

WOZ 18. Januar 2007

Selbsthilfe Vor 35 Jahren gründeten indische Frauen die Gewerkschaft Sewa. Heute hat sie über 700000 Mitglieder – und eine eigene Bank.

Selbst ist die Frau

Der Ökonom Richard Gerster ist selbständiger Berater in der Entwicklungszusammenarbeit. Er hat kürzlich Indien im Auftrag der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA) besucht und den nachfolgenden Beitrag über Sewa verfasst.

Widerstand gehört zum täglichen Brot der indischen Frauengewerkschaft Sewa. Seit ihrer Gründung 1972 kämpft die Selbsthilfeorganisation gegen Vorurteile und Intoleranz in der von den Männern dominierten indischen Gesellschaft. Doch der Erfolg gibt Sewa recht: Heute zählt die Organisation über 700000 Mitglieder.

Auch in Sekhra, einem Dorf im Staat Gujarat, wehrten sich die Männer anfänglich gegen den Plan der weiblichen Dorfbewohnerinnen, eine Milchgenossenschaft zu gründen. Die Frauen riefen Sewa zu Hilfe, und diese lud zu einem Videoabend ein. Ein selber produziertes Dorfdrama mit Unterhaltungswert zog die Bevölkerung in Scharen an, auch die Männer. Als Überraschungszugabe zeigte das Videoteam einen Informationsfilm über eine erfolgreiche Milchgenossenschaft aus Region. Als schliesslich ein tonangebender Gegner der geplanten Milchgenossenschaft seine Meinung änderte und versprach, seine Milch den Frauen abzuliefern, brökelte der Widerstand. Heute ist die Kooperative Sekhra eine von 56 selbständigen Sewa-Milchgenossenschaften.

Sozialer Wandel

Doch der soziale Wandel findet nicht nur in den Dörfern und Slums Indiens statt – sondern auch innerhalb der Selbsthilfeorganisation. Ein Beispiel: Die Videofilmerin Beena Raval hatte sich als Tagelöhnerin mit Hilfsarbeiten im grossen Manekchaw-Kleidermarkt von Ahmedabad mehr recht als schlecht über Wasser gehalten, bevor sie zu Sewa kam. Wie die anderen Videofrauen konnte sie weder lesen noch schreiben, lernte aber dank Ausbildung und Praxis, mit den Geräten umzugehen. Als sie mit der Kamera bei ihrer Familie auftauchte, stieg ihr Ansehen bei der Verwandtschaft schlagartig. Ihr Mann begleitete sie an ihren früheren Arbeitsort und ertete vorerst Unglauben, als er stolz erwähnte, das sei seine Frau. Ihre Haare verschleiert sie bei der Arbeit nicht mehr, wie es der Tradition entsprechen würde. Zu Hause macht sie diesbezüglich Kompromisse.

Der Vereinigung selbst angestellter Frauen gehören Heimarbeiterinnen, Tagelöhnerinnen, Marktfrauen, Anbieterinnen verschiedener Dienstleistungen und Kleinproduzentinnen an. Sie alle arbeiten im sogenannten informellen Sektor, also schwarz. In Indien arbeiten neun von zehn Personen im informellen Sektor. Häufig bedeutet dies nicht endende Arbeitstage, Niedrigstlöhne und eine unsichere Zukunft. Sewa hat sich zur Aufgabe gemacht, Frauen in solchen prekären Arbeitsverhältnissen zu unterstützen. Mit rund 600 Mitarbeitenden bietet die Organisation im Bundesstaat Gujarat und weiteren sieben Gliedstaaten ihren Mitgliedern Dienstleistungen in den Bereichen Gesundheit, Ausbildung, soziale Sicherheit, Kreditwesen und Rechtshilfe an. Zudem unterhält Sewa auch eine Medienabteilung mit einem eigenen Videoteam. Die Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (Deza) unterstützt die Frauengewerkschaft in der Berufsausbildung im Informatikbereich. Dazu gehört auch der Einsatz von Videos in der Ausbildung und bei Mobilisierungsarbeit.

Eigene Radiosendung

Genau dieses Aus- und Weiterbildungsangebot macht Sewa so attraktiv für ihre Mitglieder. So organisieren die Frauen Alphabetisierungskurse und Führungsseminare, unterrichten Informatik und Buchhaltung oder bieten Lehrgänge im Gesundheits- oder Bildungswesen an. Das Angebot wird den sich ständig ändernden aktuellen Bedürfnissen anpasst. Dabei zieht Sewa auch auswärtige Fachleute bei, um die von ihr angestrebten professionellen Standards zu erreichen. Im Informatikbereich arbeitet die Organisation beispielsweise mit einer grossen Firma zusammen, die Instrukturen zur Verfügung stellt. Doch an der Sewaakademie wird nicht nur ausgebildet, sondern in einer eigenen Abteilung auch geforscht.

«Namaste, Salaam, Good Evening», grüsst Rudis Radio an die hinduistischen, muslimischen und christlichen Bevölkerungsgruppen in der Region. «Rudi no Radio» heisst Sewas wöchentliche 15-minütige Sendung, welche jeden Samstagabend über öffentliche Radiostationen ausgestrahlt wird. Die Sendung behandelt wichtige Themen des täglichen Lebens wie zum Beispiel die Aidsprävention auf unterhaltsame Art. Im ersten Jahr trafen über 1000 Anrufe und 1000 Briefe ein – eine erstaunliche Zahl, wenn man bedenkt, dass die meisten HörerInnen kaum lesen und schreiben können und auch nicht Sewa-Mitglieder sind. Nun will die Organisation über das Radio noch mehr Informationssendungen anbieten.

Eigene Bank

Der Grossteil der indischen Bevölkerung, nämlich die Armen, hat wenig Chancen, bei einer gewöhnlichen Bank einen Kredit aufzunehmen. Genauso schwierig ist es für viele, Ersparnisse zu bilden. Sewa sagt: Diese Menschen sind auf massgeschneiderte Finanzdienstleistungen beim Sparen oder bei Krediten angewiesen. So lautet das Geschäftsprinzip der 1974 gegründeten hauseigenen Bank. Heute hat sie etwa 275000 Klienten

mit Spareinlagen von insgesamt zwanzig Millionen Schweizer Franken. Darlehen werden ausschliesslich an Frauen vergeben und müssen von mindestens einem Bürgen unterstützt werden. Die Kredite kosten achtzehn Prozent Zins jährlich und sind günstiger als beim Geldverleiher, der bis zu acht Prozent pro Monat einfordert. Die von der Sewabank gewährten (Mikro)kredite betragen zwischen 450 und 750 Schweizer Franken und werden häufig für die Eröffnung oder Erweiterung eines Geschäfts, für den Bau eines Hauses oder Reparaturen verwendet. Oder für die Rückzahlung von Schulden.

Vom Gesetz her sind der Bank der Selbsthilfeorganisation Grenzen gesetzt: So dürfen die Frauen etwa keine Filialen eröffnen. Also konzentriert sich die Geschäftstätigkeit der Bank auf die fünf Millionen Metropole Ahmedabad.

Zinsen ohne Umtriebe

Vor kurzem startete die Bank die Aktion »Telephone«: Mit einem Kredit von 150 Schweizer Franken kauft die Kundin ein Mobiltelefon und bezahlt den Kredit in Monatsraten von Fr. 7.50 innerhalb von zwei Jahren zurück. Dabhi Ben erstand ihr erstes Handy mit einem solchen Kredit. «Es ist eine ausgezeichnete Anschaffung», sagt sie. Die Geschäftsfrau kauft verschiedenste Produkte wie Gemüse oder Schmuck auswärts und versucht, diese lokal wieder zu verkaufen. «Ich spare Transportkosten, weil ich zur Beschaffung von Informationen nun das Telephon benutze. Ich bin besser informiert und kann dadurch beim Einkauf von Gemüse besser verhandeln. Die Geschäftspartner haben auch mehr Respekt vor mir als früher.»

Die Bank bietet den Mitgliedern und ihren Familien auch verschiedene Versicherungen an. Dies wurde möglich dank einer Partnerschaft mit einer grossen Versicherung. Vom Gesetz her müssen Versicherungen mindestens fünfzehn Prozent ihrer Geschäftstätigkeit mit armen

Bevölkerungsgruppen abwickeln. Sewa ist deshalb für sie eine sehr attraktive Partnerin, da sie die gesamte Administration der Versicherten übernimmt. Für 7.50 Franken kann eine Frau ihre ganze Familie und ihren Besitz während eines Jahres gegen Krankheit, Unfall und diverse Sachschäden absichern. Quartiertreffen und Diskussion sollen diese Dienstleistungen noch mehr unter die Leute zu bringen, da vor allem die Armen den Risiken am meisten ausgesetzt sind. Trotzdem machen die Schadenszahlungen «nur» etwa die Hälfte der Gesamtkosten aus: die Administration und das Eintreiben der Prämienzahlungen in den Slums und Dörfern sind sehr aufwändig. Deshalb hat die Sewabank Depositenkonti lanciert, von denen der Zinsertrag als Prämienzahlung verbucht wird und damit alle Umtriebe wegfallen. Die Versicherung zahlt zudem bei Mutterschaft bis zu sechzig Franken pro Kind aus.

Modern und transparent

In Raipur, einem Dorf etwa vierzig Kilometer von Ahmedabad entfernt, geht es auf den Abend zu. In der lokalen Sewa-Milchgenossenschaft treffen Frauen, Männer und Kinder ein, um die Tagesmenge von einem halben bis zu zehn Litern Milch abzuliefern. Die Mitglieder der Genossenschaft sind alles Frauen, Kleinbäuerinnen mit ein bis zwei, maximal fünf Büffeln oder Kühen. Bei einem Fettgehalt von sechs Prozent erhalten sie vierzig Rappen pro Liter gutschrieben, bei zehn Prozent siebzig Rappen pro Liter. Zuerst wird der Fettgehalt mit einem Milchmeter gemessen, die Lieferung wird auf einer elektronischen Waage gewogen, und alle Angaben automatisch im Computer gespeichert. Taruna, die Sekretärin der Kooperative gibt die Daten der LieferantInnen in den Computer ein. Obschon die Tastatur für Englischsprachige eingerichtet, die Software aber in der Lokalsprache Gujarati programmiert ist, macht ihr der Umgang mit der Technik keine Mühe. Taruna wurde in der Sewaakademie entsprechend ausgebildet. Als die Milch eine Stunde später von der Milchföderation abgeholt wird, hat sie

alle Daten beisammen: 170 Liter Büffelmilch und 31 Liter Kuhmilch sind von 71 Bauern geliefert worden. Der grosse Vorteil des Computereinsatzes: Alles ist für alle völlig transparent und sofort einsehbar. Deshalb hat die profitable Milchgenossenschaft die elektronischen Geräte angeschafft.

Namrata Bali, die Generalsekretärin der Frauengewerkschaft, schlägt vor, die Behörden zur Erforschung des Weltraums zu besuchen. B.S. Bhatia, der Direktor der Indischen Raumforschungs-Organisation (ISRO) empfängt mit einem Team von Mitarbeitern die Frauendelegation. Laut Bhatia ist Forschung nur etwas wert, wenn sie der breiten Bevölkerung dient. «Sewa arbeitet mit den Ärmsten zusammen, und ISRO ist stolz darauf, Sewa als Partnerin zu haben.» Tatsächlich stellt ISRO der Selbsthilfeorganisation nicht nur unentgeltlich Satellitenverbindungen zur Verfügung, sondern überlässt Sewa auch sechs modern ausgerüstete Kommunikationszentren. Zudem steht ISRO den Frauen bei in technischen Problemen zur Seite. In diesen Zentren finden videogestützte Fernausbildungen statt. Oder die Bevölkerung kann dank Telemedizin Ferndiagnosen durch spezialisierte Fachärzte einholen. Die Zentren liefern auch dorfspezifische Informationen über die Nutzung natürlicher Ressourcen bis hin zur Ortung von Fischgründen und lokalen Wettervorhersagen.

Zu Sewas Vision gehört es, bis ins Jahr 2010 die Zahl der Mitglieder auf eine Million zu steigern. Dies will sie mit Offenheit und ohne Berührungsängste erreichen und ist ständig auf der Suche nach neuen Partnern. Die Ausbildung und Schulung ihrer Mitglieder bleibt weiterhin das Rückgrat von Sewa. Auch will die Organisation eine eigene Versicherungsgesellschaft gründen. Und: Die Frauen wollen nicht nur den Verkauf und Vertrieb von Sewa-Erzeugnissen in Indien, sondern auch international ausbauen.