



# WIR SIND DER MARKT

## Wir sind der Markt!

Würdest du mit gutem Gewissen deinem Schuhmacher 40 Cent für einen € 100 Sportschuh in die Hand drücken? Wahrscheinlich nicht. Doch wir tun es laufend, denn unser Schuster lebt weit weg, in Asien oder Afrika. Wir nennen es Globalisierung und glauben, nichts gegen diese unfaire Entwicklung tun zu können.

Das muss nicht sein, denn schliesslich sind wir der Markt!

### **Faire Produkte , faire Gewinne**

Dieser Aufruf hätte noch vor wenigen Jahren utopisch geklungen. Neue Technologien wie z.B. soziale Plattformen und neue Organisationsformen würden heute schon ein Wirtschaften auf Augenhöhe erlauben.

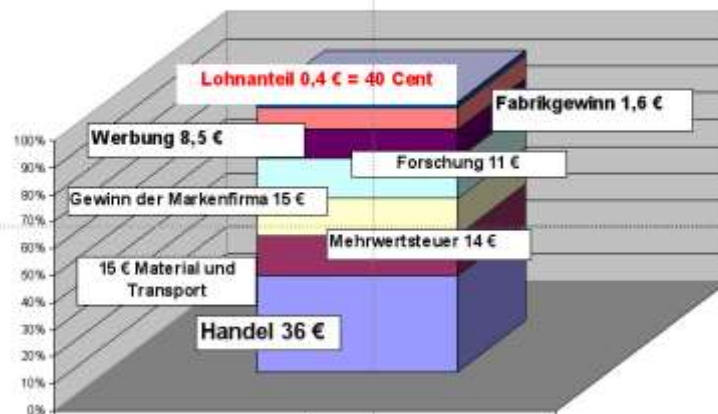
Gemeinsam könnten wir den Markt zu einem globalen Ort machen, der uns allen gehört und von dem wir alle profitieren. Vor dem Laptop sitzend in einem Kaffeehaus in Berlin genauso, wie in einer Manufaktur in Kasachstan.

### **Wie funktionieren globale Märkte heute? Der Markt 1.0**

Schauen wir uns dafür als Beispiel die Wertschöpfungskette eines € 100 Sportschuhs an:

#### **Wertschöpfungsmodell Sportschuh zum Preis von 100 €**

(Quelle: Financial Times Deutschland/STERN)



- Zuunterst in der Kette steht der Schuhmacher, der in einer Manufaktur in Vietnam oder Bangladesh arbeitet. Er erhält einen Lohn von vielleicht € 40 pro Monat. Umgerechnet auf den einzelnen Sportschuh also etwa € 0.40.
- In der Fabrik bleibt ein Gewinn von € 1.60 hängen. Das ist gut für den Patron und die Investoren, die die bescheidene Infrastruktur eines solchen Sweatshops finanziert haben.
- Der Handel hat eine Marge von rund € 34
- Dann schlägt noch die Mehrwertsteuer des Verkaufslandes mit etwa € 14 zu Buche.
- Wenn wir das zusammenrechnen kommen wir auf € 50.



### ***Wohin geht die andere Hälfte?***

Hier kommt der Konzern ins Spiel. Über die Markenrechte, die Patente, den Schutz der Designs sowie die Organisation der Zulieferbetriebe, kontrolliert der Konzern fast die gesamte Wertschöpfungskette.

Natürlich tut der Konzern auch etwas für sein Geld:

- Er koordiniert die Forschung und Entwicklung (€ 11).
- Er investiert in Marketing und Werbung (€ 9).
- Er organisiert und kontrolliert die Supply Chain und die Qualitätssicherung.
- Material und Transport machen dabei nochmals rund € 15 aus.
- Für alle diese Aufgaben streicht er einen Gewinn von € 15 ein.

Innerhalb der Konzernstruktur sind die Kommunikationswege linear und werden mehrfach unterbrochen: Die Produktentwickler kommunizieren mit dem Konzern, dieser mit den Zulieferern und dem Fabrikbesitzer. Der Schuhmacher kommuniziert mit seinem Produktionsleiter, der Zwischenhandel mit dem Detailhändler und der Verkäufer mit dem Kunden. Alle wesentlichen Prozesse werden über den Konzern gesteuert und sind für Außenstehende nicht einsehbar. Entscheidungen trifft das Management des Konzerns und letztlich seine Shareholder.

Der Schuhmacher und der Konsument werden sich so garantiert nie auf Augenhöhe begegnen

### **Wie sieht eine faire Marktform aus? Der Markt 2.0**

Diese Prozesse könnten heute schon ganz anders laufen. Die Welt wird immer vernetzter, vor allem virtuell und überschreitet dort schon alle Grenzen. Grosse kollaborative Netzwerke ermöglichen es, aufwändige Projekte dezentral anzugehen und für viele Menschen transparent zu gestalten. Web 2.0 kann nicht nur zum Austausch von Ferienfotos und Lieblingsmusikstücken genutzt werden: sondern auch für den Aufbau von fairen Handelsbeziehungen über Länder- und Einkommensgrenzen hinweg.

Der Markt 2.0 könnte etwa so aussehen:

ProduktentwicklerInnen arbeiten nicht mehr für Großkonzerne sondern für eine Stiftung. Diese koordiniert die Kommunikation zwischen den einzelnen Gliedern der Wertschöpfungskette und stellt das nötige Wissen zur Verfügung. Um diese Aufgaben sinnvoll zu organisieren, betreibt die Stiftung eine virtuelle Handels-Plattform. Sie ermöglicht Kommunikationsflüsse auch außerhalb der klassischen hierarchischen Abläufe. So fließen z.B. auch Ideen von KonsumentInnen und HandwerkerInnen in die Produktentwicklung mit ein. Solche offenen Innovationsprozesse werden heute schon von verschiedenen Firmen genutzt. Es ist unglaublich, mit wie viel Energie Konsumenten ihre Kreativität einbringen um zum Beispiel neue Geschmacksrichtungen für Joghurts zu erfinden. Ohne dabei einen Einfluss auf die Politik des Unternehmens zu haben, für das



# WIR SIND DER MARKT

sie sozusagen kostenlos arbeiten. Daher gehen wir davon aus, dass offene Innovation in einer Organisation, die per Definition uns allen gehört und auf deren Entscheidungen wir einen direkten Einfluss haben, mehr Menschen noch viel stärker motiviert, sich an der Wertschöpfung zu beteiligen.

In unserem Modell werden die EntwicklerInnen für ihre Arbeit anständig bezahlt. Die Produktrechte gehen dadurch an die Stiftung über. Diese stellt sie wiederum allen ProduzentInnen zur Verfügung, die sich verpflichten, ihre Angestellten fair zu bezahlen. Die Bedingungen für solche fairplay Richtlinien müssen nicht neu erfunden werden. Nichtregierungsorganisationen (wie z.B. die Stiftung „Fair Wear“ im Bereich Kleidung) haben dafür schon detaillierte Kriterien ausgearbeitet. Im Markt 2.0 wirkt eine Stiftung jedoch nicht nur als Zertifizierungsstelle für ein Fairtrade-Label, sondern auch als Dienstleisterin für alle an der Wertschöpfungskette Beteiligten. Sie koordiniert die für alle offene Innovation der Produkte und die dazugehörigen Supply Chains. Sie zertifiziert / kontrolliert die faire Herstellung der Produkte. Sie unterhält die technische und logistische Infrastruktur für die komplexen Prozesse und bringt ProduzentInnen und Handelsorganisationen zusammen. Für alle diese Arbeiten erhält sie eine Entschädigung in Form einer Lizenzgebühr. Im Prinzip wie ein Konzern heute, nur fair und unabhängig. Ihre Organisationsform erlaubt es unserem Schuhmacher in Vietnam sich mit anderen zusammenzutun und eine eigene Schuhmanufaktur zu eröffnen. Das Gründungskapital dafür kann er auch über die Crowdfunding-Funktion der Plattform erhalten, direkt von engagierten Kleinanlegern und zukünftigen KundInnen. Er bekommt Zugang zu hochwertigen Designs und den notwendigen Zulieferbetrieben. Über die Plattform findet er auch Handelsorganisationen, die ihm seine Schuhe abnehmen. Er hat dadurch die Chance viel unabhängiger zu werden, als ihm das der Markt 1.0 ermöglichen würde.

## ***Das andere Ende der Wertschöpfungskette: Die KonsumentInnen.***

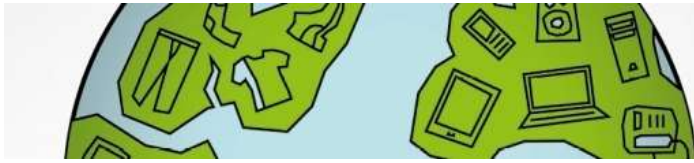
Durch die Plattform wird es ihnen möglich über einen Produkte-Identifikations-Code direkt mit unserem Schuhmacher in Kontakt zu treten. Natürlich meist nur virtuell und nur dann, wenn Kunde und Schuster tatsächlich Interesse an einem persönlichen Kontakt haben. Grundsätzlich wird so in einem offenen System die Selbstverantwortung und die Kontrolle der einzelnen Akteure auf viele andere Akteure verteilt.

Der Unterschied zu einem traditionellen Konzern ist also:

- Die Plattform ist unter der demokratischen Kontrolle aller Beteiligten.
- Sie ist transparent
- Sie ist eine moderne Allmende, deren Infrastruktur von all denjenigen genutzt werden kann, die sich verpflichten, die klar formulierten FairWork Bedingungen einzuhalten:
  - Sie garantiert faire Löhne und ökologische Verfahren
- Sie kann nicht zur Spekulation missbraucht werden

## **Wie können wir diese Idee umsetzen?**

Es gibt mehrere Möglichkeiten um die Produktionsbedingungen in unserer globalisierten Welt zu verbessern. Gerade als KonsumentInnen können wir durch Konsumverzicht starken Druck auf



# WIR SIND DER MARKT

Konzerne ausüben, mehr soziale Verantwortung zu übernehmen. Das wird heute schon gemacht wie das jüngste Beispiel ist die Textilfabrik in Bangladesh zeigt. Vielleicht entwickeln sich einige Konzerne unter solchem Druck in Zukunft in die Richtung des eben beschriebenen Marktes 2.0.

Wir können auch jetzt schon an einem Prototyp dieses neuen Marktes arbeiten. Diesen Weg geht das Projekt „FairWork - open innovation for Fair Products“. Es ist den InitiatorInnen klar, das sie damit einen ziemlich langen und steinigen Weg vor sich haben. Für extrem spannende Herausforderungen ist auf jeden Fall gesorgt.

Ein solcher Prototyp muss schon unter den heutigen wirtschaftlichen Verhältnissen funktioniert und gleichzeitig das Potential einer ganz neuen Wirtschaftsordnung in sich tragen. Sehr gute Fachleute mit internationalen Erfahrungen in allen Teilbereichen der Wertschöpfungsketten ganz verschiedener Industriezweige sind dafür nötig. Um sie schon in der Aufbauphase fair zu bezahlen und zu koordinieren, wird Kapital nötig sein. Kapital, das eher von weitsichtigen Philanthropen als von klassischen Venture-Capitalists stammen wird. Letztere haben im Allgemeinen den maximalen Gewinn im Auge. Die Organisation die uns vorschwebt, kann zwar für alle Beteiligten (also auch für die Investoren) ausreichende Erträge erwirtschaften. Ein Mega-Gewinn, wie er z.B. durch einen Börsengang realisiert werden kann, ist im System jedoch nicht vorgesehen. Bevor größere Investoren in so ein Projekt einsteigen, braucht es neben einem vertrauenswürdigen Kernteam und viel Vorarbeit auch die konkrete Unterstützung von sehr vielen Einzelpersonen. Diese bilden als potentielle aktive ProduktentwicklerInnen und HandwerkerInnen mit Know How und Motivation, sowie als KonsumentInnen den Kern des zukünftigen Marktes 2.0.

Für diesen ersten Schritt haben wir einen Förderverein gegründet. Wer jetzt einsteigt, kann als PionierIn zur Mitgestalterin des Projektes werden. Gerade in der Startphase ist jede Unterstützung und jeder noch so kleine Zuspruch wichtig.

Mehr Info unter: [www.fairwork.org](http://www.fairwork.org)