

UNSER LEBEN HAT SICH STARK VERBESSERT. DAS WAR MEIN TRAUM, SEIT ICH ZUM PROJEKT GESTOSSEN BIN!

BEKÄMPFUNG ANHALTENDER ARMUT IN VIETNAM DURCH BESSEREN MARKTZUGANG

EDITORIAL

Die «Asia Brief»-Reihe soll Entwicklungsfachleute und die Öffentlichkeit über Innovationen und Ergebnisse der schweizer Entwicklungszusammenarbeit in Asien informieren. Ein besonderes Augenmerk gilt der Frage, wie das Ziel einer wirksamen und nachhaltigen Hilfe durch Partnerschaften zwischen schweizerischen und lokalen Partnern erreicht werden kann. Die Erkenntnisse aus diesen Erfahrungen sollten uns noch stärker motivieren, in Asien die soziale Ausgrenzung einzudämmen und die Armut zu reduzieren.

*Franziska Freiburghaus, Co-Leiterin
Abteilung Ostasien*

Vietnam hat sich in den letzten 25 Jahren spektakulär entwickelt. Das Land blickt auf ein ausserordentlich rasantes und kontinuierliches Wirtschaftswachstum zurück und hat bei der Senkung der Armutsquote beeindruckende Fortschritte erzielt. Gemäss dem UNDP ha-

ben zwischen 1993 und 2008 rund 43 Millionen Menschen einen Weg aus der Armut gefunden. Trotzdem lag die Armutsquote im Jahr 2012 immer noch bei 17.2 %. Über die Hälfte der Haushalte von ethnischen Minderheiten ist nach wie vor arm. Um die Armut dieser Gemeinschaften zu bekämpfen, braucht es innovative Lösungen. Diese Herausforderung nahm die DEZA in Vietnam 2013 in Angriff.

Die DEZA lancierte das MARP-Programm (Market Access for the Rural Poor through Value Chain Promotion), das Wertschöpfungsketten stärken und den Marktzugang für Arme in ländlichen Gebieten fördern soll. Dank diesem Programm konnten das Einkommen und die Lebensbedingungen armer Menschen in abgelegenen ländlichen Gebieten in kurzer Zeit verbessert werden. Gleichzeitig stärkte das Programm das Selbstvertrauen, die Kapazitäten und die Beziehungen der Schlüsselakteure der Wertschöpfungsketten – Bauern, Verarbeitungsbetriebe, Lokalregierungen –, so dass sie künftige Herausforderungen besser bewältigen können.

WAS IST MARP?

Ziel des MARP-Programms (2013–2016) war es, durch die Schaffung von zusätzlichen Einkommensquellen und Arbeitsplätzen in ausgewählten landwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten die Armut zu reduzieren.

Zur Zielgruppe gehörten arme ländliche Haushalte ethnischer Minderheiten, die Teil von Wertschöpfungsketten sind, die Bauern, Verarbeiter, Händler, Unternehmen, Regierungsbehörden und Forschungsinstitute umfassen. Dabei wurde besonderes Gewicht auf die Frauen gelegt. Mindestens die Hälfte der angestrebten 10 000 Haushalte sollte von Frauen geführt und aus armen ethnischen Minderheiten stammen.

Das Programm unterstützte vier Projekte mit acht Produktwertschöpfungsketten in acht verschiedenen Provinzen Nordvietnams. Die Partnerorganisation SNV Vietnam engagierte sich im Gewürzsektor (Sternanis, Kardamom, Zimt). Oxfam unterstützte die Rattan- und Bambuswertschöpfungskette. Der vietnamesische Verband der Kunsthandwerksexporteure (VIETCRAFT) setzte sich für eine nachhaltigere Wertschöpfungskette für traditionelle Textilien (Hanf, Seide) ein. HELVETAS Swiss Intercooperation stärkte die Wertschöpfungsketten für hochwertigen Tee (Shan-Tee) in Nordvietnam, Laos und Myanmar.

ANSATZ UND ERGEBNISSE DES MARP-PROGRAMMS

Im MARP-Programm erhielten Bauern und Kunsthandwerker Verträge von Händlern und Verarbeitern und wurden geschult, damit sie die Qualität ihrer Produkte verbessern konnten. Verarbeiter



Frauen einer ethnischen Minderheit beim Bambusflechten. © Duong Thuy Nga, Oxfam Vietnam



Der Leiter der Teefabrik von Bac Ha vor einer vom Programm finanzierten Teetrocknungsanlage.

© DEZA/Christian Schoen, Mesopartner

«Das MARP-Programm ist sehr wirksam. Es half uns, in neue Anlagen zu investieren und neue Teeprodukte zu entwickeln, und bot Schulungen in Qualitätskontrolle an. Zudem verbesserte es die Beziehungen zwischen Verarbeitern und Bauern», sagt Pham Quang Than, der Leiter der Teefabrik von Bac Ha in der Provinz Lao Cai.

bekamen Unterstützung bei der Modernisierung ihrer Produktionstechnologie, so dass sie die Qualität ihrer Erzeugnisse verbessern und neue Produkte herstellen konnten. Unternehmen konnten sich beraten lassen bezüglich Produkt-Branding, Verpackung und Marketing, damit sie die internationalen Standards erfüllen. Die Regierungen verbesserten die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. All dies führte zu neuen Geschäftsperspektiven und zusätzlichen Einkommensmöglichkeiten für Verarbeiter, Händler und Produzenten aus armen ethnischen Gemeinschaften.

Die Auswertungen der DEZA haben ergeben, dass das Einkommen von 15 512 Haushalten innerhalb von drei Jahren um insgesamt 8.9 Millionen US-Dollar bzw. 575 US-Dollar pro Haushalt anstieg. Dies entspricht 62 % der 25 095 Haushalte, die am Programm teilnahmen. Die übrigen 38 % nahmen während weniger als zwei Jahren am Programm teil und können erst nach dessen Abschluss Einkommenssteigerungen erwarten. 94 % der Haushalte waren ethnische Minderheiten, und 46 % wurden von Frauen geführt. Dank des gestiegenen Einkommens sank die Armutsquote der unterstützten Haushalte in diesem Zeitraum von 35 % auf 24 %.

Vor dem MARP-Programm verdiente fast die Hälfte der Haushalte weniger als 50



Vom Programm unterstützte Zimtbäuerin in Nordvietnam.

© DEZA [aus Film]

«Mit einem guten Zimtanbau geht es uns wirtschaftlich besser. Zimt kann uns aus der Armut heraushelfen. Das Leben meiner ganzen Familie hängt vom Zimt ab.»

US-Dollar pro Monat und einige wenige viel mehr. Heute verfügt die Mehrheit über ein menschenwürdiges Einkommen nahe an oder über der Armutsgrenze, und es gibt mehr Haushalte mit einem guten Einkommen als sehr arme Haushalte. Solche Entwicklungen finden Beachtung und wecken Interesse. 19 % der unterstützten Haushalte stießen während der Laufzeit des Programms dazu. Bessere Kenntnisse und höhere Einkommen von Nachbarn und Verwandten führten dazu, dass weitere Bauern und Kunsthandwerker von den Vorteilen des Programms profitieren wollten.

Mangelernährung, ungenügende Bildung und unzureichende sanitäre Einrichtungen reduzieren die Entwicklungsperspektiven



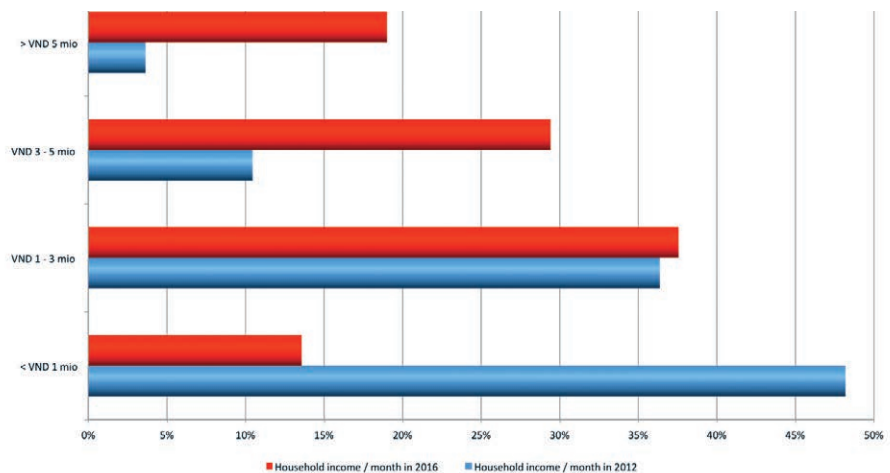
Bessere Perspektiven für die nächste Generation: Teeplanzerin Vang Thi Thuc mit ihrem Sohn.

© DEZA [aus Film]

«Der Vertrag mit der Teefirma hat unser Leben stark verändert. Bevor ich von den neuen Düngemethoden erfuhr, betrug mein Einkommen zwischen 50 und 100 Dollar pro Monat. Dank meinen neuen Kenntnissen stieg mein monatliches Einkommen auf 250 bis 300 Dollar. Aufgrund dieses zusätzlichen Einkommens kann mein Sohn zur Schule gehen. Zudem habe ich Schweine und Hühner gekauft. Unser Leben hat sich stark verbessert. Das war mein Traum, seit ich zum Programm gestossen bin», sagt Teebäuerin Vang Thi Thuc.

von Kindern ethnischer Minderheiten. Dank dem höheren Einkommen geben ethnische Minderheiten heute deutlich mehr Geld für Nahrung und Bildung aus als vor dem MARP-Programm. Das Programm leistete also einen Beitrag an die Verbesserung der Ernährungs- und Bildungsqualität und damit der Perspektiven für die nächste Generation der ethnischen Minderheiten.

MONATLICHES HAUSHALTSEINKOMMEN



Aufstieg in eine höhere Einkommenskategorie 2012–2016 (22 100 VND = 1 USD)

Quelle: Umfrage im Rahmen der Evaluation (221 Antworten)

Infolge der Investition der DEZA von 4.8 Millionen US-Dollar generierten Bauern und Weber zusätzliche Einnahmen in der Höhe von 8.9 Millionen US-Dollar. Dies entspricht einer beachtlichen Ertragsrate von 1.86. Mit anderen Worten: Für jeden investierten Dollar erzielten die unterstützten Haushalte über drei Jahre einen kumulierten Einkommenszuwachs von 1.86 US-Dollar. Diese Zahl umfasst weder den Einkommens- und Beschäftigungsanstieg bei den Verarbeitungsbetrieben und im Handel noch die wahrscheinlichen künftigen Einkommenssteigerungen aller involvierten Akteure infolge besserer Kenntnisse und wettbewerbsfähiger Wertschöpfungsketten.

DAS MARP-MODELL

Wie waren diese Erfolge möglich? Die Antwort liegt in den Besonderheiten des MARP-Modells.

Klarer Fokus bei der Auswahl der Projekte

Die DEZA suchte mit einem kompetitiven Ausschreibungsverfahren nach Wertschöpfungsketten in den Bereichen Landwirtschaft, Agroforstwirtschaft und Kunsthandwerk, bei denen sich die Umsetzungspartner auskennen. Auf diese Weise stiegen die Chancen, dass die Unterstützungsaktivitäten unverzüglich in Angriff genommen werden konnten, ohne dass zu viel Zeit auf Abklärungen verwendet werden musste. Nur so konnte das über drei Jahre angelegte Entwicklungsprogramm die angestrebten Ergebnisse während seiner Laufzeit erreichen.

Weitere wichtige Kriterien für die Projektauswahl waren das wirtschaftliche Potenzial von Produkten, mit denen die Bauern vertraut sind und deren Rohstoffe auch für Arme zugänglich sind, die Beteiligung ethnischer Minderheiten, schnelle Auswirkungen auf den Marktzugang, rasche Einkommenssteigerungen und das betriebswirtschaftliche und unternehmerische Know-how der Umsetzungspartner.

Drei wichtige Outputs

Jedes MARP-Wertschöpfungsprojekt konzentrierte sich auf drei unterschiedliche Bereiche: Erhöhung von Produktqualität und -menge, Stärkung der Verbindungen zwischen den Akteuren der Wertschöpfungskette und zu den Absatzmärkten sowie Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Eine nachhaltige Steigerung der Einkommen armer Haushalte kann nur durch eine erfolgreiche Kombination aller drei Outputs erzielt werden.

«Ohne MARP gäbe es in vielen Provinzen keine langfristigen Entwicklungspläne für Nichtholzprodukte des Waldes wie Gewürze, Bambus und Rattan. Zudem gäbe es auf Ebene der Ministerien weniger wirtschaftliches und fachliches Know-how in Bezug auf solche Produkte», sagt Dr. Phan Van Thang, Leiter des Forschungszentrums für Nichtholzprodukte des Waldes, unter Hinweis auf die verbesserten Rahmenbedingungen.

Partnerschaft mit Unternehmen und Regierungsbehörden

Bei der Umsetzung des MARP-Programms hatten die Partnerorganisationen eine vermittelnde und unterstützende Funktion. Das Programm leistete fachliche und betriebswirtschaftliche Hilfe für Unternehmen und Regierungspartner und unterstützte Investitionen, von denen die Endbegünstigten profitierten.

Dank dieser Unterstützung konnten die Unternehmen neue Märkte erschließen und ihre Lieferanten, arme Haushalte ethnischer Minderheiten, fachlich schulen. Inzwischen verfügen die privaten und öffentlichen Projektpartner über die nötigen Kapazitäten und Fähigkeiten sowie über das erforderliche Selbstvertrauen, so dass sie diese Vermittlungsrolle übernehmen können.

Schlanke Verwaltungsstrukturen

Auf allen Ebenen mussten schlanke Verwaltungsstrukturen geschaffen werden, um Zeit und Geld zu sparen, die Entscheidungsprozesse zu dezentralisieren und mehr Mittel für Entwicklungsaktivitäten als für die Verwaltung einsetzen zu können. Verwaltungsaufgaben wurden zum Teil an Partner in den Wertschöpfungsketten delegiert. Die DEZA blieb verantwortlich für die Programmüberwachung und -evaluation und verfolgte die erzielten Fortschritte.



Eröffnung der ersten Gewürzfabrik in Nordvietnam – ein wichtiger Schritt zur Entwicklung des Gewürzsektors.

© Nguyen Hai Ha, SDC Hanoi

WICHTIGE ERKENNTNISSE

Erkenntnis 1: Förderung der betriebswirtschaftlichen Kenntnisse der Partnerunternehmen

Die Eigentumsverhältnisse der Partnerbetriebe in den Wertschöpfungsketten haben einen grossen Einfluss auf die Innovationsfähigkeit und die Veränderungsbereitschaft. Das MARP-Programm hat gezeigt, dass private Firmen eher zu Veränderungen und Innovationen bereit sind als staatliche Betriebe.

Unternehmen als Partner von Entwicklungsprogrammen müssen über betriebswirtschaftliche Kenntnisse verfügen. Die ausführenden Organisationen sollten daher in der Lage sein, Unternehmen in dieser Hinsicht zu beraten und zu schulen.

Erkenntnis 2: Unterstützung der lokalen Regierung

Um möglichst viele Menschen zu erreichen, sollten Wertschöpfungsketten gewählt werden, die für die lokale Regierung wichtig sind. Die Lokalregierung ist zuständig für die Schaffung eines unternehmensfreundlichen Umfelds, einschliesslich des Erlasses von Vorschriften für Landnutzung, Besteuerung und Handel, sowie für die Bereitstellung der Infrastruktur. Damit die Lokalregierung ein Projekt unterstützt, müssen die geförderten Produkte auf ihrer Prioritätenliste figurieren, oder es müssen gute Aussichten

bestehen, dass sie möglichst bald nach Programmbeginn auf diese Liste gesetzt werden.

Erkenntnis 3: Massgeschneiderte Massnahmen

Ein Programm sollte keine Standardmassnahmen für unterschiedliche Wertschöpfungsketten vorsehen. Es braucht massgeschneiderte und kontextspezifische Aktivitäten. Die Wertschöpfungsketten unterscheiden sich in Bezug auf die vorhandenen betriebswirtschaftlichen Kenntnisse und die Eigentumsverhältnisse der Unternehmen, die Erfahrungen bei der Erschliessung von Märkten, die beteiligten Händler, die Kapazitäten der Bauern und die Produkte. Es ist wichtig, Massnahmen zu identifizieren und zu konzipieren, die tatsächlich etwas bewirken.

Erkenntnis 4: Berücksichtigung von Naturgefahren

Bei der Ausarbeitung von land- und agroforstwirtschaftlichen Projekten müssen Klima-, Wetter- und Schädlingsrisiken berücksichtigt werden. Mögliche Massnahmen zur Risikobegrenzung müssen im Voraus definiert werden, damit bei Bedarf rasch reagiert werden kann. Anfang 2016 waren zwei Gewürz-Wertschöpfungsketten (Sternanis und Kardamom) mit externen Faktoren (Frost, Schädlingsbefall) konfrontiert, die die Produktivität oder sogar die Existenz der Gewürzpflanzen gefährdeten.

AUSWEITUNG DES MARP-MODELLS

Die wichtigste Lehre war wohl das MARP-Modell selbst. Viele Aspekte des Programms funktionierten gut, und dank ihrer Kombination konnten die angestrebten Ergebnisse erzielt werden. Das MARP-Modell könnte weiter verbessert werden, indem mehr Gewicht auf die betriebswirtschaftliche Unterstützung der Unternehmen in der Wertschöpfungskette gelegt wird und indem inländische und internationale Käufer als Umsetzungspartner eingebunden werden, so dass sich die Wertschöpfungskette nachhaltiger entwickeln kann. Mit einem verfeinerten MARP-Modell könnten noch mehr Haushalte armer ethnischer Minderheiten in Vietnam ihr Einkommen erhöhen und ihre Lebensqualität verbessern.



Dao-Frauen in Ha Giang pflücken Shan-Tee.

© Dominic Smith, Helvetas Swiss Intercooperation, Vietnam

IMPRESSUM

Herausgeber

Direktion für Entwicklung und
Zusammenarbeit DEZA
Abteilung Ostasien
Freiburgstrasse 130, CH 3003 Bern
Tel.: +41 58 462 35 17
eastasia@eda.admin.ch
www.deza.admin.ch

Für weitere Informationen

www.eda.admin.ch/vietnam
www.facebook.com/connecttovn

Diese Publikation ist auch erhältlich auf Englisch und Französisch.