

Zwischen Esswarenmarkt und Kunsthandel

25 Jahre ‚Boutique Tiers Monde‘ in Luxemburg

Dass das Weihnachtsgeschäft für viele Geschäftsleute mit dem Heumonat beim Bauern zu vergleichen ist, dürfte bekannt sein. Das gilt nicht nur für den Arbeitsaufwand, sondern auch für den Umsatz und die Einkünfte. Bei der ‚Boutique Tiers Monde‘ in der hauptstädtischen Lantergässel, die in diesem Jahr ihr 25-jähriges Bestehen feiert, ist das nicht anders.

Michel Pauly

Nun wäre es aber falsch, so belehrte uns Renée Estgen, eine der Gründerinnen, daraus den Schluss zu ziehen, der Laden verdiene immer öfter sein Geld mit mehr oder weniger teuren Luxusartikeln, mit denen betuchte Käufer nicht nur exotische Weihnachtsgeschenke machen, sondern sich auch noch ein gutes Gewissen kaufen würden, weil der gesamte Erlös vom Verkauf der Produkte des Kunsthandwerks aus der Dritten Welt ja den Produzenten, lies den armen Zweidrittel der Weltbevölkerung zukäme. Tatsächlich stieg in den 25 Jahren der Anteil des Esswarengeschäfts am Umsatz des Ladens, während der Anteil der Kunstgegenstände aus Afrika, Lateinamerika oder Asien zurückging. In anderen Worten, die Kunden kommen stärker aus ganz normalen Konsumgründen, denn um eine ausgefallene Geschenkidee zu finden. Die regelmäßigen Kunden sind zahlreicher als die Gelegenheitskäufer. Das mag für unkundige Beobachter überraschend sein, da gerade die fair gehandelten Esswaren mittlerweile auch in Supermärkten u. a. zu finden sind, man also eine starke Konkurrenz für die Dritte-Welt-Läden hätte annehmen können. Doch Konkurrenz ist für Renée Estgen kein Problem: Ihr bzw. den Produzenten in der Dritten Welt geht es darum, möglichst viele Waren zu verkaufen, ganz gleich in welchem Typ von Läden, denn je größer der Umsatz bei uns, desto höher die Einnahmen der Produzentenkooperativen, desto größer die wirtschaftlichen Überlebenschancen und desto besser die sozialen Lebensbedingungen. Und darauf kommt es den Dritte-Welt-Läden-Betreibern vorrangig an. Gewinne werfen solche Läden ohnehin keine ab. Etwaige, allerdings seltene Überschüsse werden integral in Aufbauprojekte in der Drit-

ten Welt investiert. Gewinnmaximierung ist aber nicht das Ziel der Betreiber, obschon der Laden aus rechtlichen Gründen ursprünglich *de jure* als gewinnorientierte Handelsgesellschaft gegründet worden war. Der einzige ökonomische Zwang besteht im Wiedereinspielen der Betriebskosten (Lokalmiete, Cetrel-Beitrag, Post- und Telefongebühren u. ä.), denn die Verkäuferinnen arbeiten alle unentgeltlich, in ihrer Freizeit, zum Teil seit 25 Jahren. Die Handelsgesellschaft hat ihr Kapital inzwischen einer ONG geschenkt, um sicherzustellen, dass kein Aktieninhaber das Ideal veraten kann.

Dennoch stellt der Einstieg der Supermärkte in das Geschäft mit fair gehandelten Esswaren wie Bananen, Schokolade, Kaffee, Tee u.a.m. einen der wichtigsten Einschnitte in der 25-jährigen Geschichte dar. Anfangs bezog die ‚Boutique Tiers Monde‘ ihr ganzes Sortiment von großen, spezialisierten Verteilerfirmen im Ausland: Oxfam in Belgien, Gepa in Deutschland. Hinzu kam ein geringer Anteil an handwerklichen Gütern, die der Luxemburger Laden direkt von Produzenten in der Dritten Welt bezog, mit denen ein Entwicklungsprojekt ausgearbeitet worden war. Für Projektarbeit, die auch Kontrolle vor Ort einschließen müsste, bleibt aber keine Zeit, so dass dieser Direktbezug weggefallen ist. Oxfam und Gepa garantieren hingegen, dass die sozialen Kriterien bei ihren Lieferanten eingehalten werden: Gekauft wird nur bei Kooperativen, nie bei Einzelhändlern, und die Genossenschaften müssen den Gewinn in soziale Projekte zugunsten ihrer Mitglieder stecken bzw. alle Mitglieder zu gleichen Teilen daran beteiligen.

Gekauft wird nur bei Kooperativen, nie bei Einzelhändlern, und die Genossenschaften müssen den Gewinn in soziale Projekte zugunsten ihrer Mitglieder stecken bzw. alle Mitglieder zu gleichen Teilen daran beteiligen.

Um kommerzielle Händler und Supermärkte am Verkauf von fair gehandelten Waren zu interessieren und zu motivieren, wurde nicht zuletzt mit Hilfe der ‚Boutique Tiers Monde‘, deren es nach und nach auch in Ettelbrück, Esch, Bettemburg, Düdelingen und Rodange gab, *Transfair Minka* gegründet. Diese vom Kooperationsministerium unterstützte ONG macht vorrangig die Promotion von Esswaren aus der Dritten Welt, anfangs in Reform- und Bioläden, mit zunehmendem Erfolg auch in den Supermarktketten. Einer ILReS-Umfrage von 2002 zufolge hatten 54% der Befragten schon mal fair gehandelte Produkte gekauft, 29% gelegentlich, 16% regelmäßig. Dabei lagen Bananen, Kaffee, Schokolade gleichauf in der Beliebtheit. 81% der Käufer antworteten, sie täten es, um den Produzenten einen gerechten Preis zukommen zu lassen, 58% weil die Ware gut schmecke. 58% der Befragten gaben an, die Dritte-Welt-Läden zu kennen, 19% mehr oder weniger häufig dort einzukaufen. Der Anteil der fair gehandelten Waren am Umsatz der Supermärkte war nicht in Erfahrung zu bringen. Es dürfte aber kein Zufall sein, dass mittlerweile *Cactus* eine eigene Reifeanlage für derartige Bananen eingerichtet hat. In der Schweiz gibt es keine nicht-fair gehandelten Bananen mehr auf dem Markt. Diese Ausweitung der Importmengen und die von den Supermärkten verlangte Lieferungsgarantie und -sicherheit verlangten den Rückgriff auf die Dienste der Luxemburger Handelsgesellschaft *Terra roxa*. Die Folge war natürlich eine Verteuerung der solcherart eingeführten, fair gehandelten Esswaren, auch in den Dritte-Welt-Läden.

Renée Estgen sieht für die Zukunft eine völlige Abgabe der Esswaren an die kommerziellen Han-

delsstrukturen, während die ‚Boutique Tiers Monde‘ nur noch Handwerkswaren verkaufen wird. An denen sind die Supermärkte nämlich nicht interessiert, weil im Gegensatz zu den Esswaren keine Lieferfristen und keine gleichbleibende Qualität garantiert werden kann, da es sich ausnahmslos um Handarbeit handelt. Supermarktkäufer aber verlangen Warenidentität, die nur in der Massenproduktion zu erreichen ist. Ob mit dem handwerklichen Sortiment allein die Betriebskosten bezahlt werden können, steht aber auf einem anderen Blatt.

Größere Sorgen macht den Verantwortlichen der Nachwuchs. Ursprünglich waren die Betreiber der ‚Boutique Tiers Monde‘ in der Hauptstadt eine Gruppe katholischer Familien, die aus Idealismus das nötige Kapital aufgebracht haben, um den Laden eröffnen zu können. (Dasselbe war übrigens bei den anderen fünf Läden der Fall, die alle unabhängig voneinander sind.) Das war Ende der 1970er Jahre, in denen so viele christliche Initiativen entstanden sind, die heute nicht mehr aus Luxemburgs gesellschaftskritischem Landschaftssegment wegzudenken sind: ASTI, ASTM, Atelier Schläifmiller, Info-Video-Center und nicht zuletzt *forum*. In der ‚Boutique Tiers Monde‘ ist der damalige Kreis engagierter Freundinnen beisammen geblieben, neue sind hinzugestoßen, aber aus derselben Generation. Da jedoch heute Frauen wie Männer berufstätig sind und viel weniger Zeit für ein Engagement als Freiwillige in einer gemeinnützigen Initiative haben, dürfte wie bei den anderen eben genannten Initiativen der Weg wohl nicht an einer Professionalisierung vorbeiführen. Darüber kann auch keine *année du bénévolat* hinwegtäuschen.

Renée Estgen sieht für die Zukunft eine völlige Abgabe der Esswaren an die kommerziellen Handelsstrukturen, während die ‚Boutique Tiers Monde‘ nur noch Handwerkswaren verkaufen wird. [...] Ob mit dem handwerklichen Sortiment allein die Betriebskosten bezahlt werden können, steht aber auf einem anderen Blatt.

