

From Dinah with love

Achtergrondinfo voor de leerkracht

1. Over Oxfam-Wereldwinkels

Alle informatie over Oxfam-Wereldwinkels, eerlijke handel, Wereldwinkel op School, het project 'Deze school is verkocht', ...vind je op www.oww.be

Neem zeker eens een kijkje op : <http://www.oww.be/partnercriteria>

2. Over de partner Kayonza

Zie onze website: http://www.oww.be/pageview.aspx?pv_mid=298

3. Over Dinah

3.1 Het kostbare vlees van Uganda

Deze zomer trok een vierkoppige delegatie in opdracht van Oxfam-Wereldwinkels naar Uganda. Ze was er te gast bij een theeplantersfamilie in een verre uithoek van het land en keerde terug met een rugzak vol foto's, verhalen, een film en educatief materiaal voor Oxfam-Wereldwinkels.



Sarapio Kyegariza is zestig en theeplukker in Kanungu District in het zuidwesten van Uganda. De thee die zijn familie verbouwt, komt terecht in de verwerkingsfabriek van Kayonza Growers Tea Factory Ltd, 11 kilometer verderop. Van daar gaat het in bulk naar de veiling en de haven van Mombasa in Kenia, per schip naar Engeland en via Northern Tea Merchants en Oxfam Fairtrade in onze winkelrekken. We verkopen hem in een melange, als zwarte buijtjesteë, verpakt per 50 stuks, in langwerpige zwarte doosjes.

Dubbele wezen

Sarapio leeft in een *extended family*, een uitgebreid gezin. Ze zijn met zeventien, soms met negentien. Drie tienermeisjes zijn wezen van zijn broer. Meer nog: ze zijn *double orphans*, ook hun moeder is al een tijdje dood. Sarapio en zijn familie zijn er in geslaagd het schoolgeld van Mariah en Dina, de twee oudste wezen, te betalen. Vier jaar geleden verhoogde de regering haar bijdrage in de lonen van de leerkrachten, zodat het betalen van het schoolgeld voor meerdere families in de regio haalbaar werd. In de Primary School steeg het aantal leerlingen in die periode van 82 tot 174. Hun nieuwe, grotere en beter uitgeruste schoolgebouwtje werd betaald met de fairtradepremie. Deze premie (0,50 à 0,60 dollar) komt bij de aankoopprijs, die schommelt rond de anderhalve dollar per kilo afgewerkte thee.

Sarapio en zijn familie vinden het een hele eer om blanke gasten te ontvangen, zeker als ze van *Oxfam Belgium* zijn! Zes dagen lang hebben we elkaar verwonderd en aan het lachen gebracht.



Volière vol lachjes

Ik vroeg Sarapio of hij een boodschap of een wens onze wereld wou insturen. Mijn instrumenten: een Canon, een wit bordje, twee markers en een vod. De hele familie wou onze beweging te woord staan. Heel erg graag zelfs. Iedereen heeft met dit witte bordje in het theeveld gestaan. Met geschreven en getekende wensen voor zichzelf, voor hun gemeenschap en voor de onze. Met zijn of haar beschrijving van fair trade, met welklinkende personalia, soms met ingefluisterde titels. "Selling is an ability": de foto van Sarapio kan Oxfam-Wereldwinkels gebruiken ter inleiding van de vorming 'Verkopen is een kunst'. Af en toe moet een mens al eens pragmatisch te werk gaan.

Ik licht de boodschap toe, terwijl Godfrey vertaalt en noteert. Godfrey is Sarapio's jonge neef, en jonge neven schrijven beter Engels dan oude omen. Sarapio krijgt het bord overhandigd, schudt lichtjes met de schouders, kijkt even naar zijn voeten, slikt dan zijn glimlach in. Hij is klaar om gefotografeerd te worden. Een portret vereist een formeel voorkomen, daar kan je niet omheen. Mijn kleine dilemma: portretteer ik deze man zoals hij zich aandient of mag ik hem tot vrolijkheid manen? Ik ga voor de lach en twintig foto's! Sarapio begrijpt dat, en pept zich tussen elke foto op met een zeer korte, doffe kreet. Flink geluidstoten eigenlijk. De jonge kerels achter mij apen hem na, en vergezellen Sarapio vervolgens in het uitstoten van deze grappige, verbale opkikker. Het hele theeveld wordt een volière vol kreten en lachjes. Iedereen krijgt de slappe lach en Sarapio doet wat hij gedurende de volgende dagen nog vierhonderd keer zal doen: spontaan en ongeremd lachen.

Selling is an ability. Smiling a way of life.

Eén man, vier verongelijkte vrouwen

Dina is zestien en *double orphan student* in het gezin van Sarapio. Op het witte bordje heeft ze het volgende geschreven: "I wish to be a doctor after my studies." Degelijke educatie en een toegankelijke gezondheidszorg zijn onontbeerlijk voor een land in ontwikkeling. Dina beseft dat. Ze wil haar steentje bijdragen. Voor haar familie, voor zichzelf, voor de toekomst van haar land.

Uganda telt iets meer dan 30 miljoen inwoners, waarvan net geen 20 miljoen jonger zijn dan twintig (!). 85 % van de Ugandezen leeft in verarmde rurale streken. Kinderen zijn in deze omstandigheden de beste investering voor een minder taaie oude dag. Meer uit noodzaak dan uit traditionele overwegingen baart elke Ugandese vrouw vandaag gemiddeld 6,7 kinderen. Iedereen helpt al op jonge leeftijd, al dan niet tijdens de schooluren, in het huishouden of op het veld. Een noodzaak, want vele volwassen mannen en vrouwen zijn de dorpen ontvlucht, en meestal dood.

Dina en haar zus Mariah hebben het geluk te studeren, ze zijn overtuigd van de nadelen van het hoge geboortecijfer. Veel kinderen betekent veel monden om te voeden, betekent weinig of geen geld voor opleiding en educatie, betekent ter plaatse trappelen op vlak van ontwikkeling. Maar er beweegt wat onder de jongeren, ze nemen de rurale tradities niet zonder meer over, ze steunen Museveni in zijn beslissing om polygamie bij wet te verbieden. Het zal een werk van lange adem zijn, want polygamie is geworteld in de wil van de voorvaderen. Maar het moet, aldus Mariah. Polygamie is meer dan een man en zijn vier verongelijkte vrouwen. Het betekent ook vele kinderen, een groot gezondheidsrisico, seksueel overdraagbare aandoeningen, een stagnatie van ontwikkeling.

Benzine, net niet even duur

Een schooljaar is opgedeeld in drie *terms* van elk vier maanden. Een *term* in de *Secundairy School* kost 84.000 Uganda Shilling (USh), omgerekend 33 euro. Dat is een behoorlijk bedrag. De inkomsten van de meeste boerengezinnen in de regio worden voornamelijk gewonnen uit de theeproductie. Kayonza Growers Tea Factory betaalt zijn 4500 theeproducenten annex aandeelhouders (!) 270 USh, bijna 11 eurocent per kilo theeblaadjes. Een gemiddelde aanplanting brengt maandelijks 500 à 600 kilo thee op, wat een opbrengst van om en bij de 60 euro per maand genereert, net genoeg om rond te komen. Als een scholierenjaar 100 euro kost en het maandelijks inkomen 60 euro is, dan weet je dat het krap wordt en dat de twee studerende meisjes een heuse investering zijn.

De grondstoffencrisis heeft in het afgelopen jaar de prijs van de meeste basisproducten als rijst, zout, suiker, pasta, zeep en kookolie doen stijgen met 20 tot 100 procent. Als gevolg van de stijgende brandstofprijzen zijn meststoffen amper te betalen en vragen taxichauffeurs een deel van het geld bij aanvang van de rit. In Uganda is benzine net niet even duur als in België.

Poen scheppen uit armoede

De eerlijke handel kan niet meer dan 3 procent van Kayonza afnemen. Veel te weinig uiteraard, maar toch heeft de premie al gezorgd voor het bovengenoemde schoolgebouwtje, een gezondheidspost in de buurt en technische vorming voor de producenten. Andere investeringen in kwaliteitsbewaking ondersteunen we met hulp van onze federale overheid (DGOS). Onze duurzame relatie met de producenten is uniek in een wereld waar korte termijnen en delocalisering hand in hand gaan.



Eerlijke handel heeft hier een zichtbare meerwaarde. Maar met de actuele grondstoffencrisis is het moeilijk om dit kleine surplus in aankooprijks te honoreren. De multinationals en de distributieketens in het noorden romen de handel af als nooit voorheen. De westerse klant wordt door zijn bank opgeroepen om in grondstoffen te beleggen. Ze weten dat ze op die manier de welvaarts kloof uitgraven, maar het deert hen niet. Waar armoede heerst, valt poen te scheppen. Dat is de logica.

We moeten het belang van een eerlijke wereldhandel van de daken blijven schreeuwen. Duurzaam handel drijven is de hefboom naar een serene, globale toekomst. Omdat jongeren hier en ginder deze toekomst vorm zullen geven, is het aangeraden dat ze elkaar leren kennen.

Vers fruit

Op de laatste dag van ons bezoek zitten we met alle medewerkers en de familie onder het kleine tinnen afdak van *Dina's place*. We lachen, we eten, we zijn hondsmoe. Ik beperk mijn vleesverbruik, want vlees is hier kostbaarder dan waar ook. Ik gooi me zoals elke dag met overgave op het verse fruit. De ananas is de vitaminerijkste vrucht ter wereld, de avocado de vetste, er zijn bananen en het plakkerige zoetgele vrucht vlees van een jackfruit. Ik neem me voor om nooit nog exotisch fruit te eten in België. Waar-de-loos is dat! Ik geniet van de vruchten en portretteer iedereen die dicht genoeg bij de olielamp wil komen. Dina is als laatste aan de beurt. Ik vraag haar niet om een lach.

>> *Hans Canters in W2 (bewegingsblad van Oxfam-Wereldwinkels), september 2008*

3.2 Zwarte thee uit Oost-Afrika

Dat de grondstofprijzen de pan uit swingen is vandaag geen nieuws meer. Niet voor de consumenten in het noorden, niet voor de producenten in het zuiden. Cacao, koffie en vooral maïs haalden de laatste jaren wel vaker de niet-gespecialiseerde media.

Minder besproken zijn de grondstoffen die nauwelijks meedoen met de prijshausse. De gemiddelde prijs van thee (groene en zwarte samen) steeg de laatste drie jaren met *slechts* 6% in vergelijking met de drie voorgaande jaren. Vooral de Oost-Afrikaanse theeproducenten trekken aan de alarmbel.

In een recente *briefing to the East African Tea Trade Association*, schrijft David Ndi, econoom in dienst van Equity Bank, dat de Keniaanse thee-industrie een grote crisis doormaakt. De globale theeproductie nam het afgelopen decennium een hoge vlucht. Omdat de ontwaakte reuzen China en India zowel theeproducerend als -consumerend zijn, bleef het globale vraag- en aanbodspel relatief stabiel. Bijgevolg, en anders dan bij bovengenoemde grondstoffen, bleef de prijsstijging in de afgelopen jaren beperkt.

Eind jaren negentig manifesteerden China en het opportunistische Viëtnam zich als thee-exporterende landen, en werden te duchten concurrenten voor Sri Lanka en Kenia, de twee marktleiders ter zake, beiden met een aanzienlijk grotere impact op hun respectievelijke economieën. Theeteelt was, en is, een aantrekkelijke broodwinning in Kenia en Uganda. Omwille van de relatief kleine investering bij opstart, de meerdere oogsten per jaar en de kleine kans op een mislukte oogst maken de kleinschalige producenten in de Keniaanse theeproductie de dienst uit. Naar schatting 10 % van de Keniaanse bevolking verdient zijn brood – direct of indirect - in de theesector.

Ondanks de verscherpte concurrentie en de dalende vraag van enkele grote afnemers als Indonesië, Iran en het Verenigd Koninkrijk, voldeed het Oost-Afrikaanse theevolume in de eerste helft van dit jaar niet aan de vraag. In vergelijking met dezelfde periode vorig jaar slonk het volume *premium* thee, thee van de beste kwaliteit is dat, met bijna 9 %. Dit was voornamelijk te wijten aan een slechte oogst.

Ongezond klimaat

Purity Mbae, de flamboyante Marketing Manager van Uganda Tea Development Agency (UTDA), die onder meer thee van de regio Kayonza vermarkt, licht toe. 'De landbouw in equatoriaal Afrika wordt hard getroffen door het grillige klimaat. Omdat de oogsten op het einde van de twee regenseizoenen (juni en december) traditioneel het meeste opbrengen, is een mindere regenval in die periodes meteen af te lezen in de tussentijdse balansen.'

In juni dit jaar viel er in de streek van Kayonza - een theeproducerende regio in het zuidwesten van het land - 24,5 mm neerslag. In juni 2007 was dat 167 mm. De neerslagverschillen van de andere maanden zijn soms groter, en zeer wispelturig. Onlangs voorspelde Oxfam UK dat binnen 30 à 40 jaar, en door toedoen van het grillige klimaat, de Ugandese koffieteelt zal verdwijnen. Immense neerslag op droge grond versnelt de bodemerrosie, en dan is er dit: Al jaren wordt in het land eucalyptus aangeplant. Naast hout voor kookvuren of verwerkingsovens, huttenbouw, en drainage van



moerassen die vervolgens als landbouwgronden worden ontgonnen, voorkomt de boom ook grondverzakkingen. De voordelen van deze snelgroeier zijn legio, de nadelen navenant: Een eucalyptus is kampioen in het verarmen van de bodem, en trekt water onder de theevelden weg ...

Ontspoorde prijsopbouw

Dat de recente vraag naar Oost-Afrikaanse thee het aanbod overtrof en dus de prijs optrok is toe te juichen. Dat de betaalde meerprijs geenszins de gestegen productiekosten dekt geeft nogmaals aan hoe penibel de situatie is, ook al is dit geen nieuw gegeven. Purity Mbae: De laatste drie jaar steeg de prijs van een zak meststoffen in regio Kayonza van 20 US dollar naar 55, terwijl de winst per kilo afgewerkte thee stagneerde. Inzetten op meer kwaliteit per kilo vers geplukte thee is in deze omstandigheden geen sinecure, ook al omdat de verhoogde energiefactuur (verwerking en transport) weinig investeringen toelaat. Lokale verwerkers hebben bovendien af te rekenen met multinationals die, anders dan in de koffiesector, een 'verticale productieketen' handhaven. Van plantages, over veilingen tot de distributieketen kunnen de grote spelers zo druk zetten op de prijzen, en hebben ze een grote hand in de ontspoorde prijsopbouw.

Extended needs

Een gemiddeld theeveld van een kleine producentenfamilie brengt omgerekend zo'n 60 € per maand op. Ook zij kunnen het gewenste kwaliteitssurplus niet waarmaken. Meer nog, ze zijn gedwongen te beknijselen op hun basisvoorzieningen. Ondergetekende stapte enkele dorpswinkeltjes binnen en vergeleek de prijzen van basisproducten met de prijzen van 2007. Een voorbeeld:



De prijs van een zak suiker van 1kg steeg in dit winkeltje met 10%, macaroni / 400gr met 25%, een pakje boter met 52%, bloem / 5kg met 40%, en rijst / 2kg verdubbelde in prijs. De totaal kost van bovenstaande basisproducten bedraagt iets minder dan 10 €. Zoals zoveel Afrikaanse gezinnen zijn de Ugandese producentenfamilies 'extended family's'. Ze tellen makkelijk vijftien tot twintig leden.

Fairtrade probeert een oplossing te bieden voor de acute problemen van de lokale producenten, want betaalt per kilo afgewerkte thee tot een kwart meer dan de marktprijs. Dit geld wordt geïnvesteerd in sociale voorzieningen en vorming van de producenten, maar is ontoereikend. Eerlijke Handel is een niche-markt. Oxfam Wereldwinkels kan, samen met Tea Direct (UK) niet meer dan 3% afnemen van UTDA. Ook fairtrade zich moet plooiën naar de wetten van vraag en aanbod.

Mbae lacht veelbetekenend: 'Laten we hopen dat ze in de nabije toekomst 20% of meer kunnen vermarkten.'

In zijn nawoord wijst David Ndi op het belang van *branding* en refereert naar de populariteit van "100% Colombian-coffee". Om de Keniaanse thee te *branden* moet de kwaliteit verbeteren, en dat is een werk van lange adem. 'Indien we aandelen van de bestaande *premiums* kunnen verkopen, bijvoorbeeld aan distributieketens die het merk promoten, wint iedereen. De keten heeft exclusieve toegang tot hoogwaardige thee, en de aandelen kunnen geïnvesteerd worden in algemene kwaliteitsverbetering. Ondertussen zijn dringende maatregelen nodig met betrekking tot de primaire behoeften van de kleine producenten en het handhaven van de kwaliteit van de thee.'

Hij eindigt met een oproep om productdiversificatie te ondersteunen, en haalt de tuinbouw –en zuivelindustrie aan als voorbeelden. We mogen hopen dat binnen drie jaar de yoghurtprijs niet ontploft.

>> *Hans Canters – september 2008*

