

|                     |  |
|---------------------|--|
| <b>Zeitschrift:</b> | Schweizerische Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialgeschichte = Société Suisse d'Histoire Economique et Sociale                    |
| <b>Herausgeber:</b> | Schweizerische Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialgeschichte  |
| <b>Band:</b>        | 22 (2007)  |
| <b>Artikel:</b>     | "Handelsförderung ist notwendig und problematisch zugleich" : die Entstehung des fairen Handels als neue Handels- und Unternehmensform |
| <b>Autor:</b>       | Kuhn, Konrad J.  |
| <b>DOI:</b>         | <a href="https://doi.org/10.5169/seals-871866">https://doi.org/10.5169/seals-871866</a>  |

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 09.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

Konrad J. Kuhn

## «Handelsförderung ist notwendig und problematisch zugleich»

### Die Entstehung des fairen Handels als neue Handels- und Unternehmensform

#### Einleitung

«Der faire Handel wächst weiter!», berichtete die Zertifizierungsstiftung *Max Havelaar* im April 2006.<sup>1</sup> Der Umsatz fair gehandelter Produkte hat im Jahr 2005 in der Schweiz die Höhe von 221 Mio. Fr. erreicht, dies stellt eine Zunahme von 5% gegenüber dem Vorjahr dar. Diese Zahl bedeutete für die Produzentinnen und Kleinbauern im Süden einen Mehrerlös von 13,5 Mio. Fr., 37% mehr als sie für ihre Produkte im konventionellen Handel erhalten hätten. Fair gehandelte Produkte haben also bei einer Schweizer Kundschaft auch in für den Detailhandel härter werdenden Zeiten einen guten Stand, ihre Akzeptanz ist hoch, und die Bereitschaft, für Bananen, Kaffee, Schokolade, Orangensaft oder Blumen einen Mehrpreis zu zahlen, steigt sogar. Diese aktuellen Beobachtungen fragen nach einer zeithistorischen Betrachtung der Anfänge dieser Dienstleistungsform, die über den Verkauf von Produkten aus südlichen Ländern mit einem Aufpreis den Produzentinnen einen regelmässigen und existenzsichernden Verdienst ermöglicht und ihnen so vermittelnd und vermarktend den Zugang zu Märkten schafft, die sonst für Genossenschaften und Kleinbauern aus Entwicklungsländern unerreichbar wären. Die Zielsetzungen der Einkommensgenerierung für die Produzenten und des Marktzugangs standen allerdings in der Anfangszeit der schweizerischen Konsumentenaktionen mit Bananen, Kaffee und Jute in den 1970er-Jahren nicht im Vordergrund, vielmehr ging es darum, über das Produkt als Botschafter und Vehikel Informationen über die Funktionsweise des Weltwirtschaftssystems an die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten zu bringen und diese so für die Anliegen der «Dritten Welt» zu sensibilisieren.

Im vorliegenden Beitrag soll es darum gehen, die Entstehung und die Entwicklung des fairen Handels als eine neue Dienstleistungs-, Handels- und Unternehmensform im Sinn eines kollektiven Lernprozesses der entwicklungs politischen Bewegung in der Schweiz nachzuzeichnen.<sup>2</sup> Dazu wird die Bewegung für einen fairen Handel als Grundlage zur Entstehung eines neuartigen Handelsunternehmens mit verschiedenen

Akteurgruppen betrachtet, welche aufgrund des seit den 1960er-Jahren verstärkt wahrgenommenen und sich zeitgleich massiv verschärfenden wirtschaftlichen Gegensatzes zwischen Nord und Süd handeln. Die neu postulierte Lösung zur Überwindung der Armut und der Ungleichheit auf der Welt lautete dementsprechend «Handel statt Hilfe».

Die schweizerische Dritte-Welt-Bewegung, auch Solidaritätsbewegung genannt, ist dabei als Rahmen für die Entstehung des fairen Handels zu sehen.<sup>3</sup> Bei den Akteuren handelte es sich um heterogene Kreise, die sich grob in zwei Gruppen unterteilen lassen. Zum einen sind dies die Bewegungen, die sich mit Befreiungsbewegungen in den Ländern des Südens solidarisch erklärten und diesen materielle und ideelle Unterstützung leisteten. Zum anderen sind etablierte Hilfswerke und politisch aktive Gruppierungen angesprochen, welche die Verhältnisse des Nordens zum Süden in den Bereichen Wirtschaft, Handel, Finanzplatz, Kultur und Außenpolitik kritisch thematisierten und auf Veränderungen drängten.<sup>4</sup> Hinsichtlich der Ziele und Strategien ist es aufschlussreich zu beobachten, wie diese Akteure und ihre Genossenschaft, die sich nicht als wachstumsorientiertes und profitmaximierendes Unternehmen, sondern als Handelsförderungsstelle verstanden, sich innerhalb der ökonomischen Sachzwänge bewegten, denen sie gleichwohl unterworfen waren. Heute ist der faire Handel auch bei den Schweizer Grossverteilern nicht mehr wegzudenken; wie wir gesehen haben, wird ein steigender Anteil des Umsatzes mit fair gehandelten Produkten erzielt. In meinem Beitrag sollen der Entwicklungspolitische Paradigmenwandel und die durchgeführten Sensibilisierungskampagnen als Auslöser für die Entwicklung und Anpassung dieser neuen Handels- und Unternehmensform nachgezeichnet werden. Das dabei neu entstehende Unternehmen *Organisation Schweiz – Dritte Welt OS3* musste sich in einem gesellschaftlich schwierigen Umfeld bewähren und versuchte gleichzeitig via Öffentlichkeit Druck auf die konventionellen schweizerischen Handels- und Importfirmen auszuüben. Das Unternehmen handelte also politisch und versuchte, über Bewusstseinsbildung eine Solidarität zwischen den Konsumenten in der Schweiz und den Produzenten in den südlichen Ländern aufzubauen. Gleichzeitig wurde über die Konsumentenaktionen ein kritisches Bewusstsein bei der Schweizer Bevölkerung geschaffen, das die Notwendigkeit fair gehandelter Produkte deutlich werden liess und ihre Akzeptanz etablierte.

In einem ersten Teil dieses Artikels werden die wichtigsten Stationen der Entwicklung eines theoretischen Konzeptes über gerechten Handel als aktive Importförderung von Waren aus Entwicklungsländern beleuchtet. Wie manifestiert sich der Wandel der Entwicklungstheoretischen Paradigmen? Welche Auswirkungen und theoretischen Reflexionen löst er aus? Welche Handlungsoptionen werden denkbar? Wie spiegelt sich der Wandel der schweizerischen Entwicklungshilfe zu einer Entwicklungspolitik in der Entstehungsphase dieser neuen Handelsform? Die praktischen Erfahrungen mit den ersten Konsumentenaktionen mit direkt importierten Waren aus Entwick-

lungsländern in der Schweiz ab 1973 werden im zweiten Kapitel dargestellt. Wie werden die Produkte in der Schweiz an die Konsumenten vermittelt? Welche Informationen werden «mitverkauft»? Welche praktischen Lernprozesse schliessen sich an? In einem dritten Teil schliesslich wird auf die Gründung und Entstehung der Importgenossenschaft OS3 eingegangen und das junge Unternehmen in seinen Anfängen dargestellt.<sup>5</sup>

Der Begriff «Fairer Handel» stellt eine neuere Schöpfung dar und ist erst seit etwa 1990 gebräuchlich. Er bezeichnet ein gerechtes Miteinander in der Welt, und steht für die soziale Verantwortung der Konsumenten in den Industrieländern gegenüber den Produzenten von Handelswaren in den Entwicklungsländern. Die Begrifflichkeit und die inhaltliche Definition sind allerdings Änderungen unterworfen, gerade die hier untersuchten Aktionen und Akteure tragen massgeblich zur Entwicklung dieses neuen Handelskonzeptes bei. Generell lässt sich sagen, dass in den 1970er-Jahren der Begriff des «Alternativen Handels» gebräuchlich war, dieser wurde dann ab 1986 durch den Begriff des «Gerechten Handels» abgelöst. Seit 1990 wird vom «Fairen Handel» gesprochen, dieser Begriff hat sich, auch durch den Erfolg der Produkte der Labelorganisation *Max Havelaar*,<sup>6</sup> in der Schweiz durchgesetzt und ist allgemein bekannt.<sup>7</sup>

## Paradigmenwechsel und theoretischer Aufbruch

Nach dem Scheitern des Entwicklungsparadigmas der Modernisierungstheorie ab Mitte der 1960er-Jahre, die von einer nachholenden Entwicklung der südlichen Länder ausging, sobald die entsprechenden Ressourcen wie Experten, Kapital und Technik zur Verfügung stehen würden, erschienen die ersten *dependencia*-Studien in Lateinamerika als Reaktion auf die mageren wirtschaftlichen Fortschritte in den Entwicklungsländern. Diese Studien stellen den Begriff der Abhängigkeit (*dependencia*) ins Zentrum ihrer Analyse, um so die weiterbestehende Unterentwicklung der Länder des Südens theoretisch erklären zu können. Im Mittelpunkt dieses neuen Paradigmas der Entwicklungstheorie stand also die «strukturelle Abhängigkeit» der Entwicklungsländer von den Industrieländern. Neu wurde die Unterentwicklung nicht mehr als Rückstand der Entwicklungsländer auf die Industriestaaten und damit als Folge der fehlenden Integration in die Weltwirtschaft begriffen, sondern die Unterentwicklung gerade als Konsequenz einer kompletten Integration der Entwicklungsländer ins Weltwirtschaftssystem verstanden, die den Ländern des Südens aufgrund eines historischen Prozesses die Rolle der Rohstofflieferanten an der Peripherie zuwies. Die Entwicklung und der Reichtum der Industriestaaten basiere nach diesem Paradigma direkt auf der Unterentwicklung und der Armut der Dritten Welt.<sup>8</sup>

Parallel zu diesen Entwicklungen in der entwicklungstheoretischen Diskussion brach in der Schweiz der «gesellschaftliche Konsens» über die Entwicklungshilfe auf, der noch in den 1950er- und 60er-Jahren bestanden hatte. Bis anhin wurde die Entwicklungshilfe relativ unbestritten als staatliche Aufgabe aufgefasst, sie war eng mit einem rückwärtsgereichten Verständnis der Schweiz verbunden, das sich in der bewaffneten Neutralität und im Antikommunismus manifestierte. Auslandshilfe wurde einerseits als zentrales Element der «humanitären Tradition» der Schweiz begriffen, andererseits waren damit wirtschaftliche und politische Eigeninteressen des Staats und der Wirtschaft verknüpft. Entwicklungshilfe war so immer Mittel zum Zweck und hatte wirtschaftlichen Nutzen zum Ziel, keineswegs sollte damit aber der schweizerische Sonderfall oder die aussenpolitische Isolation der Schweiz überwunden werden. Die neue entwicklungspolitische Forderung des gesellschaftlichen Aufbruchs der späten 1960er-Jahre nach einer Neudeinition der Solidarität machte die Entwicklungspolitik zu einem heiss umstrittenen Diskursfeld, das eine beträchtliche Öffentlichkeit beschäftigte. Nun wurden durch neue entwicklungspolitische Gruppen aussenwirtschaftliche und innenpolitische Reformen und eine Überwindung der Formel «Solidarität im Rahmen der Neutralität» angestrebt. Neu trat der Nord-Süd-Konflikt ins öffentliche Bewusstsein, und Kritik an der politischen Abschottung der Schweiz von der Welt bei gleichzeitig hoher wirtschaftlicher Verflechtung wurde formuliert. Gefordert wurden nun Veränderungen der als ungerecht empfundenen Strukturen der Weltwirtschaft, zentraler Kritik- und Ansatzpunkt der Dritte-Welt-Bewegung waren somit neben den schweizerischen Finanzbeziehungen vor allem die Handelsbeziehungen zwischen der Schweiz und den Entwicklungsländern. Auch der scharfe Antikommunismus, der die schweizerische Entwicklungshilfe mitmotiviert hatte, wurde durch die neuen Bewegungen abgelehnt, vielmehr sahen die entwicklungspolitischen Gruppierungen in den Befreiungskämpfen der Dritten Welt die Hoffnung für Veränderungen, welche auch die nördlichen Länder berühren würden.<sup>9</sup>

An der «Interkonfessionellen Konferenz Schweiz und Dritte Welt», die im November 1970 im Bundeshaus stattfand und Startpunkt für die kritische Thematisierung des Nord-Süd-Gegensatzes und für den Wandel der schweizerischen Entwicklungshilfe zu einer Entwicklungspolitik war, standen entsprechend erstmals auch Themen des Handels auf dem Programm.<sup>10</sup> Die Konferenz wurde von den drei Landeskirchen organisiert und vereinte Vertreter der Wirtschaft, der Wissenschaft und der Politik. Erstmals öffentlich auftreten konnten jüngere Studentengruppen und von ihnen eingeladene Vertreter aus Entwicklungsländern. Diese waren stark beeinflusst durch die neuen entwicklungstheoretischen Dependenztheorien und forderten nicht weniger als eine Neuausrichtung der schweizerischen Entwicklungshilfe. Beeindruckt vom festgestellten «zunehmenden Gefälle im Lebensstandard zwischen den Industrienationen und den Agrarländern» und vom offeneren undfordernden Auftreten der «Völker des Südens», wurden neuartige Themen breit diskutiert. So heisst es beispielsweise

in den Dokumenten über die Ergebnisse der Tagung: «Das Ziel dieser Konferenz war nicht die Erhöhung oder die Koordination von Sammelaktionen. [...] Die erste Vorbedingung für eine realistische Entwicklungspolitik ist eine ehrliche Bestandsaufnahme der vielfältigen Verflochtenheit der westlichen Industrieländer – und unseres Landes im Besonderen – mit den ehemaligen Kolonialländern. Am klarsten zeigt sich diese wechselseitige Abhängigkeit in Industrie, Handel und Finanzwesen. Diese wirtschaftliche Interdependenz [...] ist aber einseitig. Wir empfangen mehr, als wir geben.»<sup>11</sup> In den Berichten der Arbeitsgruppe Handel, die uns hier speziell interessieren, werden «Tatsachen» festgehalten, die eine Fehlentwicklung darstellen. So werden Zahlen angeführt, die belegen, «dass der Anteil der Entwicklungsländer am gesamten Welthandel zwischen 1955 und 1969» drastisch gesunken war, statt sich wie erwartet zu erhöhen. Weiter werden die hohen Zölle auf verarbeiteten Produkten und die sich verschlechternden Austauschverhältnisse zwischen Rohstoffen aus den Entwicklungsländern und Gütern aus den Industriestaaten kritisiert. Zum Schluss empfiehlt die Arbeitsgruppe Massnahmen, um den Import von Produkten aus Entwicklungsländern zu fördern: «Wir ersuchen die Behörden, [...] zu prüfen, ob in der Schweiz eine Importförderungszentrale (analog zur Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung, die sich unserer Exporte annimmt) errichtet werden solle, um den Entwicklungsländern beim Absatz ihrer Produkte behilflich zu sein. Eine solche Zentrale hätte interessierten Entwicklungsländern bei der Errichtung geeigneter Absatzwege und -stellen behilflich zu sein, weil sich deren Firmen oft nicht so gut zurechtfinden wie die internationalen Firmen. Es würde scheinen, dass eine solche Importförderungs-Zentrale auf Nicht-Profit-Basis nach einem ersten Impuls seitens der Behörden auch von privaten und anderen Organisationen getragen werden könnte.»<sup>12</sup>

Klar zeigt sich dabei, dass sich die Mitglieder der Arbeitsgruppe Handel sehr wohl der mit ihren Empfehlungen verbundenen gesellschaftlichen Konsequenzen bewusst waren. Sie schreiben nämlich zusammenfassend, dass «die Verwirklichung dieser Postulate [...] gesellschaftspolitische Massnahmen und staatliche Eingriffe erfordern, da Strukturveränderungen nicht allein im freien Spiel der Kräfte zu bewerkstelligen sind». Und weiter: «Da bei solchen strukturellen Veränderungen materielle Sonderinteressen im Spiel sind, können sie meist nicht ohne politische und gesellschaftliche Auseinandersetzung durchgeführt werden [...].»<sup>13</sup> Sehr deutlich zeigt sich auch hier der veränderte Ansatzpunkt der Postulate; es ging nicht mehr um karitative Spenden von Entwicklungshilfegeldern, sondern um eine Veränderung der Gesellschaft nach den Kriterien der Gerechtigkeit, also um ein zentrales Element von Entwicklungspolitik. Die «Interkonfessionelle Konferenz Schweiz und Dritte Welt» von 1970 führte entsprechend den hier angeführten Forderungen auch zu einem Aufruhr und zu einem Aufbrechen des Konsenses über die schweizerische Entwicklungshilfe; erstmals traten an dieser Konferenz die fundamental gegensätzlichen Auffassungen

über die Zukunft der Entwicklungshilfe offen zutage, die Konferenz wäre daher auch beinahe an der Frage der Schlusserklärung gescheitert.<sup>14</sup>

In der Nacharbeit zur Konferenz wurden die «offenen Fragen» summarisch zusammengetragen, hier findet sich festgehalten im Postulat 26 die Forderung nach einer «schweizerischen Importförderungszentrale zugunsten der Entwicklungsländer».<sup>15</sup> Diese wurde durch die Studie «Entwicklungsorientierte Handelsförderung im Dilemma» von Rudolf H. Strahm im Jahr 1975 aufgenommen. Als Ausgangspunkt stellt der Autor eine Krise innerhalb der ökonomischen Theorie fest, da die «Resultate des ersten Entwicklungsjahrzehnts [...] [uns] lehren, dass Entwicklung nicht mit Wachstum gleichgesetzt werden kann».<sup>16</sup> Damit seien auch die Theorien des internationalen Handels gescheitert, da sie zu einem verschärften Gegensatz zwischen entwickelten und unterentwickelten Ländern geführt hätten.

In einem ersten Kapitel stellt der Autor ausführlich dar, dass eine Abkehr von der Devise des Handels um jeden Preis und der Gleichsetzung von Wachstum und Entwicklung stattfinden müsse, und kommt zum Schluss: «Handelsförderung ist notwendig und problematisch zugleich. Sie bewegt sich auf einem schmalen Grat des Optimums, der nie endgültig und definitiv festzulegen ist. Zuviel Exportwirtschaft für die Entwicklungsländer ist ebenso schädlich – oder gar schlimmer – wie keine Exportmöglichkeit. Deshalb lautet die Devise: selektive Handelsförderung.»<sup>17</sup>

Diese definiert der Autor als Konzentration auf Produkte, die möglichst arbeitsintensiv herzustellen seien, auf eigenen Rohstoffen basieren, den einheimischen Markt weder konkurrenzieren noch diesem Güter des Basisbedarfs entziehen und vorwiegend in der Kleinindustrie hergestellt würden. Dabei gelte es, sich primär auf die am wenigsten entwickelten Länder zu konzentrieren. Nach einer Kritik der Handelsförderung des Bundes, die fast ausschliesslich «Handelsliberalisierung» meine, wird eine Bedürfnisanalyse für eine Importförderungsstelle erstellt, die eindeutig ergibt, dass eine solche nötig sei. Der Autor plädiert dabei deutlich für eine vom Bund getragene und nach Entwicklungspolitischen Kriterien ausgerichtete Stelle. Allerdings werden auch die Möglichkeiten einer «gemeinsamen Importförderungsstelle der privaten Entwicklungshilfeorganisationen»<sup>18</sup> erläutert. Die Aufgaben einer solchen Stelle lägen schwergewichtig im Bereich der Information und Vermittlung für Produzenten aus den Entwicklungsländern, dabei sei aber zu beachten, dass «die Importförderung nicht in den Dienst einer schweizerischen Exportförderungspolitik gestellt wird».<sup>19</sup> Abschliessend schreibt der Autor: «Die Zeit, in der vom Entwicklungspolitischen Standpunkt aus eine blinde und unbegrenzte Handelsförderung der Entwicklungsländer betrieben wird, die Zeit des undifferenzierten Rufs nach <trade not aid> ist vorbei. Sie wird nie mehr zurückkehren!»<sup>20</sup>

Insgesamt stellt die Studie von Rudolf H. Strahm für die Schweiz den eigentlichen theoretischen Grundstein für die Entwicklung eines Unternehmens dar, das nach Kriterien des fairen Handels aufgebaut ist. Die Umsetzung wurde 1977 mit der



Abb. 1: Strassenverkauf von Jutetaschen und Ujamaa-Pulverkaffee. (Schweizerisches Sozialarchiv, F 5028-Fx-12)

Gründung der *Importgenossenschaft Schweiz – Dritte Welt* (OS3) angegangen. Dass ein Unternehmen dabei teilweise aus der theoretischen Reflexion ökonomischer Entwicklungsparadigmen entstand bzw. aus der Kritik an einem festgestellten bestehenden Missstand des Weltwirtschaftssystems, der sich für die Entwicklungsländer nachteilig auswirkt, ist bemerkenswert – richtet sich doch dieses Unternehmen nicht primär nach dem Markt aus, sondern nach den Bedürfnissen der Bevölkerung der benachteiligten Dritten Welt.

### **Produkte als Informationsträger – die Konsumentenaktionen**

Neben diesem theoretischen Konzept war eine weitere parallel verlaufende Entwicklung für die Entstehung der neuen Unternehmensform des fairen Handels wichtig. Ab 1973 fanden in der Schweiz mehrere publikumsnahe Konsumentenaktionen statt, die über den direkten Warenverkauf Informationen über weltwirtschaftliche Zusammenhänge an die Kundschaft vermittelten wollten. Hier sollen diese drei Aktionen, die Bananenaktionen ab 1973, die Kaffeeaktion *Ujamaa* 1975 und 1976 und

die Aktion *Jute statt Plastic* 1976–1979, vorgestellt und auf ihre Zielsetzungen und Gemeinsamkeiten hin untersucht werden.

Als Pionierinnen entwicklungspolitischer Konsumentenaktionen in der Schweiz gelten die Bananenfrauen von Frauenfeld, eine kleine Gruppe von Frauen, die aus befreiungstheologisch und moralisch motiviertem Antrieb eine Aktion starteten, bei der sie erstmals im Oktober 1973 in Frauenfeld gratis Bananen mit einer selbst verfassten Bananenzeitung verteilten. In dieser Kundeninformations-Zeitung wurde auf die ungerechten Arbeitsbedingungen in den Bananen produzierenden Ländern Mittelamerikas hingewiesen, und die Grossverteiler wurden dazu aufgerufen, die Bananen mit einem Aufpreis von 15 Rp./kg zugunsten eines Entwicklungsprojekts zu verkaufen. Dass mit dieser Forderung die Handelsbeziehungen nicht beeinflusst oder keine alternativen Importwege gesucht wurden, sondern ein karitativer Aufschlag eingezogen wurde, war aus entwicklungspolitischer Sicht umstritten, wurde doch keine Neuausrichtung der Beziehungen zwischen Nord und Süd erreicht, und auch die innenpolitische Kritik an den bestehenden Strukturen der Weltwirtschaft blieb zurückhaltend. So wurden die Bananen auch nicht direkt importiert, sondern es handelte sich um eine freiwillige Abgabe auf die durch internationale Konzerne gelieferten Bananen. Erst nach dem Handelsembargo gegen das sandinistische Nicaragua 1986 sollte sich der Wunsch der Bananenfrauen nach von Konzernen unabhängig produzierten, direkt importierten Bananen erfüllen. Es blieb nicht bei dieser einzelnen Aktion, eine Vielzahl weiterer Bananengruppen fand sich in allen Regionen der Schweiz zusammen und wiederholte die Aktion, zudem wurde das Aufpreissystem auch in kleineren Lebensmittelläden eingeführt. Der von den Kundinnen und Kunden eingezahlte Aufpreis wurde von den Bananengruppen für Basisprojekte zugunsten der Plantagenarbeiterinnen in den Bananen produzierenden Ländern Zentralamerikas eingesetzt. Der Erfolg und die breite Publizität, welche die Bananenfrauen von Frauenfeld schweizweit mit ihren Aktionen erreichten, waren für die Ziele eines alternativen Handels ein wichtiger Impuls.<sup>21</sup>

In den Aktionen mit dem Kaffee *Ujamaa* ab 1975 trat die entwicklungspolitische Organisation *Erklärung von Bern (EvB)* neben Hilfswerken und Dritte-Welt-Aktionsgruppen als federführende Akteurin auf.<sup>22</sup> Bezeichnend dabei ist, dass Rudolf H. Strahm seit 1974 Sekretär dieser Organisation war. Die Ziele der Konsumentenaktion *Ujamaa* mit löslichem Pulverkaffee aus Tansania waren Bewusstseinsbildung für Themen der Entwicklungspolitik; man wollte «aus der Sackgasse der blassen Worte, der Drucksachenverbreitung herauskommen», es ging um «entwicklungspolitische Anliegen».<sup>23</sup> Dazu wurde in einem schweizweiten Strassenverkauf ab Mitte April 1975 der im ostafrikanischen Land Tansania direkt bestellte und gefertigte lösliche Pulverkaffee verkauft. Die 8 t Kaffee aus der staatlichen Fabrik der *TANICA*, des tansanischen Kaffeeexporteurs in Bukoba am Lake Victoria, wurden in 100-g-Gläsern verkauft. Durch die Verarbeitung des Kaffees zu Pulverkaffee in Tansania selbst

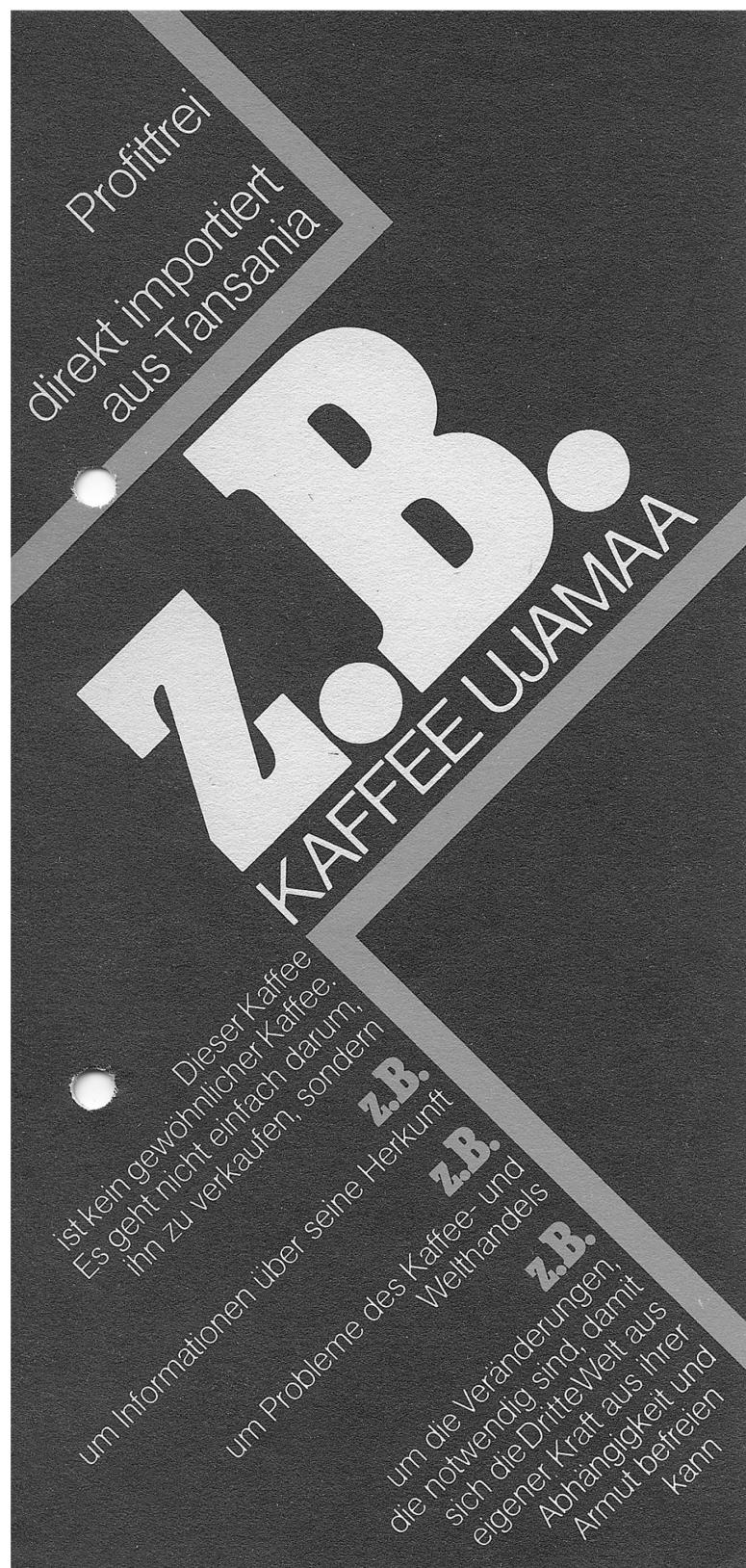


Abb. 2: *Kaffee Ujamaa aus Tansania: Etikett als Informationsträger. (Schweizerisches Sozialarchiv, Archiv der Erklärung von Bern, Ar 430.27.1)*

und durch den direkten Import wurde der Zwischenhandel ausgeschaltet, was für die Konsumenten in der Schweiz einen tieferen Preis und für die Kaffeebauern in Tansania einen höheren Profit zur Folge hatte. Es ist wichtig zu sehen, dass hier nicht wie sonst üblich Rohstoffe, also die rohen Kaffeebohnen, importiert wurden, sondern der im Herkunftsland Tansania gefertigte Pulverkaffee. Das Produktionsland Tansania wurde von den Dritte-Welt-Gruppen um die *Erklärung von Bern* nicht zufällig ausgewählt, das Land verfolgte seit 1967 die Politik eines afrikanischen Sozialismus mit dem Namen *Ujamaa*, der auf den Lehren und Theorien des Staatsgründers Julius K. Nyerere basierte, eine Mischung aus Traditionen afrikanischer Grossfamilien und modernen sozialistischen Ideen, die stark auf die agrarische Entwicklung des Landes setzte.<sup>24</sup> Die angestrebte Blockfreiheit innerhalb der Mächtekonstellation des Kalten Kriegs und die Rückbesinnung auf die eigenen Werte (*self-reliance*) des Landes beeindruckten die entwicklungspolitischen Bewegungen des Nordens sehr, hier sahen sie die Hoffnung für eine grundlegende Veränderung der Gesellschaft verwirklicht, diese Wirtschaftsform sollte Unterstützung finden. In den Kundenbroschüren der *Ujamaa*-Aktion wird Tansania denn auch als «hoffnungsvolles Beispiel eines Entwicklungslandes, das versucht, aus eigener Kraft sich aus Hunger, Elend und Abhängigkeit zu befreien»,<sup>25</sup> bezeichnet. Bei den Konsumentenaktionen ist der Kaffee aus Tansania an sich erklärtermassen «nur Mittel zum Zweck (Aktionsaufhänger) und konkretes Anschauungsmaterial. Er ist die Brücke zur direkten Konfrontation des Käufers mit der Welthandels-Problematik. Mit seiner Hilfe wollen wir die nötigen Informationen auch an *die* Leute bringen, die wir sonst nicht erreichen können»,<sup>26</sup> wie die Aktivisten schreiben. Die schweizweite Aktion lief über drei Sekretariate, je eines in Zürich, Genf und Lugano, die jeweils verschiedene Regionalstellen betreuten. Diese wiederum waren zuständig für die Schulung der Verkaufsgruppen, die einen bis drei Abende umfasste. Die verkaufenden Aktionsgruppen waren einerseits lokale Basisgruppen der Hilfswerke, kirchliche Dritte-Welt-Gruppen oder einzelne Jugendverbände, die im weitesten Sinn der schweizerischen Solidaritätsbewegung zugerechnet werden können. Dementsprechend waren die Aktionen der über die ganze Schweiz verteilten Gruppen sehr unterschiedlich. Am 25. Juni 1975 schloss der Verein *Kaffeaktion Ujamaa* die Aktion vorläufig ab. Sie verlief äusserst erfolgreich, wurden doch alle 80'000 Gläser Kaffee verkauft. Es waren in der deutschen Schweiz über 100 lokale Gruppen tätig, in der welschen Schweiz über 50. Vor allem kirchliche Gruppen waren sehr erfolgreich. So fand dann auch eine Wiederholung der Aktion im Jahr 1976 statt.

In einer weiteren Konsumentenaktion, der Aktion *Jute statt Plastic*, die ebenfalls von einem Zusammenschluss entwicklungspolitischer Gruppen und Hilfswerke getragen wurde, wurden Jute-Taschen aus Bangladesh in die Schweiz importiert. In einem Aktionsplan, der 1976 mit der Anfrage um Darlehen an interessierte Organisationen und Gruppen gesandt wurde, liegt der Fokus auf vier «Argumenten», die an die



Abb. 3: *Aktion Jute statt Plastic: Produktion und Druck der Jute-Taschen in Bangladesh.* (Schweizerisches Sozialarchiv, F 5028-Fx-24)

Kunden vermittelt werden sollten: auf der Produktion der Taschen durch Frauenkooperativen in Bangladesh, auf der Weiterverarbeitung der Jute im Land selbst, auf den Konsumgewohnheiten in der Schweiz und schliesslich auf einem Energiebilanzvergleich der Herstellung von Jute-Taschen und Plastiksäcken. Einschränkend wird von Jute als «symbolischer Alternative zu dem, was uns die Chemie anzubieten hat», gesprochen sowie deutlich gemacht, dass die Aktion «nicht um eines möglichst grossen Geschäftswillens durchgeführt [werde], sondern als symbolische Aktion, als Aufhänger und Motor zu Informationsarbeit zur Thematik Entwicklungspolitik/Ökologie/Lebensstil».<sup>27</sup> Wieder war das Produkt, diesmal die Jute-Tasche, das Vehikel für den Informationstransport, mit und an ihr wurden die Anliegen eines gerechten Handels- und Wirtschaftssystems an die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten vermittelt. Der Verkauf der Taschen fand, analog zur *Ujamaa-Kaffeaktion*, vorwiegend über Gruppen statt, die sich mit dem Informationsmaterial umfangreich vorbereitet hatten. Die Informationsvermittlung geschah in einer ersten Phase vor allem über Strassenverkäufe, die von kirchlichen Gruppen oder Dritte-Welt-Läden durchgeführt wurden. Die *Jute-statt-Plastic-Aktion* war ein enormer Erfolg, die Taschen fanden reissenden Absatz, die produzierenden Frauenkooperativen in Bang-

ladesch hatten Lieferengpässe zu überwinden, kommerzielle Händler aus der Schweiz interessierten sich für die Taschen, ganz offensichtlich traf *Jute-statt-Plastic* den Nerv der Zeit. Eigentlich war die Aktion nur für den Frühling 1977 geplant gewesen, aufgrund des Erfolgs zog sie sich jedoch über das ganze Jahr 1977 bis ins Frühjahr 1978 hin. Bereits Ende Januar 1977 waren nämlich alle 40'000 bestellten Taschen vorgemerkt, so dass weitere 200'000 Stück bestellt werden konnten. Gesamthaft wurden schliesslich schweizweit 240'000 Taschen verkauft. Auch fand die Aktion über bundesdeutsche und österreichische Dritte-Welt-Gruppen den Weg ins benachbarte Ausland, wo *Jute-statt-Plastic* ebenfalls zu einem grossen Erfolg wurde.<sup>28</sup> Neu an der Jute-Aktion war die ausgeprägt ökologische Stossrichtung, dies war einer der Gründe für den nachhaltigen Erfolg der Konsumentenaktion. Über die Thematisierung des Lebensstils und die Kritik an einem ungebremsten Wachstum und seinen Folgen kam eine Verbindung zwischen zwei unterschiedlichen gesellschaftskritischen neuen sozialen Bewegungen zustande, zwischen den entwicklungspolitischen Gruppen und der Ökologiebewegung. Auf diese Weise wurde die Tasche zu einem Symbol der alternativen Bewegung der späten 1970er-Jahre.<sup>29</sup>

Immer deutlicher zeigte sich bei all diesen Aktionen, dass der Import von Waren zentral über eine Stelle für alle Beteiligten Vorteile bieten würde. So konnten die Zoll- und Transportkosten gesenkt und die Informationsmaterialien gemeinsam erarbeitet werden. Auch hatte sich die Zusammenarbeit der heterogenen entwicklungspolitischen Bewegungen und der Hilfswerke bewährt, sodass auch hier viel Vorarbeit für die Gründung einer Importgenossenschaft geleistet worden war. Zudem waren mit den erprobten und von einer kritischen schweizerischen Kundschaft akzeptierten Produkten bereits erste Produzentengruppen und Handelskontakte geschaffen, alle Beteiligten waren zudem an einer Fortführung der geschäftlichen Tätigkeit interessiert.<sup>30</sup>

### **Institutionalisierung des Handels – Gründung der OS3**

Die Idee einer Importstelle für Waren aus der Dritten Welt entstand also einerseits aus theoretischen Gründen, andererseits aus ganz praktischen Erfahrungen mit den Konsumentenaktionen. Die Gründung der Importgenossenschaft *Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3)* fand am 22. Juni 1977 durch die Hilfswerke *Terre des Hommes*, *Christlicher Friedensdienst*, *Brot für Brüder*, *Schweizerisches Arbeiterhilfswerk*, *Brücke der Bruderhilfe*, *Interteam* und *Swissaid*, durch die Vereinigung der Dritte Welt-Läden sowie durch die entwicklungspolitische Organisation *Erklärung von Bern* statt, später traten die Hilfswerke *Fastenopfer*, *Helvetas* und *Département Missionnaire* als weitere Genossenschafter bei. In den Statuten finden sich im Zweckartikel der Genossenschaft die praktischen und die ideellen Gründe

wieder, wenn es heisst: «Die Genossenschaft bezweckt, den Einkauf von Produkten aus Entwicklungsgebieten und deren Vermarktung in der Schweiz zu fördern. Die Genossenschaft bezweckt mit der Vermarktung der Ware eine Information über das betreffende Produkt, seine Herkunft und seine Preiszusammensetzung, die Umstände seiner Entstehung oder Gewinnung, sowie die Situation des Exportgebietes. Die Genossenschafter schliessen sich zusammen, um in dieser Entwicklungszusammenarbeit koordiniert und konzentriert vorgehen zu können sowie zur eigenen Entlastung.»<sup>31</sup>

In einem separaten Dokument wurden die «Grundsätze der Geschäftspolitik» festgehalten. Darin finden sich Angaben zur Produktauswahl, die stark von Strahms theoretischem Konzept der selektiven Handelsförderung beeinflusst sind.<sup>32</sup> Neben «entwicklungspolitischen» sollten auch «informationsbezogene Kriterien» beachtet werden. Als «Ziel der Selektion» wurden die «Förderung armer Regionen und Bevölkerungsteile in den Lieferländern und die Ermöglichung einer eigenständigen Entwicklung und Entfaltung der Produktivkräfte» genannt. Auch durften die Produkte weder die «Selbstversorgung» beeinträchtigen noch «einer breiten Beschäftigungswirkung entgegenstehen». Daher fanden nur traditionelle Produkte aus lokalen Genossenschaften oder von «sonstwie in gemeinschaftlicher Selbsthilfe arbeitenden Produzenten» Aufnahme ins Sortiment. Dies waren in den Anfangsjahren neben dem Kaffee und der Jute vor allem Tee, Honig und Kunsthandwerk. Die Information stand dabei gemäss Statuten sowohl in der Schweiz als auch in den Entwicklungsländern im Vordergrund. Entsprechend findet sich der Grundsatz, dass bei der «Produkte Selektion» jene Waren «Priorität» haben sollten, die «neben der Produktion die Bewusstseinsbildung fördern». Weiter sollten diese Produkte dazu beitragen, in der Schweiz «über den Entwicklungsprozess und die internationalen Abhängigkeiten zu informieren sowie die Solidarität mit den Benachteiligten zu fördern».<sup>33</sup>

Dass diese Verbindung des Verkaufs der Produkte mit der Verbreitung von Information innerhalb der in der Entwicklungspolitik aktiven Gruppen nicht unumstritten war, zeigt sich beispielhaft in der Absage eines der grossen kirchlichen Hilfswerke, der schweizerischen *Caritas*. In den Quellenbeständen findet sich nämlich ein Brief des Direktors der *Caritas Schweiz* an OS3, in dem das Hilfswerk es ablehnt, Genossenschafter zu werden. Dies einerseits mit dem Hinweis auf die eigene Importtätigkeit in Bezug auf Waren aus Entwicklungsländern für die *Fairness-Shops*,<sup>34</sup> andererseits, weil das Hilfswerk nicht tolerieren wollte, dass mit den Waren auch Informationen an die Kunden abgegeben werden sollten: «Die Idee der Schaffung einer zentralen Importstelle für Erzeugnisse aus der Dritten Welt und die Weiterleitung dieser Produkte an nicht kommerziell ausgerichtete Wiederverkäufer wäre an sich begrüssenswert. Nicht einig gehen können wir indes mit Ihrer Absicht, dass mit den Produkten aus den Entwicklungsländern gleichzeitig Ihr entwicklungspolitisches Konzept und Ihr Informationsmaterial verkauft werden soll.»<sup>35</sup>

In der Presseverlautbarung zur Gründung von OS3 wurde die Informationstätigkeit ebenfalls in den Vordergrund gestellt. Zudem wurde diskursiv stark an die öffentlichkeitswirksamen Erfolge der Konsumentenaktion mit *Ujamaa-Kaffee* und an die *Jute-statt-Plastic-Aktion* angeknüpft: «Breites und positives Echo fanden [...] die Informationsaktion *Kaffee Ujamaa* und *Jute statt Plastic*: [...]. Jetzt sollen solche entwicklungsbezogene [sic!] Konsumentenaktionen auf eine breitere organisatorische Basis gestellt werden.»<sup>36</sup>

Der Umsatz des neu entstandenen Unternehmens, das nach besonderen Kriterien funktionierte, erhöhte sich in den Jahren nach der Gründung von anfänglich 201'700 Fr. auf 3'587'700 Fr. im Jahr 1981. Dabei waren die wichtigsten Produkte immer Kaffee und Honig, sie machten durchschnittlich die Hälfte des Umsatzes aus, weiterhin wurden auch Jute-Taschen aus Bangladesh verkauft. Der Verkauf der breiten Produktpalette funktionierte in den Anfangsjahren und lange danach vor allem über die bestehenden Aktionsgruppen und etwa 400 Dritte-Welt-Läden, die sich als treue Basis von OS3 bewährten. Die Genossenschaft war zudem mit ähnlichen Importgenossenschaften in Westeuropa vernetzt und teilte sich Produzenten und Informationen. Entsprechend war vor allem die Kooperation mit Österreich und Deutschland sehr eng. Nach der Gründung erlebte OS3 einen Professionalisierungsschub, bereits 1983 waren 12 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Hauptsitz in Sonceboz im Berner Jura angestellt, «absichtlich in einem Randgebiet» der Schweiz.<sup>37</sup>

Die Produzenten im Süden waren an einer Geschäftsverbindung mit OS3 sehr interessiert, wie die zahlreichen Anfragen im Archiv der Importgenossenschaft zeigen.<sup>38</sup> Oberste Priorität bei der Aufnahme von neuen Produkten ins Sortiment hatten indes immer die Entwicklungspolitischen Kriterien.

## Ausblick

Die Entstehung des fairen Handels als theoretisches Konzept und als praktische Anwendung, die zur Gründung eines Unternehmens führte, war ein langer Prozess mit zahlreichen Akteuren. Dieser Prozess war einerseits durch theoretische Umbrüche beeinflusst, nachdem unter dem Eindruck des Scheiterns der Modernisierungstheorie und im Zuge der Entstehung einer neuen Dependenztheorie ein ökonomisches Handels- und Importförderungskonzept entwickelt worden war. Gerade der wirtschaftliche Bereich des Handels wurde so zu einem zentralen Feld der neuen kritischen Dritte-Welt-Gruppen, hier manifestierte sich der Wandel von der Entwicklungshilfe zu einer kritischen Entwicklungspolitik. Ebenso wichtig waren die parallel dazu auf der praktischen Handlungsebene gesammelten Erfahrungen mit den erfolgreichen Entwicklungspolitischen Konsumentenaktionen. Diese Aktionen haben bei

den schweizerischen Konsumentinnen und Konsumenten durch ihre konkreten Handlungsangebote das Bewusstsein für die Verflechtung der weltwirtschaftlichen Warenströme geschaffen und ihnen mit den fair gehandelten Produkten eine Alternative zu den herkömmlichen präsentiert. Das neue Unternehmen, es besteht bis heute unter dem Namen *claro fair trade AG*, orientierte sich beim Import und Verkauf der Waren nicht an liberalen marktwirtschaftlichen Richtlinien, vielmehr standen die aus dem Wandel der Entwicklungspolitik und der Wirtschaftstheorie entwickelten Lernprozesse einer «selektiven Importförderung» im Zentrum, wie auch die bedürfnisorientierte und gerechte Entwicklung der Menschen in der Dritten Welt stets das zentrale Anliegen war.

Festzuhalten bleibt, dass eine soziale Bewegung, die entwicklungspolitische Dritte-Welt-Bewegung, in einem Geschäfts- und Dienstleistungsfeld, dem Import und Verkauf von Produkten aus den südlichen Ländern, aktiv wurde. Die Bewegung war damit erfolgreich: Was mit dem Import von Produkten als Informationsträger für Konsumentenaktionen seinen Anfang nahm, entwickelte sich auch über die Reflexion der entwicklungstheoretischen Grundlagen zu einem Unternehmens- und Handelszweig, der heute, wenn auch Wandlungen unterworfen, zu einem wichtigen Segment des Detailhandels geworden ist. Die entwicklungspolitische Bewegung verliess mit dieser Geschäftstätigkeit eindeutig die klassischen politischen Handlungsfelder von Neuen Sozialen Bewegungen und erreichte damit eine breitere Bevölkerungsgruppe mit ihren Themen und Anliegen. Hier bieten sich im Sinn einer «Kulturgeschichte des Politischen»<sup>39</sup> weiterführende Überlegungen zur Transformation von ökonomischer Praxis über Kommunikationsprozesse in politische Handlungen an. Die neuen sozialen Bewegungen als Akteure in einem nach Bourdieu verstandenen «politischen Raum»<sup>40</sup> definieren damit die Grenzen des Politischen neu und weiten den Begriff und die Bedeutung des Politischen aus, indem sie neue Themenfelder politisieren.<sup>41</sup> Offen bleibt nach wie vor, wie eine Geschichte des fairen Handels international vergleichend zu schreiben wäre; gerade in Westeuropa ist die Schweiz hier ja kein Einzelfall, es entstehen zeitgleich in den Niederlanden, in der Bundesrepublik und in Österreich ähnliche Genossenschaften und Handelsförderungsstellen. Die hier dargestellten Aktionen und Entwicklungen bezogen sich einzig auf die Schweiz, allerdings kam es zu einer grenzübergreifenden Zusammenarbeit im Rahmen der *Jute-statt-Plastic-Aktion*. Unklar bleibt jedoch der Nexus zwischen einer internationalen Vernetzung der Dritte-Welt-Bewegung über dichte Kommunikationsbeziehungen und einem nationalen politischen Raum, auf den sich Handlungen und Aktionen beziehen. Über die Informationstätigkeit, die mit den Produkten verbunden war, gelang der Dritte-Welt-Bewegung die kundennahe «Bewusstseinsbildung». Die neue Genossenschaft befand sich dabei immer im Spannungsfeld zwischen ökonomischen Zwängen, wie Importmengen, Transportkosten und Zöllen, und Bedingungen wie

die ideelle Freiwilligenarbeit, welche die Verwurzelung in der Bewegung deutlich machten. Auf der Arbeit der unbezahlten Aktionsgruppen und der Dritte-Welt-Läden basierte ein grosser Teil des Erfolgs und der breiten Bekanntheit von fairen Produkten. Die Grossverteilern profitieren heute beim Verkauf ihrer fair gehandelten Produkte ganz direkt vom Mehrwert des kritischen Bewusstseins der Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten, das die entwicklungspolitische Bewegung über Jahre geschaffen hat.

#### Anmerkungen

- 1 Alle Angaben aus der *Medienmitteilung der Max Havelaar-Stiftung*, Basel, vom 26. 4. 2006. Vgl. [www.maxhavelaar.ch](http://www.maxhavelaar.ch) (30. 5. 2006).
- 2 Stefan Graber und Margrit Müller sei für die wertvollen Anregungen und Kommentare zu früheren Versionen dieses Textes gedankt. Erste Überlegungen zu diesem Artikel stammen aus der Beschäftigung mit der Thematik im Rahmen meiner Lizentiatsarbeit (vgl. Anm. 30), Béatrice Ziegler-Witschi gebührt für die Unterstützung und Betreuung dieser Arbeit und für ihre fundierten Ratschläge mein herzlicher Dank.
- 3 Zur Dritte-Welt-Bewegung als Neuer Sozialer Bewegung vgl.: «Advokaten internationaler Solidarität. Vom Kampf um die Entwicklungspolitik», *Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen* 1 (2005) und «Solidaritätsbewegung. Zwischen Hoffnung und Resignation», *Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen* 3 (1994). Grundlegend für die Schweiz: Dahinden, Martin (Hg.), *Neue soziale Bewegungen – und ihre gesellschaftlichen Wirkungen*, Zürich 1987.
- 4 Die Geschichte der Dritte-Welt-Bewegung bis 1968 ist dargestellt in: Holenstein, René, *Was kümmert uns die Dritte Welt. Zur Geschichte der internationalen Solidarität in der Schweiz*, Zürich 1998. Als Übersicht zudem Bürgi, Jürg; Imfeld, Al, *Mehr geben, weniger nehmen. Geschichte der Schweizer Entwicklungspolitik und der Novartis Stiftung für Nachhaltige Entwicklung*, Zürich 2004, S. 25–143.
- 5 Die für diesen Beitrag verwendeten Quellen befinden sich im Schweizerischen Sozialarchiv (SozArch) in den Beständen der *Erklärung von Bern (EvB)*, Archivsignatur Ar 430, und der *Organisation Schweiz – Dritte Welt (OS3)*, der heutigen *claro fair trade AG*, Archivsignatur Ar 85. Das Archiv der *Caritas Schweiz* befindet sich im Staatsarchiv Luzern (StALU), Archivsignatur PA 461.
- 6 Die *Max Havelaar-Stiftung* selbst ist nicht Thema dieses Artikels, es geht hier darum, die Anfänge des fairen Handels in den Konsumentenaktionen und als theoretisches Konzept festzumachen. Die *Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)* vergibt heute ein Gütesiegel für fair gehandelte Produkte. Sie verbessert durch fairen Handel die Lebens- und Arbeitsbedingungen von Kleinbauern und Plantagenarbeiterinnen in benachteiligten Regionen der Welt. Die Stiftung wurde 1992 von den Schweizer Hilfswerken Brot für alle, Caritas, Fastenopfer, HEKS, Helvetas und Swissaid gegründet. Sie ist eine Non-Profit-Organisation mit Sitz in Basel. Alle Angaben nach *Max Havelaar Fair Trade, Max Havelaar-Stiftung (Schweiz) – Jahresbericht 2005*, S. 34.
- 7 Vgl. zur Begrifflichkeit und den Kriterien des fairen Handels: Stückelberger, Christoph, *Ethischer Welthandel. Eine Übersicht*, Bern 2001, S. 30–32, 134–135, 178–179.
- 8 Vgl. dazu u. a. «Dependencia-Theorien», *Lexikon Dritte Welt*, hg. v. Dieter Nohlen, Reinbek bei Hamburg 2002, S. 181–185. Vgl. für eine Übersicht über die Entwicklungstheorien: Boeckh, Andreas, «Entwicklungstheorien. Eine Rückschau», *Handbuch der Dritten Welt*, hg. v. Dieter Nohlen und Franz Nuscheler, 3. Aufl., Bonn 1993, Bd. 1: *Grundprobleme, Theorien, Strategien*, S. 110–130. Vgl. auch Menzel, Ulrich, *Das Ende der Dritten Welt und das Scheitern der grossen Theorie*, Frankfurt a. M. 1992, bes. S. 133–175.
- 9 Ich folge hier weitgehend Holenstein (wie Anm. 4), S. 196, 201–204. Zur Entstehung der schwei-

- zerischen Entwicklungshilfe vgl. Matzinger, Albert, *Die Anfänge der schweizerischen Entwicklungshilfe 1948–1961*, Zürich 1991. Zum «gesellschaftlichen Konsens» auch Holenstein, René, «Es geht auch um die Seele unseres Volkes». Entwicklungshilfe und nationaler Konsens», in: König, Mario et al., *Dynamisierung und Umbau: Die Schweiz in den 60er und 70er Jahren* (Die Schweiz: Staat – Gesellschaft – Politik, Bd. 3), Zürich 1998, S. 115–126.
- 10 Ganzer Abschnitt nach *Schweiz – Dritte Welt. Berichte und Dokumente der Interkonfessionellen Konferenz in Bern*, hg. v. Hans K. Schmocke und Michael Traber, Zürich 1971.
  - 11 *Schweiz – Dritte Welt* (wie Anm. 10), S. 13–14.
  - 12 Ebd., S. 113.
  - 13 Ebd., S. 117.
  - 14 Bürgi/Imfeld (wie Anm. 4), S. 56–57.
  - 15 Peter, Hans-Balz, *Offene Fragen nach der Interkonfessionellen Konferenz Schweiz und Dritte Welt 1970. Aufgaben für die Kirchen, Missionen und Hilfswerke* (Studien und Berichte aus dem Institut für Sozialethik des SEK, Bd. 1), Bern 1971, S. 13.
  - 16 Strahm, Rudolf H., *Entwicklungsorientierte Handelsförderung im Dilemma? Probleme und Möglichkeiten einer aktiven Importförderung aus Entwicklungsländern* (Studien und Berichte aus dem Institut für Sozialethik des SEK, Bd. 15/16), Bern 1975, S. VII.
  - 17 Strahm (wie Anm. 16), S. 42.
  - 18 Ebd., S. 82.
  - 19 Ebd., S. 79.
  - 20 Ebd., S. 84.
  - 21 Weiterführend zur Geschichte der Bananenfrauen die auch autobiografische Monografie der Pfarrfrau Ursula Brunner. Vgl. Brunner, Ursula, *Bananenfrauen*, Frauenfeld 1999.
  - 22 Die entwicklungspolitische Organisation *Erklärung von Bern (EvB)* wurde im Jahr 1968 von Theologen als Manifest gegründet. Daraus hervorgegangen ist ein Verein, der sich als Organisation mit Kampagnen, Bildungsarbeit sowie politischen und sozialen Aktionen für die Verbesserung der Nord-Süd-Beziehungen einsetzt. Vgl. zur *Erklärung von Bern*: Weibel, Andrea, «Erklärung von Bern», *Historisches Lexikon der Schweiz*, Bd. 4, Basel 2005, S. 253. Zur Bedeutung der *EvB* in der Anfangsphase: Spörrli, Renate, «Der Einfluss der Erklärung von Bern auf den Bund. Von den Anfängen in der ökumenischen Bewegung 1968 bis zum Bundesgesetz über Entwicklungszusammenarbeit und humanitäre Hilfe 1976», in: Hug, Peter; Mesmer, Beatrix (Hg.), *Von der Entwicklungshilfe zur Entwicklungspolitik* (Studien und Quellen 19, hg. v. Schweizerisches Bundesarchiv), Bern 1993, S. 550–569 und mit einem politologischen Zugriff Wicki, Martin, «Die Erklärung von Bern», in: Hanspeter, Kriesi (Hg.), *Bewegung in der Schweizer Politik. Fallstudien zur politischen Mobilisierung in der Schweiz*, Frankfurt 1985, S. 220–237.
  - 23 *Warum eine Aktion mit Solidaritätskaffee Ujamaa?*, hg. v. Verein Kaffeeaktion Ujamaa, 1975, SozArch, 81.1 Z.
  - 24 Vgl. als Einführung Hofmeister, Rolf, «Tanzania», *Handbuch der Dritten Welt* (wie Anm. 8), Bd. 5: *Ostafrika und Südafrika*, S. 178–200. Vgl. für einen zwar sehr knappen, aber treffenden Überblick zu den Zielen und Werten von Ujamaa: «Ujamaa», *Lexikon Dritte Welt* (wie Anm. 8), S. 822 oder Meyns, Peter, «Ujamaa», *Afrika-Lexikon*, hg. v. Jacob E. Mabe, Wuppertal 2001, S. 658–659.
  - 25 *Warum eine Aktion mit Solidaritätskaffee Ujamaa?* (wie Anm. 23).
  - 26 *Paper Welthandel 1975*, Kaffeeordner 2, SozArch, Ar 430.27.2. Hervorhebung im Original.
  - 27 *Aktion Jute-Taschen*: Aktionsplan zuhanden beteiligter Organisationen, Jute statt Plastic: 1976–1983, SozArch, Ar 430.28.1.
  - 28 *Jute statt Plastic: Die Auswirkungen der Aktion in Bangladesh – eine Zwischenbilanz*, hg. v. Erklärung von Bern, Beilage zum Rundbrief Nr. 3/1977, S. 1, SozArch, Ar 430.90.2. Zur Durchführung der Aktion in Deutschland und Österreich vgl. das entsprechende Archivmaterial, SozArch, Ar 430.28.4.
  - 29 Detaillierter zu *Jute statt Plastic*: Kuhn, Konrad J., «Das Produkt als Aufhänger für Information und Schulungsarbeit. Die entwicklungspolitische Konsumentenaktion Jute statt Plastic 1976–1979», *traverse. Zeitschrift für Geschichte* 3 (2005), S. 27–39.
  - 30 Weiterführend zu den drei Produkten Kaffee, Jute und Bananen: Kuhn, Konrad J., *Fairer Handel*

- und Kalter Krieg: *Selbstwahrnehmung und Positionierung der Fair-Trade-Bewegung in der Schweiz 1973–1990*, Bern 2005 (zugleich Lizziatsarbeit, Universität Zürich).
- 31 Artikel 2. Zweck in den Statuten von 22. Juni 1977, OS3 Gründung, SozArch, Ar 85.1011.
  - 32 Ganzer Abschnitt gemäss: *Grundsätze der Geschäftspolitik*, vom 22. 6. 1977, OS3 Gründung, SozArch, Ar 85.1011.
  - 33 Ebd.
  - 34 Die Caritas war seit 1974 mit *Fairness-Shops* aktiv, in denen v. a. Kunsthandwerk verkauft wurde und bis heute wird. Auf den Einstandspreis wurde ein Aufschlag erhoben, der den Handwerkern in den Ländern des Südens zusätzlich gezahlt wurde. Zur Tätigkeit informiert uns der Jahresbericht: «Die Fairness-Shops Luzern, Genf und Lausanne wollen aber mit ihrer Tätigkeit nicht nur Umsätze erzielen, die Artikel aus der Dritten Welt sollen vielmehr durch ihre Schönheit dem Betrachter die kulturellen Werte ihrer Schöpfer vermitteln.» *Jahresbericht der Caritas Schweiz 1978*, S. 5, StALU, PA 461/366.
  - 35 Brief der Caritas an OS3 von 2. 6. 1977, gezeichnet vom Direktor der Caritas, F. Kissling, OS3 Gründung, SozArch, Ar 85.1011.
  - 36 Pressemitteilung: Gemeinsame Dienstleistungsstelle für entwicklungsbezogene Konsumentenaktionen gegründet, 24. 6. 1977, OS3 Gründung, SozArch, Ar 85.1011. Hervorhebung im Original.
  - 37 Alle Angaben nach: «Handelsförderung: OS3 zeigt, wie man's macht – auch dem Bund?», *Südwind* 2 (1983) (safep, Schweizerische Arbeitsgruppen für Entwicklungspolitik), S. 12–13.
  - 38 Vgl. dazu die Protokolle der Produzenten-Auswahl-Kommission (PAK), OS3 PAK-Sitzungen 1977–1986, SozArch, Ar 85.5011.
  - 39 Der Begriff stammt von Landwehr, Achim, «Diskurs – Macht – Wissen. Perspektiven einer Kulturgeschichte des Politischen», *Archiv für Kulturgeschichte* 85/1 (2003), S. 71–117. Vgl. auch Stollberg-Rilinger, Barbara (Hg.), *Was heisst Kulturgeschichte des Politischen?*, Berlin 2005.
  - 40 Bourdieu, Pierre, *Das politische Feld. Zur Kritik der politischen Vernunft*, Konstanz 2001.
  - 41 Frevert, Ute; Haupt, Heinz-Gerhard (Hg.), *Neue Politikgeschichte: Perspektiven einer historischen Politikforschung*, Frankfurt a. M. 2005, bes. S. 7–26. Programmatisch auch: Mergel, Thomas, «Überlegungen zu einer Kulturgeschichte der Politik», *Geschichte und Gesellschaft* 28 (2002), S. 574–606.