



Olivenöl aus Palästina

KOMMENTAR:

Vom 24. Mai bis 9. Juni 2009 war ich in Jerusalem und in der Westbank unterwegs. In dieser Zeit habe ich PARC in Ramallah und die Universität Bir-Zeit besucht. In Jericho besichtigte ich das Dattelpalmen-Projekt «Together to one», dem die Kampagne Olivenöl für die nächsten zwei Jahre ein zinsloses Darlehen von CHF 15'000 gewährt.

An allen Orten, wo ich war, habe ich Gespräche geführt und so manches über die Stimmung der Menschen in Palästina erfahren.

Im arabischen Teil von Jerusalem herrscht Wut. Während ich dort war, mussten im rein arabischen Quartier Silwan etwa 20 Palästinenser ihr Heim verlassen, da eine jüdische Siedlung gebaut wird. Und alle schauen zu! Obschon der Siedlungsbau international verurteilt wird, geht dieser vor Ort ungebremst weiter. Ein Quartier nach dem andern verändert sein Gesicht, die ansässige Bevölkerung wird weggedrängt, Siedler machen sich breit.

Ich bin traurig und verstehe die israelische Regierung nicht! Der Frieden ist leider sooo weit weg und das Leben für Nicht-Juden ist in Jerusalem unglaublich schwierig geworden.

Khairi Abu Omar

Seite 2: Wie sich die palästinenschen Frauen organisieren – ein Projektbericht Seite 3: Die Kampagne Olivenöl im Wandel: ein kurzer Rückblick Seite 4: Von der Fair Trade Konferenz in Al Zababdeh

Kampagnen-Werkstatt in Bern

Am Samstag, den 13. Juni führte die Kampagne Olivenöl die Kampagnen-Werkstatt durch, mitten in der Stadt Bern in der «Eglise Française Protestante». Gut 20 TeilnehmerInnen aus den Regionen Basel, Bern, Biel, Graubünden, St. Gallen und Zürich diskutierten gemeinsam die Zukunft der Kampagne Olivenöl. Das Novum dieser Tagung war, dass die Zukunft der Kampagne nicht nur in der Arbeitsgruppe Olivenöl in Zürich beraten wurde, sondern mit Vertretungen aus den meisten Regionen, in denen das Öl der Kampagne verkauft wird.

Mathias Hui von der Fachstelle Ökumene, Mission und Entwicklungszusammenarbeit OeME in Bern, eröffnete mit grundsätzlichen Gedanken zur Palästina-Solidarität die Tagung. Er rief zu Verbreiterung und Vertiefung des Widerstandes gegen die israelische Abschnürungs- und Vertreibungspolitik auf, und forderte auch neue Formen des politischen Kampfes. Als Beispiel nannte er die Kündigung von Verträgen mit französischen Eisenbahnbauern durch schwedische Städte, da diese Bahnpro-

jekte zur Erschliessung von jüdischen Siedlungen in Palästina bauten.

Anschliessend wurden in parallelen Arbeitsgruppen die folgenden Themen diskutiert:

- Strukturen der Kampagne
- Absatz- und Verkaufsförderung
- Projektpolitik



Zu allen drei Themen wurde lebhaft diskutiert.

Im Bereich Strukturen der Kampagne wurde die Frage erörtert, wie die Verbindung zwischen der jetzigen AG in Zürich und den zahlreichen Gruppierungen und Individuen aus anderen Regionen, die das Öl verkaufen, intensiviert werden kann. Praktisches Ergebnis: Mitarbeitende der Kampagne aus der ganzen Schweiz, werden eingeladen Mitglied des Vereins Kampagne Olivenöl zu

werden, und werden in dieser Eigenschaft in Zukunft an Versammlungen des Vereins teilnehmen und seine Geschicke mitbestimmen, auch die Verteilung der erarbeiteten Mittel.

Absatzförderung und Verkaufsunterstützung: teilweise stehen grosse Plakate der Olivenölkampagne (Siebdruck auf starkem Blachen-Stoff) zur Verfügung. Es würde begrüsst, diese allen Gruppen, die Olivenöl verkaufen, zur Verfügung zu stellen. Schön wäre es auch, bei den Verkäufen Blätter mit palästinensischen Gedichten aufzulegen. Es wurde überlegt, wo am besten Verkaufsstände aufzustellen sind. Immer wieder zeigt sich, dass der Verkauf an den Orten sehr gut läuft, wo die Ziele der Kampagne erklärt werden können, und allenfalls auch die VerkäuferInnen bekannt sind. Ein kleines, aber wichtiges konkretes Anliegen war die Schaffung einer Geschenkstasche (das Anliegen ist der Umsetzung nahe).

Projektpolitik: Die von der Arbeitsgruppe entwickelte Formel: «Das Geld soll dorthin zurückfliessen, wo unser Öl herkommt, also an die ländliche palästinensische Bevölkerung», wird in der Diskussion gutgeheissen. Im Weiteren sollen auch Frauenprojekte und Projekte der Zusammenarbeit (Brückenprojekte) unterstützt werden.

Auf der Ebene der Kampagnen-Zusammensetzung wurde gewünscht, die Verbindung mit palästinensischen Individuen und Gruppen zu stärken, und auch die Beziehung mit der entstehenden Vertriebsgruppe für palästinensische Produkte zu normalisieren.

Die Werkstatt war ein Austausch unter Engagierten – dabei war es wichtig, auch einander physisch zu erleben, einander kennen zu lernen (oder wieder zu sehen). Sie war die Vorwegnahme, der angepeilten Strukturänderung der Kampagne, welche eine nationale Verankerung der Mitgliedschaft anstrebt.

Thomas Niedermann

Frauen Wissen und Würde geben

Die politischen und wirtschaftlichen Veränderungen in der palästinensischen Gesellschaft betreffen alle, die Frauen aber in ganz spezifischer Weise. Ihre Bewegungsfreiheit ist besonders eingeschränkt, Armut und Arbeitslosigkeit nehmen zu und mit ihnen die Belastungen, die sie im Alltag zu tragen haben. In dieser Situation brauchen Frauen einen eigenen Raum, wo sie sich austauschen, wo sie lernen und so ihre Fähigkeiten und Kompetenzen entwickeln können. Dazu dienen die Clubs mit ihren Angeboten.



Bild: Silke Rothenberger

Aus dem Ertrag 2007 wurde uns von der Kampagne Olivenöl im Sommer 08 die 1. Hälfte des Betrages für das Projekt zur Schaffung von je einem Frauenclub in den Dörfern Yabruud (Distrikt Ramallah) und Kifel Haris (Distrikt Salfit) überwiesen. Dieser Zwischenbericht soll über den Stand der Arbeiten informieren.

Beide Clubs sind konstituiert, die Räume sind gemietet und eingerichtet. In beiden Dörfern haben die Generalversammlungen der Mitgliedsfrauen einen Vorstand gewählt, der nun auf freiwilliger Basis an der Arbeit ist. Diese Vorstandsfrauen werden von der Projektkoordinatorin, die sie regelmässig besucht, aktiv unterstützt. Die Bedürfnisse der Clubs wurden diskutiert und formuliert. Da diese beiden Clubs ganz neu sind, gilt es als erstes, den Verantwortlichen die Grundlagen und das



Bild: Jakob Heibing

Selbstvertrauen zu vermitteln, um ihre Funktion nach innen und aussen wahrzunehmen, sich Gehör zu verschaffen, Bedürfnisse anzumelden und so zu anerkannten, vollwertigen Mitgliedern der Gemeinden zu werden. Aus Clubs die schon länger etabliert sind, wurden bereits mehrere Frauen in kommunale Ämter gewählt.

Die ersten sieben Kurse von je 20 Stunden an fünf Tagen betrafen die Themen: Selbstbehauptung, planen und entscheiden, Kenntnisse in Kommunikation, Teamgeist, Kenntnisse über Entwicklung, Einführung in Problemlösungsmechanismen, Rechte der Frauen auf ihre Würde, auch bezüglich des eigenen Körpers, Widerstand gegen Gewalt, Beiträge zur Unterstützung der Familie. Nach jedem Kurs haben die Frauen die fünf Tage ausgewertet. Sie haben zum Ausdruck gebracht, dass die Kurse ihnen etwas gebracht haben und sie weitere Kurse wünschen, die ihre Fähigkeiten entwickeln. Sie möchten dazu kommen, aufgrund der Bedürfnisse der Frauen Jahrspläne entwickeln zu können und die Clubs professionell anzuleiten. Geplant sind Computerkurse, Kurse in Administration und Berufsbildung.

Wafa Abu-Zaid, Leiterin der Frauenprojekte von PARC (Zusammenfassung und Übersetzung aw)

P.S. Die 2. Zahlung von knapp 18 000 Euro erfolgte anfangs Juli 2009.

Zur Geschichte der Kampagne Olivenöl

Die Anfänge unserer Organisation gehen auf die Zeit nach dem Ausbruch der 2. Intifada im Herbst 2000 zurück als das Nahostforum, eine politische Plattform von Juden, Palästinensern und weiteren Engagierten gegründet wurde. Bald wurde vorgeschlagen, nebst Diskussionen konkret etwas zur Unterstützung der ländlichen Bevölkerung Palästinas beizutragen. Aufgrund früher gemachter Erfahrungen lag der Verkauf von Olivenöl nahe, zumal in Palästina Absatzschwierigkeiten bestanden. Im Frühsommer 2001 wurde die Kampagne als Verein konstituiert. Als erste Präsidentin konnte Ursula Brunner, die frühere Exponentin der «Bananenfrauen», gewonnen werden. Die Idee des Verkaufs von Olivenöl stiess auf positives Echo. Mühelos konnten im Bekanntenkreis der GründerInnen CHF 141'000.- als zinslose Darlehen für die erste Bestellung bei der Palestinian Agricultural Relief Committee's PARC beschafft werden.



Die Reisen nach Palästina waren für alle Beteiligten ein wichtiges Ereignis.

Mit Freiwilligen aus kirchlichen Kreisen und der Solidaritätsbewegung wurde bereits im Herbst mit dem Verkauf an Ständen in verschiedenen Orten der Schweiz begonnen. Bald waren die sieben Tonnen extra vergine Olivenöl verkauft. Zwei Drittel der Darlehen konnten zurückbezahlt und neues Öl bestellt werden. Unerwartet war durch

den Verkauf recht viel Geld zusammengekommen und wir standen nach der 2. Kampagne vor der Frage, was damit zu tun sei. Es lag nahe, Solidaritätsprojekte in Palästina und die Zusammenarbeit zwischen PalästinenserInnen und Israeli zu unterstützen. In den Bereichen Basismedizin, Dialog, Bildung, Frauenprojekte begann die Kampagne einen Beitrag in Richtung von Frieden und Verständigung zwischen den ungleichen Konfliktparteien zu leisten.

Erweitert wurde das Verkaufangebot nebst dem Gewürz Za'tar mit Sympathiekarten. So konnte die Abgabe von Olivenöl an Familien in Flüchtlingslagern in Gaza finanziert werden. Um das grosse Pensum an Arbeit zu bewältigen wurde Anjuska Weil im Stundenlohn angestellt. Mit dem Ansteigen der Menge Olivenöl auf 10 bis auf 15 Tonnen kam Barbara Trommsdorff dazu, 2006 wurde sie von Manuela Abdelhadi abgelöst, welche die Kampagne in diesem Sommer verliess. Seit Herbst 2002 haben wir eine Website, seit Herbst 2005 erscheint zwei Mal jährlich das extrakt; beides gestaltet von Joseph Haas.

Intern reflektieren die Mitglieder der Arbeitsgruppe jeweils einmal pro Jahr an einer Retraite ihre Arbeit und diskutieren über aktuelle Schwerpunkte sowie immer wieder über die sich durch die israelische Besatzung, durch den Bau der Mauer/des Zauns und der Siedlungen verschärfende Situation.

Wesentlicher Markstein in der Geschichte der Kampagne wurde das Projekt «Qualität Plus», angeregt durch Kozeed Abu Safiah, Palästinenser aus einer bäuerlichen Familie in der Westbank. Bei diesem 2005 gestarteten Projekt, ging es darum, die Qualität des Olivenöls zu verbessern, um so die Absatzmöglichkeiten zu steigern. In enger Zusammenarbeit mit PARC

wurde es zunächst in den drei Dörfern Kufr Thulth, Azzoun und Jayyous realisiert. Zentral dabei waren die Pflege der Olivenbäume, des Bodens, das baldige Pressen nach dem Pflücken und die Lagerung des Öls in Stahltanks. In diesen Bereichen wurden die beteiligten Bauern durch Fachleute aus- und weitergebildet. Es entstanden Kooperativen, eine Organisationsform, die in Palästina wenig verbreitet ist. Nach anfänglicher Skepsis erkannten die Beteiligten die Vorteile, wie z.B. die Nutzung eines gemeinsamen Traktors und den Erfahrungsaustausch.



An der Olivenernte nimmt die ganze palästinensische Familie teil.

Ein Höhepunkt wurde die Zertifizierung des Olivenöls, für alle Beteiligten eine Anerkennung harter Arbeit. Seit 2007 zielt die Bio Knospe unsere Ölfaschen. Die Unterstützung zum Erreichen dieser Qualitätsstufe wurde zu Beginn dieses Jahres auf Dörfer in der Gegend von Jenin und Tulkarem erweitert. Die Kosten von CHF 100'000.- werden je zur Hälfte vom SAH und der Kampagne Olivenöl getragen.

Leider blieb die Kampagne vor inneren Auseinandersetzungen in verschiedenen Bereichen nicht verschont, was schmerzliche personelle Verluste zur Folge hatte. Doch nun sind die Beteiligten wieder optimistischer und hoffen durch den vermehrten Einbezug von Freiwilligen zu neuen Ufern aufzubrechen.

Jochi Weil

Palästina braucht Fair Trade

Vom 16. bis 18. März 2009 fand in Al Zababdeh, in der Westbank die 2. Fair Trade Konferenz in Palästina statt. Dabei kam deutlich zum Ausdruck, wie wichtig fairer Handel für die dortigen ProduzentInnen ist.

Das Dorf Al Zababdeh liegt im Norden der Westbank, im Distrikt Jenin, in einer fruchtbaren Landschaft, in der es (noch?) keine israelischen Siedlungen gibt. Wenn der Blick über die sanften Hügel schweift, hat man Lust tief durchzuatmen und sich einen Moment lang vorzustellen, wie schön Frieden sein könnte...



Grosses Interesse auch am Informationsmaterial der Fair Trade Organisationen

Vor hunderten von BäuerInnen begrüßte Salim Abu Ghazaleh, Leiter des Fair Trade-Departments von PARC, die internationalen Delegierten (für die Kampagne Olivenöl Anjuska und Jochi Weil) als «messengers of peace».

Besonders interessant war zu erfahren, wie sich der Fair Trade Gedanke seit der 1. Konferenz im November 2006 weiterentwickelt hat. Wichtigste Errungenschaft ist das neu gebildete Palestinian Fair Trade Network PFTN, das gemeinsam zur 2. Konferenz eingeladen hatte. Die sechs Organisationen betonten gemeinsam, dass Fairer Handel auch sozialen Widerstand von unten beinhaltet

und fördere, gegen die israelische Besatzung, für Rechte und Demokratie stehe. In diesem Sinne wurde der Palestinian Legislative Council PLC aufgefordert, das Gesetz über Fairen Handel rasch zu verabschieden.

Ismail D'eeq, damals noch Direktor von PARC, der Ende Mai zum Landwirtschaftsminister Palästinas gewählt wurde, – wir gratulieren! – setzte den Schwerpunkt bei der Umwandlung von Protest in konstruktive Aktion: Fairer Handel als gemeinsames Selbstverständnis und Agieren von Menschen, welche

der Wille zu einer neuen Balance des Marktes verbindet. Dr. Taha Al Rifae von der Union of Agricultural Work Committees UAWC fokussierte auf das Thema «Fair Trade, not aid».

In der Gegenüberstellung von freiem und fairem Handel wurde deutlich, dass palästinensische Produkte in der internationalen Konkurrenz schlechte Karten haben. Preise, die ein anständiges Einkommen ermöglichen, können praktisch nur im Fairen Handel erzielt werden.

Die Organisationen aus Europa, Kanada und Japan stellten ihre Aktivitäten vor. Der Kollege aus Japan z.B. informierte

darüber, dass der Verkauf des dort «exotischen» Olivenöls innert weniger Jahre einen Durchbruch erreicht hat. Es hat sich also gelohnt, dass die Kampagne Olivenöl 2005 zu Gunsten des neuen Marktes Japan auf das extra vergine Olivenöl verzichtet und sich mit vergine Öl begnügt hat.

Anjuska Weil

Wechsel in der Geschäftsführung

Auf Ende Juni hat meine Kollegin Manuela Abdelhadi die Geschäftsführung der Kampagne Olivenöl verlassen. Eine dreijährige Zusammenarbeit, in welcher sie insbesondere die Buchhaltung und Rechnung führte, ist mit dem Rechnungsabschluss des Vereinsjahres 08/09 zu Ende gegangen. Für die konstruktive und unkomplizierte Herangehensweise, die Präzision und das Mitdenken in der Sache möchte ich Manuela sehr herzlich danken. Die Arbeit mit ihr war eine gute Zeit. Deshalb das weinende Auge.

Nachfolgerin von Manuela Abdelhadi ist Nicole Burri. Als Freiwillige hat sie sich bereits seit Jahren in der Kampagne Olivenöl engagiert. Nun, nachdem sie sich in der ersten Zeit praktisch ganz ihren beiden Kindern gewidmet hatte, übernimmt sie die 2. Stelle in der Geschäftsführung. Ich freue mich darüber, dass Nicole gewählt wurde. Deshalb das lachende Auge.

Anjuska Weil

IMPRESSUM

Verantwortlich: Anjuska Weil und Joseph Haas;
Korrektur: Barbara Trommsdorff;
Druck: Caritas Schweiz.

Verein Kampagne Olivenöl

Postfach 8164

8036 Zürich

Telefon 044 462 20 03

www.olivenoel-palaestina.ch