren sowohl von GEO als auch von der DSW durchgeführt werden.⁶²⁹ Ziel der Maßnahme war es, unter Nutzung der durch das PPP-Vorhaben geschaffenen Strukturen die Aktivitäten dieses Projektes auszuweiten.

Dies gilt auch für die Zusammenarbeit von GEO und der Amber Corporation AG. Auch dies ist ein Projekt, welches bereits vor der PPP Maßnahme begonnen hatte.⁶³⁰

Festgehalten werden kann somit, dass es sich bei der hier dargestellten Maßnahme nicht durchweg um eine „innovative“ und neue Kooperation handelt, sondern in wesentlichen Bereichen um die Fortführung von bestehenden Maßnahmen mit Hilfe anderer Fördertöpfe.

Dennoch handelt es sich nach Ansicht der GTZ hierbei um ein geographisch, als auch thematisch neues Projekt, wobei im Einzelnen nach Ansicht der GTZ folgende entwicklungspolitisch relevanten Ergebnisse erzielt werden sollen.⁶³¹

- Verbesserung des Marktzugangs und erhöhte Wettbewerbsfähigkeit für den Kaffeesektor unter Einschluss der Produktionsbasis d.h. der Kleinbauern
- Durch Good Agricultural Practices und die Optimierung des Qualitätskontrollsystems sollen brachliegende Exportpotenziale erschlossen werden.
- Höhere Exporterlöse durch eine Erweiterung des Angebotes von gewaschenen Arabica Kaffee

⁶²⁸ Kuhn Berthold: Entwicklungspolitik zwischen Markt und Staat , 2004, S.87

⁶²⁹ GTZ: Büro für die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft: Maßnahmenbericht, S.4

⁶³⁰ s. hierzu auch Kapitel 6.3.2. Punkt: Mitnahmeeffekte

⁶³¹ GTZ: Büro für die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft: Maßnahmenbericht, S.8

- Langfristiges Engagement von Kraft Foods in Äthiopien durch eine Erweiterung der Versorgungsbasis
- Verbesserung des Ausbildungsniveaus und der Arbeitsmöglichkeiten durch höhere Einnahmen
- Steigerung des Qualitätsbewusstseins und einer besseren Identifikation der Bevölkerung mit dem Kaffeesektor
- Neue Perspektiven für die ländliche Bevölkerung durch komplementäre, partizipativ gestaltete ökologische und soziale Maßnahmen.

Auf Grund der thematischen Ausrichtung und der Vorgabe für strategische Allianzen sollen durch diese Projekte die Erfordernisse des CCC nach Erstellung des Verhaltenskodex pilothaft in diesen Regionen auf die Praktikabilität hin überprüft werden.

Die im Common Code vorgegebenen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit im Kaffeesektor beziehen sich auf die Vorgaben der Entwicklungszusammenarbeit der Bundesregierung.



Quelle: Drei Dimension der Nachhaltigkeit im Kaffeesektor: Der Common Code for the Coffee Community⁶³²

⁶³² GTZ: Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette für Rohkaffee, Common Code for the Coffee Community, Power Point Präsentation

So soll ein regelmäßiger inhaltlicher Austausch mit dem Projektsekretariat der CCCC Initiative stattfinden, bei dem Anregungen und Hinweise in Bezug auf regionalspezifische Gegebenheiten an das Sekretariat weitergegeben werden.

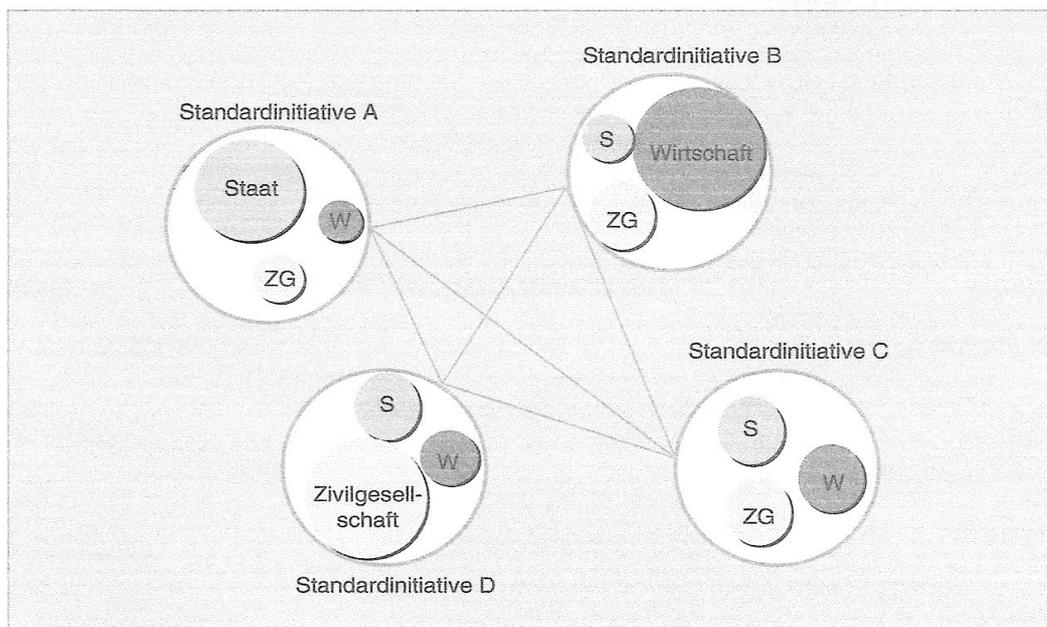
Problematisch ist jedoch, wie schon im 4 C-Projekt gezeigt, dass auch hier die einzelnen Teilnehmer auf Grund ihrer unterschiedlichen Struktur nicht gleichberechtigt am Prozess teilnehmen können. So finden sich sowohl im Umsetzungsprozess, als auch im Projektplanungsprozess der Projekte in Äthiopien keine der an der Ausarbeitung des 4C Projektes beteiligten NGOs wieder, da nach Ansicht von Oxfam und FIAN die zivilgesellschaftlichen Gruppen und die Produzenten nicht genügend in die Implementierung des CCCC einbezogen werden, und das Steuerungskomitee diese nicht kontrolliert. „Dennoch werden sie von GTZ und Industrie in öffentlichen Stellungnahmen als Pilotprojekte des CCCC dargestellt. Es ist außerdem fraglich, ob der CCCC seine Ziele unter den vorhandenen ökonomischen Bedingungen erreichen wird. Denn das Problem der Überproduktion und damit der niedrigen Preise besteht weiter. (...) Vor diesem Hintergrund ist die Gefahr des Missbrauchs des CCCC als reines Werbeinstrument der Industrie nicht von der Hand zu weisen.“⁶³³

⁶³³ Lenz, Lisa: FIAN tritt aus dem Kaffeekodex aus in: www.fian.de

6.3.4. Die Einbindung des Nationalstaates als Partner in den 4C Prozess

Geht man davon aus, dass im 4C- Projekt die gesamte Wertschöpfungskette berücksichtigt ist, und dass eine ‚Governance von Wertschöpfungsketten‘ alle Akteure miteinbezieht, dann stellt sich die Frage, wie die Regierungen der Länder in den Prozess eingebunden sind. Als Staat verstehen Burger und Mayer in diesem Zusammenhang die Legislative und Exekutive von der internationalen bis hin zur kommunalen Ebene, die in ihrer hoheitlichen Steuerung ergänzt wird durch die Instrumente der Zivilgesellschaft und der Wirtschaft. Der Staat wird verstanden als maßgeblicher Mitgestalter von Governance Strukturen und damit auch von Standardinitiativen.⁶³⁴

Co-Governance-Architektur für Leitplanken zu nachhaltiger Entwicklung



Quelle: Burger D./ Mayer C.: Ernst machen mit nachhaltiger Entwicklung: die Rolle von Sozial- und Ökostandards Abb.3.4.3.a, Eschborn, 2003, S.54,

So verfügt der Staat über ein viel größeres Spektrum von Interventionsmöglichkeiten auf die Wertschöpfungskette, als jeder andere Akteur.

Außerdem sind die vom Staat geschaffenen Legimitationsgrundlagen vor allem für die wirtschaftlichen Akteure von großer Bedeutung. „Ohne eine von den Staaten z.B.

⁶³⁴ Burger D./ Mayer C.: Ernst machen mit nachhaltiger Entwicklung: die Rolle von Sozial- und Ökostandards Eschborn, 2003, S. 54

durch internationale Konventionen geschaffene Legitimationsgrundlage können andere Akteure, etwa Unternehmen, Regeln, die in verschiedenen Ländern und Kulturen gelten sollen, kaum einführen, ohne sich dem Imperialismus- Vorwurf auszusetzen.⁶³⁵

Wie im Kapitel 6.1. dargestellt, wird bei der Einrichtung von Verhaltenskodizes davon ausgegangen, dass es gesetzliche Regelungen zum Schutz von Arbeitskräften gibt, ihre Anwendung jedoch häufig durch die Regierungen nicht durchgesetzt bzw. vernachlässigt wird. „Die Gründe dafür sind vielfältig: sie reichen von fehlenden Kapazitäten bis hin zur Befürchtung, Nachteile im internationalen Wettbewerb zu erleiden. Dabei belegen empirische Studien eine positive Wechselwirkung für Entwicklungsländer zwischen der Wettbewerbsstärke eines Landes, und der Beachtung von Sozialstandards: Sie können entscheidend zu höherer Arbeitsproduktivität, besserer Produktionsqualität und vor allem zu stabilen politischen Verhältnissen beitragen.“⁶³⁶

Wie das Beispiel der internationalen Kaffeekrise seit Aufkündigung des Kaffeeabkommens und die weltweiten Auswirkungen zeigen, unterliegen Staaten nicht nur sogenannten „komplexen Interdependenzen“ mit denen Robert Keohane und Josef Nye den qualitativen Wandel im internationalen System bezeichnen,⁶³⁷ sondern nach Messner liegt die Betonung auf „cross-border“ Strukturen, die „dazu führen, dass nationale und externe Strukturen sich überkreuzen, ineinanderschieben, vermischen und damit die klare Trennung zwischen Innen und Außen erodiert (verflochtene Mehrebenenpolitik).“⁶³⁸ So soll der Staat, wie auch in den Kapiteln 1.1.ff und Kap. 3.3. angedeutet, sowohl eine Scharnier- und Schnittstellenfunktion, wie auch eine Moderatorenrolle übernehmen.

Sieht man sich das Funktionsmodell des Common Code for the Coffee Community an, so fehlen zum Beispiel im Rahmen des Steering Committee die Staaten als Akteure.

⁶³⁵ Burger D./ Mayer C.: Ernst machen mit nachhaltiger Entwicklung: die Rolle von Sozial- und Ökostandards Eschborn, 2003, S.54

⁶³⁶ GTZ: Ratgeber Verhaltenskodizes zu Sozialstandards Kapitel 1 S. 3

⁶³⁷ Messner Dirk: Nationalstaaten in der Global Governance Architektur, Heft 666 / 2002, S.16 Gemeint ist hiermit eine zunehmende Zahl von Kanälen (Netzwerken) denen Nationalstaaten ausgesetzt sind und die dadurch immer stärker voneinander abhängig sind.

⁶³⁸ Ebd. S.16

Keines der beteiligten Länder war bei der Planung und der Umsetzung der Kodizes als eigenständiger oder gemeinschaftlicher Akteur beteiligt gewesen. Geht man jedoch davon aus, dass der Staat als Systemintegrator die einzige Institution der Gesellschaft ist, die Verantwortung für das „Ganze der Gesellschaft“ und das „Gemeinwohl“ trägt⁶³⁹, dann müssen staatliche Akteure im Rahmen des Multistakeholdernetzwerkes als eigenständige Bereiche integriert werden. So wie der Staat im Rahmen der Global Governance Architektur zur Kooperation mit den privaten Akteuren verpflichtet ist, so sind auch die privaten Akteure zur Kooperation mit den staatlichen Stellen verpflichtet, zumal alle privaten Akteure (auch NGOs) immer nur eigene partikulare Interessen vertreten.

Gerade im Kaffeesektor liegt die Gestaltungsmacht in wichtigen Bereichen der Kaffee- Wertschöpfungskette auf der Seite der Nachfrager. Ein Grund ist die Aufteilung der Produktion auf eine Anzahl von Ländern, die in Konkurrenz zueinander stehen. „Früher existente Nationale Marketing Boards, die notwendig waren, um die Regeln des Kaffeeabkommens zu monitoren, wurden im Rahmen der Strukturanpassungsprogramme und allgemeiner Tendenz weg von staatlicher Einmischung aufgelöst. Die Fähigkeit, Exporte kontrollieren zu können, und Vorräte aufzubauen, ging mit der Abschaffung dieser Regulierungsgremien in vielen Ländern verloren.“⁶⁴⁰

Auf der anderen Seite gibt es aber nur wenige große Handelskonzerne und Röster, was, wie die Besetzung des Steering Committees zeigt, zu sehr asymmetrischen Machtverhältnissen führt.

Auch am Beispiel der Projekte in Äthiopien zeigt sich, dass der äthiopische Staat in keiner seiner „Funktionsrollen“, die ihm im Rahmen der Global Governance Architektur zukommen, in Erscheinung tritt. So übernimmt die GTZ als Durchführungsorganisation der deutschen Politik die Moderatorenrolle, doch fehlt auf nationaler Ebene die Moderatorenrolle des äthiopischen Staates. Geht man davon aus, dass die Moderatorenrolle des Staates, dort an Bedeutung gewinnt, wo Problemlösungs- und Steuerungsressourcen auf unterschiedliche Akteure und unterschiedliche Handlungsebenen verteilt sind, und zusammengeführt werden

⁶³⁹ vgl. Messner, Dirk: Nationalstaaten in der Global Governance Architektur Heft 666 / 2002, S.28

⁶⁴⁰ GTZ: Wertschöpfungsketten zum Erhalt der biologischen Vielfalt für Landwirtschaft und Ernährung, S.36

müssen, dann würde hier die Einbeziehung des Staates über die staatliche ‚Cup and Tea Authority (CTA)‘ hinausgehen müssen.

Ebenso fehlt die Funktion des Staates als Initiator von Politik in diesem gesamten Projekt vollständig. Die einzelnen Nationalstaaten erscheinen hier in ihrer Politik als reaktiv, da sie die Initiative den jeweils handlungsmächtigen Privatakteuren überließen. Wie bereits in Kapitel 1.1.1. dargestellt gehört es zu den Aufgaben des Staates im Rahmen der Steuerungsfunktion für eine ausgleichende Gerechtigkeit zu sorgen und dies nicht den zivilgesellschaftlichen und wirtschaftlichen Akteuren zu überlassen.

Messner weist in diesem Zusammenhang auf die Gefahr eines Substanzverlusts der Demokratie hin.⁶⁴¹ Zwar wird im Rahmen des 4C Projektes immer wieder auf die Runden Tische in den einzelnen Ländern und die ‚Consultation and Dissemination Workshops‘ verwiesen, doch ist der Staat, wie das Beispiel Äthiopien zeigt, weder als „primus inter pares“ noch „pars inter pares“ beteiligt.⁶⁴²

In einer Analyse über die Erfahrungen die die GTZ mit den Wirkungen und Nebenwirkungen der PPP Fazilität gemacht hat bestätigte die Arbeitsgruppe M&E 2004, dass die Zusammenarbeit mit den Partnerländern eher gering ist. „Eine Zusammenarbeit erfolgt im Wesentlichen mit den ausländischen Partnerfirmen der Unternehmen. (...) Die Zusammenarbeit mit Behörden auf lokaler, regionaler oder nationaler Ebene liegt nur bei 20-25%, die Zusammenarbeit mit Verbänden liegt bei knapp 16%“. ⁶⁴³

Wie im Kapitel 1.ff dargestellt führt vor allem die wirtschaftliche Globalisierung u.a. zu einer geringeren Akzeptanz des Nationalstaates durch den Bürger. Der Staat wird nicht mehr als regulativer Gegenpol Transnationaler Unternehmen wahrgenommen. Vor allem in afrikanischen Gesellschaften, wie in diesem Beispiel die äthiopische, wird daher oft von „Staaten ohne Bürger“ gesprochen, da nur wenig Verständnis über den Unterschied zwischen der Regierungspartei und dem Staat herrscht. Dies führt dazu, dass die Bevölkerung oft Dienstleistungen nicht als Leistungen des Staates wahrnehmen, sondern als Leistungen von Parteimitgliedern oder fremder

⁶⁴¹ Messner, Dirk: Nationalstaaten in der Global Governance Architektur Heft 666 / 2002, S.28

⁶⁴² So war das Ministry of Agriculture lediglich Mitveranstalter des Dissemination Workshops in Addis Abeba im May 2006

⁶⁴³ GTZ: Wirkungen und Nebenwirkungen der PPP-Fazilitäten – Analyse der Erfahrungen der GTZ, Kap.3.4., Eschborn

Organisationen, die „Dank“ der Initiative des Mitgliedes in ihrer Region durchgeführt werden. So verweist Kuhn auf Arbeiten von Elsenhans, die zeigen, „dass die Abwertung der Rolle des Staates in Entwicklungsländern nicht auf die gestiegenen privatwirtschaftlichen Kapazitäten zurückzuführen ist, sondern auf die Unfähigkeit des Staates, weitere Ressourcen für die Stabilisierung von Herrschaftsstrukturen vornehmlich von den Mittelschichten zu generieren, die in Tätigkeiten der NROs und in Klein- und Mittelindustrien eine geeignetere Alternative sehen, ihre eigene wirtschaftliche Situation und gegebenenfalls ihren politischen Einfluss zu verbessern.“⁶⁴⁴

Diese Staatsversagen hat laut Burger/ Mayer zu einem Governance Defizit geführt. Scherrer geht in seinem Artikel „Die Spielregel der Globalisierung ändern?“ sogar noch weiter. „Wenn Globalisierung unter machtpolitischen Aspekten als eine Verlagerung von Macht weg von territorial definierten, politischen Körperschaften(...) hin zu territorial weitgehend ungebundenen wirtschaftlichen Körperschaften (die bis auf wenige Ausnahmen ihre Mitglieder als Befehlsempfänger behandeln) aufgefasst werden kann, dann läuft die Forderung (...) die ‚global Players‘ an der Global Governance zu beteiligen, auf eine Entdemokratisierung transnationalen Regierens hinaus.“⁶⁴⁵

Die in diesem Zusammenhang geforderte Kohärenz mit staatlicher Politik kann nur dann geschaffen werden, wenn die Standards des Common Code als Beitrag zur nationalen Politik dargestellt werden und nicht als Alternative zu staatlichem (nicht)handeln.

Gerade im Rahmen der Demokratieförderung, die immer mit einer Stärkung des Vertrauens in den Nationalstaat einhergehen muss, ist die Einbeziehung der staatlichen Akteure in ihrer Initiatoren- und Moderatorenfunktion notwendig. Ein wesentlicher Bereich der Einbeziehung des Staates ist hier die notwendige „Governance der Wertschöpfungskette“. Burger und Mayer gehen davon aus, dass auf einer Wertschöpfungskette nicht nur physische Transformationen, sondern auch wirtschaftliche und gesellschaftliche Transformationen ablaufen.⁶⁴⁶ Im Rahmen von strategischen Schlüsselstellen können Akteure so Regeln für andere vorgeben, und

⁶⁴⁴ Kuhn, B. Entwicklungspolitik zwischen Markt und Staat, 2004, S.64

⁶⁴⁵ Scherrer Ch.: Die Spielregeln der Globalisierung ändern?“ in:www.oeko-net.de

⁶⁴⁶ Burger D./ Mayer C.: Ernst machen mit nachhaltiger Entwicklung: die Rolle von Sozial- und Ökostandards, Eschborn, 2003, S.53

die Wertschöpfungskette dominieren. Der Staat als demokratischer Rechtsstaat hat hier eine besondere Verantwortung und Funktion, die aber weder in dem Konzept des Common Codes, noch in den durchgeführten Projekten im Rahmen der Projektplanung so berücksichtigt wird. Auch wenn es sich bei Verhaltenskodizes wie den 4-C um freiwillige Regeln der Unternehmen handelt, so stellen sie doch keinen Ersatz für gesetzliche Normen und Tarifverhandlungen dar, deren Rahmenbedingungen ausschließlich der Nationalstaat stellt.

Die so vom Staat geschaffene Legitimationsgrundlage ist für alle Beteiligten (Zivilgesellschaft und Wirtschaft) eine Voraussetzung um Sozialstandards national und international einzuführen. Hierfür muss der komplementäre Charakter von Standardinitiativen zur staatlichen Politik hervorgehoben werden. „Zur Vermeidung falscher Rivalität zwischen staatlicher Politik und Standardinitiative erscheint es angebracht, den Beitrag nationaler und zwischenstaatlicher Politik zur Legitimationsbasis der Standardinitiative explizit darzustellen.“⁶⁴⁷

Geht man wie die GTZ davon aus, dass der Nationalstaat Schutzgesetze für abhängig Arbeitende erlässt, und deren Vollzug kontrolliert, dann sind Sozialstandards Teil der Sozialpolitik, und damit Aufgabe der nationalen Gesetzgebung.⁶⁴⁸ Auch nach Auffassung zahlreicher NGOs müssen deshalb mittelfristig verbindliche Standards von den einzelnen Nationalstaaten vorgegeben und festgeschrieben werden, und internationale Abkommen, wie das Internationale Kaffeeabkommen, ausgehandelt werden.

Auch die GTZ fordert zusätzliche Fördermaßnahmen gegenüber staatlichen Akteuren zur Durchsetzung von Sozialstandards im Rahmen der eigenen Projektmaßnahmen so z.B.:

- Beratung im Hinblick auf gesetzliche Maßnahmen zur Absicherung von Kernarbeitsnormen und weitergehende Sozialstandards;
- Beratung beim Aufbau staatlicher Überwachungssysteme (Arbeitsinspektionssystem)
- Hilfe und Beratung beim Aufbau staatlicher Beschwerdesysteme (Ombudsmannsysteme)

⁶⁴⁷ Ebd.S.53

⁶⁴⁸ GTZ: Sozialstandards in der Technischen Zusammenarbeit, Eschborn , 2002

In keinem der zugänglichen Dokumente und Berichte des 4C Projektes wird auf solche Maßnahmen oder auf Kooperationen zu Projekten in diesen Gebieten hingewiesen. Die dringend notwendige, und im Rahmen der Global Governance Architektur geforderte Beratung der nationalstaatlichen Regierungen, sowie die Einbindung von regionalen Aktivitäten (z.B. NEPAD) findet sich im 4C Projekt nicht wieder.

Allerdings sind der Beratung und Durchsetzung von Sozialstandards auf staatlicher Ebene seitens der EZ Grenzen gesetzt. „Alle Maßnahmen mit staatlichen Akteuren kommen dort an die Grenzen, wo diese die Standards nicht umsetzen wollen. Bei Schwellenländern oder größeren Entwicklungsländern, die bestimmte Kernarbeitsnormen oder Sozialstandards nicht umsetzen wollen, (...) ist eine Beeinflussung allein durch die EZ schwierig.“⁶⁴⁹ Auch ärmere Länder, die nicht genug Einfluss auf TNCs oder große internationale Firmen haben, können kaum zu einer Veränderung ihrer Politik veranlasst werden, da sie den Verlust des durch niedrige Sozialstandards gewonnenen Standortvorteils befürchten, und in ihrer Politik von den großen Konzernen abhängig sind. Ein weiterer Faktor ist die zum Teil extrem hohe Korruption in vielen Entwicklungsländern.

Hier gäbe es, wie in der Global Governance Architektur gefordert, ein gute Möglichkeit, regionale Organe und Initiativen einzubinden.

So war Äthiopien eines der ersten Länder, die am 23.11. 2001 der NEPAD Initiative beitraten.

Zentrale Kernziele der Initiative sind, wie im Kapitel 5 dargestellt, der Aufbau eines seriösen Dienstleistungssektors, öffentliche Beihilfen für KleinunternehmerInnen, Bäuerinnen und Bauern, und der Aufbau einer soliden Infrastruktur.

Hier würden sich zahlreiche Anknüpfungspunkte für Projekte im Rahmen des Common Codes bieten. Eine nachhaltige Durchsetzung von Sozialstandards ist nur durch die Einbindung der Nationalstaaten und regionaler Initiativen möglich. Das oben erwähnte Problem, dass Staaten um den Verlust ihres Standortvorteils fürchten, wenn sie Sozialstandards gesetzlich vorschreiben, könnte durch eine Zusammenarbeit auf regionaler Ebene besser gelöst werden.

Ziel der im März 2005 verabschiedeten Paris Declaration on Aid Effectiveness ist die Erhöhung der Effizienz der Entwicklungsarbeit und die Reduzierung der

⁶⁴⁹ GTZ: Sozialstandards in der Technischen Zusammenarbeit, Eschborn, 2002, S.49

Transaktionskosten.⁶⁵⁰ Als Grundlage der Planung sollen die Entwicklungsprioritäten, Strategien und Verfahren der Kooperationsländer gelten.

Vor dem Hintergrund, dass der Common Code in seiner Struktur zunehmend andere Europäische Entwicklungsorganisationen miteinbezieht, ist somit eine stärkere Einbindung der Zielländer und der regionalen Strukturen erforderlich. Die im Rahmen der Strukturpolitik geforderte Bündelung und Vernetzung von Maßnahmen impliziert nicht nur die Vernetzung auf Seiten der Geberländer, sondern erfordert auch eine stärkere Vernetzung von Initiativen auf regionaler Ebene. So müssen nach Ansicht von Foerster und Schröder die Geber ihr Selbstverständnis nicht erst seit der Verabschiedung der Deklaration in Paris hinterfragen, sie müssen vielmehr „in internationaler Arbeitsteilung ihre jeweiligen Kompetenzen und Erfahrungen fokussieren, um den Zielländern klar strukturierte, miteinander verzahnte Angebote zu machen.“ Das konkretisiert sich u.a. in der Verlagerung der Mittelallokation aus eigenen Projekten in Richtung Budget- und Programmförderung oder sektorweiten Kooperationen.⁶⁵¹

Geht man davon aus, dass die afrikanischen Länder mit NEPAD das Ziel haben, für nationale und internationale Investoren attraktiver zu werden, und mehr Rechtssicherheit bieten wollen, dann müssen internationale und regionale Projekte wie der Common Code for the Coffee Community hier Schnittstellen schaffen. „Indem NEPAD die Notwendigkeit eines nationalen Entwicklungsstaates fordert, der pan-afrikanische Wirtschaftsbeziehungen im Kontext der Globalisierung fördert, legt NEPAD Wert auf die öffentliche- private Partnerschaft um Ressourcenengpässe und –bedürfnisse zu befriedigen und um in wirtschaftliches Wachstum zu investieren.“⁶⁵²

Dies gilt vor allem für das hier dargestellte Projektbeispiel „Erhaltung und Nutzung der genetischen Ressourcen von Coffea Arabica“. Alle in diesem Rahmen durchgeführten Projekte wurden ohne staatliche (äthiopische) Beteiligung initiiert und durchgeführt. Die ohnehin schon geringe Präsenz und Akzeptanz des Staates in der Sozialfürsorge wird hierdurch verfestigt. Die von FIAN und anderen NGOs geäußerte Kritik, dass die Projekte nur in der Hand des Staates - sprich der europäischen Durchführungsorganisationen - und der Unternehmen sind, lässt sich hier

⁶⁵⁰ Evangelischer Entwicklungsdienst: Die „Paris Declaration“ und die „Paris Agenda“ der Bundesregierung aus der Sicht der kirchlichen Hilfswerke, 2006

⁶⁵¹ Vgl. Kapitel 4

⁶⁵² Anyang Nyong'o, Petzer: Die Menschen warten auf Ergebnisse, in: Entwicklungspolitik 23/24/03, 2003, S.39

dahingehend erweitern, dass nicht nur die gewachsenen Strukturen der äthiopischen Zivilgesellschaft in weiten Teilen fehlen, sondern auch staatliche Akteure sowie regionale Initiativen nicht in die Projekte eingebunden sind. Dabei würde eine Verrechtlichung und eine Institutionisierung der Zusammenarbeit auch die Kooperationsbereitschaft der beteiligten Akteure unter Umständen erhöhen. „Nicht Probleme schweißen zusammen, sondern die aus Interesse und Bewusstsein heraus entstehende Bereitschaft, sie zu lösen. Rhetorische Unterstützung oder finanzielles Sponsoring durch ausländische Geber mag zusätzliche Kooperationsanreize schaffen, als belastbare Basis ist aber eine gemeinsame Problembetroffenheit der handelnden Parteien erforderlich.“⁶⁵³

Zusammenfassend gilt hier ähnlich wie bei Nuscheler und Roths Kritik an den MDGs, dass ohne verantwortliches Handeln und den wesentlichen Einbezug der Regierenden mehr Geld durch PPPs sogar Fehlentscheidungen verstärken können.⁶⁵⁴

⁶⁵³ Knothe, D., Müller D.: Ritter von der traurigen Gestalt. Ursache der Governance Probleme multilateraler Institutionen in Afrika, Hallenser IB Papier, 2/2006, S.7

⁶⁵⁴ Vgl. auch: Nuscheler, Roth: Die Millennium – Entwicklungsziele ihre Potentiale und ihre Schwachstellen Eine kritischen Zusammenfassung Entwicklungspolitischer Königsweg oder ein Irrweg?, EINE WELT-Texte der Stiftung Entwicklung und Frieden, Bd. 19, Bonn, 2006
Abstract: <http://www.sef-bonn.org/de/publikationen/index.php>

6.4. Der Einfluss von Corporate Social Responsibility auf die Handlungsspielräume von Unternehmen

Der Debatte um Corporate Social Responsibility (CSR) liegt die Annahme zu Grunde, dass es im Interesse des Unternehmens ist, soziale Verantwortung zu übernehmen. Bereits im 19. Jahrhundert gab es oft auf der Basis von ungeschriebenen Sozialkontrakten bei verschiedenen Unternehmen Ansätze einer sozialen Verantwortung. Ausgangspunkt waren meist religiöse oder ethische Ansichten der jeweiligen Unternehmer.⁶⁵⁵ Erst nach der Weltwirtschaftskrise und dem Ende des 2. Weltkrieges wurde eine intensivere Debatte darüber geführt, ob Unternehmen neben Gewinn auch soziale Verantwortung zu tragen hätten.

So wurde 1953 von H.R. Bowen das erste Buch mit dem Titel „Social Responsibility of the Businessman“⁶⁵⁶ veröffentlicht. Im Focus stand die ethische Verpflichtung des Unternehmens gegenüber der Gesellschaft. Die Verantwortung geht dabei über die ökonomischen und technischen Verantwortungen hinaus.⁶⁵⁷ In den darauf folgenden Jahrzehnten entwickelten sich Theorien zu den Themen Unternehmenskultur, Social Issue Management, Corporate Accountability und Corporate Citizenship,⁶⁵⁸ wobei verschiedene Aspekte unternehmerischer Verantwortung herausgearbeitet wurden.

Neben ökonomischen, rechtlichen und ethischen Bereichen sind TNC demnach vor allem um ihren Ruf und einen möglichen Umsatzrückgang besorgt. Anstelle von kurzfristiger Gewinnmaximierung werden verantwortliche Unternehmensstrukturen für einen langfristigen Unternehmenserfolg gefordert.

Einer der Hauptansatzpunkte für diesen Aspekt der CSR ist im Bereich der Markenpsychologie zu finden. Dabei wird davon ausgegangen, dass Marken und Images mehrere Dimensionen enthalten.

So geht die Diskussion über Markenbilder laut Brauer im Wesentlichen auf die frühen sechziger Jahre zurück. Ausgangspunkt ist die Definition von Bernt Spiegel über das psychologische Marktmodell. Hierin heißt es: „Nicht die objektive Beschaffenheit einer Ware ist die Realität in der Markenpsychologie (...) sondern einzig die

⁶⁵⁵ Chahoud Tatjana in: Internationale Instrumente zur Förderung von Corporate Social Responsibility, Deutsches Institut für Entwicklungspolitik: Analysen und Stellungnahmen 2/2005

⁶⁵⁶ Bowen, H.R.: Social Responsibility of the Businessman, New York, 1953

⁶⁵⁷ Schmitt, Katharina: Corporate Social Responsibility in der strategischen Unternehmensführung, Berlin, 2005, S.7

⁶⁵⁸ Ackermann, R.W./ Bauer, R.A.: Corporate Social Responsivness, Reston, VA: Reston Publishing.

Verbrauchervorstellung.⁶⁵⁹ Markenbilder sind somit Vorstellungsbilder und eine Vertriebsrealität. „Zahlreiche Einzelqualitäten, objektive und gefühlsmäßige, gehen in dieses Gesamtbild ein und vereinigen sich dort zu einem psychologischen ‚Persönlichkeitsprofil‘, das möglichst so beschaffen sein sollte, dass es sich vor allem von den Profilen konkurrierender Meinungsgegenstände prägnant und positiv abhebt.“⁶⁶⁰

Dabei geht die Öffentlichkeitsarbeit davon aus, dass Marken zur individuellen Lebensgestaltung des Menschen gehören. Markenkommunikation soll also nicht nur zum Kauf animieren, sie soll den Käufer vor allem in die Lage versetzen, diesen Kauf leichter vor sich selbst, oder seinem Umfeld zu rechtfertigen. So erklärte Prof. Dr. Sihler, Vorstandsvorsitzender der Henkel KGaA bereits 1991, „den Markenartiklern ist klar geworden, dass die Marke, ihre Pflege und hierzu die Kommunikation für die Marke das Eigentliche in ihrem Geschäft ist.“⁶⁶¹

Vor allem durch das veränderte Konsumentenverhalten gibt es zumindest indirekt für Markenproduzenten eine „unausgesprochene“ Erwartungshaltung seitens der Verbraucher, der sich Handel und Produzenten stellen müssen, indem sie Forderungen nach der Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung umsetzen.

6.4.1. Definitionen und Konzepte

Bereits der Cadbury Report (1992) und der Greenbury Report (1995) waren wichtige Meilensteine in der Diskussion um Corporate Governance Strukturen, in denen es um Nachhaltigkeit in der Unternehmenssteuerung und freiwillige ethische Grundsätze ging.⁶⁶² Unter Corporate Governance versteht man im allgemeinen die Grundsätze für eine gute und verantwortungsvolle Unternehmensführung, welche sowohl für die Mitarbeiter, als auch für die Unternehmensführung gilt. So gehören nach Aussage von‘ econsense – Forum nachhaltige Entwicklung der Wirtschaft e.V.’⁶⁶³ eine effiziente Unternehmensleitung, die Wahrung der Aktionärsinteressen, die

⁶⁵⁹ Brauer, Gernot: Econ Handbuch, Öffentlichkeitsarbeit, Düsseldorf, 1993, S. 244 vgl. auch Kapitel 3.1.2.

⁶⁶⁰ Haedrich, Günther in: ebd. S. 244

⁶⁶¹ Ebd. vgl. auch Kap.3.1.2.

⁶⁶² www.econsence.de Corporate Governance

⁶⁶³ Econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V. ist nach Selbstdarstellung eine Initiative global agierender Unternehmen mit dem Ziel das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung in der Unternehmensstrategie zu integrieren. Das Forum wurde 2000 auf Initiative des Bundesverbandes der Deutschen Industrie gegründet. www.econsence.de

zielgerichtete Zusammenarbeit der Organe für Unternehmensleitung und –
überwachung, sowie Transparenz in der Unternehmenskommunikation zu den
Merkmale einer guten Corporate Governance.⁶⁶⁴

1998 veröffentlichte die OECD ihre „Principles of Corporate Governance“ und die
Europäische Kommission richtete 2004 ein Europäisches Corporate Governance
Forum ein. Die Grundsätze der OECD stellen dabei eine gemeinsame Grundlage
dar, die zu einer Entwicklung von Regeln guter Unternehmensführung beitragen
sollen. „Sie sind nicht dazu bestimmt, sich an die Stelle weitgehender staatlicher und
privatwirtschaftlicher Initiativen zur Verbesserung der Corporate Governance Praxis
zu setzen.“⁶⁶⁵

In Deutschland wurde vom Bundesjustizministerium 2002 eine
Regierungskommission damit beauftragt, einen Deutschen Corporate Governance
Kodex (DCGK) auf der Basis der OECD Prinzipien einzurichten. Ausgehend von der
Kritik an diesen Prinzipien berücksichtigt der DCGK auch die Ausrichtung der
Aktionärsinteressen, die Transparenz der Unternehmensleitung, sowie die Struktur
der Aufsichtsräte, und konzentriert sich somit, wie der Managerkreis der Friedrich
Ebert Stiftung feststellt, „stark auf Finanzmarktaspekte und
Unternehmensorganisation“.⁶⁶⁶

Corporate Social Responsibility dagegen ist Ausdruck der Unternehmenskultur.
Die europäische Diskussion über CSR Strukturen wird durch das im Juli 2001
erstellte Green Paper: „Promoting a European Framework for Corporate Social
Responsibility“ geprägt. Ziel dieses Dokumentes ist es, einen Dialog über CSR in
Gang zu bringen, und Möglichkeiten auf europäischer Ebene für eine Partnerschaft
zur Entwicklung von CSR Standards zu identifizieren.

Das Green Paper definiert CSR dabei als: “a concept whereby companies integrate
social and environmental concerns in their business operations and in their
interaction with their stakeholders on a voluntary basis”.⁶⁶⁷

Sozial verantwortlich handeln Unternehmen vor allem dann, wenn sie über die bloße
Gesetzeskonformität hinaus mehr in Humankapital, in die Umwelt und in die

⁶⁶⁴ Ebd.

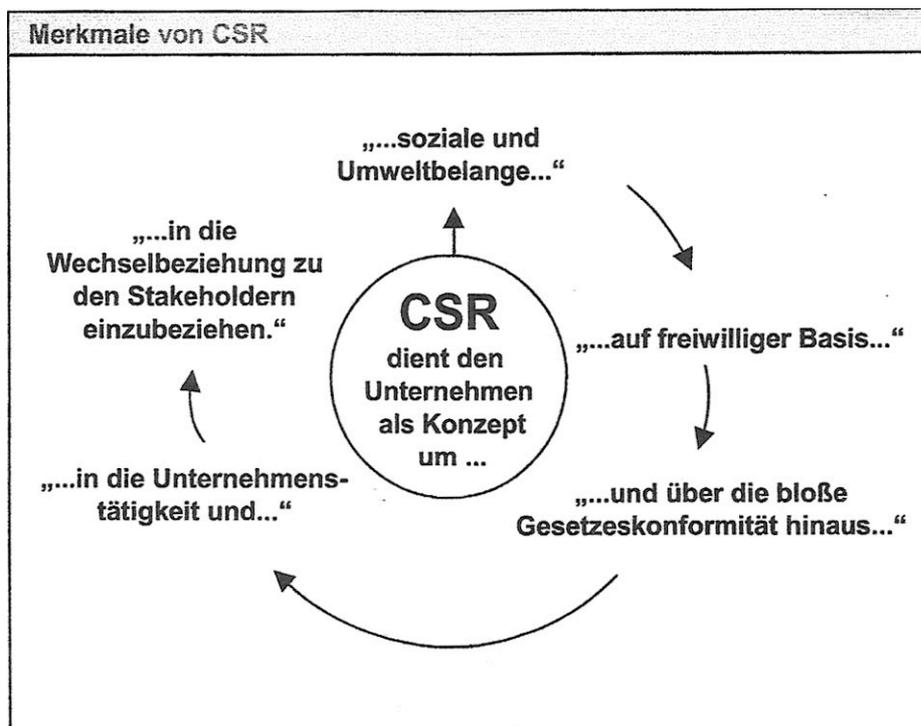
⁶⁶⁵ OECD: OECD-Grundsätze der Corporate Governance Neufassung 2004, S.11

⁶⁶⁶ Friedrich Ebert Stiftung: Werteorientierte Unternehmensführung und Corporate Governance, 2006, S.1

⁶⁶⁷ Commission of the european Communities: Corporate Social Responsibility: A Business contribution to
Sustainable Development , Juli 2002, S.3

Beziehung zu anderen Stakeholdern investieren. „ Die soziale Verantwortung von Unternehmen ist im Wesentlichen eine freiwillige Verpflichtung der Unternehmen, auf eine bessere Gesellschaft, und eine saubere Umwelt hinzuwirken (.), indem sie die soziale Verantwortung in ihre grundsätzliche Unternehmensstrategie, ihre Managementinstrumente und ihre Unternehmensaktivitäten einbeziehen.“⁶⁶⁸

Schmitt stellt unter Zuhilfenahme einzelner Zitatausschnitte aus der Grünbuch-Definition folgende Charakteristika als Merkmale von CSR hervor:



Quelle: Katharina Schmitt: eigene Darstellung in Anlehnung an EU-Kommission (2001), S.12

Für Tatjana Chahoud ist das Konzept der sozialen und ökologischen Unternehmensverantwortung trotz aller Definitionsversuche sehr vage geblieben. „Die Bandbreite der Initiativen und Konzepte reicht von den Unternehmensinitiativen als bottom up Ansatz (business driven) mit jeweils fließenden Übergängen bis hin zu den von den Regierungen veranlassten Maßnahmen (top down /government driven).“⁶⁶⁹

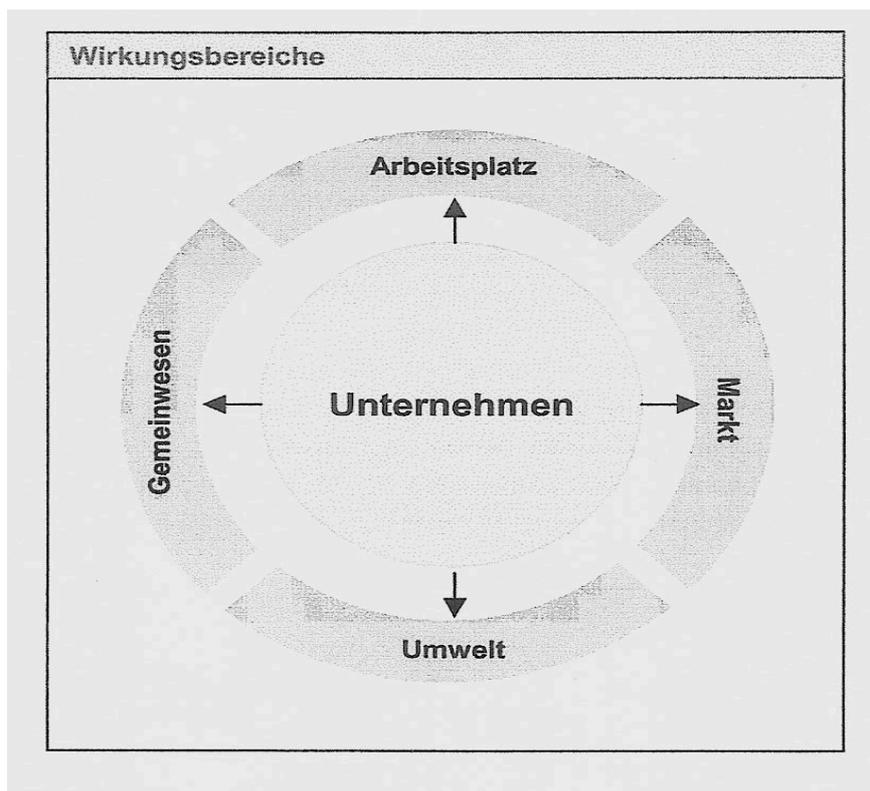
⁶⁶⁸ Katharina Schmitt weist in ihrer Arbeit auf die im Grünbuch genutzte Übersetzung von social responsibility mit „sozialer Verantwortung“ hin. In Kaur's Wörterbuch der deutschen Sprache wird der Begriff sozial „mit dem Gemeinwohl dienend“ beschrieben. In Anlehnung an verschiedene andere Darstellungen wird auch hier Social Responsibility mit gesellschaftlicher Verantwortung übersetzt und Corporate Social Responsibility mit gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen. Vgl. Schmitt K.: Corporate Social Responsibility in der strategischen Unternehmensführung,, Berlin, 2005

⁶⁶⁹ Chahoud Tatjana: Internationale Instrumente zur Förderung von Corporate Social Responsibility

Dabei wird vor allem im Rahmen der unternehmensbezogenen Verhaltenskodizes die Rolle des Staates und der öffentlichen Institutionen deutlich begrenzt. Für sie zielt CSR im Wesentlichen darauf ab, die gewohnten Grenzen zwischen Staat und Markt aufzubrechen, und eine neue Einteilung in der Verantwortlichkeit zwischen öffentlichen und privaten Akteuren vorzunehmen.⁶⁷⁰

Aus der im Kapitel 1. ff dargestellten Machtverschiebung zwischen Nationalstaat und Wirtschaft ergeben sich zwar getrennte Aufgabenbereiche, aber keine getrennten Verantwortungen.⁶⁷¹

Geht man wie Schmitt davon aus, dass Unternehmen ihr Umfeld im Rahmen von Entscheidungs- und Handlungsprozessen beeinflussen, und im Rahmen eines Multiakteursansatzes in einer kontinuierlichen Interaktion mit ihrer Umwelt stehen, ergeben sich daraus folgende Wirkungsbereiche des Unternehmens:



Quelle: Schmitt: Corporate Social Responsibility in der strategischen Unternehmensführung Berlin, 2005, S.30

in: Deutsches Institut für Entwicklungspolitik: Analysen und Stellungnahmen 2/2005

⁶⁷⁰ Ebd. Punkt 2.

⁶⁷¹ Friedrich Ebert Stiftung: Werteorientierte Unternehmensführung und Corporate Governance, 2006, S.3

Gemeinsam haben BDI und BDA in Deutschland für ihre mittelbaren und unmittelbaren Mitgliederverbände und angeschlossenen Unternehmen das Internetportal ‚CSR Germany Unternehmen tragen gesellschaftliche Verantwortung‘ gegründet. Dies soll Unternehmen als Netzwerk und Plattform zur Darstellung von CSR Aktivitäten dienen.

Im Dezember 2002 haben beide Verbände zur Initiative der EU Stellung genommen, und zehn Kernpunkte zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen herausgearbeitet.⁶⁷² Hauptansatzpunkt ist dabei der Aspekt der Freiwilligkeit, er gilt als tragendes Prinzip des CSR Konzeptes. Dies und der Verzicht auf konkrete Handlungsvorgaben seitens des Staates sollen innovative Kräfte bei den Unternehmern freisetzen. Dafür soll CSR über die gesetzlichen Verpflichtungen des Staates hinausgehen und individuell von den einzelnen Betrieben in vielfältiger Art und Weise umgesetzt werden. Dabei kann und soll der Staat nicht ersetzt, sondern durch politische Verantwortung ergänzt werden. So sollen Unternehmen ihr Umfeld mitprägen, und Verantwortung für die gesamte Zulieferkette übernehmen. Dies gilt vor allem auch für die Produktionsbedingungen in den Entwicklungsländern. Hier dürfen nach Ansicht der beiden Verbände vor allem Zwangs- und Kinderarbeit nicht hingenommen werden. Zur effektiven Umsetzung von CSR sollen Konzepte für den Mittelstand nutzbar gemacht werden, um so hohe Personalkosten und finanzielle Belastungen zu vermeiden. Unterstützt wird dies durch einen breiten Erfahrungsaustausch, zu dem auch das Internetportal www.csrgermany.de beiträgt. Im Rahmen der letzten beiden Punkte gehen die Verbände auf die Bedeutung von CSR für die Entwicklungspolitik und die Glaubwürdigkeit der Aktivitäten ein. Ziel ist es, so die Initiative CSR Germany, „ die zunehmende Diskussion um die gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen positiv zu beeinflussen.“⁶⁷³

Die im Kapitel 1. erläuterten Umwälzungsprozesse im Zuge der zunehmenden Globalisierung bedeuteten auch einen Zuwachs an Gestaltungsmacht für die Unternehmen.

Basierend auf dem Multistakeholderansatz und den zahlreichen Definitionen von CSR wirken sich verschiedene Elemente aus, bei denen die Analyse der

⁶⁷² BDI: Stellungnahme zum Europäische CSR Multi Stakeholder Forum, 10 Kernpunkte zu Corporate Social Responsibility s. 10 Kernpunkte zu Corporate Social Responsibility Stellungnahme zum Europäischen CSR Stakeholderforum

⁶⁷³ s. www.csrgermany.de

gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen mitberücksichtigt werden muss.⁶⁷⁴

Wirkungsbereiche der Unternehmenstätigkeit: In welchen politischen und gesellschaftlichen Bereichen nimmt das Unternehmen Einfluss, bzw. wo hat es Gestaltungsmöglichkeiten?⁶⁷⁵

Shareholder: Wer sind die Shareholder und welchen Einfluss haben sie auf Unternehmen und Wirtschaft?

Stakeholder: In welchem gesellschaftlichen Umfeld agiert das Unternehmen und wer sind die mittelbaren und unmittelbaren Bezugsgruppe?

Zivilgesellschaftliche Verantwortungsbereiche: Wo und in welchen Bereichen der gesellschaftlichen Verantwortung ist das Unternehmen gefordert?

Bei all den genannten Definitionen und Aspekten von CSR wird davon ausgegangen, dass es sich hierbei um einen dynamischen Prozess handelt. „The agenda reflects social expectations of good corporate behavior in a world of rapid change.“⁶⁷⁶ Dies führt dazu, dass Unternehmen ihre Unternehmensstruktur und -kultur auf die jeweiligen Bedingungen und Werte der Gesellschaft ausrichten müssen.

6.4.2. CSR im Rahmen entwicklungspolitischer Interessen

Die Millenniumserklärung der Vereinten Nationen ruft die Staaten auf, „im Bemühen um Entwicklung und Armutsbekämpfung feste Partnerschaften mit dem Privatsektor und den Organisatoren der Zivilgesellschaft aufzubauen“. Während in der internationalen Diskussion die Themen um Corporate Social Responsibility stark angelsächsisch geprägt sind, basiert die Diskussion in Deutschland auf der in der Entwicklungszusammenarbeit geführten Debatte um Global Governance Strukturen.

So sind auf nationaler Ebene neben dem Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) vor allem das BMZ mit Aspekten von CSR befasst.

Basierend auf der Definition der EU-Kommission und dem Aktionsplan des Weltgipfels für nachhaltige Entwicklung in Johannesburg 2002 ist eines der

⁶⁷⁴ Eigene Darstellung in Anlehnung an: Schmitt: Corporate Social Responsibility in der strategischen Unternehmensführung Berlin, 2005, S.29

⁶⁷⁵ im sogenannten Streubesitz sind die gesellschaftlichen Bereiche jedoch nicht genau zu definieren

⁶⁷⁶ Vogel, Frank: Ethics@compliance in a global Economy in: www.ethics.org/fellows/global_compliance.pdf

Hauptargumente für die deutsche Regierung das Potenzial zur Armutsminderung.⁶⁷⁷

So ist ihrer Meinung nach eine Entwicklung ohne das Engagement der Unternehmen nahezu undenkbar. „Corporate Social Responsibility ist daher ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Minderung der Armut, zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung und zur sozial gerechten Gestaltung von Globalisierung.“⁶⁷⁸

Der Gewinn für die Unternehmen wird dabei vor allem in dem gewonnenen Image gesehen. „CSR ist deshalb eine strategische Investition in die soziale Akzeptanz und in das Vertrauen der Kunden und Kundinnen, Investoren und Investorinnen und Anteilseigner und Anteilseignerinnen.“⁶⁷⁹

Betriebswirtschaftliches Denken und profitorientiertes Handeln stehen hier nicht mehr ausschließlich im Konflikt zum Konzept und den Zielen der nachhaltigen Entwicklung, sondern sind integrativer Bestandteil. Somit sind nach Ansicht von Lucia de Carlo aus entwicklungspolitischer Sicht vor allem „solche CSR Aktivitäten von Bedeutung, die unmittelbar zur Besserung der Lebensbedingungen in Entwicklungsländern (EL) führen bzw. die Voraussetzungen dafür schaffen, dass langfristig eine solche Verbesserung eintritt.“⁶⁸⁰ So sollten Unternehmen CSR Aktivitäten durchführen, die entwicklungspolitische Maßnahmen begleiten, um die Wirkungen von EZ-Maßnahmen zu verstärken, und somit Synergieeffekte zu erzielen. Dabei sollen CSR Maßnahmen so konzipiert sein, dass sie strukturbildende Wirkungen haben und über gesetzliche Normen und betriebswirtschaftlich kurzfristig rentable Investitionen hinausgehen, „also additional bzw. „beyond compliance sind“.⁶⁸¹

CSR ist für den BDI vor allem dann ein Thema, wenn die Unternehmen Produktionsstätten in Schwellen- und Entwicklungsländern mit niedrigeren Sozial- und Umweltstandards unterhalten. So wird „ethisches Verhalten oft als unvereinbar mit einer erfolgreichen Tätigkeit auf kompetitiven Märkten angesehen, die Einhaltung moralischer Standards als Kostenfaktor diskreditiert.“⁶⁸²

Hier haben sich freiwillige CSR-Maßnahmen als effiziente Alternative zu rechtlichen Regelungen erwiesen. Dabei soll das soziale Engagement der Unternehmen nicht im

⁶⁷⁷ Vgl. auch Kapitel 1.3. und 2.3.

⁶⁷⁸ BMZ: Im gemeinsamen Interesse Unternehmensführung in sozialer und ökologischer Verantwortung, 2004

⁶⁷⁹ Ebd.

⁶⁸⁰ Carlo de Lucia: Corporate Social Responsibility Möglichkeiten zur Unterstützung durch die deutsche EZ DIE; Bonn, 2004, Kapitel 1.2.

⁶⁸¹ DIE: Strategische Allianzen und Corporate Social Responsibility Ergebnisse der Arbeitsgruppen, Bonn, 2004

⁶⁸² Friedrich Ebert Stiftung: Wertorientierte Unternehmensführung und Corporate Governance, 2006, S. 3

Widerspruch zur Kultur und Tradition des jeweiligen Landes stehen und die jeweilige wirtschaftliche Situation mit berücksichtigen.⁶⁸³

So unterscheidet Dyllick zwei Kategorien von gesellschaftlichen Herausforderungen.⁶⁸⁴

Gesellschaftliche Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit betreffen das, „was die Unternehmung der Gesellschaft zuführt, ob beabsichtigt oder unbeabsichtigt“.

Gesellschaftliche Probleme hingegen existieren „weitgehend unabhängig von der Tätigkeit der Unternehmung oder der Wirtschaft insgesamt“ und betreffen das, „was die Unternehmung für die Gesellschaft tun kann“.⁶⁸⁵

Für Schmitt ergibt sich aus dieser Kategorisierung eine Differenzierung der gesellschaftlichen Herausforderung auf Grund der ursächlichen Relation zur Unternehmenstätigkeit. „Dies ist im Rahmen von CSR insofern interessant, als bisher argumentiert wurde, dass nur solche Bereiche als verantwortungsrelevant anzuerkennen sind, welche sich auf die Unternehmenstätigkeit zurückführen lassen. (...) Allerdings zeigt sich insbesondere bei Herausforderungen im Wirkungsbereich des Gemeinwesens, dass Unternehmen auch mit Forderungen nach einem gesellschaftlichen Engagement konfrontiert werden, welches sich nicht durch negative Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit begründen lässt.“⁶⁸⁶ Hierunter fallen nach Meinung der Autorin Forderungen nach einem unternehmerischen Beitrag zur Bekämpfung von globaler Armut und Hunger aber auch Forderungen zur Verbesserung der Lebensqualität der lokalen und globalen Bevölkerung.

De Carlo stellt in ihrer Analyse fest, dass etwa die Hälfte der DAX-30 Unternehmen über CSR Aktivitäten in den EL berichten, die im Wesentlichen zwei Grundformen darstellen. Während die erste Herangehensweise die gesamte Wertschöpfungskette miteinbezieht und mit dem Unternehmensziel in direktem Zusammenhang stehen, umfasst die zweite Grundform die direkte Förderung von z.B. Gesundheit- oder Bildungseinrichtungen in standortnahen Gemeinden.⁶⁸⁷

⁶⁸³ S. Punkt 9 der Kernthemen: BDI: Stellungnahme zum Europäische CSR Multi Stakeholder Forum, 10 Kernpunkte zu Corporate Social Responsibility

⁶⁸⁴ Dabei nutzt er die Bezeichnung „gesellschaftliche Anliegen“ um die Inhalte der Forderungen von Stakeholdern zu beschreiben vgl. Dyllick in Schmitt K.: Corporate Social Responsibility in der Strategischen Unternehmensführung“ Berlin, 2005, S.34

⁶⁸⁵ Vgl. Ebd. S.34 Hervorhebung wie im Original

⁶⁸⁶ vgl. Schmitt K.: Corporate Social Responsibility in der Strategischen Unternehmensführung“ Berlin, 2005, S.34

⁶⁸⁷ Carlo de, Lucia: Corporate Social Responsibility Möglichkeiten zur Unterstützung durch die deutsche EZ

Initiativen, die wie der Common Code for the Coffee Community eine Verbindung von Strategischer Allianz und PPP bilden, zielen somit sowohl auf Veränderungen im Rahmen der Wertschöpfungskette, als auch auf einen gesellschaftlichen Nutzen, welche nicht mit der Wertschöpfungskette in direkter Verbindung stehen.

6.5. Die Bedeutung von Multistakeholder CSR am Beispiel des CCCC-Prozesses

Wie in Kapitel 6.2. dargestellt sind Multistakeholder - Initiativen konsensbasiert und abhängig von verschiedenen Akteuren, um Vereinbarungen auf den verschiedensten Ebenen zu erreichen.

Die zunehmende Verknüpfung von Strukturen und unterschiedlichen Akteuren im Rahmen des Global Governance Konzeptes führen Unternehmen weg von einem Unternehmensbasierten Ansatz hin zu einer Zusammenarbeit von verschiedenen Gruppen mit den Unternehmen. Multistakeholder CSR verbindet daher Unternehmen mit Menschenrechtsorganisationen, Gewerkschaften und Entwicklungshilfeorganisationen. Brigitte Hamm schlägt in Anlehnung an den ersten Vizepräsidenten der Weltbank für Europa, Jean-Francois Rischard, folgende Typologisierung von CSR vor:⁶⁸⁸

Stufe	Kategorie	Rolle	Beispiel
A	Wohltätigkeit	Mäzen	Förderprogramm privater Stiftungen
B	Defensive CSR (private sector development)	Guter " <i>corporate citizen</i> "	Schließung von sweatshops
C	Offensive CSR (Private sector development)	Vorbildrolle	Etablierung von Verhaltenskodizes
D	<i>Community development</i>	Aktiver " <i>local citizen</i> "	HIV/Aids-Kampagne
E	Beitrag zur Problemlösung in Multi-stakeholder-Prozessen	Akteur in der <i>Global Governance</i>	Entwicklung und Durchsetzung von Regeln

Obwohl CSR, wie im vorangegangenen Kapitel dargestellt, ein Modell der Selbstverpflichtung und damit unverbindlich ist, basiert es doch auf international

⁶⁸⁸ Hamm, Brigitte: Maßnahmen zur Stärkung von Corporate Social Responsibility in der Entwicklungszusammenarbeit europäischer Institutionen, Deutsches Institut für Entwicklungspolitik, Bonn, 2004, Kapitel 1.2

anerkannten Normen und Sozialstandards. In diesem Zusammenhang repräsentieren Multi-Stakeholderinitiativen „a new and interesting form of CSR. (...) It addresses sustainable development, fair trade and poverty in addition to its principal concerns for the environment and global working conditions.“⁶⁸⁹ Sie bringen, so Hunter, mehr Transparenz und Offenheit in die jeweiligen Unternehmenspraktiken und eine stärkere öffentliche Verpflichtung. „Stakeholder engagement and involvement in multi-stakeholder initiatives have become increasingly important aspects of company CSR programmes and global business practice.“⁶⁹⁰ So kann die sogenannte „license to operate“ von Unternehmen nur dann gewahrt werden, wenn diese sich langfristig den Herausforderungen eines aktiven Engagements mit den jeweiligen Stakeholdern stellen. Unterstellt man wie im Kapitel 6.2.2. und 6.4. dargestellt, dass die Reputation also die Markenpsychologie und damit die Markenkommunikation eines der essentiellen Erfolgsfaktoren eines Unternehmens ist, das sich nicht über die Märkte allein steuern lässt, dann kommt der Analyse und der Identifizierung der jeweils relevanten Bezugsgruppen eine besondere Bedeutung zu.

Das Beispiel Common Code for the Coffee Community zeigt jedoch, dass die Identifizierung der einzelnen Stakeholder nicht ausreicht. Ausschlaggebend für den Verlauf der Stakeholderbeziehung, und damit auch für die Wahrnehmung eines Unternehmens ist die Kooperation und Kompromissbereitschaft der einzelnen Akteure. (vgl. Kapitel 6.3.3.)

So ist nach Ansicht von ‚econsense - Forum nachhaltige Entwicklung der deutschen Wirtschaft e.V.‘ ein professionell gestaltetes Stakeholderengagement mehr als nur eine Kommunikationsplattform. Es dient vielmehr

- der Verbesserung der öffentlichen Wahrnehmung als transparentes und dialogbereites Unternehmen
- der Vermeidung von Rechts- und Imagorisiken durch frühzeitigen Kontakt mit kritischen Stakeholdern
- dem besseren Zugang zu Finanzkapital durch Risikominimierung
- der proaktiven Umwandlung von externem Druck in zusätzlichen Input zur eigenen Entscheidungsgrundlage

⁶⁸⁹ Hunter Philip: Corporate Social Responsibility: An Example of Multi-Stakeholder Complexity, S.5

⁶⁹⁰ Ebd. S.7

- einem systematischem Management von externer Wahrnehmung⁶⁹¹

Ziel von entsprechenden Multistakeholder Initiativen ist es, im Rahmen von CSR die Aktivitäten des Unternehmens zu unterstützen. „Sie erfüllen wichtige Funktionen, indem sie unterschiedliche Expertisen zusammenführen, weil im Prinzip gegenseitige Lernprozesse und dadurch weniger Konfrontation möglich wird, weil gerade bei freiwilligen Prozessen, wie CSR das kritische Potenzial von und die Kontrolle durch Nichtregierungsorganisationen dazu beitragen können, dass freiwillige Vereinbarungen eingehalten werden. (...) Zugleich bedeutet die zivilgesellschaftliche Beteiligung auch eine Legitimation solcher Prozesse, die insbesondere für die Privatwirtschaft bedeutsam ist.“⁶⁹² Damit stärken Multistakeholder Prozesse die CSR Strategien eines Unternehmens, auch bzw. insbesondere im Rahmen der Wettbewerbspolitik. Daher können und sollen solche Prozesse, wie das Beispiel CCCC zeigt, von der Politik und staatlichen Organisationen angeregt und moderiert werden.

CSR wird somit zur Querschnittsaufgabe einer Politik, die CSR nicht mehr nur als Selbstverpflichtung einzelner Unternehmen sehen kann.

Hamm empfiehlt ähnlich wie in Großbritannien und den Niederlande ein ‚Knowledge and Information Center‘ als zentrale Anlaufstelle für CSR einzurichten, in dem Informationen gesammelt und Pilotprojekte initiiert werden. Schwerpunkt dieser Zusammenarbeit sollte die Stärkung von CSR im Rahmen der Zuliefererketten sein. Capacity building und local empowerment sind hier Kernelemente, die durch strategische Allianzen weiter ausgebaut werden müssen. Diese sollten vor allem von der Politik initiiert und im Rahmen von Multistakeholderprozessen weiter gefördert werden.

Dabei kommt vor allem im Bereich des 4C-Prozesses der Bewusstseinsbildung für CSR eine bedeutende Rolle zu. Ähnlich wie schon in der Kampagne „Fair feels good“ könnten bedingt durch den Multistakeholderansatz mit den NGOs gemeinsame Projekte entwickelt und entsprechende Materialien erstellt werden. Dies ist vor allem deshalb von besonderer Bedeutung, da das Thema CSR in seiner Komplexität schwieriger darzustellen ist, als bisherige Kampagnen (z.B Tropenholzboykott,

⁶⁹¹ www.econsense.de/_CSR_INFO_POOL/_STAKEHOLDERDIALOG/

⁶⁹² Hamm, Brigitte: Maßnahmen zur Stärkung von Corporate Social Responsibility in der Entwicklungszusammenarbeit europäischer Institutionen, Deutsches Institut für Entwicklungspolitik, Bonn, 2004, Kapitel 5, S.51

Teppiche ohne Kinderarbeit etc.). Über die entsprechenden Bildungseinrichtungen und NGO - Foren würden so unterschiedliche Zielgruppen gezielter angesprochen werden, als durch allgemeine Kampagnen. Eine besondere Bedeutung kommt dabei der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit im Rahmen der Konsumentennachfrage zu. So genügt, wie de Carlo für Bekleidungsartikel feststellt, die Kennzeichnung von Produkten mit CSR Label unabhängig vom Preis nicht.⁶⁹³ Vielmehr muss im Rahmen des 4-C Projektes gemeinsam mit den NGOs eine intensive Aufklärungsarbeit geleistet werden.

Als problematisch stellt sich im Kaffeesektor jedoch die Abgrenzung zu fair gehandelten Produkten dar, da Kaffee ähnlich wie Tee und Schokolade bisher über die Fair Trade Organisationen oder Weltläden gehandelt wurde. Hier ist eine intensive Zusammenarbeit mit den am 4C Projekt beteiligten Organisationen genauso notwendig, wie die Einbeziehung der bei VENRO mitorganisierten Fair Trade Gruppen.

Der im Kapitel 6.2.3. angeführten Befürchtung, dass es durch 4C-Kaffee Nachteile für fair gehandelten Kaffee gibt, kann nur durch eine intensive Konsumentenaufklärung begegnet werden. Dies bedeutet jedoch auch für Fair Trade Organisationen eine stärkere Abgrenzung ihrer Produkte von CSR Produkten und eine Neudefinierung der Legitimation von fair gehandelten Erzeugnissen, denn Fairtrade ist ein Trend, den auch Unternehmen wie Lidl, Plus, Rewe und andere Supermärkte für sich entdeckt haben. Vor allem die im vergangenen Jahr von Transfair⁶⁹⁴ gestartete Verkaufsstrategie mit Lidl führt zu einer immer stärker werdenden Diskussion über steigenden wirtschaftlichen Erfolg und einen Verlust der Ethik. „Wir sind zurzeit auf dem Weg zum Mainstream. Der faire Preis darf dem Mainstream aber nicht geopfert werden.“⁶⁹⁵ Auch viele andere Dritte Welt Organisationen sprechen von „reiner Kosmetik“ und vertreten die Auffassung, dass der faire Handel mehr bedeutet, „als den ProduzentInnen einen leicht erhöhten Preis zu zahlen“.⁶⁹⁶ Ihrer Meinung nach sind die Unternehmen, solange es nicht für alle Produzenten ein einträgliches Einkommen gibt, Teil des Problems, und nicht seiner Lösung.

⁶⁹³ So bevorzugten nach einer bundesweiten Umfrage des imug – Instituts nur 10% der Verbraucher bei gleichem Preis ein CSR Produkt. Carol de Lucia: Corporate Social Responsibility Möglichkeiten zur Unterstützung durch die deutsche EZ, DIE Bonn, Mai 2004, Kapitel 2.4.1.

⁶⁹⁴ Lidl bietet seit dem 1. Juli 2006 Transfair- gesiegelte Produkte unter der Eigenmarke „Fairglobe“ an.

⁶⁹⁵ Schröder M.: Fairer Handel wird erwachsen in: die tageszeitung 24.11.2006

⁶⁹⁶ Baumgärtner U.: Nestle, Lidl & Co. – Weltmeister des fairen Kaffeehandels
in: www.ila-bonn.de/artikel/ila297/faierhandel.htm

Aus entwicklungspolitischer Sicht sind vor allem solche Multistakeholderansätze wichtig, die in den Entwicklungsländern Veränderungen bewirken. So können durch die Verbindung von Multistakeholderinitiativen und CSR z.B. die Mitarbeiterorganisationen genauso gestärkt werden, wie die Beteiligung und Bildung von Initiativen der Kleinbauern.

Im Rahmen des Community Development sollten nationale NGOs gestärkt, und breite Bevölkerungsschichten für unterschiedliche Themen angesprochen werden. So sind nach einer Umfrage der Bertelsmann Stiftung 71% der befragten Wirtschaftsentscheider der Ansicht, dass durch die Globalisierung der Druck auf die Unternehmen wächst, sich auch auf internationaler Ebene gesellschaftlich und politisch einzubringen, und 56% befürworten die Aussage, dass die gesellschaftliche Verantwortung durch die abnehmenden finanziellen Möglichkeiten des Staates gestiegen ist.⁶⁹⁷

Dabei muss die Aufgabenverteilung zwischen Staat und Wirtschaft genauso neu definiert werden, wie die innerhalb der Multistakeholderinitiativen.

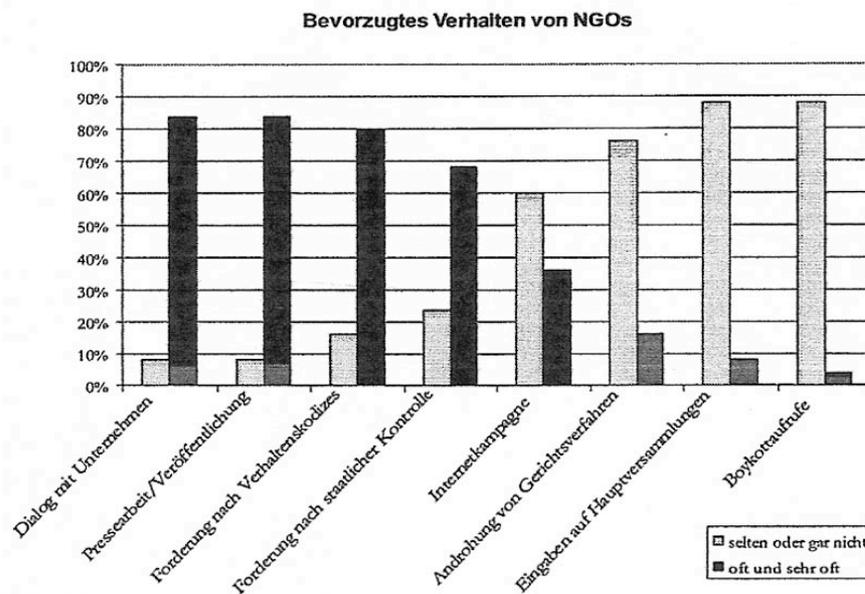
Gerade in einem Projekt wie dem Common Code ist ein intensives Kommunikationsmanagement von besonderer Bedeutung. Im Rahmen der tripartitären Zusammensetzung und den in den Kapitel 6.2. und 6.3. angesprochenen Machtgefällen ist die Teilhabe an allen projektrelevanten Informationen Voraussetzung für ein Gelingen des Prozesses. So werden Konflikte nach Ansicht von Messner selbst in einer kooperativ ausgerichteten Global Governance Architektur eher zunehmen.⁶⁹⁸ Nicht nur im 4-C Projekt, sondern auch bei anderen Multistakeholderinitiativen zeigte sich, dass der Ablauf der Diskussionen sehr langwierig ist, und selten über den Austausch von Meinungen und der jeweiligen Position hinausgeht.⁶⁹⁹ Darüber hinaus ist die unabhängige Moderation und Mediation ein wesentlicher Bestandteil im Kommunikationsmanagement, da die Bewertung der einzelnen Positionen durch die Akteursgruppen sehr unterschiedlich ist. So finden nach Ansicht von Rieth und Göbel Gespräche zwischen NGO und Unternehmen ohne Vorurteile und ohne die Gefahr der drohenden

⁶⁹⁷ Bertelsmann: Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, Dokumentation der Ergebnisse einer Unternehmensbefragung der Bertelsmann Stiftung, pdf Dokument

⁶⁹⁸ Messner: Nationalstaaten in der Global Governance – Architektur, Heft 66/2002, S.26

⁶⁹⁹ Vgl. hierzu z.B. auch Carol de, Lucia: Corporate Social Responsibility Möglichkeiten zur Unterstützung durch die deutsche EZ, DIE, Bonn, Mai 2004

Instrumentalisierung nur selten statt. 75% der von den Autoren befragten NGOs stufen das soziale Verhalten von Unternehmen als mäßig, oder schlecht ein, doch gaben 84% der NGOs auch an, sehr oft einen Dialog mit den Unternehmen zu führen.⁷⁰⁰



Quelle: Rieth L./ Göberl Th.. Unternehmen, gesellschaftliche Verantwortung und die Rolle der Nichtregierungsorganisationen Abbildung 1: Bevorzugtes Verhalten von NGOs gegenüber Unternehmen

So zeigte sich auch im Rahmen des 4C Prozesses wie schon bei anderen Initiativen die unterschiedliche Bewertung von Offenheit und Kooperationsbereitschaft. Während GTZ, DKV und Unternehmen die Ansicht vertreten, ein hohes Maß an Offenheit und Kooperation zu zeigen, sehen dies, wie der Austritt von Greenpeace und FIAN und der offenen Brief von Oxfam zeigen, die NGO anders. Dies betrifft vor allem die Kernbereiche der NGOs wie Umsetzung der Projekte und das Monitoring.

Geht man wie Hamm davon aus, dass Global Governance im Kaffeesektor sinnvoll ist, und Multistakeholdernetzwerke zentrale Elemente sind, dann stellt sich beim 4C-Projekt die Frage, wie und in welcher Form die Beteiligten Rechenschaft über ihr gesellschaftliches Engagement ablegen, und wer dies unabhängig kontrollieren soll. Externe Evaluierungen sind zwar zur Überprüfung des sachlichen Projektverlaufs sinnvoll, treffen aber die spezifische Struktur der kritischen Auseinandersetzung mit

⁷⁰⁰ Rieth L./ Göberl Th.. Unternehmen, gesellschaftliche Verantwortung und die Rolle der Nichtregierungsorganisationen in: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik , 2005, S.251

CSR Initiativen nicht. So bewerten nach Aussage von Rieth und Göbel NGOs Multistakeholderinitiativen, die wie z.B. der in Kap. 3.1. dargestellte Global Compact auf einem Dialog und Freiwilligkeitsprinzip basieren, als wenig bis gar nicht nützlich.⁷⁰¹ Hier ist es Aufgabe des Steering Committee, dem Rechnung zu tragen, die „Wächterfunktion“ der beteiligten NGOs zu stärken, und diese nicht wie bisher oft als Störfaktor anzusehen. Ein unabhängiges Monitoring durch die Zivilgesellschaft muss wichtiger Bestandteil des Verhaltenskodex sein. Ein rein wie bisher vorgesehenes Unternehmens- oder Projektinternes Monitoring reicht auch auf Grund der weltweiten Struktur des 4-C Projektes nicht aus.⁷⁰² Eine Einbeziehung aller Interessengruppen in die Überwachung ist somit unbedingt erforderlich. Gerade das kritische Potenzial der NGOs könnte hier dazu beitragen, dass das im Kapitel 6.4. dargestellte Grundprinzip der zwei Kategorien von gesellschaftlichen Herausforderungen stärker berücksichtigt wird. So sollte im Rahmen von Multistakeholder CSR der Focus auf das von de Carlo entwickelte third party monitoring gelegt werden. „Beim third party – monitoring kontrollieren externe Akteure die Einhaltung der Sozial- und Umweltstandards. Dies können Prüfungsgesellschaften sein, es kann aber auch unter Einbeziehung zivilgesellschaftlicher Gruppen geschehen. Je unabhängiger das Monitoringverfahren ist, desto kostenintensiver ist es.“⁷⁰³

Eine reine Zertifizierung von Produkten reicht im Rahmen von CSR, die auf Multistakeholderinitiativen basieren, nicht aus, da durch den zunehmenden Zertifizierungstrend und die im Kapitel 6.2.ff dargestellte Verflechtung von Zertifizierungsstellen und Unternehmen die Aussagekraft der Zertifikate vermindert wird. „Auch wenn es Berührungspunkte gibt, eine Firma, die sich als „social responsible“ zertifizieren lässt, kann bzw. wird dies ggf. mit der gleichen Auditierungsfirma und entsprechenden Standards tun, die auch für die Zertifizierung ihrer Produkte angewandt werden.“ So spricht Peltzer von einem „Megatrend Zertifizierung“ der zu einer globalen Marketingstrategie wird.⁷⁰⁴ Für ihn geht der

⁷⁰¹ Rieth L./ Göberl Th.: Unternehmen, gesellschaftliche Verantwortung und die Rolle der Nichtregierungsorganisationen in: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik , 2005, S.255

⁷⁰² De Carlo bezeichnet dies als first und second party Monitoring. Beim first party-Monitoring kontrolliert das Unternehmen selbst die Standards, beim second party-Monitoring wird das Monitoring durch eine Zusammenarbeit zwischen dem Unternehmen und einem ihm nahe stehenden Dritten durchgeführt.

⁷⁰³ De Carlo, Lucia: Corporate Social Responsibility Möglichkeiten zur Unterstützung durch die deutsche EZ, DIE Bonn, Mai 2004, Kapitel 2.1.

⁷⁰⁴ Peltzer R.: Megatrend Zertifizierung in Entwicklungspolitik 15/2005, S.49

Trend zur Zertifizierung von Mindeststandards einher mit der Diskussion um die Verankerung von Corporate Social Responsibility, in der auch die veränderte öffentliche Wahrnehmung von Produkten und der internationalen Arbeitswelt eine Rolle spielt. Die im Kapitel 6.4. dargestellten Aspekte der Markenkommunikation und Markenpsychologie führen zu einem veränderten Konsumentenverhalten.⁷⁰⁵

So kann es sich nach Ansicht des BMZ und der GTZ kein Unternehmen mehr leisten, dass seine Geschäftstätigkeit massiven Widerstand der Öffentlichkeit hervorruft. Verbraucher/innen und Öffentlichkeit bewerten ihrer Meinung nach das Image eines Unternehmens positiv, welches nachweisbar sozial und ökologisch handelt. „Nach einer repräsentativen Haushaltsbefragung des Instituts für Markt –Umwelt- Gesellschaft (IMUG), bevorzugen Verbraucher /-innen zumindest bei ähnlichen Preisen und vergleichbarer Produktqualität Unternehmen, die keine Produkte aus Kinderarbeit anbieten oder die nicht mit Ländern kooperieren, in denen die Menschenrechte verletzt werden. Ein positives Image kann, außerdem den Marktwert eines Unternehmens erhöhen.“⁷⁰⁶

Ein weiterer Grund für die zunehmende Multizertifizierung⁷⁰⁷ ist, dass jedes Unternehmen in seinem Heimatmarkt mit seinen Standards punkten will. Dabei ist die Definition und Überprüfung von Mindeststandards einfacher, als die Umsetzung einer Corporate Social Responsibility. De Carlo stellt in ihrer Bewertung von CSR in der Entwicklungszusammenarbeit fest, dass der finanzielle Aufwand für Unternehmen von der inhaltlichen Ausgestaltung der Standards abhängt. So ist es beispielsweise teurer SA8000⁷⁰⁸ zu implementieren und zu zertifizieren, als Kinderarbeit auszuschließen oder reine Mindeststandards einzuhalten. Eine Unterstützung von CSR durch EZ Mittel könnte ihrer Meinung nach dennoch durchaus sinnvoll sein. „Das Auseinanderfallen von privatem und entwicklungspolitischen Nutzen kann grundsätzlich den Einsatz von EZ- Mitteln für die direkte Unterstützung begründen. Allerdings ist es im Einzelfall schwer zu erfassen, in welchem Umfang ein Unternehmen die Standards aus betriebswirtschaftlichen Erwägungen auch ohne Unterstützung implementieren

⁷⁰⁵ Kauf leichter vor sich selbst und dem Umfeld besser rechtfertigen zu können, s. Kap.6.4.

⁷⁰⁶ GTZ: Ratgeber Verhaltenskodizes zu Sozialstandards, Eschborn, 2004, S.5

⁷⁰⁷ Vgl. Kapitel 6.3.2.

⁷⁰⁸ s. Kap.6.1.

würde. Bei einer direkten Unterstützung der Umsetzung von CSR in der Wertschöpfungskette (...) besteht also die Gefahr von Mitnahmeeffekten.“⁷⁰⁹

So sieht das Fair Trade Forum Österreich ähnlich wie FIAN in dem 4-C Kodex nur ein hochkarätiges PR Instrument „Während bisher die beteiligten Konzerne dafür kritisiert wurden, das von der Zivilgesellschaft entwickelte und mit zunehmenden Erfolg umgesetzte Modell des Fairen Handel zu boykottieren, oder sogar mit unlauteren Mitteln zu unterlaufen, können sie nun in der PR auf die Kooperation mit der GTZ, mit der Zivilgesellschaft und mit ProduzentInnen verweisen. Dies fast zum Null-Tarif, dafür aus Mitteln der deutschen Entwicklungszusammenarbeit gefördert.“⁷¹⁰

Durch eine indirekte Förderung durch die Organisation von Stakeholder – Foren kann de Carlos Meinung nach diese Gefahr der Mitnahmeeffekte stark verringert werden. „Eine indirekte Förderung mit Hilfe von Stakeholder-Foren bedeutet, dass die EZ diese in EL organisiert und dadurch die Transnationalen Konzerne dabei unterstützt, deren Zulieferer oder Tochterunternehmen für die Umsetzung von CSR in der Wertschöpfungskette zu sensibilisieren.“⁷¹¹

Somit sind PPP und Multistakeholderinitiativen Instrumente die CSR in Unternehmen auf vielfältige weise unterstützen können. Während Multistakeholderinitiativen geeignet sind, einen Anreiz zu schaffen, CSR in der Wertschöpfungskette einzuführen, können durch PPP Projekte direkte Maßnahmen zur Umsetzung der CSR in Entwicklungsländern unterstützt werden.

Vergleicht man die von Lucia de Carlo dargestellten Erkenntnisse im Rahmen des Runden Tisches ‚Verhaltenskodizes‘ mit den im Kapitel 6.2.ff und 6.3.ff dargestellten Beobachtungen im Common Code so ergeben sich für Multistakeholderinitiativen im Rahmen von CSR folgende Erfahrungen und Kritikpunkte.

In beiden Projekten zeigt sich ein schwieriger und oft langwieriger Diskussionsablauf, der im Wesentlichen der Darstellung der eigenen Positionen

⁷⁰⁹ Carlo de, Lucia: Corporate Social Responsibility Möglichkeiten zur Unterstützung durch die EZ in. DIE, Bonn, 2004, Kap.2.4.4.S.17

⁷¹⁰ Fair Trade Forum Österreich: Positionspapier zum Common Code for the Coffee Community 9.9.2004

⁷¹¹ Carlo de, Lucia: Corporate Social Responsibility Möglichkeiten zur Unterstützung durch die EZ in: DIE, Bonn, 2004, Kap.2.4.4.S.17

dient. Dennoch können Multistakeholder - Foren effizienter sein als Diskussionen mit einzelnen Unternehmen. Einen wesentlichen Anteil an dem Gelingen eines solchen Prozesses liegt in der Moderation des Prozesses.

Obwohl theoretisch angedacht, wurde die Einbeziehung der einzelnen Akteure aus den Entwicklungsländern nicht umgesetzt. Während ein Dialog mit den zivilgesellschaftlichen Kräften über die konkreten Projektmaßnahmen möglich ist, fehlt die Kommunikation zu den betroffenen staatlichen Stellen vollkommen. Auch regionale Aspekte und Initiativen finden in den Projekten kaum eine Berücksichtigung.

Multistakeholderinitiativen bedeuten vor allem für NGOs einen hohen Verwaltungsaufwand und binden Personal, während Unternehmen hier auf Grund ihrer personellen und finanziellen Möglichkeiten einen breiteren Spielraum haben. Dieses ungleiche Machtverhältnis muss im Rahmen des Prozessmanagement ausgeglichen werden. In ihrem Diskussionspapier fordern Altenburg, de Carlo, Demtschück und Hamm für Strategische Allianzen ein professionelles Prozessmanagement bereitzustellen, und mitzufinanzieren, und in sehr komplexen Allianzen einen Prozess- und Beziehungsmanager zu beauftragen, der von einem Projektteam unterstützt wird. Diese Forderung sollte auch für Multistakeholderinitiativen gelten, die im Rahmen von CSR durchgeführt werden.

Interviews die de Carlo mit Unternehmensvertretern gemacht hat, haben gezeigt, dass die entwicklungspolitischen Wirkungen nicht immer im Vordergrund der Projektarbeit stehen, sondern die Öffentlichkeitswirkung eines Projektes.

Auch im Rahmen des Common Code gilt wie in Kapitel 6.2.2. gezeigt, das positive Image als einer der Gründe, für einen Beitritt von Handel und kaffeeverarbeitender Industrie.

Zugleich bedeutet die Beteiligung der Zivilgesellschaft auch eine Legitimierung solcher Prozesse in und für die Öffentlichkeit, was die „Wächterfunktion“ der NGO im Rahmen der Global Governance Architektur erschwert. Dennoch erfüllen sie nach Ansicht von Hamm eine wichtige Funktion, „indem sie unterschiedliche Expertisen zusammenführen, weil im Prinzip gegenseitige Lernprozesse und dadurch weniger Konfrontation möglich wird“.⁷¹² Ihrer Meinung nach kann gerade das kritische

⁷¹² Hamm B.: Maßnahmen zur Stärkung von Corporate Social Responsibility in der Entwicklungsarbeit europäischer Institutionen und ausgewählter europäischer Geberländer, in: DIE, Bonn, 2004, S.51

Potential und die Kontrolle durch Nichtregierungsorganisationen dazu beitragen, dass freiwillige Vereinbarungen eingehalten werden. Multistakeholderinitiativen könnten somit dazu beitragen, dass CSR Aktivitäten keine reinen Marketingstrategien von Unternehmen werden.