

Konrad J. Kuhn

## **Fairer Handel und Kalter Krieg**

Selbstwahrnehmung und Positionierung der Fair-Trade-Bewegung in der Schweiz 1973 – 1990

### **abstract**

In der Arbeit wird nach der Entstehung und Entwicklung des Fairen Handels in der Schweiz während der Jahre 1973-1990 gefragt, die eng mit entwicklungspolitischen Organisationen und der Dritte-Welt-Bewegung verknüpft ist. Diese setzen im Gegensatz zur Entwicklungshilfe des Bundes auf eine Veränderung der Verhältnisse des Nordens zu den Ländern des Südens, dazu sehen sie den Handlungsbedarf in der Schweiz selber. Beim Fairen Handel standen die eigentlichen Produkte selber im Hintergrund, es ging um Information und Sensibilisierung der Konsumenten. In den Aktionen und Strassenverkäufen war das Aufzeigen der Welthandelsbedingungen und der ungerechten Austauschverhältnisse das Ziel. Erst später kamen auch marktwirtschaftliche Aspekte hinzu, um so den Produzenten in der Dritten Welt faire Preise und langfristige Abnahmeverträge bieten zu können. Insofern hat die Fair-Trade-Bewegung immer die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Zustände in der Schweiz kritisiert und zugunsten des Südens zu verbessern versucht. In der Arbeit werden chronologisch einzelne Kampagnen und Produkte als Fallbeispiele stehen, um so Veränderungen und Wandel der diskursiven Muster aufzuzeigen. Themen sind der Ujamaa-Kaffee aus dem sozialistischen Tansania, die Aktionen der Bananenfrauen von Frauenfeld, die Gründung der Importgenossenschaft Organisation Schweiz- Dritte Welt (OS3), der sandinistische Nicaragua-Kaffee und die Jute-statt-Plastik-Aktion, Diese Aktionen sind einerseits die öffentlich wirksamsten, sie sind als eigentliche Diskursereignisse zu verstehen, und gleichzeitig stehen sie am Beginn der Geschichte des Fairen Handels in der Schweiz.

Im Überblick über die einzelnen Produkte und Aktionen lässt sich sagen, dass die Fair-Trade-Bewegung sich im Spannungsfeld eines Kalten Krieges bewegte und durch diesen beeinflusst wurde. Durch den Verkauf von Produkten aus Ländern, die international innerhalb der Dichotomie des Kalten Krieges standen, geriet sie in diese ideologische Falle. Obwohl die Bewegung dabei teilweise versuchte, die Folie des Ost-West-Gegensatzes aufzulösen und neue Wahrnehmungsmuster zu schaffen, entfaltete diese Folie, sei es durch Angriffe von aussen oder durch eigene Positionierungen, vielfach ihre massiv einschränkende und vereinfachende Wirkungsmacht. Dies zeigt die enorme Kraft, die der mentale Kalte Krieg in einem „neutralen Kleinstaat“ wie der Schweiz hatte und zwar in den Jahren 1973 bis 1990. Dass diese mentale Disposition von den bestehenden Strukturen und Machtverhältnissen zur Aufrechterhaltung des Status quo gegen kritische Stimmen, die Veränderungen forderten, eingesetzt wurde, beweist die Funktion des Kalten Krieges als disziplinierenden Faktor nach Mary Kaldor. Indem der Kalte Krieg als verhinderndes Argument im Diskurs gegen den Verkauf von Kaffee aus Tansania, gegen Bananenfrauen aus Frauenfeld und gegen die Jute-Taschen aus Bangladesh verwendet wird, wird deutlich, dass diese Angriffe nicht etwa lächerlich sind, sondern ihren Sinn erst dadurch erhalten, wenn nach den damit verhinderten Wahrnehmungen und Veränderungen gefragt wird. Mit der Folie des Kalten Krieges wird nämlich versucht, die Diskussion und den Diskurs über die ungerechten Nord-Süd-Beziehungen zu verhindern, um so die bestehenden Strukturen nicht verändern zu müssen. Insofern erhält der Kalte Krieg seine Wirkungsmacht und seine Funktion für die herrschende Elite als innenpolitische Disziplinierung und Antwort auf einen sich abzeichnenden Wertewandel in der Gesellschaft. Dass der Kalte Krieg aber auch innerhalb der Bewegung in den Kundeninformationen oder in der Auswahl der Produzentenländer zu finden ist, zeigt einmal mehr die Kraft der herrschenden Diskurse, aus dem sich auch neue Bewegungen nur teilweise lösen konnten.

In der Studie wird deutlich, wie sich neue Aktionsformen einer Neuen Sozialen Bewegung als erfolgreich erweisen. Die Thematisierung der Nord-Süd-Beziehungen ist als grosse Leistung der Dritte-Welt-Bewegung zu sehen, die Rolle, die hier gerade die Schweiz als internationaler Handels- und Bankenplatz spielt, ist kritisch beleuchtet worden. Die Fair-Trade-Bewegung hat hier mit ihren konkreten Handlungsansätzen und der Betonung der Kraft der Konsumenten ein Zeichen gesetzt, dass sich als sehr erfolgreich erwiesen hat. Dass dabei der Verkauf der Produkte zu Beginn nicht im Zentrum stand, sondern die Vermittlung von Informationen, habe ich zeigen können. Diese Erwachsenenbildung richtete sich an eine breite Öffentlichkeit, die so die komplexen weltwirtschaftlichen Zusammenhänge auf einfache und anschauliche Art vermittelt bekam. Der heute erfolgreiche Handelszweig des Fairen Handels, mit einer Importgenossenschaft, einer eigenen Ladenkette und dem unabhängigen Zertifizierungslabel Max Havelaar hat hier seine Wurzeln.

2005 / 128 Seiten

ISBN 10: 3-03796-085-X

ISBN 13: 978-3-03796-085-

Fr. 32.00 / € 19.90 (zzgl. Versandkosten)

#### Bestelladresse Verkauf:

Edition Soziothek, Postfach 265, 3027 Bern

Tel. 031 994 26 94, Fax 031 994 26 95, mail@soziothek.ch

Online-Bestellung: [www.soziothek.ch](http://www.soziothek.ch)

Es handelt sich bei dieser Studie um eine Lizentiatsarbeit am Historischen Seminar der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich.