

Zeitgemäß und zukunftsweisend

Cotton made in Africa veranstaltet Stakeholder-Workshop in Berlin

„**E**in Projekt wie Cotton made in Africa kann nur dann Fortschritte machen, wenn es von einer starken Gemeinschaft engagierter Partner unterstützt wird“, eröffnet Dr. Johannes Merck, Geschäftsführer der Aid by Trade Foundation, den Stakeholder-Workshop in Berlin am 28. Mai 2009. Neben Karin Kortmann, der Parlamentarischen Staatssekretärin bei der Bundesministerin für wirtschaftlichen Zusammenarbeit und Entwicklung, sind NGOs wie WWF Deutschland und Welthungerhilfe, Entwicklungsorganisationen wie DEG und GTZ sowie Wirtschaftsunternehmen wie Tchibo, Tom Tailor und Rewe vertreten. Ziel des Workshops ist eine Bestandsaufnahme der bisherigen Entwicklung von Cotton made in Africa und ein Ausblick: Ist Cotton made in Africa ein entwicklungspolitisches Modell für die Zukunft?

Vor dem Hintergrund der gescheiterten Welthandelskonferenz im Jahr 2003 entstand die Idee von Cotton made in Africa. „Wir fragten uns“, sagt Merck, „Kann eine private Initiative dazu beitragen, globale Misswirtschaft



Links: Karin Kortmann (Parliamentary State Secretary to the Federal Minister for Economic Cooperation and Development).

Unten links: Thilo Graf Rothkirch.

Mitte: Dr. Johannes Merck (Managing director, Aid by Trade Foundation (AbTF)).

Rechts: Tina Stridde (AbTF, Head of Marketing/Sales).





Zweite Bildreihe, links: Christian Barthel (AbTF, Head of Global Sourcing).

Oben: Jens Soth, Helvetas.

Links: Christoph Kaut (AbTF, Head Development Policy)

Links oben: Manfred Hochwald (Deutsche Welthungerhilfe e.V.), Achim Lohrie (Tchibo GmbH, Head of Corporate Responsibility), Elisabeth Schinzel (Oxfam Deutschland e.V., Policy Advisor Labour Rights), Oliver Klink (Otto International, Managing Director), Reinier de Man (Moderator) – von rechts.

Rechts oben: Christoph Kaut (AbTF, Head Development Policy), Wolf M. Dio (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), Abteilungsleiter Südliches Afrika, Internationale Stiftungen), Roger Peltzer (Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG), Vice Director Africa), Dieter Overath (TransFair e.V., Managing Director) – von links.

zu korrigieren? Und wie kann sie das tun?“ Als Antwort auf diese Frage kann mittlerweile das Cotton made in Africa-Projekt selbst gelten, das sich durch drei Bemühungen auszeichnet: Erstens die Entwicklung einer attraktiven Marke, die für Baumwoll-Produktion kleiner afrikanischer Bauern steht. Zweitens die Entwicklung eines hohen Standards für nachhaltige Baumwoll-Produktion. Und drittens die Schaffung einer breiten Nachfrageallianz internationaler Marken und Händler. Die Einhaltung der hohen sozialen und ökologischen Standards bei der Baumwoll-Produktion wird dabei durch ein exklusiv für Cotton made in Africa entwickeltes Verifikations-Verfahren garantiert.

Ergebnisse dieser Bemühungen sind bereits greifbar: So wirtschaften mittlerweile zwei Drittel der insgesamt 150.000 projektgebundenen afrikanischen Baumwoll-Farmer gemäß den Standards der Cotton made in Africa-Initiative. Und der Produktivitäts-Zuwachs beträgt zwischen 30 und 70 Prozent. „Initiativen wie die Aid by Trade Foundation leisten einen wertvollen Beitrag“,



Oben links: Wolfgang Bertenbreiter (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, Team Leader Cotton Programme).



Oben mitte: Sascha Sobek (PricewaterhouseCoopers, Senior Manager).



Oben rechts: Anja Meinecke (PricewaterhouseCoopers).

Rechts: Roger Peltzer und Wolfgang Bertenbreiter.

Unten rechts: Dirk Bathen (Trendbüro)



sagt Staatssekretärin Kortmann, die den Hilfe durch Handel-Ansatz der Stiftung als erfolgreiche, die staatliche Entwicklungspolitik ergänzende Initiative würdigt. „Wenn Wirtschafts- und Regierungsorganisationen bei der Entwicklung neuer, zertifizierter Marken und geeigneter Marketing-Strategien zusammenarbeiten, gibt es einen dauerhaften Anstieg von Beschäftigung und Einkommen in unseren afrikanischen Partner-Ländern.“

Dass das Konzept von Cotton made in Africa auf der Höhe der Zeit und gleichzeitig zukunftsweisend ist, zeigte Dirk Bathen von Trendbüro, dem Beratungsunternehmen für gesellschaftlichen Wandel in Hamburg. In seinem Vortrag „Die Zukunft des ethischen Konsums“ machte er deutlich, dass der neue Geist der Wirtschaft ein „fürsorglicher Kapitalismus“ sei. Die Maxime: „Gewinn ohne andere zu schädigen.“

Diesem Konsens verpflichtet zeigte sich auch in der abschließenden Podiumsdiskussion zum Thema „Neue Konzepte, um nachhaltiges Wachstum in Entwicklungsländern zu beschleunigen: Cotton made in Africa – ein Modell für die Zukunft?“, dass sich unterschiedliche Entwicklungsansätze nicht gegenseitig ausschließen, sondern vielmehr ergänzten. Denn letztendlich gibt es nur ein Ziel: die Lebensbedingungen der Menschen in Afrika zu verbessern.

