

CIAP - Central Interregional de Artesanos del Perú

Fingerpuppen und Alpakaprodukte aus Peru

Das Zentrum des Inkareichs war das heutige Peru mit der Hauptstadt Cusco. Bis 1532 dehnte sich die Hochkultur über tausende Kilometer bis Kolumbien, Argentinien und Chile aus. Unter Francisco Pizarro eroberte Spanien das Reich der Inka, unterwarf die indigene Bevölkerung und zwangen sie zur Arbeit. Es folgten Aufstände, die jedoch ohne Erfolg blieben. 1821 erlangte Peru seine Unabhängigkeit von Spanien. Die nachkolonialen Jahre waren geprägt von Spannungen und Bürgerkrieg. Ende des 19. Jahrhunderts verstrickte sich das Land gemeinsam mit Bolivien in einen Krieg gegen Chile, den sogenannten Salpeterkrieg der von 1879-1884 dauerte. Die Region war aufgrund der Nitrate, aus denen Sprengstoff und Dünger hergestellt werden, heiß umkämpft. Bolivien musste sich nach einigen verlorenen Schlachten aus dem Krieg zurückziehen, und auch Peru konnte gegen das chilenische Militär nichts ausrichten. Die Folgen dieses Krieges sorgen bis heute für politischen Brennstoff zwischen den drei südamerikanischen Ländern.

Der Andenstaat Peru liegt im Westen Südamerikas und verfügt neben dem Hochland über eine lange Küstenlandschaft am Pazifik sowie Regen- bzw. Nebelwälder im Osten des Landes. Der höchste Berg ist der Nevado Huascarán mit 6768 Metern. Peru ist 3,5 mal größer als Deutschland und zählt ca. 32 Mio. EinwohnerInnen. In den Küstenregionen, wo die meisten Städte zu finden sind, herrscht deutlich weniger Armut als in den ruralen Regionen der Anden- und Amazonasgebiete. Besonders benachteiligt ist die arme, ländliche Agrarbevölkerung. Jede/r dritte PeruanerIn arbeitet in der Landwirtschaft. Somit stellt der Agrarsektor die Beschäftigung vieler Menschen sicher.

Trotz tendenzieller Verbesserungen lebt immer noch knapp ein Viertel der Bevölkerung Perus unterhalb der nationalen Armutsgrenze. Jede/r elfte PeruanerIn leidet an Unterernährung. Von den rund 32 Millionen (Stand: 2015) sind das mehr als 2,65 Millionen Menschen.

EZA-Partner seit 1993

Partnercode 02

„Früher haben die Zwischenhändler den Preis bestimmt und wir verdienten nicht einmal ein Drittel von dem was wir heute verdienen. Das war der Grund warum wir uns als Gewerkschaft organisierten.“

Quelle: Genova Flores Barrientes, Manos Aymaras Sur Andino, CIAP

CIAP

1983 gründeten HandwerkerInnen aus verschiedenen Landesteilen Perus ihre eigene Vermarktungsorganisation AIP (Artesanía Intercomunal del Perú). Aufgrund interner Schwierigkeiten spalteten sich 1992 vier Gruppen ab und gründeten CIAP (Central Interregional de Artesanos del Perú). Die Zielsetzungen sind dieselben geblieben: Die Abhängigkeit von den ZwischenhändlerInnen soll durchbrochen, neue (alternative) Märkte erschlossen, die Identität und Kultur der Menschen erhalten und die Einkommen der HandwerkerInnen verbessert werden. Wichtige Entscheidungen werden gemeinsam in der jährlichen Generalversammlung getroffen. An dieser nehmen zwei VertreterInnen jeder Produzentengruppe teil. Alle zwei Jahre erfolgt die Wahl des Leitungsgremiums, das sich aus acht VertreterInnen der aktuell 14 Mitgliedsgruppen zusammensetzt. Für die Abwicklung des Exports wurde 2002 die Vermarktungseinheit Intercrafts Peru gegründet. Damit wurde die Vermarktung der Produkte weiter professionalisiert. CIAP übernimmt nach wie vor die inhaltlichen Agenden: Schulungen der Mitgliedsgruppen in technischer und administrativer Hinsicht, Zusammenarbeit mit den Basisgruppen, Produktentwicklung, finanzielle Unterstützung für die Umsetzung sozialer Projekte und Aktivitäten. Vorauszahlungen, die CIAP von Fair-Handels-Organisationen erhält, werden an die Basisgruppen weitergegeben. Der Rest der Bezahlung erfolgt in der Regel binnen einer Woche nach Übergabe der Produkte an Intercrafts Peru. Für Produzentengruppen mit finanziellen Schwierigkeiten steht ein Rotationsfond zur Verfügung. Zudem wurde 2004 eine eigene Kredit- und Sparkooperative namens COOPAC gegründet.

Ein weiterer Arbeitsbereich ist der nachhaltige Tourismus. Unter dem Namen Pachamama bietet CIAP alternative Reiseprogramme an, die touristische Sehenswürdigkeiten mit authentischen Erlebnissen und Besuchen bei den Mitgliedern und HandwerkerInnen CIAPs kombinieren. Dadurch konnte der Verkauf von Kunsthandwerk im eigenen Land angekurbelt und neue Einkommensquellen geschaffen werden. Zuletzt wurde von CIAP Pro-Ecosol als soziales Unternehmen zur Förderung des Fairen Handels und der solidarischen Ökonomie gegründet. Ziel ist, diese beiden Konzepte im eigenen Land bekannt zu machen und so den Absatz der Produkte der Mitglieder CIAPs im eigenen Land zu fördern.

Die ProduzentInnen

Bis heute ist die „CIAP-Familie“, wie sie in den eigenen Dokumenten bezeichnet wird, auf 14 Mitgliedsgruppen angewachsen. Während der Sitz CIAPs in Lima angesiedelt ist, verteilen sich die Mitgliedsgruppen auf ganz Peru, vor allem aber die Armenviertel Limas und das peruanische Hochland (Arequipa, Piura, Ayacucho, Huancayo und Puno). Mitglied in den 14 Gruppen sind 250 organisierte HandwerkerInnen (75% Frauen). Darüber hinaus wird mit rund 100 unabhängigen HandwerkerInnen und Werkstätten zusammengearbeitet. Allen gemein ist, dass es sich bei ihnen um benachteiligte und marginalisierte HandwerkerInnen handelt. Viele der Mitglieder sind Angehörige der Aymara, und als solche besonders von Ausgrenzung und Benachteiligung betroffen. Die Alpakastrickgruppen, von denen die EZA die Produkte bezieht, sind vor allem im Andenhochland rund um Puno angesiedelt. 98% von ihnen sind Frauen.

Die Krippenfiguren, Musikinstrumente, Fingerpuppen und Alpakaprodukte von CIAP sind über EZA und WELTLÄDEN erhältlich.

Weitere Informationen:

intercraftsperu.com

Quellen: CIAP, WFTO Profile 8/2014, Human Development Report; (EZA, akt. Apr. 2016)

VORTEILE AUS DEM FAIREN HANDEL

Die in CIAP organisierten Gruppen bewerkstelligen neben der Handwerksproduktion noch eine Fülle von kommunalen und sozialen Aktivitäten. Diese umfassen:

- die Unterstützung der ärmsten Familien und ihrer Kinder (Finanzierung von Schulmaterial, Kleidung und Medizin),
- Fonds für Kleinkredite,
- Freizeitangebote und kulturelle Angebote für Jugendliche in der Gemeinde.

Über die Verwendung der Gewinne aus dem Verkauf der Produkte entscheiden die Generalversammlung bzw. die jeweiligen Gruppen.