

Fair Culture – Ein Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung



Fair Culture – Ein Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungen	6
Vorwort	8
Handlungsempfehlungen	11

Fair Culture als Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung 16

Zusammenfassung 16

I. Einleitung 18

II. Mehr Gerechtigkeit im Kultursektor erreichen 23

A. Kulturelle Zusammenarbeit neu denken, um auf lokale Bedürfnisse und Gegebenheiten zu antworten 23

Der informelle Charakter des Kultur- und Kreativsektors 24

Defizitäre Systeme zum Schutz geistigen Eigentums 24

Veraltete Steuersysteme 24

Steter Bedarf an Weiterbildung und Professionalisierung 24

Die begrenzte Größe der lokalen und nationalen Märkte 25

Die fehlende Anerkennung des Status von Kunstschaffenden 25

Mobilitätshürden für Kunst- und Kulturschaffende 25

Mangelnde Repräsentation und Anerkennung von weiblichen Kunstschaffenden 26

B. Optimierte Umsetzung der wichtigsten Rechtsinstrumente und Erkundung neuer Wege 26

Relevante politische Instrumente 26

1980er UNESCO-Empfehlung zum Status des Künstlers 27

2005er UNESCO-Konvention zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen 27

Regulierung von multinationalen Unternehmen: ein neuer Weg für den Kultursektor 28

III. Auf dem Weg zu einem Konzept von Fair Culture 34

A. Überblick über die Fair Trade-Bewegung 34

1. Wie sich die Fair Trade-Bewegung entwickelt hat 34

Entstehung der Bewegung 34

Von einer alternativen zu einer reformorientierten Bewegung 35

FINE und eine offizielle Definition von fairem Handel 35

Die Debatte über Mainstreaming 35

Sektoren, die vom fairen Handel und verwandten Initiativen abgedeckt werden 36

2. Die Vorteile des fairen Handels 37

Wirtschaftliche Vorteile 37

Soziale Vorteile 37

Organisatorische Vorteile 38

Ökologische Vorteile 38

Der Beitrag von Fair Trade zu den Nachhaltigen Entwicklungszielen 38

B. Von Fair Trade zu Fair Culture 39

1. Wie die Prinzipien für fairen Handel auf Fair Culture übertragen werden können 39

Marktzugang 39

Zahlung eines gerechten Preises 42

Direkter Handel 44

Langfristige Geschäftsbeziehungen 44

Zugang zu Kredit 44

Technische Unterstützung und Schulung 45

Öffentliches Bewusstsein 46

Einhaltung von Arbeitsnormen 47

Lokale Entwicklung 48

Demokratische und transparente Organisation 49

Nicht-Diskriminierung und Geschlechtergleichheit 50

Respekt für die Umwelt 52

2. Governance, die sich von der Fair Trade-Bewegung inspirieren lässt 52

Zertifizierung: Was ist das beste Modell für die Fair Culture-Bewegung? 53

Öffentliche Beschaffungspolitik und die Fair Trade Towns-Kampagne 54

IV. Nächste Schritte auf dem Weg zu Fair Culture 57

A. Drei Schwerpunktbereiche für die Umsetzung von Fair Culture 57

Erster Bereich – Die Umsetzung der Vorzugsbehandlung zur Erleichterung des Zugangs zu den Märkten im Globalen Norden 58

Zweiter Bereich – Vereinbarung von Grundsatzprinzipien für Fair Culture zur Stärkung der Kapazitäten und zur Entwicklung lokaler und regionaler Märkte im Globalen Süden 59

Dritter Bereich – Die Einbeziehung multinationaler Unternehmen in eine neue Form der Partnerschaft mit dem Ziel der Förderung des Status von Kunstschaffenden und der Achtung der kulturellen Rechte aller 62

B. Aktionsplan für eine Fair Culture-Bewegung 64

Aktion 1 – Eine Charta für Fair Culture vereinbaren 64

Aktion 2 – Die großen Kulturbündnisse zur Klärung konkreter Aktionspläne für Fair Culture in den verschiedenen Sparten der Kultur- und Kreativwirtschaft einbinden 64

Aktion 3 – Einen internationalen Aktionsplan zur Festlegung eines Siegels, eines Zertifizierungsprozesses und einer Strategie zur Förderung von Fair Culture als Bewegung in verschiedenen Regionen des Globalen Südens festlegen 64

Aktion 4 – Eine Multi-Stakeholder-Arbeitsgruppe zur Untersuchung von Optionen der Erhebung einer Gebühr bei den großen Online-Plattformen für kulturelle Inhalte einrichten, um KKW, Kunst- und Kulturschaffende im Globalen Süden zu unterstützen 65

Aktion 5 – Den Weg hin zu Sorgfaltpflichtregeln für multinationale Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft einschlagen 65

Aktion 6 – Einen Aktionsplan für Artikel 16 entwickeln und alle Vertragsparteien der 2005er Konvention auffordern, diesem Folge zu leisten 66

V. Fazit 67

Anhang I – Literaturverzeichnis 70

Anhang II – Liste der Interviews 74

Anhang III – Peer Reading Panel 73

Impressum 75

Abkürzungen

Adecine	Agencia del Desarrollo del Cine y Audiovisual Bolivianos, <i>Bolivianische Agentur für Film und Audiovisuelle Entwicklung</i>
ACTED	Agency for Technical Cooperation and Development, <i>Agentur für technische Zusammenarbeit und Entwicklung</i> (französische humanitäre Organisation)
ATOs	Alternative Trade Organizations, <i>Alternative Handelsorganisationen</i>
BBDA	Bureau Burkinabé des Droits d'Auteurs, <i>Autorenrechtsorganisation von Burkina Faso</i>
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
CARIFORUM	Caribbean Forum, <i>Karibisches Forum</i>
KKW / CCI	Cultural and creative industries, <i>Kultur- und Kreativwirtschaft</i>
CESCR	Committee on Economic, Social and Cultural Rights, <i>UN-Ausschuss für wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte</i>
CIRAD	Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement, <i>(französisches) Agrarforschungszentrum für internationale Entwicklung</i>
CMO	Collective Management Organizations, <i>Kollektive Verwaltungsorganisationen</i>
CNIL	Commission nationale de l'informatique et des libertés, <i>Nationale Kommission für Informatik und Freiheiten</i> (französische Datenschutzbehörde)
COVID-19	Coronavirus SARS-CoV-2
DAC	Development Assistance Committee (<i>Entwicklungspolitischer Ausschuss der OECD</i>)
DMA	EU Digital Markets Act, <i>Gesetz über digitale Märkte (in Verhandlung)</i>
DSA	EU Digital Services Act, <i>Gesetz über digitale Dienste (in Verhandlung)</i>
EFTA	European Fair Trade Association, <i>Europäischer Verband Fairer Handel</i>
EU	Europäische Union
FINE	Informelle Allianz der Fair Trade-Organisationen FLO, IFAT (jetzt WFTO), NEWS! und EFTA
FLA	Fair Labor Association
FLO	Fairtrade Labelling Organization International
FTAO	Fair Trade Advocacy Office
GAFAN	Sammelbegriff für die Konzerne und Medienplattformen Google, Apple, Facebook, Amazon und Netflix
GIZ	Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
GPEDC	Global Partnership for Effective Development Co-operation, <i>Globale Partnerschaft für wirksame Entwicklungszusammenarbeit</i>
EFTA	European Fair Trade Association, <i>Europäischer Verband Fairer Handel</i>
F&E-Mittel	Forschungs- und Entwicklungsmittel
FTAO	Fair Trade Advocacy Office
HRC	Human Rights Council, <i>UN-Menschenrechtsrat</i>
ICESCR	International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights, <i>Internationaler Pakt über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte der Vereinten Nationen</i>

IFAT	International Federation for Alternative Trade, <i>Internationale Föderation für alternativen Handel</i>
IFCCD	International Federation of Coalitions for Cultural Diversity, <i>Internationale Föderation der Koalitionen für kulturelle Vielfalt</i>
IFCD	International Fund for Cultural Diversity, <i>Internationaler Fonds für kulturelle Vielfalt</i>
ILO	International Labour Organization, <i>Internationale Arbeitsorganisation (UN-Sonderorganisation)</i>
IMCINE	Instituto Mexicano de Cinematografía, <i>Mexikanisches Institut für Filmtechnik</i>
INTPA	Directorate-General for International Partnerships for the European Commission, <i>Generaldirektion für Internationale Zusammenarbeit der EU-Kommission</i>
MERCOSUR	Mercado Común del Sur, <i>Gemeinsamer Südamerikanischer Markt</i>
NDICI	Neighbourhood, Development and International Cooperation Instrument, <i>Instrument für Nachbarschaft, Entwicklungszusammenarbeit und internationale Zusammenarbeit (neuartiges EU-Instrument)</i>
NEWS!	Network of European World Shops, <i>Europäisches Netzwerk der Weltläden</i>
NFRD	Non-Financial Reporting Directive, <i>Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung</i>
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development, <i>Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung</i>
OIF	Organisation internationale de la Francophonie, <i>Internationale Organisation der Frankophonie</i>
RECAM	Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur, <i>Südamerikanische Fachtagung der Film- und audiovisuellen Behörden</i>
SERRV	Sales Exchange for Refugee Rehabilitation and Vocation
SDG	Sustainable Development Goals, <i>Ziele für nachhaltige Entwicklung</i>
SWAG	Screen Women's Action Group, <i>Aktionsgruppe von Schauspielerinnen</i>
UCCN	UNESCO Creative Cities Network
UCLG	United Cities and Local Governments
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development, <i>Konferenz der Vereinten Nationen für Handel und Entwicklung (UN-Sonderorganisation)</i>
UNDP	United Nations Development Programme, <i>Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen</i>
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, <i>Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur (UN-Sonderorganisation)</i>
UNGPs	UN Guiding Principles on Business and Human Rights, <i>UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte</i>
UQAM	Université du Québec à Montréal
WFTO	World Fair Trade Organization
WOMEX	Worldwide Music Expo

Vorwort

“Auf der ganzen Welt entwickelten die Menschen über die Jahrhunderte Wirtschafts- und Handelsbeziehungen auf der Basis des gegenseitigen Nutzens und der Solidarität. Der Faire Handel überträgt diese Ideen auf die heutigen Herausforderungen des internationalen Handels in einer globalisierten Welt.”

Aus der Fair Trade Charter
https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/fairtrade_charta_fairer_handel.pdf

Das Ziel der vorliegenden Studie ist, diesen Geist von Fair Trade zu übertragen und konkret nutzbar zu machen für die Kreativ- und Kulturwirtschaft. Die Studie wurde erstellt im Zeitraum Sommer 2020 bis Sommer 2021, vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) finanziert, von der Deutschen UNESCO-Kommission (DUK) beauftragt und von einem Team um die Wissenschaftlerin Prof. Dr. Véronique Guèvremont, Inhaberin des UNESCO-Lehrstuhls „Vielfalt kultureller Ausdrucksformen“ an der Universität Laval in Kanada, umgesetzt.

Die Studie untersucht Optionen von „Fair Culture“, also der Übertragung des Konzepts des fairen Handels, seiner Werte und Prinzipien, auf den Kultursektor und die Kreativwirtschaft. Sie gibt der „Fair Culture“-Idee erstmals ein wissenschaftliches Fundament und mündet in Handlungsempfehlungen für die Internationale Zusammenarbeit.

Basis der Studie ist das nahezu universell ratifizierte **UNESCO-Völkerrecht**, demzufolge kulturelle, kreativwirtschaftliche und audiovisuelle Güter und Dienstleistungen eine Doppelnatur haben: Sie sind zugleich Kultur- wie auch Wirtschaftsgüter, wie in der UNESCO-Konvention über den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen von 2005 (im Folgenden 2005er Konvention) festgeschrieben. Weiterer wichtiger Bezugsrahmen ist die **Agenda 2030** für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen: Kultur und Kreativwirtschaft stärken Identität und gesellschaftlichen Zusammenhalt, bieten aber auch enormes Einkommens- und Beschäftigungspotential und damit Zukunftsperspektiven für nachhaltige Entwicklung.

Die **Kultur- und Kreativbranche** weltweit ist durch große Vielfalt und Dynamik geprägt, zählt zu den am schnellsten wachsenden Zweigen der Weltwirtschaft. Der Sektor besteht aus mehreren verschiedenen Sparten mit jeweils ganz eigenem Charakter; von Musik und Film über Architektur, Mode und Design bis zu Literatur, Darstellenden und Bildenden Künsten. Die Filmwirtschaft hat völlig andere Rahmenbedingungen als der Buchmarkt, der Videospiegelmarkt, der Kunstbetrieb, die Modebranche, das Theater oder der Musikmarkt. Die verschiedenen Sparten sind zugleich unterschiedlich stark an einen nationalen und oder sprachlich geprägten Raum gebunden, leben unterschiedlich stark von Arbeitsteilung oder von Mobilität. Die Digitalisierung verändert alle Sparten, aber in unterschiedlicher Weise und Geschwindigkeit. Zudem hat die COVID-19-Pandemie die Kultur- und Kreativwirtschaft besonders hart getroffen und für die gesamte Branche eine Neuorientierung notwendig gemacht.

Die vorliegende Studie nimmt verschiedene relevante **Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft** in den Blick und stellt ihre Rollen dar: Regierungen; Kreativschaffende im Globalen Norden und im Globalen Süden, also konkret Künstlerinnen und Künstler, Produzentinnen und Produzenten, Musikerinnen und Musiker, Autorinnen und Autoren, etc.; weiterhin privatwirtschaftliche Akteure und global tätige multinationale Konzerne; sowie ebenso Konsumentinnen und Konsumenten im Globalen Norden und im Globalen Süden.

Die Studie liefert Beiträge zur Entwicklung umfassender, fairer und dauerhaft tragfähiger Handels- und Austauschbeziehungen im Kultur- und Kreativsektor – **Fair Trade for Culture**. Grundsätzliche Annahme ist, dass das in den letzten 30 Jahren entwickelte Fair Trade-Konzept Wegweiser auch für die Herausbildung fairer Beziehungen für den Austausch und Handel im Kultursektor sein kann.

Das **Ziel der Entwicklung von faireren Kulturbeziehungen**, einschließlich faireren Handelsbeziehungen, ist **rechtlich verbindlich** für alle Vertragsstaaten der 2005er Konvention der UNESCO, darunter alle EU-Mitgliedstaaten und die Europäische Union selbst. Die Konvention nennt dafür ein wichtiges Instrument: In Artikel 16 der 2005er Konvention ist das Prinzip der Vorzugsbehandlung von kulturellen Gütern und Dienstleistungen aus dem Globalen Süden festgeschrieben.

„Fair Culture“ im Sinne der Übertragung passender Elemente des Fair Trade-Konzeptes auf Kultursektor und Kreativwirtschaft kann ein zentrales Instrument für fairen Handel und fairen Arbeitsbedingungen in dieser besonderen Branche sein. Die Ergebnisse der Studie belegen diese Arbeitshypothese. Dabei zeigt die Studie eindeutig, dass „Fair Culture“ deutlich mehr als nur Vorzugsbehandlung gemäß des oben genannten Artikels 16 umfasst, es geht auch um faire Arbeitsbedingungen, Mobilität, Marktstärkung im Globalen Süden selbst, Süd-Süd-Kooperation, menschenrechtliche Sorgfaltsprüfungen durch Unternehmen, um Zertifizierungen, um den Schutz geistigen Eigentums sowie um die Höhe von Gebühren auf digitalen Plattformen.

Die **Deutsche UNESCO-Kommission (DUK)** ist seit dem Jahr 2007 die laut Konvention vorgesehene, offiziell benannte deutsche Kontaktstelle für die Umsetzung der 2005er Konvention. Die DUK hat die Süd-Nord-Dimension der Konvention seit 2007 untersucht und mit eigenen Impulsen unterfüttert. Die DUK hat „Fair Culture“ als Idee entwickelt, seit 2018 in verschiedenen internationalen Foren mit Partnern den Dialog zu „Fair Culture“ geführt: bei den Berlin Talents der Berlinale, auf der internationalen Musikmesse WOMEX in Finnland und der Frankfurter Buchmesse. 2019 präsentierte die DUK das Konzept bei der Vertragsstaatenkonferenz der 2005er Konvention und erzielte sehr positive Resonanz, gerade von zahlreichen Vertreterinnen und Vertretern aus Ländern des Globalen Südens.

Das **Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (BMZ)** unterstützt seit 2017 die Kreativwirtschaft in Partnerländern der deutschen Entwicklungszusammenarbeit mit dem Ziel, Ausbildungsmöglichkeiten zu verbessern und mehr Jobs und höhere Einkommen zu schaffen. „Fair Culture“ ergänzt Initiativen des BMZ wie das staatliche Textilsiegel „Grüner Knopf“, die sich mit starkem politischem und zivilgesellschaftlichem Engagement für faire und nachhaltige Lieferketten einsetzen. 2021 setzte die Bundesregierung mit der Verabschiedung des Lieferkettengesetzes einen Meilenstein für mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel. Diese Maßnahmen unterstützen die von den Vereinten Nationen ausgerufene Aktionsdekade des Handelns zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele der Agenda 2030.

Für diese Studie wurde umfassende wissenschaftliche und politische Erfahrung genutzt. Die Autorin **Prof. Dr. Véronique Guèvremont** und ihr Team führten im Rahmen dieser Studie 33 Interviews mit Expertinnen und Experten aus Handel, Politik, Fair Trade und Wirtschaft sowie mit Vertreterinnen und Vertretern verschiedener Kulturorganisationen und -verbände (siehe Annex II Liste der Interviewpartner). Ein Peer-Reader Panel hat Empfehlungen zum Text ausgesprochen. Die Autorin selbst, Professorin an der juristischen Fakultät der Universität Laval für kulturelle Rechte, war bereits an der Entwicklung der 2005er Konvention beteiligt und ist im Zeitraum 2015 – 2022 Mitglied des UNESCO-Expertenpools der 2005er Konvention.

Adressaten der vorliegenden Studie sind Akteure der Internationalen und Entwicklungszusammenarbeit. Ebenso richtet sich die Studie an Ministerien, Verbände und Förderinstitutionen, die aufgrund ihrer Zuständigkeit und Expertise einen Beitrag zur Umsetzung eines künftigen „Fair Culture“-Modells leisten können oder wollen. Auf Basis dieser Studie ist die Entwicklung konkreter nächste Schritte und praxisbezogener Maßnahmen möglich, z.B. bei Kapazitätsaufbau oder Förderpolitik.

Diese Studie dient zudem als **Anstoß** für weitere nötige analytische Arbeiten. Vor allem ist weiterer interdisziplinärer Diskurs nötig, um die Handlungsempfehlungen mit Blick auf einzelne Sparten und einzelne Weltregionen zu konkretisieren.

Das **Gesamtresultat** der Studie lautet: Die Entwicklung von umfassenden, fairen und dauerhaft tragfähigen Handels- und Austauschbeziehungen ist für kulturelle Güter und Dienstleistungen möglich. **„Fair Culture“ ist möglich. Und nötig.**



Handlungsempfehlungen¹

Die folgenden Handlungsempfehlungen leiten sich ab aus den Ergebnissen der vorliegenden Studie „Fair Culture – A Key to Sustainable Development“.

Mit den Fair Culture-Prinzipien schlägt die Studie ausgehend von den Erfahrungen mit Fair Trade neue Ansätze vor, um das **Potenzial von Kultur- und Kreativwirtschaft** (besonders im Globalen Süden) bestmöglich im Sinne der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung zu hebeln.

Die Studie untersucht dazu systematisch das Konzept Fair Trade und übersetzt es in Schritte zur Förderung von „Fair Culture“, und zwar im Dreiklang von „Fair Cultural Trade“, „Fair Cultural Cooperation“ und „Fair Cultural Partnerships“. Die Studie nennt **sechs Grundprinzipien für Fair Culture**: gleicher Marktzugang, faire Entlohnung von Kreativschaffenden, Aufbau von Kapazitäten, Prämien zur Reinvestition in die kulturelle und kreativwirtschaftliche Wertschöpfungskette, Bewusstseinsbildung, sowie Gleichstellung und Inklusion. Hinzu kommen **sechs Aktionsfelder**: Erarbeitung einer Charta, Zusammenarbeit mit globalen Allianzen des Kultursektors und der Kreativwirtschaft, Arbeit zur Schaffung eines Fair Culture-Siegels und eines Zertifizierungsprozesses, gemeinsame Entwicklung von Optionen für eine Prämie bzw. Abgabe für digitale Plattformen, gemeinsame Festlegung von menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten multinationaler Konzerne; sowie gemeinsame Entwicklung eines Aktionsplans für Artikel 16 der *UNESCO-Konvention zur Vielfalt kultureller Ausdrucksformen* (2005er Konvention).

Die vorgeschlagenen Ansätze zur Förderung von Fair Culture gemäß dieser sechs Prinzipien und der sechs Aktionsfelder richten sich primär an die **Internationale Zusammenarbeit**, d.h. Regierungen und ihre Durchführungsorganisationen, aber auch an Regierungen des Globalen Südens.

Für den deutschen Beitrag zur internationalen Zusammenarbeit in diesem Feld werden im Folgenden die von der vorliegenden Studie empfohlenen Schritte in **Handlungsempfehlungen** konkretisiert. Es geht um Maßnahmen auf politischer und operativ-technischer Ebene, die kohärent zusammenwirken müssen. Fair Culture ist eine ressortübergreifende Aufgabe, und zwar in allen sechs Aktionsfeldern.

Fair Culture, entsprechend dem ausgearbeiteten Konzept in der vorliegenden Studie, erfordert vielfältiges und passgenaues Agieren verschiedener Akteure. Im Folgenden einige **Beispiele der Akteursvielfalt**:

- Fair Culture umfasst die besondere **Berücksichtigung von Kultur und Kreativwirtschaft** aus dem Globalen Süden in **bi- und multilateralen Handelsverträgen** und den Schutz dieses Sektors durch Ausnahmen, Erleichterungen bzw. Vorzugsbehandlung beim Marktzugang in die EU. Dies ist somit ein Auftrag an die Europäische Union (EU) im Rahmen der auf EU-Ebene vergemeinschafteten Handels-Außenpolitik; mit Blick auf Deutschland handelt es sich um einen Auftrag vor allem an das jeweils federführende Ressort, im Allgemeinen das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi). Auch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) sollte sich hierfür gemäß der vierten Säule des Reformkonzepts „BMZ 2030“² (fairer Handel) einsetzen. Da Deutschland sowie alle EU-Mitgliedstaaten und die EU selbst Vertragsparteien der 2005er UNESCO-Konvention sind, ist eine solche Berücksichtigung von Kultur und Kreativwirtschaft völkerrechtlich verpflichtend.³
- Fair Culture erfordert zum Beispiel auch verbesserte **Künstlermobilität**, mit Implikationen vor allem für das Bundesministerium des Inneren, für Bau und Heimat (BMI), das Auswärtige Amt (AA), so-

1 Formuliert vom Sekretariat der Deutschen UNESCO-Kommission auf Basis der Studie von Prof. Dr. Guèvremont.

2 <https://www.bmz.de/de/entwicklungspolitik/reformkonzept-bmz-2030>

3 Siehe hierzu den in Kapitel IV der vorliegenden Studie vorgestellten ersten Schwerpunktbereich Die Umsetzung der Vorzugsbehandlung zur Erleichterung des Zugangs zu den Märkten in Globalen Norden.

wie die Beauftragte für Kultur und Medien (BKM). Die entscheidenden Verhandlungen, zum Beispiel über Visaerleichterungen, sind Teil der vergemeinschafteten EU-Politik und finden auch in diesem Fall in Brüssel statt. Bei der sozialen Absicherung von in Deutschland zeitweise tätigen Künstlerinnen und Künstlern ist wiederum das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) zuständig.

- Fair Culture erfordert auch die **Regulierung des digitalen Raums und der digital tätigen multinationalen Konzerne**, die gerade für Kultur- und Kreativwirtschaft eine zentrale Rolle spielen. Erneut ist hier zuallererst die EU zuständig. In die einschlägigen Verhandlungen sind alle bereits genannten Ressorts einbezogen, andere kommen hinzu, wie das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI). Konkret stehen die Verabschiedung des *EU Digital Services Act (DSA)* und des *EU Digital Markets Act (DMA)* an. Auch bei der Regulierung von Künstlicher Intelligenz (KI) und dem Einsatz von Algorithmen stellen sich Fragen, zum Beispiel wie audiovisuelle Produktionen abhängig von Produktions- und Konsumland auf Plattformen präsentiert werden.⁴

Würden Deutschland und die EU auf diesen drei beispielhaft genannten Feldern in gezielter, sichtbarer und abgestimmter Weise tätig, wäre ein großer Schritt getan. Der Marktzugang wäre deutlich vereinfacht. Von „fairen“ Handelsbeziehungen, von „fairem“ Austausch wäre man dennoch weit entfernt.⁵ **Fair Trade ist nicht nur freierer Handel mit dem Globalen Süden, es ist dezidiert fairerer Handel.**

In **anderen Branchen** (Lebensmittel, Textilien, etc.) gelingt es durch Fair Trade-Strukturen seit Jahrzehnten, **weit mehr als nur vereinfachten Marktzugang** zu erzielen: Fairer Handel stärkt die Anbieter, ihr persönliches und institutionelles Umfeld, ihre Krisensicherheit. Fairer Handel setzt sich auch für starke Märkte im Globalen Süden ein. Zugleich sensibilisiert Fairer Handel Konsumentinnen und Konsumenten im Globalen Norden für globale Ungerechtigkeit.

Die sektorübergreifende Aufgabe Fair Trade und damit auch Fair Culture ist auch ein wichtiges **Thema der Entwicklungszusammenarbeit**. So ist fairer Handel eine der vier Säulen des Reformkonzepts „BMZ 2030“. Im Fall von Kultur- und Kreativwirtschaft geht es zunächst vor allem darum, die spezifischen Strukturen und Anforderungen ihrer Akteure (Organisationen, kleine und mittelständische Unternehmen und Kreativschaffende selbst) zu erkennen und zu adressieren. Dies umfasst dezidiert die Stärkung von entsprechenden Kapazitäten im Globalen Süden und auch von Süd-Süd-Kooperationen. Ein ressortübergreifendes Eintreten des BMZ für Fair Culture wäre zudem ein schlüssiger und sichtbarer Beitrag zur Umsetzung der im Juni 2021 veröffentlichten Empfehlungen des *OECD DAC Peer Review*⁶ – vor allem mit Blick auf Empfehlung 1 zu besserer gesamtstaatlicher Kohärenz.

Die vorliegende Studie definiert einen **Aktionsplan für Fair Culture** mit sechs Aktionsfeldern, die für eine effektive Umsetzung von Fair Culture erforderlich sind. Hierbei geht es vor allem um einen internationalen, dezidiert auch **Nord-Süd-Dialog über Fair Culture**. Das zentrale Petitum der Studie lautet, Grundsätze und Regeln von Fair Culture nicht im Globalen Norden „für“ den Globalen Süden zu formulieren und eine Perpetuierung kolonialer Muster zu vermeiden. Es geht bei diesen sechs Aktionsfeldern um eine strukturierte, gemeinsame Verständigung über die bestmöglichen Schritte der Förderung von Fair Culture.

Der durch die Studie erzielte Mehrwert lautet: **Der Optionenraum für eine effektive Förderung von Fair Culture ist nun präzise und strukturiert definiert**. Die Studie nennt Optionen für ein gezieltes und prakti-

4 Siehe hierzu den in Kapitel IV der Studie vorgestellten dritten Schwerpunktbereich *Die Einbeziehung multinationaler Unternehmen in eine neue Form der Partnerschaft, die darauf abzielt, den Status von Kunstschaffenden zu fördern und die kulturellen Rechte aller zu respektieren*.

5 Siehe hierzu den in Kapitel IV der Studie vorgestellten zweiten Schwerpunktbereich *Die Verabschiedung von Kernprinzipien für Fair Culture zur Stärkung der Kapazitäten und Entwicklung lokaler und regionaler Märkte im Globalen Süden*.

6 OECD Development Co-operation Peer Reviews: Germany 2021, June 2021. <https://www.oecd.org/dac/peer-reviews/oecd-development-co-operation-peer-reviews-germany-2021-bb32a97d-en.htm>.

kables Partnerschaftsprogramm im Sinne von Sustainable Development Goal (SDG) 17 der Agenda 2030 (Förderung des Aufbaus internationaler Partnerschaften zu Erreichung der Agenda-Ziele), das mit Partnern des Globalen Südens gemeinsam entwickelt werden muss. Dieses Programm kann teilweise bilateral verhandelt und umgesetzt werden, meist sind dafür multilaterale Räume erforderlich. Dazu zählen unter anderem die EU sowie die UNESCO.

Die Studie mündet darüber hinaus in weitere, konkrete Empfehlungen an die Nord-Süd-Zusammenarbeit. Auf diese Maßnahmen, sozusagen **„konkrete Handlungsempfehlungen für die deutsche Entwicklungszusammenarbeit“**, gehen wir im Folgenden ein.

Alle Maßnahmen müssen den Grundsätzen der Global Partnership for Effective Development Cooperation entsprechen, vor allem sind Maßnahmen auf Nachfrage und im Dialog mit den Partnerländern zu konzipieren (u.a. auch in den Sprachen der Partnerländer) und umzusetzen. Ebenso sind alle Maßnahmen im Sinne von ergebnisorientiertem Management systematisch zu evaluieren. Im Einzelnen:

1. Aufbau von Kapazitäten

Das vorerst bis 2023 laufende, von der der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) und dem Goethe Institut im Auftrag des BMZ durchgeführte Globalvorhaben „Kultur- und Kreativwirtschaft“ mit seinen Schwerpunktländern Irak, Jordanien, Kenia, Libanon, Senegal und Südafrika bietet einen geeigneten Ausgangspunkt, um in den Folgejahren Maßnahmen wie Fort- und Weiterbildungen oder die Stärkung von Interessensvertretungen im Bereich Fair Culture zu intensivieren.

Bei nichtstaatlichen Akteuren (den Kreativschaffenden selbst, aber auch bei ihren Netzwerken und Spartenverbänden, sowie bei kultureller und kreativwirtschaftlicher Infrastruktur einschließlich Kulturzentren und Festivals) geht es um den identifizierten Bedarf an Kapazitätsaufbau, um Einkommen, Beschäftigung und Krisensicherheit von Kreativschaffenden zu stärken:

- Stärkung von Süd-Süd-Kooperationen, gerade in Fällen, wo sie sich spartenspezifisch bereits etabliert haben; sowie Übertragung und Skalierung solcher Initiativen auf andere Staaten bzw. Sparten; Beispiele: länderübergreifendes Netzwerk digitaler Kinos „Red de Salas“; „solidarisches Publizieren“ der Internationalen Allianz der unabhängigen Verlage
- Rechtsberatung und Vertragsverhandlungstraining für Kreativschaffende und ihre Interessensvertretungen, v.a. gegenüber Kunden wie Handelsplattformen und Streaming-Anbietern
- Training für Kreativschaffende zur stärkeren Wahrnehmung des Rechts auf Kollektivverhandlungen und des Rechts auf Vereinigungsfreiheit in ihren jeweiligen Heimatstaaten
- Business- und Marketingtraining für Kreativschaffende und ihre Interessensvertretungen für adressatenorientiert differenzierte Absatz-Werbemaßnahmen im eigenen Land, in Nachbarstaaten und im Globalen Norden

Gemäß den Empfehlungen des *OECD DAC Peer Review* und den völkerrechtlichen Verpflichtungen der 2005er Konvention (Artikel 7.1), sowie aufbauend auf der UNESCO-Publikation *Gender & Creativity: Progress on the Precipice* von 2021 sollte es bei diesen Maßnahmen zum Kapazitätsaufbau immer auch um das Empowerment von weiblichen Kreativschaffenden gehen.

Bei staatlichen Akteuren, das heißt den Regierungen der Partnerstaaten und ihren nachgeordneten Behörden, geht es um Kapazitätsaufbau u.a. in folgenden Bereichen:

- Unterstützung bei der Schaffung der rechtlichen Rahmenbedingungen für eine wachsende Kreativwirtschaft und von deren Umsetzung, v.a. im Urheberrecht:

- Erstens, um mit der vielfach vorherrschenden Meinung zu brechen, Kunst und Kultur seien bedeutungslos und/oder gratis, und vielmehr Kultur als Wirtschaftsfaktor verständlich zu machen
- Zweitens, um „Streamlining“ von Produkten und Dienstleistungen durch Plattformen entgegen zu treten, also dem Druck in Richtung immer stärkerer Gleichförmigkeit
- Unterstützung bei der Anerkennung von Kunst- und Kulturschaffenden als Werk tätige (cultural workers), vor allem durch soziale Absicherung von Künstlerinnen und Künstlern
- Unterstützung für Formate zur Förderung des intensiveren Austauschs und Handels von kulturellen Gütern und Dienstleistungen zwischen Staaten des Globalen Nordens und Südens (Festivals und Events, etc.)
- Unterstützung beim Ausbau von spezialisierter Ausbildung (an Hochschulen bzw. Akademien, aber auch beruflich-technische Aus- und Weiterbildung, sowie Zertifizierung), ggf. mit Austauschprogrammen, gerade auch für weibliche Kreativschaffende
- Weiterführende Forschung, gemeinsam mit den Partnerländern, zur möglichen Wirksamkeit eines Ansatzes von Entwicklungsprämien für den Kreativsektor im Globalen Süden (d.h. finanzielle Beiträge im Sinne von Zuschlägen auf Produkte oder Dienstleistungen, die dem Umfeld der Kreativschaffenden zugutekommen), ob und ggf. wie Re-Investitionen in soziale, kulturelle, kreativwirtschaftliche Maßnahmen und Projekte machbar und sinnvoll sind
- Zusammenwirken bei der Öffentlichkeitsarbeit, vor allem für Auszeichnungssinitiativen, um Innovation und Pioniergeist oder auch Private-Public-Partnerships für Fair Culture zu fördern und öffentlichkeitswirksam zu präsentieren

2. Herstellung eines europäischen bzw. internationalen Konsenses zu Fair Culture

Die politische Zuständigkeit für den Handel der EU-Mitgliedstaaten mit Partnerländern liegt bei der Europäischen Union (siehe oben). Wegen dieser politischen Zuständigkeit, und gleichzeitig wegen des Ziels der Schaffung von ausreichend Interesse und Marktgröße, ist der Austausch mit den EU-Mitgliedstaaten und darüber hinaus erforderlich.

Dieser Austausch ist nicht nur in Einzelfragen notwendig, in denen die federführenden Ressorts in Brüssel für Deutschland verhandeln. Einen solchen umfassenderen Austausch anzuregen und fortzuführen könnte eine Aufgabe für ein Ressort sein, das wie das BMZ eine ganzheitliche Vision von Fair Culture vertreten kann, das heißt sowohl gegenüber dem Globalen Norden als auch gegenüber dem Globalen Süden.

Gespräche könnten in Brüssel bei den formellen und informellen Tagungen der europäischen Entwicklungsminister geführt werden. Das Thema sollte entsprechend ebenfalls auf der Tagesordnung bei Gesprächen mit DG International Partnerships (INTPA) und seinen Gremien stehen, zum Beispiel im Kontext des Einsatzes des *Instruments für Nachbarschaft, Entwicklung und internationale Zusammenarbeit (NDICI)*. Ein sinnvolles Ergebnis solcher Gespräche könnte nicht nur ein breiterer Konsens über Fair Culture sein, sondern im Detail, welche Sparten der Kreativwirtschaft dazu vorrangig ins Auge zu fassen und welche Regionalschwerpunkte mit welchen konkreten Unterstützungsmaßnahmen dabei zu setzen wären.

Eine zumindest vorläufige europäische Einigung scheint auf Basis eines Multi-Stakeholder-Prozesses insbesondere sinnvoll bei der Schaffung, Erprobung und (Markt-)Einführung einer in der vorliegenden Studie als prioritär bezeichneten Fair Culture-Charta und eines denkbar kombinierbaren Fair Culture-Siegels.

Zudem sind auch die Vereinten Nationen und ihre Sonderorganisationen ein wichtiges Forum für diese Anliegen, v.a. UNESCO und UNCTAD. Hinzu kommt die Welthandelsorganisation.

3. Herstellung eines deutschen Konsenses zu Fair Culture

Fair Culture kann im Globalen Norden nicht nur durch Blick nach Brüssel und andere Orte internationaler Verhandlungen gefördert werden, sondern muss auch national verankert werden.

Bei der Umsetzung von EU-Recht und EU-Richtlinien in nationale Gesetzgebung bestehen Spielräume. Diese können genutzt werden, zum Beispiel bei der nationalen Regulierung von multinationalen Digitalplattformen. Das betrifft vor allem die Einhaltung von menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten/Due Diligence entlang der kulturellen und kreativwirtschaftlichen Wertschöpfungskette. Ein Beispiel für die Kennzeichnung der Einhaltung von bestimmten sozialen und ökologischen Standards ist das vom BMZ initiierte staatliche Textilsiegel „Grüner Knopf“.

Auch der Abschluss von bilateralen Abkommen zwischen Deutschland und seinen Partnerländern, einschließlich Kulturabkommen, bietet die Gelegenheit für einen verstärkten Einsatz für Fair Culture und den Aufbau von Kapazitäten der Kreativwirtschaft. Abkommen sollen explizit bilaterale Übereinkünfte für Ko-Produktion und Ko-Distribution beinhalten. Bei Novellierungen bereits bestehender bilateraler (Kultur-)Abkommen kann sich das jeweils federführende Ressort für die Aufnahme von Fair Culture-Themen einsetzen. Dies gilt auch für die Schnittmenge von Kultur- und Kreativwirtschaft mit digitalen Technologien und für Drittstaatenregelungen.

4. Dialog und Partnerschaften mit Privatsektor und Zivilgesellschaft in Deutschland

Der Erfolg von Fair Trade hat gezeigt, dass es viele unterschiedliche Unterstützer sowie stetig enger verwobene Akteursnetzwerke für den Dialog zwischen den Partnern braucht. Wenn Fair Culture erfolgreich sein soll, muss das Konzept – allein schon aufgrund der notwendigen Kaufkraft – Wirtschaftskraft auch im Globalen Norden mobilisieren.

Es kann daher eine Aufgabe für die deutsche Entwicklungszusammenarbeit sein, zum Beispiel via Engagement Global oder die Agentur für Wirtschaft und Entwicklung (AWE) eine oder mehrere zunächst temporäre Multi-Stakeholder-Plattformen zu schaffen, um private Akteure aus dem Globalen Norden und dem Globalen Süden zusammenzubringen, vor allem Kreativunternehmerinnen und Kreativunternehmer selbst und ihre Zusammenschlüsse, Interessenvertretungen, Dachverbände, Agenturen u.ä., sowie Vermittlungsplattformen, multinationale Digitalplattformen, Festivals, Events, etc. sowie auch Regierungen und Zivilgesellschaft aus allen Weltregionen. Solche Foren können auch spartenspezifisch (Buch, Film, etc.) oder regionsspezifisch sinnvoll sein. Angelehnt an das *Forum Nachhaltiger Kakao* könnten solche Plattformen auch in einem *Forum Fair Culture* verstetigt werden.

Angebote wie das Einladungsprogramm der Frankfurter Buchmesse sollten weiter gestärkt und erweitert werden – ggf. mit öffentlichen Mitteln – und in weiteren Sektoren Anwendung finden. Initiativen mit Museen (z.B. MuseumsLab/Agentur für Internationale Museumskooperation), Kunsthandel und Künstlerprogramme bieten sich ebenfalls an.

Die Förderung von Fair Culture sollte ergänzt werden durch geeignete Maßnahmen entwicklungspolitischer Bildungsarbeit im Inland, um öffentliches Bewusstsein für den Handlungsbedarf auch bei Konsumentinnen und Konsumenten zu schaffen, auch im Sinne des Globalen Lernens.

Fair Culture als Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung

Prof. Dr. Véronique Guèvremont and Maxime Mariage,
PhD Candidate, UNESCO Chair on the Diversité of Cultural
Expressions, Université Laval (Québec, Canada)

Zusammenfassung

Die vorliegende Studie stellt das Fair Culture-Konzept vor. Sie untersucht die Frage, wie dieses Konzept den kommerziellen und nicht-kommerziellen Austausch von kulturellen Gütern und Dienstleistungen anregen, die Mobilität von Kunst- und anderen Kulturschaffenden fördern und die internationale Zusammenarbeit und Solidarität verbessern kann. Sie fragt zudem danach, wie das Konzept lokale und regionale Märkte stärken, Arbeitsplätze schaffen und damit zur Erreichung der Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals/SDG) der Agenda 2030 beitragen kann. Schließlich behandelt die Studie die Einbindung multinationaler Unternehmen in eine neue Form der Partnerschaft, die den Status von Kunstschaffenden fördern und kulturelle Rechte für alle wirklich werden lassen sollen. Beim Fair Culture-Konzept geht es im Wesentlichen darum, die Prinzipien des „Fairen Handels“ auf einige bzw. bestenfalls alle Sparten der Kultur- und Kreativwirtschaft anzuwenden.

Diese Studie wurde mit finanzieller Unterstützung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) im Auftrag der Deutschen UNESCO-Kommission vom UNESCO-Lehrstuhl für die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen an der kanadischen Universität Laval durchgeführt. Sie enthält konkrete Empfehlungen für die internationale Zusammenarbeit und die Entwicklungszusammenarbeit, insbesondere für die der Bundesrepublik Deutschland. Damit das Konzept von Fair Culture erfolgreich sein kann, müssen zugleich etliche weitere Akteure mobilisiert werden. Daher sind die hier in dieser Form erstmals vorgestellten spezifischen Empfehlungen in einen umfassenden Empfehlungsrahmen eingebettet, der auf global vereinbartem Völkerrecht basiert.

Der Studie liegt die Annahme zugrunde, dass Fair Culture auf drei unterschiedlichen, jedoch voneinander abhängigen Säulen ruht, die jeweils einzeln für die Förderung eines ausgewogeneren kulturellen Austauschs notwendig sind: 1. fairer Handel; 2. faire kulturelle Zusammenarbeit, einschließlich des Ausbaus von Kapazitäten, und 3. faire kulturelle Partnerschaften mit der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) des Globalen Südens, auch unter Einbeziehung multinationaler Unternehmen des Globalen Nordens. Gemeinsames Ziel ist es, Maßnahmen zum Zweck der gerechteren und tragfähigeren Gestaltung kultureller Beziehungen auszugestalten.

Insbesondere zielt diese Studie darauf ab,

- neue Wege aufzuzeigen und zur Schaffung neuer Rahmenbedingungen beizutragen, welche die Länder des Globalen Südens bei der Entwicklung ihrer eigenen Strukturen zur Förderung des Austausch von kulturellen Gütern und Dienstleistungen und beim Kapazitätsaufbau der KKW begleiten, um Kunst- und Kulturschaffende zu fördern, ihre Entlohnung sowie ihre Arbeits- und Schaffensbedingungen zu verbessern, ihre Teilnahme am globalen Kulturaustausch zu erleichtern und gleichzeitig zur Entwicklung lokaler und regionaler Märkte beizutragen;
- die möglichen Auswirkungen solcher Wege und Rahmenbedingungen auf die Politik des Globalen Nordens bzw. auf die zwischen dem Globalen Süden und dem Globalen Norden vereinbarten Maßnahmen, einschließlich der Entwicklungszusammenarbeit, wie z.B. Initiativen zum Aufbau von Kapazitäten, zu bewerten;

- neue visionäre Sichtweisen auf kulturellen Austausch, Zusammenarbeit und internationale Solidarität anzustoßen, um die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen zu schützen und zu fördern;
- multinationale Unternehmen aus dem Globalen Norden zu ermutigen, ihre unternehmerische Tätigkeit, Geschäftsmodelle und Sorgfaltspflichten so zu verbessern, dass sie kulturelle Rechte respektieren und den besonderen Status von Kunstschaffenden und kreativen Unternehmern fördern, sich aktiv für den Schutz und die Förderung kultureller Ausdrucksformen aus Entwicklungsländern einzusetzen und die Konsolidierung lokaler Märkte zu unterstützen; und,
- die Sensibilisierung der Öffentlichkeit hinsichtlich der Bedeutung des Schutzes und der Förderung kultureller Ausdrucksformen, einschließlich der KKW, aus aller Welt zu stärken und gleichzeitig neue Wege zu finden, um Kunst- und Kulturschaffende aus dem Globalen Süden gezielter zu fördern.

Diese Studie befasst sich eingangs mit den Herausforderungen, vor denen die KKW im Globalen Süden stehen. Sie führt die wichtigsten Staatenpflichten aus der Agenda 2030 und aus dem UNESCO-Abkommen von 2005 auf. Ebenso listet sie relevante Initiativen zur Förderung und Regulierung von unternehmerischer Tätigkeit auf. Im Hauptteil der Studie folgen eine Definition und Hinterfragung des von der Fair-Trade-Bewegung inspirierten Fair Culture-Konzepts. Bewertet werden die Übertragbarkeit von Fair Trade-Prinzipien auf den Kultursektor und denkbare, daraus resultierende Vorteile. Abschließend zeigt diese Studie Lösungswege auf, um Akteurinnen und Akteure aus dem Globalen

Norden und dem Globalen Süden erfolgreich für eine Fair Culture-Bewegung zu mobilisieren.

Für die Umsetzung des Fair Culture-Konzepts benennt die Studie drei Schwerpunkte:

- a) die Einführung von Vorzugsbehandlung in den Süd-Nord-Beziehungen, wobei die Unterstützung lokaler bzw. regionaler Märkte besonders betont wird;
- b) die Vereinbarung von Grundsatzprinzipien für faire Kulturbeziehungen und
- c) die Einbindung multinationaler Unternehmen in eine neue Form der Partnerschaft, die den Status von Kunstschaffenden und kreativen Unternehmern fördern und die kulturellen Rechte aller achten soll.

Diese Schwerpunkte richten sich vor allem an Akteure im Globalen Norden, da diese den womöglich wichtigsten Hebel zum Kapazitätsaufbau der KKW im Globalen Süden darstellen.

Die Studie endet mit dem Vorschlag von sechs Aktionen, die das Autorenteam als geeignet sieht, um Fair Culture als eine globale Bewegung zu starten: Allen voran steht die Formulierung einer Charta für Fair Culture. Die fünf weiteren Aktionen zielen darauf ab, Fair Culture-Prinzipien in verschiedenen KKW-Sparten und auf einzelne Akteure spezifisch anzuwenden: Einbeziehung der großen Kulturbündnisse; Festlegung eines internationalen Rahmens einschließlich eines Zertifizierungsverfahrens; Einsetzung einer Multi-Stakeholder-Arbeitsgruppe für eine faire Entschädigung für kulturelle Inhalte durch Plattformen; Überlegungen zu Regeln für Sorgfaltspflichten und Entwicklung eines Plans zur Umsetzung von Artikel 16 des UNESCO-Abkommens von 2005.

I. Einleitung

Das Jahr 2021 ist das *Internationale Jahr der Kreativwirtschaft für nachhaltige Entwicklung*, aufgrund eines Beschlusses der Generalversammlung der Vereinten Nationen. Die Initiative des Internationalen Jahres will stärkeres Bewusstsein für das Thema schaffen, Kooperationen und Netzwerke stärken, den Austausch von Erfahrungen und Best Practice-Beispielen anregen, Kapazitäten stärken, auf allen Ebenen ein befähigendes Umfeld schaffen, und aktuelle Herausforderungen der Kreativwirtschaft bewältigen (UNGA, 2019). Das Jahr 2021 markiert auch den 20. Jahrestag der *Allgemeinen Erklärung der UNESCO zur kulturellen Vielfalt*. Diese war ein Meilenstein für die Anerkennung kultureller Vielfalt als „eine der Wurzeln der Entwicklung, wobei diese nicht allein im Sinne des wirtschaftlichen Wachstums gefasst werden darf, sondern als Weg zu einer erfüllteren intellektuellen, emotionalen, moralischen und geistigen Existenz“ (Art. 3). Diese besondere Aufmerksamkeit, die der kulturellen Vielfalt, der Kreativwirtschaft und der nachhaltigen Entwicklung damit zuteil wird, fällt zeitlich in den außergewöhnlichen Kontext einer Pandemie, die weltweit verheerende Auswirkungen auf Kultur, kulturelle Rechte, Kunst- und Kulturschaffende sowie die Kultur- und Kreativwirtschaft hat (Isernia und Giovanni Lamonica, 2021; HRC, 2021a; OECD, 2020; UNESCO, 2020a). Die 2020 von der UNESCO gestartete ResiliArt-Kampagne zeigte die dramatischen Auswirkungen dieser globalen Gesundheitskrise auf Kunstschaffende und die gesamte kulturelle Wertschöpfungskette, die die Welt in einen *kulturellen Ausnahmezustand* gestürzt hat.⁷

Die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) hat weltweit dringenden Unterstützungsbedarf. Zugleich brauchen vor allem Kunst- und Kulturschaffende aus dem Globalen Süden besondere Unterstützung, um die Erholung ihres Sektors in den kommenden Jahren zu bewältigen. In einigen Ländern des Globalen Südens sind die KKW stark und widerstandsfähig genug, um sich aus eigener Kraft zu erholen, in anderen sind die KKW informell und fragil und brauchen daher besondere Anstrengungen. Diese Priorität der Stärkung der KKW passt zu der bereits zuvor erkannten Notwendigkeit, den Austausch kultureller Güter und Dienstleistungen in ein neues Gleichgewicht zu bringen. Letzteres ist eines der wichtigsten Ziele, die in der *Konvention*

zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen von 2005 (im Folgenden die 2005er Konvention) festgelegt sind und die am 20. Oktober 2005 auf der 33. Generalkonferenz der UNESCO verabschiedet wurden. Diese Konvention wurde sowohl im Globalen Süden wie auch im Globalen Norden nahezu einhellig ratifiziert. Daher bieten ihre Prinzipien, Werte und Mechanismen den perfekten Rahmen für die Umsetzung von spezifischen Interventionen, wie sie in dieser Studie vorgestellt wird.

Die 2005er Konvention hat seit ihrer Verabschiedung bereits maßgeblich zu gestärkten Kapazitäten von Entwicklungsländern in Bezug auf Schaffung, Produktion, Verbreitung, Vertrieb und Zugang zu vielfältigen kulturellen Ausdrucksformen beigetragen. Dennoch ist der kommerzielle und nicht-kommerzielle Kulturaustausch weiter nicht im Gleichgewicht; „mit Ausnahme von China und Indien haben die Entwicklungsländer im letzten Jahrzehnt eine geringe Rolle beim Export von Kulturgütern und -dienstleistungen gespielt“ (Deloumeaux, 2018). Obwohl die Länder des Globalen Südens zweifellos reich an Kreativität und Talent sind, sind ihre Kunstschaffenden und KKW international weiterhin erheblich unterrepräsentiert. Der wachsende Einfluss der sogenannten „Web-Giganten“ – einer Handvoll multinationaler Unternehmen aus den Industrieländern – erschwert heute die Bemühungen um eine Neugewichtung des kulturellen Austauschs zusätzlich. Dies gilt vor allem angesichts der Tatsache, dass im Globalen Süden „viele Länder keine Infrastruktur haben und nicht in der Lage sind, einen Markt für kulturelle Güter und Dienstleistungen im digitalen Umfeld zu konsolidieren“ (Kulesz, 2017a). Die KKW haben mehrere in Abschnitt II.A dieser Studie dargelegte Schlüsselmerkmale, die die Zugangschancen des Globalen Südens erheblich beeinträchtigen.

Alle Vertragsparteien der 2005er Konvention tragen gemeinsam Verantwortung für die Lösung solcher Bedrohungen der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen. Gleichzeitig haben die Industrieländer spezifische Pflichten. Hierzu zählt insbesondere, den kommerziellen und nicht-kommerziellen Kulturaustausch mit Entwicklungsländern zu erleichtern, indem sie deren kulturellen Gütern und Dienstleistungen sowie deren Kunst- und Kulturschaffenden eine

⁷ Am 15. April 2020, dem Weltkunsttag (World Art Day) startete die UNESCO ResiliArt mit einer ersten virtuellen Debatte als eine globale Bewegung in Zusammenarbeit mit der International Confederation of Societies of Authors and Composer (CISAC). Damit werden die weitreichenden Auswirkungen von COVID-19 auf den Kultursektor sichtbar. Im ersten Jahr fanden 270 Debatten in 110 Ländern statt. Für weitere Informationen siehe: <https://en.unesco.org/news/resiliart-artists-and-creativity-beyond-crisis>.

Vorzugsbehandlung zuteilwerden lassen.⁸ Eine weitere Pflicht gemäß der Konvention besteht darin, KKW in Länder des Globalen Südens in geeigneter Weise zu unterstützen, zum Beispiel durch den Aufbau von Kapazitäten und die Entwicklung lokaler und regionaler Märkte. Leider wird die Vorzugsbehandlung von den Industrieländern, die die 2005er Konvention ratifiziert haben, noch nicht annähernd angemessen umgesetzt, wie Staatenberichte zur Umsetzung der 2005er Konvention und Studien zu Kulturklauseln in Handelsabkommen deutlich machen. Bei jeglichem Nachdenken über Neuordnung des kulturellen Austauschs sollte diese für Industrieländer (als Vertragsstaaten der Konvention) verbindliche Verpflichtung der Vorzugsbehandlung berücksichtigt werden. Zugleich darf nicht vergessen werden, auch den Handel zwischen Ländern des Globalen Südens zu fördern.

Über diese Verpflichtung der Vertragsstaaten hinaus muss auch die entscheidende Rolle der Wirtschaft und insbesondere die der multinationalen Unternehmen berücksichtigt werden. Sie sind nicht wie Regierungen unmittelbar an das Völkerrecht und die Regeln der 2005er Konvention gebunden, spielen aber eine entscheidende Rolle bei der Erreichung ihrer Ziele. Einige Unternehmen aus dem Globalen Norden können tatsächlich die KKW im Globalen Süden sowohl in positiver als auch negativer Hinsicht transformativ beeinflussen. Sie können dazu beitragen, dass Talente in Erscheinung treten, neue kulturelle Ausdrucksformen geschaffen, produziert und lokal, national und international verbreitet werden. Gleichzeitig beeinflussen diese wenigen so genannten multinationalen Unternehmen lokale Märkte mitunter auch negativ und schaden deren Konsolidierung oder gar Entstehung. In diesem Sinn fördern – oder behindern – diese multinationalen Unternehmen folglich auch die kulturelle Entwicklung eben jener Gruppen und Gesellschaften, die ihnen wichtige Einnahmequellen eröffnen. Ihr Verhalten kann zur Wahrung der Grundrechte von Millionen von Individuen beitragen oder dies entsprechend verhindern.

Zwei Trends mit Folgen für faire Handelsbeziehungen

Die Wahrung elementarer Menschenrechte im internationalen Handel wird zunehmend als notwendig verstanden; dies hat in den letzten Jahrzehnten

8 Die Vorzugsbehandlung ist das Gegenteil des Prinzips der Reziprozität. Da das Prinzip der Reziprozität in den internationalen Beziehungen Gleichheit zwischen dem, was man gibt, und dem, was man bekommt, verlangt, können die angebotenen Zugeständnisse für ein Entwicklungsland relativ höhere Kosten verursachen als für ein Industrieland. In diesem Sinne kann die Gleichbehandlung zu einer Ungleichheit der realen Belastung führen, die jede der Parteien beim Eingehen von Rechtsbeziehungen zu tragen hat. Aus diesem Grund tauchte der Begriff der „Vorzugsbehandlung“ im internationalen Wirtschaftsrecht in den 60er Jahren auf. Obwohl „Vorzugsbehandlung“ ein Begriff ist, der innerhalb der UNESCO nicht häufig verwendet wird, ist er in Artikel 16 der Konvention von 2005 verankert und stellt eine der verbindlichsten Verpflichtungen dieses Übereinkommens dar. Damit die Entwicklungsländer die Vorteile voll ausschöpfen können, ist es wünschenswert, dass die Vorzugsbehandlung mit Maßnahmen zum Kapazitätsaufbau einhergeht.

zu verschiedenen Initiativen geführt. Dazu gehört das Monitoring multinationaler Unternehmen ebenso wie die Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Auswirkungen der Globalisierung auf die Lage von Beschäftigten in verschiedenen Sektoren, einschließlich prekärer Arbeitsverhältnisse. Im Kontext dieser Studie sind zwei Trends von besonderem Interesse.

Der erste Trend ist die Fair Trade-Bewegung, eine neue Form internationaler Partnerschaft, die Ungerechtigkeit verringern, die Einhaltung von Arbeitsstandards stärken und den Zugang von Waren aus Ländern des Globalen Südens zu Märkten des Globalen Nordens verbessern will.⁹ Die Wirtschaft hat eine Schlüsselrolle in dieser Bewegung, die ein riesiges Netzwerk von Menschen mobilisiert, sowohl auf Seiten von Produktion und Handel wie auch auf Seiten des Konsums. Daher stellt das Konzept des fairen Handels einen Mehrwert bei der Wahrung von Rechten und als Ergänzung von anderen Formen der Entwicklungszusammenarbeit zu Gunsten der Entwicklungsländer dar. Diese Bewegung hat zu ganz neuen Ansätzen und einem Mentalitätswandel hinsichtlich der Gestaltung des internationalen Handels geführt. Dies erfolgte zunächst im traditionellen Handwerk und in der Landwirtschaft, später in Bergbau, Weinbau, und Textilien, zuletzt auch im Tourismus. Übertragen auf den Sektor der KKW könnte die Fair Trade-Bewegung zu neuen Dynamiken für Handel, Zusammenarbeit und Partnerschaften führen. Sie könnte die Kapazitäten der Entwicklungsländer und ihre Märkte stärken, die Grundrechte von Kunst- und anderen Kulturschaffenden schützen und gleichzeitig ihre Mobilität und ihren Zugang zum internationalen Markt verbessern.

Der zweite Trend ist die Anerkennung von Sorgfaltspflichtregeln auf nationaler, kontinentaler und weltweiter Ebene. Damit sollen Unternehmen und besonders multinationale Unternehmen für die Folgen ihres Tuns, insbesondere mit Blick auf die Einhaltung der Menschenrechte, zur Verantwortung gezogen werden. Im Rahmen dieser Studie, die neue Wege zur Neuordnung des Kulturaustauschs zwischen dem Globalen Norden und dem Globalen Süden aufzeigt, ist es unerlässlich, multinationale Unternehmen in den Blick zu nehmen. Wie bereits betont, hat ihr Tun mitunter Folgen für KKW, die Entwicklung nationaler und lokaler Kulturmärkte oder die faire Entlohnung von Kunst- und Kulturschaffenden. Auch jener Teil des Publikums mit Interesse am Zugang zu vielfältigen kulturellen Ausdrucksformen, einschließlich solcher nationaler und lokaler Herkunft, ist hiervon betroffen. Die Wahrung der kulturellen Rechte von Millionen von Menschen steht auf dem Spiel, ebenso wie die Achtung und Förderung der wirtschaftlichen und sozialen Rechte von Kunst- und Kulturschaffenden. Die Transformation der KKW und die Digitalisierung der Wirtschaft üben zwar starken Druck auf diese Vielfalt und insbesondere auf die Vergütung der Kulturschaffenden aus, aber auch das Geschäftsmodell der „GAFAN“ (Google, Apple, Facebook, Amazon, Netflix) spielt eine ge-

9 Nach Angaben von Fairtrade International kletterte der weltweite Fair Trade-Umsatz 2017 um 8 Prozent auf 8,5 Mrd. Euro (9,74 Mrd. US\$). Es wird angenommen, dass dieses Wachstum 1,6 Millionen Bäuerinnen und Bauern sowie Arbeitskräften zusätzliche 178 Millionen Euro (204 Millionen US-Dollar) zukommen ließ (UNCTAD, 2019).

wisse Rolle.¹⁰ Deshalb sind Überlegungen umso mehr von großer Bedeutung, wie die Aktivitäten dieser multinationalen Unternehmen beaufsichtigt werden können und wie mit ihnen ein Dialog über die Einhaltung der Grund- und Menschenrechte – einschließlich der künstlerischen Rechte – geführt werden kann.

Unter Beachtung dieser zwei Trends untersucht die vorliegende Studie den potentiellen Mehrwert des Fair Culture-Konzepts für die Erreichung der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung und für die Umsetzung der 2005er Konvention. Das Konzept Fair Culture bedeutet im Wesentlichen die mögliche Anwendung der Prinzipien und Werte von „Faire Trade“ auf einige oder alle Bereiche der KKW. In dieser Studie wird untersucht, wie dieses Konzept konkret dazu beitragen kann, den kommerziellen und nicht-kommerziellen Austausch von kulturellen Gütern und Dienstleistungen anzuregen, und zusätzlich die Mobilität von Kunst- und Kulturschaffenden zu fördern, die Schaffung von Arbeitsplätzen zu unterstützen, die internationale Zusammenarbeit zu verbessern, lokale und regionale Märkte zu stärken und multinationale Unternehmen in eine neue Form der Partnerschaft einzubinden, die den Status von Kunstschaffenden fördern und die kulturellen Rechte (z.B. Soziale Sicherung) für alle erfüllen soll.

Ausgehend davon betrachten wir das Fair Culture-Konzept als auf drei unterschiedlich Säulen ruhend, die jedoch voneinander abhängen. Jede davon ist notwendig, um einen ausgewogeneren kulturellen Austausch zu fördern. Diese Säulen sind: 1. fairer Handel; 2. faire kulturelle Zusammenarbeit und 3. faire kulturelle Partnerschaften zwischen multinationalen Unternehmen des Globalen Nordens und dem KKW-Sektor des Globalen Südens. In Anlehnung an die Fair Trade-Definition, die in Teil III vorgestellt wird, sind wir der Ansicht, dass Fair Culture auf Dialog, Transparenz und Respekt basiert und darauf abzielen sollte, eine nachhaltige Entwicklung und mehr Gerechtigkeit im kulturellen Austausch zu erreichen.

Es ist eine These dieser Studie, dass einige Fair Trade-Prinzipien tatsächlich die Förderung fairer kultureller Beziehungen voranbringen können. Daher wird im Folgenden untersucht, wie und in welchem Umfang dies umgesetzt werden könnte. Diese Fair Trade-Prinzipien haben das Potenzial, alle Beteiligten der kulturellen Wertschöpfungskette zu mobilisieren. Sie können potenziell dazu führen, dass das Einkommen von Kunst- und Kulturschaffenden aus dem Globalen Süden erhöht, langfristige Fördermaßnahmen für ihre Kreativ- und Kulturwirtschaft geschaffen werden und ihr Zugang zum internationalen Markt verbessert wird. Das Fair Culture-Konzept könnte auch für neue Aufmerksamkeit sorgen: Erstens Aufmerksamkeit bei den Konsumenten im Globalen Norden für kulturelle Ausdrucksformen, die auf eine Art und Weise geschaffen, produ-

ziert und verbreitet wurden, welche den Status der Kunstschaffenden in Entwicklungsländern respektiert. Zweitens Aufmerksamkeit bei den einzelnen Akteuren der kulturellen Wertschöpfungskette und somit auch in den Ländern des Globalen Südens.

Diese Studie untersucht weiterhin, wie sich die Fair Trade-Bewegung und Sorgfaltspflichtregeln für Unternehmen ergänzen, welche noch spezifischer das Verhalten multinationaler Unternehmen in Bezug auf die Menschenrechte in den Blick nehmen. Da diese Unternehmen weder an die 2005er Konvention der UNESCO noch an die internationalen Menschenrechtsnormen gebunden sind, sind ergänzende Instrumente von entscheidender Bedeutung, damit sie die Folgen ihres Handelns auf das Wohlergehen von Kunst- und Kulturschaffenden und ganz allgemein auf die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen und die Verwirklichung der kulturellen Rechte des Einzelnen berücksichtigen. Entsprechend könnten die Staaten, in denen diese Unternehmen ihren Firmensitz haben, in die Verantwortung genommen werden, das Handeln dieser Akteure zu beaufsichtigen. Die aktuellen Bemühungen, multinationalen Unternehmen formell eine menschenrechtliche Sorgfaltspflicht aufzuerlegen, bietet dabei einen fruchtbaren Boden für unsere Überlegungen zum Fair Culture-Konzept.

Inspiziert von der Fair Trade-Bewegung und der Einführung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichtregeln für Unternehmen besteht das übergeordnete Ziel dieser Studie also darin, verschiedene Werkzeuge zu untersuchen, die für die gerechtere und tragfähigere Gestaltung kultureller Beziehungen genutzt werden könnten. Insbesondere zielt diese Studie darauf ab:

- neue Wege aufzuzeigen und zur Schaffung neuer Rahmenbedingungen beizutragen, welche die Länder des Globalen Südens bei der Entwicklung ihrer eigenen Strukturen zur Förderung des Austausch von kulturellen Gütern und Dienstleistungen und beim Kapazitätsaufbau der KKW begleiten, um Kunst- und Kulturschaffende zu fördern, ihre Entlohnung sowie ihre Arbeits- und Schaffensbedingungen zu verbessern, ihre Teilnahme am globalen Kulturaustausch zu erleichtern und gleichzeitig zur Entwicklung lokaler und regionaler Märkte beizutragen;
- die möglichen Auswirkungen solcher Wege und Rahmenbedingungen auf die Politik des Globalen Nordens bzw. auf die zwischen dem Globalen Süden und dem Globalen Norden vereinbarten Maßnahmen, einschließlich der Entwicklungszusammenarbeit, wie z.B. Initiativen zum Aufbau von Kapazitäten, zu bewerten;
- neue visionäre Sichtweisen auf kulturellen Austausch, Zusammenarbeit und internationale Solidarität anzustoßen, um die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen zu schützen und zu fördern;
- multinationale Unternehmen aus dem Globalen Norden zu ermutigen, ihre unternehmerische Tätigkeit, Geschäftsmodelle und Sorgfaltspflichtregeln so zu verbessern, dass sie kulturelle Rechte achten und den besonderen Status von Kunstschaffenden und kreativen Unternehmern fördern, sich aktiv für

10 Die GAFAN – Google, Apple, Facebook, Amazon und Netflix – und ähnliche globale Internetunternehmen haben die Besonderheit, ihre eigenen globalen Content-Delivery-Netzwerke zu entwickeln, zu denen der Zugang kostenlos ist (der generierte Gewinn kommt dann aus der Werbung) oder zu einem sehr geringen Preis gewährt wird (Abonnement, das Zugang zum Katalog ermöglicht). Diese Modelle üben einen starken Druck auf die Vergütung von Kunst- und Kulturschaffenden aus. Siehe: CNIL, 2015.

den Schutz und die Förderung kultureller Ausdrucksformen aus Entwicklungsländern einzusetzen und die Konsolidierung lokaler Märkte zu unterstützen; und

- die Sensibilisierung der Öffentlichkeit hinsichtlich der Bedeutung des Schutzes und der Förderung kultureller Ausdrucksformen, einschließlich der KKW, aus aller Welt zu stärken und gleichzeitig neue Wege zu finden, um Kunst- und Kulturschaffende aus dem Globalen Süden gezielter zu fördern.

Für diese Studie haben wir die Fachliteratur zu mehreren Themenbereichen, insbesondere zu fairem Handel und zur kulturellen Zusammenarbeit, ausgewertet. Im Zeitraum von vier Monaten wurden mehr als 300 Quellen konsultiert, darunter wissenschaftliche Artikel, Publikationen, Sammelbände, Berichte von internationalen Organisationen, Nichtregierungsorganisationen und Organisationen aus den Bereichen Fairer Handel und Kultur, sowie internationale Rechtsinstrumente und akademische Abschlussarbeiten. Darüber hinaus wurden zwischen November 2020 und März 2021 mehr als dreißig Kunst- und Kulturschaffende sowie Fachleute aus rund zwanzig Ländern befragt, die meisten davon aus dem Globalen Süden, die in den Bereichen fairer Handel, internationaler Handel, kulturelle Zusammenarbeit und dem KKW-Sektor arbeiten.

Die Studie beschreibt zunächst die Herausforderungen, vor denen der Kultur- und Kreativsektor im Globalen Süden steht. Anschließend führt sie die wichtigsten staatlichen Verpflichtungen bezüglich der internationalen Zusammenarbeit und Solidarität auf und nennt in diesem Kontext relevante Initiativen (Teil II). Darauf aufbauend werden Überlegungen zum Fair Culture-Konzept angestellt, das von der Fair Trade-Bewegung inspiriert ist; es wird die Übertragbarkeit der Fair Trade-Prinzipien auf den Kultursektor bewertet und die daraus folgenden potenziellen Vorteile analysiert (Teil III). Abschließend schlägt diese Studie Wege vor, wie man Partner aus dem Globalen Norden und dem Globalen Süden für eine Fair Culture-Bewegung mobilisieren könnte (Teil IV).

Erstellt mit Förderung vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung und im Auftrag der Deutschen UNESCO-Kommission, enthält diese Studie in ihrem Teil IV konkrete Empfehlungen für die bi- und multilaterale Entwicklungszusammenarbeit zwischen dem Globalen Süden und dem Globalen Norden, insbesondere für die deutsche Entwicklungszusammenarbeit. Gleichzeitig müssen darüber hinaus für den Erfolg des Fair Culture-Konzepts weitere Akteurinnen und Akteure mobilisiert werden. Daher sind diese spezifischen Empfehlungen eingebettet in einen umfassenden Empfehlungsrahmen, der auf global vereinbartem Völkerrecht basiert.



II. Mehr Gerechtigkeit im Kultursektor erreichen

A. Kulturelle Zusammenarbeit neu denken, um auf lokale Bedürfnisse und Gegebenheiten zu antworten

Die *UNESCO-Erklärung über die Grundsätze der internationalen kulturellen Zusammenarbeit* wurde 1966 von der UNESCO-Generalkonferenz verabschiedet. Sie war die erste Erklärung der UNESCO dieser Art. Die Erklärung betont „das Recht und die Pflicht“ eines jeden Volkes, „seine Kultur zu entwickeln“ (Art. I) und unterstützt die Idee, dass die kulturelle Zusammenarbeit „zum gegenseitigen Nutzen aller sie betreibenden Nationen“ erfolgen soll (Art. VIII). Die Erklärung legt auch das Prinzip fest, „die verschiedenen Sparten der Kultur nebeneinander und, soweit wie möglich, gleichzeitig zu entwickeln, um ein harmonisches Gleichgewicht zwischen dem technischen Fortschritt und dem intellektuellen und moralischen Fortschritt der Menschheit herzustellen“ (Art. II). Noch wichtiger ist, dass die Erklärung die Notwendigkeit betont, die Eigenständigkeit jeder Kultur zu respektieren (Art. VI).

Obwohl seit der Verabschiedung dieser Erklärung mehr als ein halbes Jahrhundert vergangen ist, sind ihre Grundsätze nach wie vor höchst aktuell. Einerseits ist das Thema Entwicklung zu einem zentralen Element in den kulturellen Beziehungen geworden; die Zahl an Kooperationsprojekten, darunter auch solcher mit einschneidender Wirkung, hat in den letzten Jahrzehnten massiv zugenommen. Andererseits haben viele dieser Projekte nicht wesentlich zu einer tragfähigen kulturellen Entwicklung beigetragen. Tatsächlich hat die kulturelle Zusammenarbeit zwischen dem Globalen Norden und dem Globalen Süden in ihren wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Auswirkungen gemischte Ergebnisse.

Länder des Globalen Südens verfügen über beträchtliche Kapazitäten für die Kreation und Produktion kommerzieller und nicht-kommerzieller kultureller Ausdrucksformen, einschließlich Güter und Dienstleistungen, die die lokale Nachfrage bedienen. Ob diese Nachfrage jedoch tatsächlich durch lokale Produkte gedeckt wird, hängt ab von der Beschaffenheit des Umfelds, in dem Kunst- und Kulturschaffende tätig sind, und von der Konkurrenz durch globale Märkte (d’Almeida und al., 2004; OIF, 2013a; OIF, 2013c Guèvremont und Otasevic, 2018). Was also ist notwendig: Nachhaltige und faire internationale Kooperationen, die die bestehenden Fähigkeiten und das Fachwissen von Kulturakteurinnen und

-akteuren stärken, den Kultursektor weiter professionalisieren, die Beschaffung von Materialien unterstützen, Kontakte und Netzwerke auf regionaler und internationaler Ebene weiterentwickeln und Handelsbarrieren beseitigen, damit kulturelle Ausdrucksformen, einschließlich Waren und Dienstleistungen, aus dem Globalen Süden wirklich am globalen Markt teilnehmen können.

Der Zugang zu Finanzierung ist oft entscheidend, reicht aber manchmal nicht aus. KKW sowie Kunst- und Kulturschaffende können zusätzliche und ebenso dringende Bedürfnisse haben. Dazu können beispielsweise zählen: Ausbildung, Erfahrungsaustausch, Räumlichkeiten, Ausrüstung und Technologie, um kulturelle Güter und Dienstleistungen zu schaffen, zu produzieren, zu vertreiben, zu verbreiten und den Zugang zu ihnen zu ermöglichen, die den lokalen und regionalen Anforderungen entsprechen und nach Möglichkeit internationalen Standards genügen und ihre Mobilität erleichtern.

Der folgende kurze Abschnitt nennt nicht unbedingt neue, aber heute definitiv einschlägige Themen, die bei der Entwicklung einer Fair Culture-Bewegung und der Ermittlung relevanter Leitprinzipien zur Förderung ihrer drei Säulen (Handel, Zusammenarbeit und Partnerschaft) berücksichtigt werden sollten. Dabei werden mehrere Studien zur Sammlung bewährter Praktiken in der internationalen kulturellen Zusammenarbeit herangezogen, wie z.B. die Weltberichte der UNESCO zur 2005er Konvention von 2015 und 2018 sowie die *Policy Monitoring Plattform* der UNESCO.¹¹ Dieser Abschnitt berücksichtigt auch andere Überlegungen zu fairer kultureller Zusammenarbeit, die in den letzten Jahren entstanden sind (Dutch Culture, 2019; Nurse, 2019; Baltà Portolés, 2019; DutchCulture, 2018; van Graan, 2018; Hampel, 2016), sowie Initiativen zur allgemeinen Verbesserung der internationalen Zusammenarbeit, wie z.B. die *Global Partnership for Effective Development Cooperation*.¹² Darüber hinaus werden in diesem Abschnitt auf der Grundlage von Recherchen und Interviews, die für dieses Projekt durchgeführt wurden, acht Aspekte unserer Gegenwart identifiziert, die bei der Förderung von Fair Culture zu berücksichtigen sind.

11 Diese Plattform zeigt derzeit 4.310 Politiken und Maßnahmen aus den zwischen 2012 und 2020 eingereichten periodischen Berichten von 116 Ländern an. Abrufbar unter: <https://en.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform>.

12 Siehe <https://www.effectivecooperation.org/>.

Der informelle Charakter des Kultur- und Kreativsektors¹³

Der erste einschlägige Faktor ist die informelle Natur der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW). Laut dem Bericht *Cultural times. The first global map of cultural and creatives industries* „belieft sich der informelle KKW-Umsatz in Schwellenländern im Jahr 2013 schätzungsweise auf insgesamt 33 Milliarden US-Dollar und bot 1,2 Millionen Arbeitsplätze“ und „die darstellenden Künste sind die größten Arbeitgeber in der informellen Wirtschaft“ (EY, 2015). Die Beschäftigung in der informellen Kulturwirtschaft in Afrika, Lateinamerika und Asien-Pazifik entfiel 2013 zu 56 % auf die darstellenden Künste, zu 31 % auf den Buchsektor und zu 3 bis 7 % auf die Spiel-, Musik- und Filmindustrie.

Die „Informalität“ der Wirtschaft ist besonders charakteristisch für den afrikanischen Markt für kulturelle Güter und Dienstleistungen, auf dem etwa eine halbe Milliarde Menschen beschäftigt sind. Die informelle Wirtschaft im KKW-Sektor spielt somit eine wichtige Rolle bei der Schaffung, Produktion, Verbreitung und dem Vertrieb kultureller Ausdrucksformen. Zwar ermöglichen informelle Vertriebsnetze oder informelle Verträge zwischen Kunstschaftern und privaten Sponsoren dem Publikum den Zugang zu einer Vielfalt kultureller Ausdrucksformen und es entstanden Millionen von Arbeitsplätzen. Dennoch ist diese „Informalität“ auch Ausdruck einer mangelnden Anerkennung von Kunst- und Kulturschaffenden. Dies bleibt nicht ohne Folgen für die tragfähige Entwicklung des Kultursektors, da „nicht anerkannte“ Kunst- und Kulturschaffende im Allgemeinen nicht die Voraussetzungen für bestimmte politische Fördermaßnahmen erfüllen und somit leer ausgehen. Finanzierungshilfen und andere Förderprogramme sind in erster Linie auf strukturierte und sichtbare Branchen ausgerichtet.

Infolgedessen sind es die Kleinstunternehmen, Verbände und Vereine, die in vielen Kulturbereichen des Globalen Südens die Rolle von großen Kulturinstitutionen ersetzen und übernehmen. Diese informelle Struktur ermöglicht es Staaten, kulturelle Ausdrucksformen schnell, billig und mit minimalen Formalitäten entstehen zu lassen, aber dieser Umstand bringt Kunst- und Kulturschaffende in eine verletzliche Position. Und leider verfügen die öffentlichen Behörden oft nur über begrenzte finanzielle Kapazitäten und Fachkenntnisse, um ihnen beim Übergang von einem informellen Umfeld in eine Professionalisierung zu helfen (UNESCO-UNDP, 2013; Forson, 2017).

Defizitäre Systeme zum Schutz geistigen Eigentums

Der zweite Faktor ist das Fehlen eines Urheberrechtssystems bzw. die mangelhafte Umsetzung von einschlägigen Gesetzen und Vorschriften bzw. ineffektive Bekämpfung von Piraterie. „In Asien-

Pazifik, in Afrika und Lateinamerika ist der informelle Handel mit raubkopierten Kulturgütern und Dienstleistungen (in der Regel zu niedrigeren Preisen) ohne jegliche Bezahlung der Urheber weit verbreitet“ (EY, 2015). Das kann als Ausprägung von allgemein defizitären regulatorischen Rahmenbedingungen und technischer Infrastruktur betrachtet werden, die jedoch die Entwicklung des Kultur- und Kreativsektors und somit auch die Vielfalt der kulturellen Ausdrucksformen erkennbar beeinträchtigen.

Allerdings ist das Recht eines jeden, „den Schutz der geistigen und materiellen Interessen zu genießen, die ihm als Urheber von Werken der Wissenschaft, Literatur oder Kunst erwachsen“ (ICESCR, Art. 15.1(c)) ein Grundrecht, das durch entsprechende Gesetze eingelöst werden sollte. Entsprechende Gesetze zu versäumen ist nicht nur eine Verweigerung eines Rechts, sondern hat direkte Auswirkungen auf die KKW, Kunst- und Kulturschaffende. Unfaire Vergütungen und Piraterie verringern das Einkommen von Menschen, die ein Werk schaffen, produzieren oder vertreiben, und haben eine abschreckende Wirkung auf ausländische Investitionen. Neben der Piraterie von Werken kann auch die Piraterie von Vertriebskanälen große Auswirkungen auf kulturelle Ökosysteme haben. In der Elfenbeinküste beispielsweise greifen 46 Prozent der Haushalte auf das Fernsehen über ein informelles Vertriebsnetz zu, was für den audiovisuellen Sektor einen geschätzten Verlust von 183 Millionen Euro pro Jahr bedeutet. Dieser Betrag wird nicht in den audiovisuellen Sektor reinvestiert, weder in dessen Produktion noch in dessen Technologie (Damiba, 2017).

Veraltete Steuersysteme

Damit KKW in vollem Umfang zur Wirtschaft eines Staates und zum internationalen Austausch von Kulturgütern und -dienstleistungen beitragen können, muss die besondere Wirtschaftsstruktur dieses Sektors berücksichtigt werden, wozu auch ein für diesen Sektor förderlicher steuerrechtlicher Ordnungsrahmen gehört (UNESCO, 2012). In vielen Ländern des Globalen Südens ist das Steuersystem jedoch im Grundsatz veraltet und besonders für die digitale Wirtschaft ungeeignet. Tatsächlich haben es mehrere Staaten versäumt, eine Steuerpolitik zu entwickeln, die Investitionen in die Kulturwirtschaft begünstigt. Lizenzgebührensysteeme und Reinvestitionen in die Schaffung und Produktion kultureller Inhalte fehlen häufig völlig. Darüber hinaus beeinträchtigt die hohe Besteuerung bestimmter importierter Güter, die von den KKW verwendet werden, die Entwicklung dieses Sektors. Für Ausstattung, die für die Schaffung und Produktion kultureller Ausdrucksformen notwendig ist, gibt es in der Regel keine Steuerbefreiungen oder Erleichterungen für deren Erwerb. In mehreren afrikanischen Ländern können die Zollabgaben auf Produktionsmittel und Ausrüstung beispielsweise zwischen 40 % und 110 % liegen (OIF, 2013a; OIF, 2013, b).

Steter Bedarf an Weiterbildung und Professionalisierung

„Menschliches kreatives Talent gibt es überall, aber eine Karriere in der Kulturwirtschaft erfordert ein Bildungsniveau und Fähigkeiten, die die Bildungsressourcen des Globalen Südens in je-

¹³ In diesem und den folgenden Abschnitten wird in der Studie verallgemeinernd von Weltregionen wie „Afrika“ gesprochen. Die Autoren sind sich durchaus bewusst, dass Verallgemeinerungen fast nie möglich sind und auch nicht als solche beabsichtigt sind. Die Autoren bestehen darauf, dass „in Afrika“ immer eine Abkürzung für „in vielen Fällen typisch für Länder des afrikanischen Kontinents“ sein soll.

der Hinsicht herausfordern“ (O’Connor, 2019). Wie in einer aktuellen Studie über die Kreativwirtschaft im Globalen Süden festgestellt wird, „sind drei Wissenssäulen – die technisch-wissenschaftliche, die kulturell-kreative und die unternehmerische Säule – für die Entwicklung von Talenten von grundlegender Bedeutung, wenn man bedenkt, dass die ersten beiden es ermöglichen, neue Wissensthemen in die kreativen Sektoren einzuführen, und die letztere sie in Produkte und Dienstleistungen umwandelt, die vom Markt und der Gesellschaft geschätzt werden“ (Vieira de Jesus, Kamlot und Correia Dubeux, 2020).

Trotz aller bisherigen Projekte zur Ausbildung von Kunst- und Kulturschaffenden und zum Kapazitätsaufbau in den KKW sind das Fehlen bzw. die unzureichende Qualität der Ausbildungsprogramme vielerorts im Globalen Südens ein großes, ungelöstes Problem. Der zunehmende Einsatz digitaler Technologien in den KKW hat auch das Qualifikationsprofil vieler Arbeitsplätze verändert, was eine Anpassung der Ausbildungssysteme erfordert (ILO, n.d.). KKW können sich kaum entwickeln ohne qualifiziertes Personal, das ihr Potenzial steigert und die Rendite von Investitionen maximiert. Der Mangel an Ausbildung für Kulturunternehmerinnen und Kulturunternehmer und das methodisch häufig informelle Management stellen zusätzliche technische und kulturelle Hürden für die Entwicklung mittel- und langfristiger Strategien mit ausreichender Kapazität zur Integration lokaler, subregionaler und internationaler Marktlogik dar (Ngnaoussi Elongue, 2018).

Die begrenzte Größe der lokalen und nationalen Märkte

Ein fünfter Faktor ist die eher geringe Größe der lokalen bzw. nationalen Märkte, insbesondere in Afrika und in der arabischen Welt (UNESCO-UNDP, 2013), bzw. das Fehlen regionaler Märkte. Die verringert die Rentabilität einheimischer Kulturprodukte, mit Ausnahme bestimmter Waren oder Dienstleistungen aus bestimmten Regionen, wie Nollywood- oder Bollywood-Filme (Deloumeaux, 2015) oder Fernsehprogramme aus Mexiko oder Brasilien (EY, 2015). Ein kleiner Markt kann mehrere Folgen für die KKW haben: Kunstschaffende verlassen womöglich ihre Heimatregion, um z.B. in Europa oder Nordamerika Zugang zu einem größeren Markt zu erhalten. Oder sie wenden sich für Produktion und Vertrieb an Unternehmen im Globalen Norden – was sich für Sichtbarkeit positiv auswirken, aber das Gedeihen der Unternehmen im Herkunftsland schwächen kann. Gleich mehrere Fachleute erwähnten in den im Rahmen dieser Studie geführten Interviews das Beispiel afrikanischer Schriftstellerinnen und Schriftsteller, die ihre Bücher in europäischen Verlagen veröffentlichen.

Ein Markt von geringer Größe wirkt sich auch auf die Vergütung von Kunst- und Kulturschaffenden aus; dies wiederum erhöht ihre Vulnerabilität oder zwingt sie dazu, ihre kreative Tätigkeit aufzugeben. Digitale Technologien können den Zugang zu einem größeren Markt verbessern, allerdings nur, wenn die Plattformen leicht zugänglich sind, eine echte Sichtbarkeit für Kunstschaffende bieten, um lokale, nationale oder sogar regionale und internationale Zielgruppen zu erreichen, und eine faire Vergütung fördern.

Die fehlende Anerkennung des Status von Kunstschaffenden

Ein sechster Faktor ist die fehlende Anerkennung des besonderen Status von Kunstschaffenden und ihre prekäre finanzielle und soziale Situation, die eine nachhaltige Entwicklung des Kreativsektors erschwert. Die Verbesserung des Status der Kunst- und Kulturschaffenden erfordert die Anerkennung mehrerer wirtschaftlicher, sozialer und kultureller Rechte durch politische Strategien und Maßnahmen. Im Globalen Süden stoßen Kunstschaffende aufgrund ihres Status tatsächlich häufig auf mehrere Schwierigkeiten: Sie genießen nicht die von internationalen Konventionen anerkannten Rechte, ihre Arbeit wird nicht als Beruf angesehen, sie profitieren nicht von sozialem Schutz, und die kollektive Verwaltung ihrer Urheberrechte ist selten effektiv.

Es ist nicht so, dass sich die Regierungen vieler Länder dieser Lage nicht bewusst wären. Durchaus werden rechtliche und institutionelle Rahmenbedingungen geschaffen, um den Status der Kunstschaffenden anzuerkennen und die besonderen Anforderungen ihrer beruflichen Tätigkeit zu berücksichtigen. Die Umsetzung solcher Maßnahmen scheitert aber oft an meist unzureichenden Budgets für den Kultursektor, oder an der für soziale Sicherung unzureichenden Wirtschaftskraft, oder dem Mangel an Fachwissen und Infrastruktur zur Bekämpfung von Piraterie, gerade im digitalen Zeitalter.

In einigen Staaten sind dennoch Fortschritte zu verzeichnen. So hat Senegal 2020 ein Gesetz verabschiedet, das Künstlerinnen und Künstler als Kulturschaffende im Sinne der Definition der *Internationalen Arbeitsorganisation (ILO)* qualifiziert. Dieses Gesetz bekräftigt die Grundrechte von Kunst- und Kulturschaffenden und legt den Rahmen für professionelle Kooperationsverträge sowie die Bedingungen für staatliche Unterstützung fest (Neil, 2019). Kenia hat Maßnahmen für Kunstschaffende in seine nationale Kulturpolitik aufgenommen, um eine faire Entlohnung für kreative Arbeit zu gewährleisten. Diese Politik umfasst auch Partnerschaften mit dem Privatsektor, um Kunstschaffende und ihre Arbeit zu unterstützen, indem sie Steuererleichterungen im Gegenzug für privates Sponsoring von kenianischen Kunstschaffenden ermöglicht. Darüber hinaus arbeitet Kenia an einem Gesetzentwurf zur Anerkennung des sozialen und wirtschaftlichen Status von Kunstschaffenden. Einige kollektive Managementorganisationen spielen ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Stärkung der sozioökonomischen Bedingungen von Kunstschaffenden. Das *Bureau Burkinabé des Droits d’Auteurs (BBDA)* zum Beispiel hat mit dem *Fonds d’aide aux membres âgés* ein Sozialsystem für ältere Kunstschaffende eingerichtet. Dieser Fonds teilt vierteljährlich 50 älteren Kunstschaffenden, die in prekären Situationen leben, die Summe von 100.000 FCFA (umgerechnet 146,50 €) zu (Sidibé, 2020).

Mobilitätshürden für Kunst- und Kulturschaffende

Hürden für die Mobilität von Kunstschaffenden behindern zugleich die volle Verwirklichung ihrer wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Rechte. Auch wenn die Verantwortung für die Mobilität

von Künstlerinnen und Künstlern von der internationalen Gemeinschaft als Ganzes getragen wird, müssen eindeutig gerade die Länder des Globalen Nordens Hindernisse als Ergebnis ihrer eigenen Gesetze und ihrer Politik beseitigen. In den letzten Jahren ist Mobilität jedoch sogar noch schwieriger und komplexer geworden, aufgrund von Fragen der öffentlichen Sicherheit, terroristischer Bedrohungen und globaler Flüchtlingskrisen (van Graan, 2018). Darüber hinaus erhalten Kunstschaaffende im Allgemeinen keine Vorzugsbehandlung für den Zugang zu Märkten in Industrieländern (Neil, 2019), obwohl die Gewährung einer solchen Behandlung eine verbindliche Verpflichtung gemäß Artikel 16 der 2005er Konvention darstellt. Die meisten Maßnahmen zur Förderung der Mobilität sind finanzieller Art und zielen darauf ab, die Teilnahme von Kunstschaaffenden an kulturellen Veranstaltungen, Trainings oder Netzwerkaktivitäten zu unterstützen (Art Moves Africa, 2018). Aber Mobilität braucht mehr als nur beliebige Finanzierung. Projekte basieren oft auf einmaliger Finanzierung – statt auf stufenweiser oder langfristiger Finanzierung –, die „weniger effektiv und sogar kontraproduktiv sein kann, denn sie verkennt, dass die Zusammenarbeit ein zerbrechlicher, schwieriger und hartnäckiger Prozess ist, bei dem Kunstschaaffende bisher unerforschten Terrain betreten“ (van Graan, 2018).

Finanzielle Hilfen für die Mobilität von Kunstschaaffenden aus dem Globalen Süden sind notwendig, müssen aber ergänzt werden durch gezielte Erleichterung von Verwaltungsverfahren und Einreise in Länder des Globalen Nordens. Diese Fragen werden selten unter kulturellen Gesichtspunkten behandelt, sondern eher als ein Thema der Migration. Es ist auch ein Handelsproblem, da Kunst- und Kulturschaaffende „Dienstleisterinnen und Dienstleister“ sind, die unter Handelsabkommen fallen (unter Modus 4 – Personenverkehr).¹⁴ Doch während sie von Verpflichtungen zur Liberalisierung „kultureller Dienstleistungen“ betroffen sein könnten – was ihre Mobilität fördern würde –, zögern die Industrieländer, solche Verpflichtungen einzugehen. Daher müssen andere Instrumente in Betracht gezogen werden, die diese zumindest ergänzen.

Mangelnde Repräsentation und Anerkennung von weiblichen Kunstschaaffenden

Abschließend muss betont werden, dass viele Künstlerinnen – also weibliche Kunstschaaffende – sich weiterhin in besonders prekärer Lage befinden. Sie brauchen besondere Unterstützung, um ihren Beitrag zur Entwicklung der KKW zu leisten. In Ermangelung einer formellen Anerkennung des Beitrags von Frauen zur Vielfalt kommerzieller und

¹⁴ Verpflichtungen in Handelsabkommen, die sich auf Dienstleistungen beziehen, sind in der Regel nach vier „Leistungsarten“ gegliedert: grenzüberschreitender Handel (Modus 1), Verbrauch im Ausland (Modus 2), kommerzielle Präsenz (Modus 3) und vorübergehender Verkehr von natürlichen Personen (Modus 4). Wenn Kunstschaaffende ins Ausland reisen, um bei einem Festival aufzutreten, gilt das beispielsweise als Dienstleistung und sie könnten daher von Handelsverpflichtungen profitieren, die unter Modus 4 abgeschlossen werden.

nicht-kommerzieller kultureller Ausdrucksformen, einschließlich Güter und Dienstleistungen, bleibt jede Maßnahme zugunsten des Status der Kunstschaaffenden unvollständig. Laut dem *UNESCO Global Monitoring Report* von 2018 über die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen haben Frauen in verschiedenen Berufen und Kulturindustrien in den meisten afrikanischen Ländern (u.a. Mali, Südafrika, Togo, Mosambik) einen Anteil von weniger als 4 % (Deloumeaux, 2018). In Westafrika machen Frauen in der Musikindustrie in den meisten Berufen des Sektors weniger als 30 % der Beschäftigten aus. Davon sind 90 % Kostüm- oder Haarstylistinnen und 60 % Choreographinnen. In anderen „Entwicklungs- und Schwellenländern sind weibliche Kreative eher im Handwerk und in der bildenden Kunst zu finden“; zwei Sparten mit üblicherweise schlechtem Schutz geistiger Eigentumsrechte und geringer institutioneller Unterstützung (EY, 2015).

Eine weitere Schwierigkeit für Künstlerinnen ist der Zugang zu Finanzierung. So ist zwar die Neigung afrikanischer Frauen, ein Unternehmen zu gründen, ausgeprägter als die afrikanischer Männer: Jede vierte Frau hat Interesse, sich als Unternehmerin auszuprobieren. Afrikanische Künstlerinnen haben jedoch große Schwierigkeiten beim Zugang zu Finanzdienstleistungen und erhalten seltener formelle Finanzierungen von privaten Investoren (Tokunboh, 2020). Die Kluft zwischen Männern und Frauen bei der Nutzung des Internets zur Teilnahme am kulturellen Leben ist ebenso deutlich: Nur 23 Prozent der Künstlerinnen nutzen mangels Qualifikation und Ausrüstung das Internet.

Angesichts der genannten Herausforderungen ist es sinnvoll, die bisher entwickelten Werkzeuge zur Zusammenarbeit und des kulturellen Austauschs kurz zu betrachten, ebenso diejenigen, die potentiell eingesetzt werden könnten, um die nachhaltige Entwicklung der KKW sowie die Erfüllung der Rechte von Kunst- und Kulturschaaffenden im Globalen Süden zum Wohle aller zu fördern.

B. Optimierte Umsetzung der wichtigsten Rechtsinstrumente und Erkundung neuer Wege

Relevante politische Instrumente

Im Rahmen der UNESCO, aber auch innerhalb anderer multilateraler oder regionaler Organisationen, haben Staaten Rechtsinstrumente vereinbart, die die besondere Rolle von Kunstschaaffenden in Gesellschaften anerkennen und die kulturelle Vielfalt stärken. Zwei dieser Instrumente sind für unsere Überlegungen zur Umsetzung von Fair Culture von großer Bedeutung: *Die Empfehlung von 1980 zum Status des Künstlers* (die *Empfehlung von 1980*) und die *2005er Konvention zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen* (*2005er Konvention*). Beide haben wichtige Fortschritte im Bereich der Kulturpolitik angestoßen und den kulturellen Austausch zwischen dem Globalen Norden und dem Globalen Süden gefördert. Dennoch zeigt das Monitoring ihrer Umsetzung,

dass weitere Anstrengungen nötig sind, um die Situation von Kunst- und Kulturschaffenden in Entwicklungsländern zu verbessern und ihre KKW zu stärken.

Natürlich gibt es viele weitere Rechtsinstrumente, die für die Zwecke dieser Studie relevant sind. Dazu gehört der *Pakt über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte der Vereinten Nationen* von 1966 als allgemein anerkannter Rahmen für die in diesem Zusammenhang betroffenen Rechte. Da sich dieser Pakt jedoch nicht an die Kulturschaffenden und Stakeholder des KKW-Sektors richtet, würde seine Analyse nicht zu einer weiteren Spezifität dieser Studie beitragen; eindeutig verleiht er ihr jedoch zusätzliche Legitimität.

1980er UNESCO-Empfehlung zum Status des Künstlers

Auch wenn die *Empfehlung von 1980* im Jahr 2020 bereits ihr 40-jähriges Bestehen feierte, scheint dieses Instrument heute wichtiger denn je zu sein. Wie in einem aktuellen OECD-Bericht unterstrichen wird, „sind kreative Berufe oft mit prekären Beschäftigungsformen verbunden, und die COVID-19-Krise hat deutlich gemacht, wie solche Berufe bei der öffentlichen Förderung oft durchs Raster fallen“ (OECD, 2020). Da der KKW-Sektor unter strukturellen Schwächen leidet (Isernia und Lamonica, 2021), genießen die Kulturschaffenden nicht im gleichen Maß den Schutz der Gesellschaft wie viele andere Arbeitskräfte. Die Anerkennung ihres Status wäre für Kunst- und Kulturschaffende ein entscheidender Schritt zur Förderung ihrer Rechte und ihrer künstlerischen Freiheit im eigenen Land und im Ausland. Der Schutz ihrer Urheberrechte ist auch eine grundlegende Voraussetzung für die Gewährleistung einer gerechten Vergütung.

Daher erscheint es dringend nötig, den Schutz von im digitalen Umfeld tätigen Kunstschaffenden zu verstärken und die *Empfehlung von 1980* adäquat umzusetzen. Wie in einem kürzlich erschienenen Bericht über die Umsetzung dieses Instruments erwähnt, „besteht ein globaler Konsens darüber, dass Kunstschaffende mit dem digitalen Wandel insgesamt Einkommensverluste erlitten haben“ (UNESCO, 2019), „während Tech-Unternehmen an der Schnittstelle von Kultur und Technologie noch nie dagewesene Geldsummen erzielen, wodurch wirtschaftliches Ungleichgewicht entsteht“ (Neil, 2019). Es gibt zudem ein großes Ungleichgewicht in der Einkommensverteilung. Zum Beispiel erhalten im Musiksektor 5 % der Kulturschaffenden 95 % der Tantiemen; „früher erhielten 20 % der Kunstschaffenden 80 % der Tantiemen“.

Die Kluft im digitalen Umfeld ist womöglich gar noch ausgeprägter. Berichten zufolge generieren 1 % der Kunstschaffenden etwa 90 % aller Musikstreams, die restlichen 99 % nur 10 % der Plays produzieren (The Music Network, 2020). Weitere Bedenken bestehen hinsichtlich der Verfügbarkeit und Auffindbarkeit bestimmter lokaler Produkte und Inhalte auf digitalen Plattformen. Dies wirkt sich direkt auf die Vergütung der Kunstschaffenden, aber auch auf den lokalen Markt und den kulturellen Austausch aus. Abschließend ist es trotz einiger positiver Entwicklungen für Kunstschaffende aus dem Globalen Süden heute generell schwieriger, in den Globalen Norden zu rei-

sen, als dies 1980 der Fall war (Neil, 2019), was die künstlerische Freiheit einiger Kunstschaffenden unweigerlich einschränkt.

Auch wenn jeder Staat individuell für die Umsetzung der *Empfehlung zum Status des Künstlers* von 1980 verantwortlich ist, kann durch internationale Zusammenarbeit die Kapazität der Entwicklungsländer gestärkt werden, um die für die Anerkennung dieses Status notwendigen Maßnahmen umzusetzen.

2005er UNESCO-Konvention zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen

Eines der Kernziele der *2005er Konvention* lautet, „den Dialog zwischen den Kulturen anzuregen, um weltweit einen breiteren und ausgewogeneren kulturellen Austausch zur Förderung der gegenseitigen Achtung der Kulturen und in einer Kultur des Friedens zu gewährleisten“ (Artikel 1 (c)). Ein weiteres Ziel ist es, „die internationale Zusammenarbeit und Solidarität in einem Geist der Partnerschaft zu stärken, um insbesondere die Fähigkeiten der Entwicklungsländer zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen zu erhöhen“ (Artikel 1 (i)).

Zu diesem Zweck enthält die *2005er Konvention* einen wichtigen Mechanismus für internationale Zusammenarbeit und Solidarität. Die entsprechenden Verpflichtungen gehören zu den verbindlichsten dieses Vertrages. Artikel 16 verpflichtet die Industrieländer, den kulturellen Austausch mit Entwicklungsländern zu erleichtern, „indem sie in geeigneten institutionellen und rechtlichen Rahmen Künstlern, Kulturschaffenden und anderen im Kulturbereich Tätigen sowie kulturellen Gütern und Dienstleistungen aus Entwicklungsländern eine Vorzugsbehandlung gewähren.“ Aus Artikel 16 ergibt sich eine Ergebnisverpflichtung, was bedeutet, dass die bloße Tatsache, dass ein Industrieland Anstrengungen zur Erleichterung des Austauschs unternimmt, nicht ausreicht, wenn diese nicht zu konkreten Ergebnissen bezüglich der Verpflichtung gegenüber Artikel 16 führen. Bislang haben die Industrieländer nur wenige Maßnahmen der Vorzugsbehandlung ergriffen, die mit Artikel 16 vereinbar sind.

Freihandelsabkommen können Maßnahmen zur Vorzugsbehandlung enthalten, die die Anforderungen von Artikel 16 erfüllen. Dies zeigt etwa das 2008 verabschiedete *Wirtschaftspartnerschaftsabkommen (WPA)* zwischen der EU und dem Karibischen Forum (CARIFORUM), dem ein Protokoll über kulturelle Zusammenarbeit beigefügt ist, das ausdrücklich auf diese Bestimmung der *2005er Konvention* verweist. In einer 2019 veröffentlichten Studie wurden jedoch einige wichtige Hindernisse für die Umsetzung dieses Protokolls festgestellt, wie z.B. die anhaltenden Probleme mit der Visumpflicht, die Schwierigkeiten beim Zugang zu Finanzmitteln für prioritäre Sektoren wie den audiovisuellen Sektor, die darstellenden Künste und das Verlagswesen sowie die fehlende gegenseitige Anerkennung beruflicher Qualifikationen (Burri und Nurse, 2019). Die überwiegende Mehrheit der anderen Freihandelsabkommen, die seit der Verabschiedung

der *2005er Konvention* abgeschlossen wurden, gewähren dem Kultursektor keinerlei spezifische Vorzugsbehandlung und erleichtern die Mobilität von Kunst- und Kulturschaffenden nicht. Darüber hinaus sind die Vertragsparteien der *2005er Konvention* dazu aufgerufen, Artikel 16 auch im digitalen Umfeld umsetzen, was ebenfalls nur langsam erfolgt.

Der Globale Norden muss noch viel tun, um Ländern des Globalen Südens den Zugang zu seinen Kulturmärkten zu erleichtern. Außerdem müssen in allen Regionen Maßnahmen zum Kapazitätsaufbau neu aufgelegt werden, nicht nur um den Kulturaustausch zu verbessern, sondern auch – und das ist noch wichtiger – um lokale Märkte zu fördern und die lokale Nachfrage zu stimulieren. Artikel 14 der *2005er Konvention* betont die Notwendigkeit, das Entstehen eines dynamischen Kultursektors in den Entwicklungsländern zu fördern, unter anderem durch die Stärkung der Kulturindustrie, den Aufbau von Kapazitäten, Technologietransfer und finanzielle Unterstützung. Artikel 15 konzentriert sich auf „die Entwicklung von Partnerschaften im öffentlichen und privaten Sektor und in nicht auf Gewinn ausgerichteten Organisationen sowie zwischen diesen, um mit den Entwicklungsländern bei der Verbesserung ihrer Kapazitäten zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen zusammenzuarbeiten.“

Ein weiterer durch Artikel 18 der *2005er Konvention* eingerichteter Kooperationsmechanismus, der zur Stärkung der Kapazitäten von Entwicklungsländern mobilisiert werden kann, ist der *Internationale Fonds für kulturelle Vielfalt (IFCD)*. Wie in Artikel 3 seiner Finanzordnung festgelegt, bietet der IFCD den Vertragsparteien der *2005er Konvention* einen Mechanismus zur „Unterstützung der Zusammenarbeit für nachhaltige Entwicklung und Armutsbekämpfung, insbesondere in Bezug auf die spezifischen Bedürfnisse der Entwicklungsländer, um die Entstehung eines dynamischen Kultursektors gemäß Artikel 14 der Konvention zu fördern“.

In den letzten zehn Jahren hat der IFCD 120 Projekte in 60 Entwicklungsländern mit einem Investitionsvolumen von etwa 9 Mio. US-Dollar unterstützt. Dieser Beitrag ist wichtig, aber er muss auch im Vergleich zur Gesamtzahl der eingereichten und nicht finanzierten Projekte bewertet werden. Im Jahr 2020 wurden zum Beispiel 1027 Projekte eingereicht, aber nur sechs wurden finanziert. Dieser Fonds wurde bisher hauptsächlich durch freiwillige Beiträge der Vertragsparteien der *2005er Konvention* finanziert. Sie reichen nicht aus, um alle Projekte zu unterstützen, die internationale Unterstützung verdienen würden. Zwischen 2010 und 2020 ist die Summe der jährlichen freiwilligen Beiträge sogar gesunken, obwohl die Zahl der beitragenden Länder gestiegen ist (UNESCO, 2021). Daher, und obwohl der IFCD innovative Projekte unterstützt hat, müssen seine Ergebnisse als enttäuschend bezeichnet werden. Für die Zukunft sollte bedacht werden, dass dem IFCD auch andere Arten von Beiträgen zufließen können, ein Punkt, auf den wir bei der Formulierung von Empfehlungen im letzten Teil dieser Studie zurückkommen werden.

Gerade im Zusammenhang mit der Pandemie und deren verheerenden Auswirkungen auf den Kultursektor weltweit ist die Umsetzung

der oben genannten Verpflichtungen zwar entscheidend, es ist zugleich notwendig, noch weiter zu gehen. Zum einen müssen die bestehenden Kooperationsmaßnahmen verbessert werden. Die Studie „*Cultural and Creatives Industries Supporting Activities in Sub-Saharan Africa. Mapping and Analysis*“ fordert zum Beispiel mehr Bottom-up-Programme und neue Ansätze, um besser an die lokalen Bedürfnisse, Kontexte und Prioritäten heranzukommen (Ivo Franco und Njogu, 2020). Auf der anderen Seite müssen Partner aus dem privaten Sektor mobilisiert werden, einschließlich der „Web-Giganten“ (GAFAN). Diese sind für die Verstärkung bestehender Ungleichheiten verantwortlich – insbesondere durch ihren Versuch, jede Form von Besteuerung oder Beiträgen zu unabhängigen Fonds zur Unterstützung der kulturellen Produktion zu vermeiden (Bernier, 2020); zugleich sind sie auch diejenigen, die am meisten profitieren, insbesondere seit Beginn der Pandemie. Wie die OECD unterstreicht, „haben einige Kultur- und Kreativbranchen, wie z.B. Plattformen für Online-Inhalte, von der gestiegenen Nachfrage nach dem Streaming kultureller Inhalte während der verschiedenen Lockdowns profitiert, die von Regierungen auf der ganzen Welt aufgrund der COVID-19-Pandemie verhängt wurden, aber die Vorteile aus dieser zusätzlichen Nachfrage sind größtenteils den größten Unternehmen der Branche zugeflossen“ (OECD, 2020).

In Anbetracht dieses Trends und der möglichen, lang anhaltenden Auswirkungen der Pandemie auf die KKW betont diese Studie die Tatsache, dass multinationale Unternehmen eine entscheidende Rolle bei der Entwicklung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen spielen, und untersucht die jüngsten Initiativen zur Überwachung ihres Handelns, insbesondere im Hinblick auf die kulturellen Rechte.

Regulierung von multinationalen Unternehmen: für den Kultursektor ein neuer Weg

Private Die Privatwirtschaft sollte in die internationale Entwicklungszusammenarbeit einbezogen werden. Dies spiegelt sich bereits in einigen Initiativen der internationalen Gemeinschaft im letzten Jahrzehnt wider. Ein besonders relevantes Beispiel ist die 2012 gegründete *Globale Partnerschaft für wirksame Entwicklungskooperation (Global Partnership for Effective Development Cooperation, GPEDC)*. Diese bringt Regierungen, bilaterale und multilaterale Organisationen, die Zivilgesellschaft, den Privatsektor und Vertretung von Parlamenten und Gewerkschaften zusammen. Ihr Arbeitsprogramm 2020 – 2022 konzentriert sich auf drei strategische Prioritäten: die Förderung der Entwicklungseffektivität, um die Umsetzung der Agenda 2030 zu beschleunigen; den Aufbau besserer Partnerschaften und die Überwachung von Maßnahmen, die im Einklang mit den *Kampala-Prinzipien für effektives privatwirtschaftliches Engagement in der Entwicklungszusammenarbeit* umgesetzt werden sollen. Die fünf sich gegenseitig verstärkenden Prinzipien, die von der GPEDC als Antwort auf das Nairobi-Ergebnisdokument von 2016 entwickelt wurden, sind: 1. inklusive Länderverantwortung; 2. Ergebnisse und gezielte Wirkung; 3. inklusive Partnerschaft; 4. Transparenz

und Rechenschaftspflicht; und 5. niemanden zurücklassen.¹⁵

Solche Prinzipien sind auch für den Kultursektor relevant und könnten Multi-Stakeholder-Initiativen anleiten, die Gerechtigkeit und Vielfalt fördern, lokale Kunstschafter und Fachkräfte, lokale Produktion und lokalen Konsum unterstützen und den kulturellen Austausch neu austarieren wollen. Dazu gehören auch digitale Plattformen, die Kunst- und Kulturschaffenden eine faire Vergütung bieten und zur Entwicklung einer starken Kultur- und Kreativwirtschaft in all jenen Ländern beitragen, wo sie ein Publikum ansprechen, insbesondere in Entwicklungsländern. Wie in der Einleitung erwähnt, besteht ein Ziel dieser Studie darin, Partner aus der Privatwirtschaft in Industrieländern, die im Globalen Süden tätig sind, zu ermutigen, eine aktive Rolle beim Schutz und der Förderung lokaler kultureller Ausdrucksformen zu spielen und die Konsolidierung lokaler und regionaler Märkte zu unterstützen.

Über eine solche aktive Beteiligung an Kooperationsprojekten hinaus ist offensichtlich auch wichtig zu überlegen, mit welchen Instrumenten das Handeln der Privatwirtschaft, insbesondere multinationaler Unternehmen, überwacht werden kann. Es muss das Ziel sein, jegliches Handeln zu verhindern, das für die Menschenrechte eine Bedrohung darstellt, zu denen die kulturellen Rechte für alle sowie die sozialen und wirtschaftlichen Rechte der Kunstschafter gehören. In dieser Hinsicht könnten die KKW möglicherweise von den jüngsten Initiativen für faire und nachhaltige Lieferketten in anderen Sektoren oder anderen Bewegungen lernen, die generell darauf abzielen, multinationalen Unternehmen menschenrechtliche Sorgfaltspflichtregeln aufzuerlegen.

Wie in der *Freiburger Erklärung zu den kulturellen Rechten* (2007) festgestellt wird, „kann die kulturelle Vielfalt ohne effiziente Umsetzung der kulturellen Rechte nicht wirksam geschützt werden“ und die „Achtung der Vielfalt und der kulturellen Rechte [ist] ein bestimmender Faktor für die Legitimität und die Kohärenz der nachhaltigen Entwicklung auf der Grundlage der Unteilbarkeit der Menschenrechte“ (Präambel, Abs. 4, 6). Die volle Förderung und Achtung der kulturellen Rechte, die das Recht eines jeden auf Teilhabe am kulturellen Leben und auf künstlerische Freiheit umfassen (siehe *Internationaler Pakt über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte* (1966), Art. 15) „ist wesentlich für die Wahrung der Menschenwürde und eine positive soziale Interaktion zwischen Individuen und Gemeinschaften in einer vielfältigen und multikulturellen Welt“ (CESCR, 2009). Zu den kulturellen Rechten gehört auch das Recht auf den Schutz der geistigen und materiellen Interessen, die mit den Werken verbunden sind, die aus der eigenen künstlerischen Arbeit resultieren. Die *2005er Konvention* basiert auf dem Prinzip der *Achtung der Menschenrechte und Grundfreiheiten* und stellt fest, dass kulturelle Vielfalt „nur dann geschützt und gefördert werden [kann], wenn die Menschenrechte und Grundfreiheiten, wie die Freiheit der Meinungsäußerung, der Informations- und Kommunikationsfreiheit sowie die Möglichkeit der Einzelperson ihre kulturellen Ausdrucksformen zu wählen, garantiert sind“ (Art. 2.1).

Obwohl in erster Linie die Staaten für Achtung, Schutz und Gewährleistung der kulturellen Rechte verantwortlich sind, haben auch andere Akteure eine Schlüsselrolle, um sicherzustellen, dass diese Rechte vollständig verwirklicht werden, darunter auch private Unternehmen mit Tätigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Das Fair Culture-Konzept muss daher die notwendige Achtung der Menschenrechte durch multinationale Unternehmen berücksichtigen, die in Ländern des Globalen Südens investieren, Geschäftsaktivitäten im Ausland durchführen oder auch nur auf das dortige Publikum ausgerichtet sind. Es muss auch geprüft werden, wie der Staat, in dem diese Unternehmen ihren Sitz haben, in das Monitoring ihrer Geschäftsaktivitäten und Investitionen im Ausland einbezogen werden kann, um deren Vereinbarkeit mit den Sorgfaltspflichtregeln sicherzustellen.

Sorgfaltspflichtregeln für multinationale Unternehmen zu etablieren, ist zwar keine neue Bewegung, aber die entsprechenden Initiativen haben sich im letzten Jahrzehnt vervielfacht. Bereits 1976 verabschiedeten die OECD-Mitglieder die *Erklärung über internationale Investitionen und multinationale Unternehmen*, die seither mehrfach überarbeitet wurde (1979, 1984, 1991, 2000 und 2011). Der Erklärung beigefügt sind die *Leitsätze für multinationale Unternehmen* (OECD, 2011), die Empfehlungen der Regierungen an multinationale Unternehmen darstellen, um die Vertrauensbasis zwischen den Unternehmen und den Gesellschaften, in denen sie tätig sind, zu stärken und den Beitrag der multinationalen Unternehmen zur nachhaltigen Entwicklung zu steigern (Vorwort, Abs. 1).

In den Leitsätzen heißt es, dass „Unternehmen die international anerkannten Menschenrechte der von ihrer Tätigkeit betroffenen Person achten“ (Abschnitt II.A, Abs. 2) sollten und sie verhindern sollten, „negative Auswirkungen auf die Menschenrechte zu verursachen oder einen Beitrag dazu zu leisten“ (Abschnitt IV, Abs. 2). Die Leitsätze gehen sogar noch weiter und schlagen vor, dass das Unternehmen „den lokalen Kapazitätsaufbau durch eine enge Zusammenarbeit mit den jeweiligen örtlichen Gemeinwesen einschließlich Vertretern der lokalen Wirtschaft fördern und gleichzeitig die Expansion der Aktivitäten des Unternehmens auf den Inlands- und Auslandsmärkten gemäß dem Prinzip solider Geschäftspraktiken fördern“ soll (Abschnitt II.A, Abs. 3). Es ist jedoch zu beachten, dass die Einhaltung der Leitsätze durch Unternehmen freiwillig ist und nicht rechtlich durchgesetzt werden kann. Der 2018 veröffentlichte *OECD-Leitfaden für die Erfüllung der Sorgfaltspflicht für verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln* legt fest, dass „Due Diligence [...] sich tatsächlichen negativen Effekten oder potenziellen negativen Effekten (Risiken)“ im Zusammenhang mit den Menschenrechten widmet (OECD, 2018) und bietet Unternehmen praktische Unterstützung bei der Umsetzung der OECD-Leitsätze.

Weitere freiwillige Regeln für Unternehmen zu Sorgfaltspflichten finden sich in der *Dreigliedrigen Grundsatzerklärung der ILO über multinationale Unternehmen und Sozialpolitik* (im Folgenden *Dreigliedrige Erklärung der ILO*), die 1977 verabschiedet und 2017 aktualisiert wurde. Diese Grundsätze richten sich an Regierungen, Arbeitgebenden- und Arbeitnehmendenorganisationen sowie an multinationale Unternehmen. Der erste Absatz weist darauf hin,

¹⁵ Siehe: <https://www.effectivecooperation.org/landing-page/action-area-21-private-sector-engagement-pse>.

dass „die Vorstöße multinationaler Unternehmen bei der Ausweitung ihrer Tätigkeiten über den nationalen Rahmen hinaus zu Missbräuchen der Konzentration wirtschaftlicher Macht und zu Konflikten mit den staatlichen Entwicklungszielen und den Interessen der Arbeitnehmer führen“ können. Ziel dieser Erklärung ist es, den positiven Beitrag zu fördern, den multinationale Unternehmen zum wirtschaftlichen und sozialen Fortschritt und zur Verwirklichung menschenwürdiger Arbeit für alle leisten können (Absatz 2).

Zu diesem Zweck sollen alle von der *Dreigliedrigen Erklärung* der ILO betroffenen Parteien die *Allgemeine Erklärung der Menschenrechte* (1948) und die entsprechenden, von der Generalversammlung der Vereinten Nationen angenommenen *Internationalen Pakte* (1966) sowie die *Verfassung der Internationalen Arbeitsorganisation* und ihre Grundsätze einhalten, nach denen die Freiheit der Meinungsäußerung und die Vereinigungsfreiheit für den anhaltenden Fortschritt unerlässlich ist“ (Absatz 8). In Bezug auf Unternehmen, einschließlich multinationaler Unternehmen, heißt es in der *Dreigliedrigen Erklärung* der ILO, dass sie „die Sorgfaltspflicht walten lassen [sollten], um tatsächliche und potenzielle nachteilige Auswirkungen in Bezug auf die international anerkannten Menschenrechte [...] zu ermitteln, zu verhüten, abzuschwächen sowie Rechenschaft darüber abzulegen“ (Absatz 10.d). Zu den Follow-up-Mechanismen dieses Instruments gehört ein regionaler Bericht über die Förderung und Anwendung der Erklärung, der für jede der ILO-Regionaltagungen (alle vier Jahre) erstellt wird. Dieser Bericht, der auf den Angaben zu einem Fragebogen basiert, der an Regierungen, Arbeitgebenden- und Arbeitnehmendenorganisationen verschickt wurde, dient als Grundlage für eine Sondersitzung während der ILO-Regionaltagung. Dieses System bietet eine dreigliedrige Dialogplattform, um über weitere Förderaktivitäten auf regionaler Ebene zu diskutieren.

Auch die Vereinten Nationen haben sehr relevante Initiativen zur Förderung verantwortungsvoller Geschäftsaktivitäten durchgeführt. Der im Jahr 2000 ins Leben gerufene *UN Global Compact* basiert auf zehn Prinzipien zu Menschenrechten, Arbeit, Umwelt und Korruptionsbekämpfung. Die Prinzipien 1 und 2 besagen, dass „Unternehmen [...] den Schutz der internationalen Menschenrechte unterstützen und achten [sollen]“ und „sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen“. Der *UN Global Compact* steht jedem Unternehmen offen und ist eine freiwillige Initiative, die Veränderungen anregen, nachhaltiges unternehmerisches Handeln fördern und Partnerschaften anbahnen soll.

Ein umfassenderer Handlungsrahmen wurde 2011 mit der einstimmigen Verabschiedung der *UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte* (*UN Guiding Principles on Business and Human Rights/UNGPR*) durch den Menschenrechtsrat (Human Rights Council/HRC, 2011) geschaffen. Die 31 Leitprinzipien umreißen die Pflichten und Verantwortungen von Regierungen und Wirtschaftsunternehmen im Hinblick auf die risikobehafteten Auswirkungen auf die Menschenrechte, die mit der Wirtschaftstätigkeit verbunden sind. Diese Prinzipien beruhen auf der Anerkennung der bestehenden Verpflichtungen von Staaten,

die Menschenrechte und Grundfreiheiten zu achten, zu schützen und zu gewährleisten (Teil I); der Rolle von Unternehmen als spezialisierten Organen der Gesellschaft, die besondere Funktionen ausüben und verpflichtet sind, alle geltenden Gesetze einzuhalten und die Menschenrechte zu achten (Teil II); und der Notwendigkeit, dass Rechte und Pflichten mit angemessenen und wirksamen Rechtsschutzmaßnahmen einhergehen, wenn sie verletzt werden (Teil III) (UNGPR, Allgemeine Prinzipien). Teil II, der sich auf die Rolle von Unternehmen bezieht, enthält vier Prinzipien speziell für die menschenrechtliche Sorgfaltspflicht von Unternehmen (Prinzipien 17 bis 21), wobei das erste Prinzip besagt, dass „um ihre nachteiligen menschenrechtlichen Auswirkungen zu ermitteln, zu verhüten und zu mildern sowie Rechenschaft darüber abzulegen, wie sie ihnen begegnen, [...] Wirtschaftsunternehmen Sorgfaltspflicht auf dem Gebiet der Menschenrechte walten lassen [sollten]“ (Prinzip 17).

All diese Initiativen hatten positive Auswirkungen, insbesondere indem sie dazu beigetragen haben, das Bewusstsein für Menschenrechtsfragen bei multinationalen Unternehmen zu schärfen; dennoch wurde die Freiwilligkeit der Prinzipien – einschließlich der UNGPR – von akademischen und zivilgesellschaftlichen Organisationen vielfach kritisiert – weil sie von den beteiligten Akteuren nicht eingehalten werden (Faracik, 2017). Dies erklärt, warum ein *International Rechtsverbindliches Instrument für transnationale Unternehmen und andere Wirtschaftsunternehmen* derzeit von einer 2017 eingerichteten, ergebnisoffenen tagenden zwischenstaatlichen Arbeitsgruppe ausgearbeitet werden soll (HRC, 2017), eine Initiative, die von mehreren Regierungen, Gewerkschaften und NGOs unterstützt wird.

Zu diesen Organisationen gehört *Fairtrade International*. Sie stellte fest, dass „freiwillige Instrumente für verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln sich als unzureichend erwiesen haben, um die strukturellen Ursachen von Menschenrechtsverletzungen anzugehen“; sie forderte daher eine verbindliche Regulierung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht (Fairtrade International, 2020). Sie verlangte auch explizite Vorgaben zum Recht auf einen menschenwürdigen Lebensunterhalt; existenzsichernde Einkommen und Löhne sollen in diesem Zusammenhang als grundlegende Menschenrechte zu verstehen sein.

Der zweite überarbeitete Entwurf dieses Rechtsinstruments mit 24 Artikeln wurde im August 2020 veröffentlicht und auf der sechsten Sitzung der Arbeitsgruppe diskutiert (HRC, 2021b). Im Bericht dieser Arbeitsgruppensitzung wurde der Prozess als eine Gelegenheit qualifiziert, um im Zuge der COVID-19-Pandemie verbindliche Menschenrechtsstandards zu entwickeln, die einen sozioökonomischen Wiederaufbau gewährleisten, der niemanden zurücklässt und den sozialen Zusammenhalt stärkt, im Einklang mit der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung (Abs. 3). Zwar stellt der zweite Vertragsentwurf verpflichtende menschenrechtliche Sorgfaltspflichten in den Mittelpunkt, er enthält jedoch keine direkten Verpflichtungen für transnationale Konzerne und andere Wirtschaftsunternehmen, sondern verpflichtet vielmehr die jeweiligen Regierungen zur Regulierung.

Nach Artikel 6 „regeln die Vertragsstaaten wirksam die Tätigkeiten aller in ihrem Hoheitsgebiet oder unter ihrer Gerichtsbarkeit ansässigen Wirtschaftsunternehmen, einschließlich solcher mit transnationalem Charakter“ (Abs. 1) und „verpflichten die Wirtschaftsunternehmen zu menschenrechtlicher Sorgfalt, die im Verhältnis zu ihrer Größe, dem Risiko schwerwiegender menschenrechtlicher Auswirkungen und der Art und dem Kontext ihrer Geschäftstätigkeit steht“ (Abs. 2). Artikel 6 fügt hinzu, dass die Nichteinhaltung dieser Pflicht „unbeschadet der Bestimmungen über die strafrechtliche, zivilrechtliche und verwaltungsrechtliche Haftung zu angemessenen Sanktionen, gegebenenfalls auch zu Korrekturmaßnahmen, führt“ (Abs. 6).

Einerseits kann dieser Ansatz insofern kritisiert werden, als dass der Vertrag nicht zu einer internationalen Harmonisierung des Sorgfaltspflichtregeln für multinationale Unternehmen führen dürfte. Andererseits hätte dieser Vertrag den Vorteil, dass er die Staaten dazu verpflichten würde, nationale Regulierung zu schaffen und damit den Unternehmen unter ihrer Gerichtsbarkeit einen Sorgfaltspflichtregeln aufzuerlegen und im Falle der Nichteinhaltung Sanktionen anzuwenden. Es ist diesbezüglich erwähnenswert, dass Fairtrade International vorgeschlagen hat, ein solches Regime auf „alle Unternehmen unabhängig von ihrer Größe anzuwenden, mit angemessener Unterstützung für kleine und mittlere Unternehmen“ und diese Unternehmen aufzufordern, „die Rechte von besonders gefährdeten Gruppen oder Einzelpersonen wie Frauen, Kindern und Jugendlichen, Wanderarbeitern, indigenen Völkern und Menschen mit Behinderungen zu berücksichtigen“.

Diese Fortschritte im internationalen Recht werden durch Initiativen auf regionaler und nationaler Ebene ergänzt. Neben verbindlichen Gesetzen und freiwilligen Initiativen, die sich mit Menschenrechtsverletzungen in kritischen Sektoren (Holz-, Bergbau-, Bekleidungs- und Lederindustrie) befassen, hat die EU im Jahr 2014 die Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung (Non-financial Reporting Directive/NFRD) (EU, 2014) verabschiedet. Diese verpflichtet große Unternehmen dazu, eine nicht-finanzielle Unternehmenserklärung (non-financial statement) zu erstellen, die unter anderem Informationen zu Umweltfragen und sozialen Themen sowie zur Achtung der Menschenrechte enthält. Diese Erklärung sollte Informationen über die vom Unternehmen durchgeführten Sorgfaltspflichten-Prozesse enthalten, auch in Bezug auf die Liefer- und Subunternehmerketten, soweit dies relevant und verhältnismäßig ist, um bestehende und potenzielle negative Auswirkungen zu ermitteln, zu verhindern und abzuschwächen (Artikel 1).

Darüber hinaus soll in den kommenden Jahren eine verpflichtende Sorgfaltspflichtregelung auf EU-Ebene eingeführt werden. Denn es kam ein 2020 veröffentlichter Schlüsselbericht zu dem Schluss, dass der freiwillige Ansatz der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht von Unternehmen unzureichend ist (EU, 2020). Zweitens kündigte der EU-Kommissar für Justiz, Didier Reynders, am 29. April 2020 an, dass sich die Kommission für die Einführung von Regeln für eine verpflichtende Sorgfaltspflicht für Umwelt- und Menschenrechtsfragen in Unternehmen

im Rahmen einer Initiative für nachhaltige Unternehmensführung einsetzen wird. Drittens forderte der Rat der EU gegen Ende der deutschen EU-Ratspräsidentschaft im Dezember 2020 einen Vorschlag von der Kommission für einen EU-Rechtsrahmen zur nachhaltigen Unternehmensführung, einschließlich sektorübergreifender unternehmerischer Sorgfaltspflichten entlang globaler Lieferketten.

Schließlich haben Frankreich und Deutschland auf nationaler Ebene bereichsübergreifende Gesetze zur Sorgfaltspflicht verabschiedet; bislang betrafen Gesetze in verschiedenen Ländern nur bestimmte Sektoren (z.B. Bergbau) oder bestimmte schutzbedürftige Gruppen (z.B. Kinder). Frankreich hat 2017 sein *Gesetz zur Sorgfaltspflicht* verabschiedet, das große Unternehmen dazu verpflichtet, einen Sorgfaltspflichtplan aufzustellen und effektiv umzusetzen. Dieser Plan muss angemessene Sorgfaltsmaßnahmen vorsehen, um Risiken zu erkennen und schwerwiegende Verletzungen der Menschenrechte und Grundfreiheiten, der Gesundheit und Sicherheit von Personen sowie der Umwelt zu verhindern, die sich aus den Aktivitäten des Unternehmens ergeben. Das Gesetz legt fest, dass die Verletzung der definierten Verpflichtungen die Verantwortung der Unternehmen nach sich zieht, den dadurch verursachten Schaden zu beheben. In Deutschland wurde der *Entwurf eines Gesetzes über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten in Lieferketten* im März 2021 vom Kabinett verabschiedet und im Sommer 2021 durch Bundestag und Bundesrat beschlossen.¹⁶

Alle Initiativen zur Sorgfaltspflicht, die auf internationaler, europäischer und nationaler Ebene entwickelt wurden, sind ein Beleg für ernsthafte Sorgen seitens internationaler Organisationen, Staaten und der Zivilgesellschaft über die negativen menschenrechtlichen Auswirkungen des Handelns mancher multinationaler Unternehmen im Ausland. Zugleich belegen sie die Bereitschaft, Instrumente zu entwickeln, um dieses Handeln besser zu kontrollieren und Verhaltensänderungen zu bewirken. Die Besonderheit dieser Maßnahmen besteht darin, dass sie auf die Privatwirtschaft abzielen, die nicht unmittelbar durch menschenrechtliche Völkerrechtsinstrumente gebunden ist. Durch die Formulierung eines Sorgfaltsmaßstabs wurden daher in der Vergangenheit Verhaltensänderungen bei diesen Akteuren angeregt. Von nun an könnte die Einhaltung dieser Standards durch verbindliche Normen und durch Sanktionen bei Nichteinhaltung durchgesetzt werden.

Die geplanten Vertragsentwürfe auf internationaler und europäischer Ebene läuten eine neue Form der internationalen Zusammenarbeit ein, die darauf abzielt, multinationale Unternehmen zur Einhaltung der Menschenrechte zu verpflichten, unabhängig davon, auf welchem Staatsgebiet sie ihre Aktivitäten ausüben. Diese Vertragsentwürfe

16 Die Bundesregierung hat sich auf den Entwurf eines Gesetzes über die Sorgfaltspflicht von Unternehmen in Lieferketten (Sorgfaltspflichtgesetz) geeinigt. Das Bundeskabinett hat den Gesetzentwurf am 3. März 2021 beschlossen. Siehe: <https://www.bmz.de/en/development-policy/supply-chains> sowie: https://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/Gesetze/Regierungsentwurfe/reg-sorgfaltspflichtengesetz.pdf;jsessionid=B82ECD6FD43916C702418AA2E9FE2DCF.delivery1-replication?__blob=publicationFile&v=2

sind damit eine Form der Realisierung internationaler Solidarität für die Achtung der Menschenrechte, die in der Charta der Vereinten Nationen und den Völkerrechtsinstrumenten zu den Grundrechten und -freiheiten verankert ist. Indem sie sich verpflichten, das Verhalten ihrer eigenen Unternehmen zu überwachen, setzen die Staaten Artikel 74 dieser Charta um, in dem es heißt: "Die Mitglieder der Vereinten Nationen sind sich ferner darin einig, dass die Politik, [...] nicht minder auf dem allgemeinen Grundsatz der guten Nachbarschaft in sozialen, wirtschaftlichen und Handelsangelegenheiten beruhen muss [...]; hierbei sind die Interessen und das Wohl der übrigen Welt gebührend zu berücksichtigen." Darüber hinaus werden sie gleichzeitig Artikel 2.1 des *Internationalen Paktes über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte* umsetzen, in dem es heißt: „Jeder Vertragsstaat verpflichtet sich, einzeln und durch internationale Hilfe und Zusammenarbeit, insbesondere wirtschaftlicher und technischer Art, unter Ausschöpfung aller seiner Möglichkeiten Maßnahmen zu treffen, um nach und nach mit allen geeigneten Mitteln, vor allem durch gesetzgeberische Maßnahmen, die vol-

le Verwirklichung der in diesem Pakt anerkannten Rechte zu erreichen“.

In Anbetracht all dieser Entwicklungen erscheint es äußerst relevant, darüber nachzudenken, wie die Industrieländer sicherstellen können, dass ihre Kultur- und Kreativwirtschaftsakteure, die im Globalen Süden tätig sind, die kulturellen Rechte aller achten, schützen und fördern (ein Thema, das in Teil IV dieser Studie weiter ausgeführt wird). Ein solcher Ansatz stimmt vollkommen mit einer Bewegung überein, die darauf abzielt, das Konzept von Fair Culture zu fördern. Um die Kultur- und Kreativwirtschaft des Globalen Südens zu stärken, reicht es nicht aus, diesen Sektor zu professionalisieren und lokale und regionale Kulturmärkte in tragfähiger Form zu entwickeln. Es ist auch nicht ausreichend, um eine echte Neugewichtung des kulturellen Austauschs zu betreiben. Vielmehr müssen andere Ansätze in Betracht gezogen werden, darunter die Übertragung des Konzepts und der Prinzipien des fairen Handels auf den Kulturbereich.



III. Auf dem Weg zu einem Konzept von Fair Culture

Die Fair Trade-Bewegung hat eine neue Form der internationalen Partnerschaft hervorgebracht, die die Privatwirtschaft mit dem Ziel einbezieht, Ungleichheit zu verringern und den Zugang von Waren aus dem Globalen Süden zu Märkten im Globalen Norden zu fördern. Nach notwendigen Anpassungen könnte diese Bewegung Inspiration bieten für das Entstehen eines ähnlichen Konzepts und einer ähnlichen Bewegung im Kultursektor, und ähnliche Vorteile bieten. Im nächsten Abschnitt wird ein kurzer Überblick über die Fair Trade-Bewegung gegeben und die Möglichkeit einer Übertragung des Konzepts auf das Fair Culture-Konzept geprüft. Soziale, wirtschaftliche, organisatorische und ökologische Vorteile des fairen Handels werden ebenso vorgestellt wie die Beiträge des fairen Handels zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Agenda 2030.

A. Überblick über die Fair Trade-Bewegung

1. Wie sich die Fair Trade-Bewegung entwickelt hat

Entstehung

Die Ursprünge des fairen Handels lassen sich bis in die Nachkriegszeit zurückverfolgen. Damals begannen christliche, sendungsbewusste Nichtregierungsorganisationen in Europa und Nordamerika mit direktem Handel mit wirtschaftlich benachteiligten Gemeinschaften im Globalen Süden. Sie verkauften u.a. Kunsthandwerk, das von benachteiligten Kunsthandwerkerinnen und -handwerkern in Direktkaufprojekten hergestellt wurde (Diaz Pedregal, 2006; Fridell, 2004). In den Vereinigten Staaten wurden diese Bemühungen von den christlichen täuferisch-mennonitischen Organisationen *Ten Thousand Villages* (früher *Mennonite Central Committee Self Help Crafts*) und *SERRV International (Sales Exchange for Refugee Rehabilitation Vocation)* geleitet. *Ten Thousand Villages* begann 1946 mit der Vermarktung von Kunsthandwerk aus Gemeinden in Puerto Rico, Palästina und Haiti.

Das Ziel war damals vor allem die Schaffung von Arbeitsplätzen und höheren Einkommen in den Partnerländern. Fairer Handel war die Idee, Solidarität und Handel, die Welt der internationalen Zusammenarbeit und des lukrativen Geschäfts miteinander zu verknüpfen. Er wurde schließlich „solidarischer Handel“ genannt (Diaz Pedregal, 2006). Etwa zur gleichen Zeit began-

nen Wohltätigkeitsorganisationen in Europa – vor allem Oxfam UK und die niederländische katholische Gruppe *Fair Trade Organisatie* (ursprünglich bekannt als *S.O.S. Wereldhandel*) – damit, Kunsthandwerk aus Osteuropa zu importieren, um den dortigen wirtschaftlichen Wiederaufbau zu unterstützen (Nicholls und Opal, 2005 in Lemay, 2007).

Mitte der 1960er Jahre wurde der Diskurs über den fairen Handel zunehmend politisch und radikal. Er stellte sich als „Alternative“ zum konventionellen Handel dar und lehnte es ab, als „Hilfe“ für arme Länder betrachtet zu werden: Dies war der Startschuss für den berühmten Slogan „Trade, not Aid“ auf der *Konferenz der Vereinten Nationen für Handel und Entwicklung (United Nations Conference on Trade and Development/UNCTAD)* im Jahr 1964 (Diaz Pedregal, 2006). Auf der Konferenz forderten die Länder des Globalen Südens die Länder des Globalen Nordens auf, keine kurzfristige Ad-hoc-Finanzhilfe mehr zu leisten und stattdessen echte Handelspolitik mit armen Ländern zu organisieren (Bucolo, 2000). Diese Veranstaltung gilt weithin als erstes Plädoyer der Länder des Globalen Südens gegen Hilfe und für Reformen des internationalen Handelssystems (Lemay, 2007).

In den folgenden Jahrzehnten verbreiteten sich die Praktiken des solidarischen Kleinhandels auf neue Regionen und Produkte. Nichtregierungsorganisationen entwickelten *Alternative Trade Organizations (ATOs)* und initiierten den Import und Verkauf von fair gehandeltem Kunsthandwerk über Versandhauskataloge (Bennett, 2020; Fridell, 2004). ATOs erfüllten hauptsächlich zwei Funktionen: 1) sie traten ein für Handelsregeln, die für die Länder des Globalen Südens vorteilhafter sind, und 2) sie richteten alternative Vermarktungskanäle ein, die es ihnen in kleinem Maßstab ermöglichten, das zu erreichen, was sie auf internationaler Ebene forderten (Balineau, 2010). Diese kommerzielle Ausrichtung markierte den Übergang vom Solidaritätshandel zum alternativen Handel, da es nicht mehr darum ging, einen gelegentlichen Solidaritätseinkauf in einer Kirche zu tätigen, sondern eine andere Art von Handel einzufordern und aufzubauen. Im Jahr 1969 wurde der erste „Weltladen“ des fairen Handels in Brekelen, Niederlande, gegründet, dem bald darauf, 1972, die Eröffnung des ersten Ladens von *Ten Thousand Villages* in den Vereinigten Staaten folgte (Fridell, 2004). Ungefähr ab dieser Zeit wurde der faire Handel auf Rohstoffe, insbesondere Kaffee, ausgeweitet. In der Folge wurden mehrere Weltläden eingerichtet, die als Vertriebsstellen, aber auch als bevorzugte Orte für Information und Bewusstseinsbildung dienten (Bucolo, 2000).

Von einer alternativen zu einer reformorientierten Bewegung

Gegen Ende der 1980er Jahre, genauer 1987, strukturierte sich die Bewegung mit der Gründung der *European Fair Trade Association (EFTA)*. Noch heute gehören der EFTA mit Oxfam, Solidar' Monde und anderen die ältesten und wichtigsten Organisationen an, die sich auf den Import von Fair Trade-Produkten in Europa spezialisiert haben. 1989 wurde die *International Federation for Alternative Trade (IFAT)* gegründet. 2009 wurde sie in *World Fair Trade Organization (WFTO)* umbenannt und bestand zunächst aus 40 Alternative Trade Organizations (Balineau, 2010). 1994 gründeten die Weltläden dann ihr eigenes europäisches Netzwerk, das *Network of European World Shops (NEWS!)*. Doch trotz dieser Strukturierung verlor die Bewegung zunehmend an Schwung. Weltläden wurden nach wie vor hauptsächlich von Aktivistinnen und Aktivisten frequentiert, die bereits von dieser Art des Handelsaustausches überzeugt waren. Der Faire Handel beschränkte sich immer noch auf eine sehr enge Marktnische mit geringen Verkaufszahlen, und sein Wirken auf die Produktionsgemeinschaften des Globalen Südens blieb begrenzt (Diaz Pedregal, 2006).

Diese Erkenntnis brachte Nico Roozen von der NGO *Solidaridad* und einen holländischen Priester, Francesco Van der Hoff Boersma, zu der Idee der Kennzeichnung durch ein Siegel. Sie wollten ein Garantiesystem schaffen, mit dem Verbraucherinnen und Verbraucher an ihrem üblichen Einkaufsort wie dem Supermarkt Produkte identifizieren können, die faire Produktions- und Vermarktungsstandards einhalten (Balineau und Dufeu, 2012). Das erste solche Siegel wurde 1988 in den Niederlanden unter dem Namen Max Havelaar geschaffen, benannt nach einer fiktiven Figur der niederländischen Literatur, die sich gegen die Ausbeutung von Kaffeepflückern in den niederländischen Kolonien einsetzte. Weitere Siegel folgten: *Max Havelaar* in Belgien (1990), in der Schweiz und Frankreich (1992), *TransFair* in den Vereinigten Staaten (1993) und *Fairtrade* in Großbritannien (1994). 1997 schlossen sich die verschiedenen nationalen Siegelinitiativen zu einem Dachverband namens *Fairtrade International* (ursprünglich *Fairtrade Labelling Organization International*, oder *FLO*) zusammen, mit einem Mandat für Koordination, organisatorische Unterstützung, Praxisüberprüfung und Produktzertifizierung (Lemay, 2007).

FINE und eine offizielle Definition von fairem Handel

1998 bildeten die großen Fair Trade-Netzwerke (FLO, IFAT (jetzt WFTO), NEWS! und EFTA) eine informelle Allianz namens *FINE* (ein Akronym, das aus den Anfangsbuchstaben der vier Verbände gebildet wurde). *FINE* wurde damit beauftragt, diesen Netzwerken und ihren Mitgliedern den Informationsaustausch und die Zusammenarbeit auf strategischer Ebene in entscheidenden Fragen zur Zukunft der Fair Trade-Bewegung zu ermöglichen, z.B. Interessenvertretung, Kampagnen, Standards und Monitoring (Mohan, 2010). Im Jahr 2001 entwarf *FINE* eine offizielle Definition des fairen Handels:

- Fairer Handel ist eine auf Dialog, Transparenz und Respekt basierende Handelspartnerschaft, die mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel anstrebt. Er trägt zu einer nachhaltigen Entwicklung bei, indem er bessere Handelsbedingungen für marginalisierte Produktions- und Arbeitskräfte – insbesondere im Globalen Süden – bietet und deren Rechte sichert.
- Fair Trade-Organisationen, die von den [Verbraucherinnen und] Verbrauchern unterstützt werden, engagieren sich aktiv für die Unterstützung der Produktionskräfte, für die Bewusstseinsbildung und für Kampagnen zur Änderung der Regeln und Praktiken des konventionellen internationalen Handels.¹⁷

Diese Definition zeigt, dass fairer Handel ein mehrdimensionales Konzept ist. Es umfasst eine Handelspraxis, eine Entwicklungsvision und das Anliegen, die Regeln des Welthandels zu ändern (Huybrechts, 2007). Diese Erklärungen belegen, dass der faire Handel sowohl „im als auch gegen den Markt“ agiert, da er „durch Marktkanäle arbeitet, um neue Warennetzwerke für Artikel zu schaffen, die unter günstigeren sozialen und ökologischen Bedingungen produziert werden, und gleichzeitig gegen die konventionellen Marktkräfte arbeitet, die globale Ungleichheiten schaffen und aufrechterhalten“ (Raynolds, 2009).

Redfern und Snedker (2002) haben sechs Ziele benannt, die sich aus dieser Definition des fairen Handels ergeben:

- Den Lebensunterhalt und das Wohlergehen der produzierenden Arbeitskräfte durch Verbesserung des Marktzugangs, Stärkung der Organisationen von Produktionskräften, Zahlung eines besseren Preises und Gewährleistung von Kontinuität in der Handelsbeziehung verbessern;
- die Entwicklungsmöglichkeiten für benachteiligte Produzierende, insbesondere Frauen und indigene Gruppen, fördern und Kinder vor Ausbeutung im Produktionsprozess schützen;
- Verbraucherinnen und Verbraucher für die negativen Auswirkungen des internationalen Handels auf die Produzierenden sensibilisieren, damit sie ihre Kaufkraft positiv einsetzen;
- durch Dialog, Transparenz und Respekt ein Beispiel für Partnerschaft im Handel setzen;
- sich für Veränderungen in den Regeln und Praktiken des konventionellen internationalen Handels einsetzen; und
- Menschenrechte durch Förderung sozialer Gerechtigkeit, gesunder Umweltpraktiken und wirtschaftlicher Absicherung schützen.

¹⁷ Siehe WFTO Europe, online: <https://wfto-europe.org/about-fair-trade/>. Dieser als „FINE-Definition“ bekannte Text wurde 2001 von Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), International Federation for Alternative Trade (IFAT), Network of European World Shops (NEWS) und European Fair Trade Association (EFTA) verabschiedet.

Die Debatte über Mainstreaming

Eine der großen Debatten innerhalb der Fair Trade-Bewegung betraf die Frage der Partnerschaft mit Großunternehmen, auch bekannt als Mainstreaming. Die Einführung von Kennzeichnungen und Siegeln (Labelling), die zum Verkauf von Fair Trade-Produkten in Supermärkten führte, erhöhte das Interesse der Verbraucherinnen und Verbraucher an diesen Produkten. Dies wiederum zog die Aufmerksamkeit und Mitwirkung großer Unternehmen nach sich.

Diese Entwicklung wird oft mit dem Markteintritt von *Starbucks* in Verbindung gebracht. Auf Druck internationaler Arbeitsrechtsgruppen erklärte sich das Unternehmen nach einiger Zeit bereit, in allen seinen Filialen in den USA fair gehandelten Kaffee zu verkaufen. Die Einkäufe der Unternehmen steigerten das Volumen der Fair Trade-Verkäufe erheblich, erhöhten die Sichtbarkeit der Bewegung und vergrößerten die finanziellen Vorteile, die an die Produktions- und Arbeitskräfte flossen (Jaffee, 2010). Jedoch warf diese Partnerschaft viele Fragen über die Motivationen solcher Unternehmen auf und führte zu Debatten und Unstimmigkeiten unter den von Anfang an der Bewegung beteiligten Mitgliedern.

Einige sehen in dem Phänomen eine Eroberung eines alternativen Marktes durch große Firmen, die Standards zu schwächen und Grundprinzipien der Bewegung zu verwässern droht. Es wurde die Frage aufgeworfen, ob diese Firmen durch den Verkauf von Fair Trade-Produkten an Glaubwürdigkeit bei besorgten Verbraucherinnen und Verbrauchern gewinnen, ohne ihre Einkaufspraktiken wesentlich zu ändern, da die Menge der verkauften Fair Trade-Produkte nur einen winzigen Prozentsatz ihres Gesamtumsatzes ausmacht (Low und Davenport, 2005). Jaffee (2010) argumentiert, dass „der erste bedeutende Fall von Kooptation und Verwässerung im US-Fair-Trade-Umfeld die Entscheidung war, die Hürde für den Eintritt in das Zertifizierungssystem zu senken“. *Starbucks* trat dem FLO-System mit etwa 1 % seiner Einkäufe zu Fair Trade-Bedingungen bei; seitdem sind einige transnationale Kaffee-Großkonzerne mit sogar noch niedrigeren Anteilen in den Markt eingetreten.

Das Risiko besteht darin, dass große Konzerne „Fair-Washing“ betreiben und erhebliche Imagevorteile erzielen, während sie sich kaum für den fairen Handel engagieren. Dies hat in der Alternativbewegung zu der Forderung geführt, eine Unterscheidung zu treffen zwischen Unternehmen, die sich verpflichten, ausschließlich fair gehandelten Kaffee zu verkaufen, und solchen, die nur einen kleinen Teil ihres Gesamtumsatzes unter Fair Trade-Bedingungen mit Siegel verkaufen (Barrientos et al., 2007). Ein weiteres Problem ist, dass „die großen Firmen, die sich im fairen Handel symbolisch engagieren, die Zusatzkosten ihrer Fair Trade-Einkäufe mit den Gewinnen aus ihren konventionellen Verkäufen subventionieren können. So können sie die Einzelhandelspreise der 100 % fair gehandelten Firmen unterbieten, welche nicht in der Lage sind, ihre sozialen Kosten auf ähnliche Weise zu externalisieren“ (Reed in Jaffee, 2010).

Barrientos et al. (2007) argumentieren, dass die marktorientierte Expansion des fairen Handels und die Mengenanforderungen der großen Einzelhandelsunternehmen die *Fairtrade*

Labelling Organization (FLO) dazu gezwungen haben, für Frischwaren rasch immer mehr Großgrundbesitzer und Plantagenbetriebe einzubinden und damit die Zukunft der Kleinproduktionsbasis des fairen Handels zu riskieren. War nämlich der faire Handel ursprünglich als ein System konzipiert, das kleinen und marginalisierten Produktionskräften Vorteile bringt, hat das jüngste Vordringen von Großunternehmen in den fairen Handel „die Befürchtungen derjenigen verstärkt, die der Plantagenzertifizierung kritisch gegenüberstehen, und hat die landwirtschaftlichen Kleinbetriebe verunsichert, die traditionell den Großteil der Fair-Trade-Artikel produziert haben“ (Barrientos et al., 2007). Einige haben argumentiert, dass durch die Zertifizierung von Plantagen auch „schlechte Akteure“ mit einer äußerst problematischen Geschichte von Arbeitsrechtsverletzungen das *Fairtrade-Siegel* erlangen können (Jaffee, 2010). Eine weitere Sorge ist, dass hohe Volumina und Skaleneffekte zweifellos Plantagen gegenüber Genossenschaften bevorzugen.

Diese Meinungsverschiedenheiten führten dazu, dass das größte FLO-Mitglied, *Transfair USA*, die Organisation 2012 verließ, um ein paralleles Siegel zu gründen. Während FLO weiter die Zertifizierung vorrangig auf die Kleinproduktion beschränken wollte, wollte *Fair Trade USA* (der neue Name von ehemals *Transfair USA*) den Markt weiter ausbauen, um mehr Produktionsbetriebe und Arbeitskräfte zu unterstützen, und vertrat die Ansicht, dass dies nur möglich ist, wenn die *Mainstream-Einzelhandelsunternehmen* stärker eingebunden werden (Elliott, 2012; Redfern und Snedker, 2002). *Fair Trade USA* begann damit, die Zertifizierung auch Plantagen anzubieten, die Lohnarbeit und kleine Produzenten einsetzen, welche nicht in Genossenschaften organisiert waren (wie es die FLO-Standards verlangen).

Es ist schwer zu beurteilen, ob Mainstreaming gut oder schlecht für den fairen Handel ist. Wie Low und Davenport (2005) argumentieren, besteht einerseits die Gefahr, dass „eine Abkehr vom *Mainstream* irrelevant ist und nicht das Ausmaß an Veränderung mit sich bringt, das notwendig ist, um die Menschen in der Produktion sinnvoll zu unterstützen“. Andererseits riskiere „eine unkritische Auseinandersetzung mit dem *Mainstream* [...] die Absorption und Verwässerung der Bewegung“. Einige dieser Fragen werden unweigerlich auch bei der Entwicklung des *Fair Culture*-Konzepts aufgenommen, da multinationale Unternehmen zunehmend in die Schaffung, Produktion, den Vertrieb und die Verbreitung von kulturellen Produkten und Dienstleistungen involviert sind.

Sektoren, die vom fairen Handel und verwandten Initiativen abgedeckt werden

Wie bereits erwähnt, begann die Fair Trade-Bewegung mit Kunsthandwerk. Der faire Handel umfasste dann zunächst Kaffee, 1988 das erste FLO-zertifizierte Produkt. Heute listet die FLO auf ihrer Website bis zu 20 Produkte auf, die von ihrer

Zertifizierung erfasst werden, von Bananen über Gold bis hin zu Sportbällen.¹⁸

Im Textilsektor wurden verschiedene parallele Initiativen und Siegel geschaffen, vor allem nach dem Einsturz der Rana Plaza Textilfabrik im Jahr 2013 in Dakha, Bangladesch. Unter anderem initiierte das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) das unabhängig zertifizierte staatliche Textilsiegel „Grüner Knopf“, bei dem ein Unternehmen bis zu 46 soziale und ökologische Kriterien einhalten muss. Der *Fashion Transparency Index* (Fashion Revolution, 2020) ist ein weiteres Beispiel, insbesondere im Hinblick auf die Sensibilisierung der Verbraucherinnen und Verbraucher, da er 250 der größten globalen Modemarken und Einzelhandelsunternehmen prüft und sie danach bewertet, inwieweit sie ihre sozialen und ökologischen Richtlinien, Praktiken und Auswirkungen offenlegen.

In ähnlicher Weise bündelt die *Fair Labor Association* (FLA) die Bemühungen von Unternehmen, zivilgesellschaftlichen Organisationen sowie Hochschulen und Universitäten, um die Rechte von Arbeitskräften zu fördern und zu schützen und die Arbeitsbedingungen weltweit durch die Einhaltung internationaler Standards zu verbessern. Die *FLA-Charta* (2021) definiert Kriterien für die Teilnahme von Groß- und Einzelhandelsunternehmen sowie Zulieferbetrieben, Kriterien für die Mitgliedschaft von Hochschulen und Universitäten sowie Akkreditierungskriterien für unabhängige externe Prüfstellen. Diese Prüfer führen Bewertungen durch, damit die Verbraucherinnen und Verbraucher sich der Unbedenklichkeit der von ihnen gekauften Produkte sicher sein können. Unternehmen, die der FLA beitreten, verpflichten sich zu den zehn *Prinzipien für faire Arbeit und verantwortungsvolle Beschaffung (und/oder Produktion)* und erklären sich bereit, den *FLA-Verhaltenskodex für Arbeitsplätze* in ihrer Lieferkette einzuhalten (Fair Labor Association, 2012).

Auch die ägyptische *SEKEM-Initiative* (gegründet 1977) ist in diesem Zusammenhang erwähnenswert. Sie verfolgt in Ägypten das Ziel, große gesellschaftliche Herausforderungen wie Klimawandel, Ressourcenknappheit und extreme Armut durch eine nachhaltige menschliche Entwicklung zu bewältigen, die das wirtschaftliche, gesellschaftliche und kulturelle Leben integriert. Unter anderem etablierte die Initiative die biodynamische Landwirtschaft, um auf ökologische, soziale und ernährungssichernde Herausforderungen zu reagieren. Sie setzt erfolgreich Geschäftsmodelle in Übereinstimmung mit ökologischen und ethischen Prinzipien auf und fördert lokal und global einen ganzheitlichen Ansatz nachhaltiger Entwicklung. Sie unterstützt auch Prozesse in der Wirtschaft und stärkt die Zusammenarbeit zwischen Wissenschaft und Kunst, indem sie ihre Beschäftigten an Sprache und künstlerische Übungen heranführt, mit dem Ziel, ihren künstlerischen Impuls an die breitere Öffentlichkeit in

18 Diese sind: Bananen, Kohlenstoffkredite, Kakao, Kaffee, zusammengesetzte Erzeugnisse, Baumwolle, Blumen und Pflanzen, Früchte und Säfte, Gold und Edelmetalle, Kräuter und Gewürze, Honig, Nüsse und Öle, Quinoa, Reis, Sportbälle, Zucker, Tee, Textilien, Gemüse, Wein und Weintrauben. Siehe: <https://info.fairtrade.net/product> (Zugriff am 2. April 2021).

Ägypten heranzutragen.¹⁹ Auch andere Initiativen wie ethischer Tourismus, nachhaltiger Tourismus und sogar Fair Trade-Tourismus sind es wert, für Fair Culture untersucht zu werden, da sie gute Beispiele von fairen Kooperationen und Fair Trade bieten, und gerade auch Dienstleistungen abdecken. Das erste Zertifizierungsprogramm für fairen Tourismus wurde von *Fair Trade in Tourism South Africa* – heute bekannt als *Fair Trade Tourism* – ins Leben gerufen und umfasste Kriterien wie faire Entlohnung, menschenwürdige Arbeitsbedingungen, eine gerechte Aufteilung der Einnahmen und Respekt für kulturelle Traditionen und die Umwelt (Trade for Development Centre, 2017).

2. Fair Trade – die Vorteile

Die Vorteile des fairen Handels lassen sich in vier Kategorien einteilen: wirtschaftlich, sozial, organisatorisch und ökologisch. Zusätzlich zu diesen Vorteilen trägt der faire Handel auch zur Erreichung mehrerer *Ziele nachhaltiger Entwicklung der Agenda 2030* bei.

Wirtschaftliche Vorteile

Der sichtbarste wirtschaftliche Vorteil ist die Erhöhung von Einnahmen und damit finanzieller Stabilität. In der Fair Trade-Literatur wird der garantierte Mindestpreis²⁰ kontrovers diskutiert; es ist offen, ob er echte Wirkung hat, gerade wenn in Zeiten hoher Marktpreise der garantierte Mindestpreis dem Marktpreis entspricht. Hingegen sind sich die meisten einig, dass die Sozialprämie²¹ eine Wirkung hat. Höhere Einkommen für Genossenschaften reduzieren die Armut der Produzierenden.

Ein weiterer Vorteil ist der bessere Zugang zu Krediten, der es den Produzierenden ermöglicht, Betriebsmittel zu beschaffen und schließlich die gesamte Saison zu bestreiten, ohne auf Pfandleihe zurückgreifen zu müssen. In Kombination mit einer langfristigen Geschäftsbeziehung zu den Abnehmern und faireren Preisen (Prämie und garantiertem Mindestpreis) helfen diese Vorteile den Produzierenden, ihre Entwicklung besser zu planen, einen höheren Anteil ihrer Ausgaben in langfristige Investitionen zu tätigen und sie widerstandsfähiger gegen wirtschaftliche Schocks zu machen.

19 Im Jahr 2011 erhielt SEKEM den „IMPACT Business Award“ des BMZ und der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) für ihre innovativen Geschäftslösungen zur Bekämpfung des Klimawandels.

20 Der „garantierte Mindestpreis“ wird oft auch als „Mindestpreis“ oder „floor price“ bezeichnet. FLOCERT verwendet den ersteren Begriff und definiert ihn in seinem Glossar als „der Preis, den Käufer*innen mindestens an Produzent*innen bezahlen müssen, damit das Produkt Fairtrade-zertifiziert werden kann“. Siehe <https://www.flocert.net/glossary/fairtrade-minimum-price/>.

21 Die Prämie ist „ein Geldbetrag, der zusätzlich zum Verkaufspreis gezahlt wird und von den Landwirt*innen und Arbeiter*innen in Projekte ihrer Wahl investiert wird. Sie entscheiden gemeinsam darüber, wie die Fairtrade Prämie einzusetzen ist um ihre Ziele zu erreichen. Dies können etwa Verbesserungen im Anbau, in der Unternehmensführung oder im Gesundheits- und Schulwesen in ihrer Gemeinde sein.“ Siehe: <https://www.flocert.net/glossary/fairtrade-premium/>.

Der faire Handel hat solchen Produzierenden und Gruppen Zugang geschaffen, an denen traditionelle Unternehmen kein Geschäftsinteresse hatten. Die Zertifizierung (Labelling) hat die Größe des Fair Trade-Marktes erweitert, da zertifizierte Produkte in konventionelle Lieferketten integriert werden können. Die Frage, ob das Mainstreaming (d.h. die Teilnahme am fairen Handel von multinationalen Unternehmen im Globalen Norden und Plantagen im Globalen Süden) für die Produzierenden im Globalen Süden wirklich von Vorteil ist, wird jedoch diskutiert. Diese Debatte braucht mehr wissenschaftliche Belege, um zu einer sinnvollen Schlussfolgerung zu kommen – sie kann aber heute schon die Konzipierung von Fair Culture wesentlich bereichern.

Soziale Vorteile

In der Literatur wird meist behauptet, dass der soziale Nutzen des fairen Handels genauso wichtig, wenn nicht sogar wichtiger ist als der wirtschaftliche Nutzen. Diese Behauptung stützt sich vor allem auf den Mehrwert der Prämie, die auch zu Recht als „Sozialprämie“ bezeichnet wird. Nach den Grundsätzen des fairen Handels sollten die Produzierenden die Prämie in soziale, ökologische und wirtschaftliche Entwicklungsprojekte investieren, um ihre Unternehmen und ihre Gemeinden zu stärken. Besonders wichtig ist dabei die Einbeziehung der Zielgemeinden in die Investitionsentscheidungen.

Der Einbindung in den fairen Handel wird eine positive Wirkung auf das Selbstvertrauen, das Selbstwertgefühl und das Wohlbefinden der Produzierenden zugeschrieben. Darüber hinaus verschafft der faire Handel ihnen familiäre Stabilität, wodurch die Wahrscheinlichkeit sinkt, dass Produzierende auf Migration zurückgreifen, um ihre Familie zu versorgen. Ebenso kann er eine bessere Ausbildung der jüngeren Familienmitglieder fördern, da die Kinder aufgrund der höheren Einnahmen nicht als zusätzliche Arbeitskräfte für Einkommen sorgen müssen.

Die Arbeitsbedingungen haben im fairen Handel zwar weniger Priorität als wirtschaftliche und soziale Aspekte, sind aber besser für die Arbeitskräfte, die in einer Fair Trade-Organisation beschäftigt sind. Der faire Handel fordert nämlich, dass die ILO-Normen als Mindeststandard eingehalten werden, wenn lokal keine oder wenig strenge Arbeitsgesetze gelten. Der faire Handel hat erfolgreich die Gleichstellung der Geschlechter gefördert, indem er Frauen den Zugang zu bezahlter Arbeit ermöglicht, ihnen soziale Vorteile geboten, die sich positiv auf ihr Empowerment auswirken, und in einigen Fällen sogar soziale Normen und Rollen im Haushalt in Frage stellt.

Ein seltener erwähnter, aber bemerkenswerter Nutzen ist der Beitrag des fairen Handels zur kulturellen Wiederbelebung indigener Gemeinschaften. Neben anderen Vorteilen haben Studien die Wiederaufnahme angestammter landwirtschaftlicher Praktiken, die Unterstützung von handwerklichen und anderen einkommensschaffenden Aktivitäten und den wiederhergestellten Stolz darauf, indigen zu sein, hervorgehoben.

Organisatorische Vorteile

Organisatorisch entstehen nach Fair Trade-Prinzipien ebenfalls wichtige Vorteile. Der Aufbau von Kapazitäten ist der Literatur zufolge eine der wichtigsten positiven Wirkungen des fairen Handels. Produktionsgenossenschaften gewinnen an Effizienz und lernen, sich auf Märkten mit höherer Wertschöpfung zu positionieren. Darüber hinaus ermöglichen die hohen Standards des fairen Handels sowie die Installation neuer Infrastrukturen in einigen Fällen den Produzierenden, bessere Qualität ihrer Produkte zu gewährleisten.

Ein weiterer wichtiger Nutzen besteht in demokratischer Selbstorganisation. Der faire Handel trägt zur Stärkung von Organisationen bei, indem er das Vertrauen der Mitglieder in sie erhöht. Es wurden Veränderungen in der Art und Weise wahrgenommen, wie Produzierende an Produktion, Verarbeitung und Vermarktung teilnehmen und zusammenarbeiten. Darüber hinaus sind die Selbstorganisationsgruppen besser in der Lage, den Dialog mit Behörden zu führen und politische Maßnahmen zu ihrer Unterstützung einzufordern. Sie konnten Partnerschaften mit Nichtregierungsorganisationen und neue Kontaktnetzwerke mit anderen Teilnehmenden des fairen Handels entwickeln.

Das Fairtrade-Siegel trägt nicht zuletzt dazu bei, ein stärkeres Bewusstsein bei Verbraucherinnen und Verbrauchern zu schaffen und benachteiligten ländlichen Bevölkerungsgruppen, die lange vernachlässigt und nicht repräsentiert wurden, eine Bühne zu bieten. Durch den fairen Handel wird die Stimme der Kleinproduzentinnen und -produzenten und der isolierten Landbevölkerung nun auf höherer Ebene gehört. Im Globalen Norden haben Fair Trade-Organisationen auch Lobbyarbeit betrieben, um gerechtere Handelspraktiken entlang der gesamten Lieferketten großer Unternehmen zu erreichen.

Ökologische Vorteile

Schließlich bietet der faire Handel ökologische Vorteile und die Möglichkeit, den Übergang zu nachhaltigen Produktions- und Konsummustern zu unterstützen. Lukrative Preise oder langfristige Handelsverpflichtungen erleichtern zum Beispiel den Wandel eines Sektors, etwa eines landwirtschaftlichen Systems, hin zu agrarökologischen Modellen. Außerdem tragen strenge Vorschriften für den Einsatz chemischer Produkte dazu bei, dass die biologische Vielfalt erhalten bleibt.

Der Beitrag von Fair Trade zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung

Der faire Handel nach den Fair Trade-Prinzipien trägt zu mehreren der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals/SDG) bei, die als Teil der 2030-Agenda für nachhaltige Entwicklung von allen Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen im Jahr 2015 verabschiedet wurden.

SDG 1 (Keine Armut) und SDG 2 (Kein Hunger) sind das Herzstück des fairen Handels. Der

von den Fairtrade-Standards vorgesehene Mindestpreis schützt die Produzierenden vor Marktschwankungen und verschafft ihnen ein stabileres Einkommen. Sie können in ihren Betrieb investieren, langfristige Ernährungssicherheit für ihre Familien und Gemeinden sicherstellen und ihren Mitarbeitenden einen angemessenen Lohn zahlen. Genossenschaften investieren einen großen Teil der Prämie in die Stärkung ihrer Organisation und die Bereitstellung von Unterstützung und Dienstleistungen für ihre Mitglieder und damit auch für ihre Gemeinden. Die Arbeit mit marginalisierten landwirtschaftlichen und handwerklichen Arbeitskräften sowie die Unterstützung beim Aufbau von Kapazitäten tragen zum Einkommenswachstum in Entwicklungsländern und damit zum SDG 10 (Weniger Ungleichheit) bei. Fairer Handel strebt nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel, indem es die Ziele der Menschen im Globalen Norden, die mehr Nachhaltigkeit und Gerechtigkeit anstreben, mit den Bedürfnissen der Menschen im Globalen Süden verbindet, die diese Veränderungen am dringendsten benötigen.

Der faire Handel unterstützt auch SDG 8 (Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum), indem er sich für bessere Arbeitsbedingungen einsetzt, die Arbeitszeiten und Überstunden, Verträge und Zeitarbeit, fristgerechte Entlohnung und faire Löhne sowie Arbeitsrechte wie Kollektivverhandlungen und Vereinigungsfreiheit umfassen. Er verbietet auch Kinder- und Zwangsarbeit. Die globale Kampagne von Fairtrade für Handelsgerechtigkeit, die von Tausenden von Städten, Schulen, Universitäten, lokalen Regierungen und religiösen Organisationen sowie von Millionen von Verbraucherinnen und Verbrauchern unterstützt wird, trägt zum SDG 12 (Nachhaltige/r Konsum und Produktion) bei. Sie hilft den Verbraucherinnen und Verbrauchern, nachhaltigkeitsfördernde Entscheidungen zu treffen, die sicherstellen, dass die Produzierenden fairere Preise erhalten, und stärkt damit ihre Fähigkeit, nachhaltige Produktionsmuster umzusetzen.

Der faire Handel unterstützt SDG 5 (Gleichstellung der Geschlechter), indem er Frauen hilft, gleichberechtigt an den Entscheidungen ihrer Organisationen teilzunehmen, bessere Löhne – und gleichen Lohn für gleiche Arbeit – zu verdienen und ihr Einkommen zu diversifizieren. Die Standards für fairen Handel verbieten Diskriminierung aufgrund des Geschlechts, sexuelle Belästigung und geschlechtsspezifische Gewalt, legen Regeln für Elternurlaub fest und bieten Rechte für schwangere und stillende Frauen. Fairer Handel nach den Fairtrade-Standards bietet Chancen für Frauen und andere unterrepräsentierte Gruppen in qualifizierten Berufen oder Führungspositionen.

Der faire Handel trägt auch zu SDG 16 (Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen) bei, da seine Standards vorsehen, dass Genossenschaften demokratisch, transparent und inklusiv sein müssen. Sie entscheiden zum Beispiel selbst, wie sie die Prämie investieren. Die Prämie kann von den Kooperativen in soziale Projekte wie Bildung (SDG 4 – Hochwertige Bildung), Gesundheit (SDG 3 – Gesundheit und Wohlergehen), sowie Nachhaltigkeit (SDG 11 – Nachhaltige Städte und Gemeinden) investiert werden.

Die Prämie ermöglicht es den Bäuerinnen und Bauern auch, widerstandsfähiger gegenüber extremen Wetterbedingungen und Pflanzenkrankheiten

zu werden, und trägt somit zu SDG 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz) bei. Ganz allgemein praktizieren und fördern Fair Trade-Kooperativen einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen und ökologisch nachhaltige Praktiken, einschließlich der Reduzierung, Wiederverwendung, Rückgewinnung und Wiederverwertung von Materialien, wo immer dies möglich ist. Schließlich arbeiten Fairtrade International und andere Fair Trade-Organisationen mit Regierungen zusammen, um fairere Handelspraktiken zu etablieren, die für ein nachhaltiges Wirtschaftswachstum unerlässlich sind, und unterstützen damit SDG 17 (Partnerschaft zur Erreichung der Ziele).

B. Von Fair Trade zu Fair Culture

Ziel dieses Abschnitts ist es, diese Prinzipien der Fair Trade-Literatur zu bewerten, um zu verstehen, welche am ehesten geeignet sind, Verhaltensänderungen im Kultursektor herbeizuführen, der kulturellen Zusammenarbeit neue Impulse zu geben und die Privatwirtschaft einzubeziehen. Diese Analyse greift zudem auf Interviews zurück, die mit mehreren Kunst- und Kulturschaffenden und Kulturfachleuten im Rahmen dieser Studie geführt wurden. Darüber hinaus werden in diesem Zusammenhang einige beachtenswerte Beispiele vorgestellt, um gute Praktiken hervorzuheben, die mit einigen der besprochenen Prinzipien übereinstimmen.

1. Wie die Prinzipien für fairen Handel auf Fair Culture übertragen werden können

Ein Dutzend Prinzipien lassen sich aus der Fair Trade-Literatur ableiten. Darunter ist auch eines, das nicht immer explizit genannt wird, aber der Fair Trade-Bewegung wesentlich zugrunde liegt, nämlich das Prinzip des Marktzugangs für Produzierende aus dem Globalen Süden, insbesondere für marginalisierte Produzierende. Einige Prinzipien gelten eher für Fair Trade-Partner im Globalen Norden, die Produkte kaufen, importieren oder mit ihnen handeln, andere für Organisationen im Globalen Süden (Produktionsgenossenschaften, Kleinproduktionsorganisationen und Plantagen). Alle Fair Trade-Partner müssen sich an den folgenden Prinzipien orientieren:

- die Zahlung eines gerechten Preises (ein garantierter Mindestpreis, ergänzt durch eine Sozialprämie);
- direkter Handel (ohne bzw. mit so wenig Zwischeninstanzen wie möglich);
- eine langfristige gegenseitige Verpflichtung (um die finanzielle Stabilität zu gewährleisten und die nachhaltige Entwicklung der Produktionsorganisationen zu fördern);
- Zugang zu Krediten (eine Vorfinanzierung von bis zu 60 % des Vertragswerts);

- technische Unterstützung und Schulungen;
- Sensibilisierung der Verbraucherinnen und Verbraucher (im Globalen Norden für die Bedeutung des Kaufs von fair gehandelten Produkten);
- Einhaltung von Arbeitsstandards (mindestens Einhaltung der internationalen Standards der ILO bzw. derjenigen des eigenen Landes, falls diese höher sind);
- lokale Entwicklung (Verwendung der Prämie zum Nutzen der Gemeinschaft);
- demokratische und transparente Organisation (Produzierende sind in Genossenschaften zusammengeslossen);
- Nicht-Diskriminierung (einschließlich Gleichberechtigung der Geschlechter); und,
- Respekt für die Umwelt.

Marktzugang

Der Zugang zum Markt ist ein zentraler Bestandteil des Fair Trade-Konzepts, obwohl er in der Fair Trade-Literatur nicht oft erwähnt wird. Die Internationale Charta des Fairen Handels (Fair Trade Advocacy Office, 2018) und die FINE-Definition machten jedoch deutlich, dass fairer Handel darauf abzielt, den Lebensunterhalt und das Wohlergehen der Produzierenden durch einen leichteren Marktzugang zu verbessern, insbesondere für marginalisierte und benachteiligte Produzierende.

Die Internationale Charta des Fairen Handels

Die Charta „soll Fair-Handels-Akteuren helfen zu erklären, wie ihre Arbeit mit den gemeinsamen Werten und dem allgemeinen Ansatz zusammenhängt, und es anderen im Fairen Handel Tätigen erleichtern, diese Werte und Ansätze zu erkennen“. Ihre Ziele sind die Unterstützung der Arbeit von Fair Trade-Organisationen bei der Sensibilisierung von Verbraucherinnen und Verbrauchern und der Bevölkerung für die Bedeutung und den Einfluss des Fairen Handels; die Erleichterung der Zusammenarbeit zwischen Fair Trade-Organisationen durch die Verknüpfung von je spezifischen Strategien mit der gemeinsamen Philosophie der Bewegung und die Förderung der Zusammenarbeit mit der Solidarwirtschaft, der Bewegung für ökologische Landwirtschaft und anderen, die für ähnliche Ziele wie die Fair-Trade-Bewegung kämpfen, und ermöglichen, dass andere, die mit Fair-Trade-Organisationen zusammenarbeiten (in der Regierung, in der Wissenschaft oder im privaten Sektor) die Werte und Ansätze erkennen können, die die globale Bewegung vereinen (FTAO, 2018).

Marktzugang wäre ebenso das Herzstück des Fair-Culture-Konzepts; der Begriff hat mit der Vorzugsbehandlung eine kommerzielle Dimension, aber auch eine Komponente der fairen kulturellen Zusammenarbeit und eine Komponente, die multinationale Unternehmen durch faire Kulturpartnerschaften einbeziehen will.

Der physische Zugang für Kunstschaffende aus dem Globalen Süden in Länder des Globalen Nordens, z. B. für Auftritte oder Residenzprogramme für Künstlerinnen und Künstler, bleibt eine Herausforderung, insbesondere aus Gründen der Visapolitik. Es muss darauf hingewiesen werden, dass sich die Hindernisse für die Mobilität von Kulturschaffenden durch neue Anforderungen wie COVID-19-Nachweise wahrscheinlich weiter verschärfen werden. Dies wird Staatsangehörige aus Ländern des Globalen Südens benachteiligen, in denen der Zugang zu Impfstoffen eingeschränkt oder verzögert ist. Aber nicht nur der Zugang zu den Märkten des Globalen Nordens bleibt für Kunstschaffende und kulturelle Güter und Dienstleistungen des Globalen Südens eine

Herausforderung: Paradoxe Weise kann auch der Zugang zu lokalen und regionalen Märkten schwieriger werden, seitdem die digitale Technologie den Austausch von kulturellen Gütern und Dienstleistungen weltweit erleichtert hat.

„Marktzugang“ im Konzept des Fairen Handels dreht sich meist um den Süd-Nord-Austausch, oder zumindest war das anfangs so.²² Lokale und regionale Märkte sind jedoch aufgrund der Besonderheiten der KKW (vgl. II.A) entscheidend und wären ein zentraler Aspekt des Fair Culture-Konzepts. Dies wird in Teil IV dieser Studie diskutiert.

Red de Salas Digitales de MERCOSUR

Das Netzwerk ist ein Programm der *Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales del Mercosur (RECAM)*. Es fördert die Entwicklung der MERCOSUR-Kinematographie als Instrument der kulturellen Integration in der Region. Ziel ist es, zur Verbreitung von audiovisuellen Inhalten aus und im MERCOSUR beizutragen, um die kollektive Vorstellungskraft der Region zu stärken. Gleichzeitig fördert es den Kinobesuch in den Städten und Gemeinden der einzelnen Länder und bringt die audiovisuelle Produktion im MERCOSUR der Gemeinschaft näher. Die ausgewählten Filme geben einen Überblick über das Spektrum der regionalen Produktion und seiner filmischen Realitäten.

Dieses Netzwerk für kulturellen Vertrieb besteht derzeit aus Kinos in Argentinien, Brasilien, Paraguay und Uruguay. Die Programmgestaltung wird von einer regionalen Programmkoordination in der Stadt Montevideo geleitet, die die nationalen Knotenpunkte koordiniert, im Dialog mit jedem der Kinos des Netzwerks.

Quelle: <http://mercosuraudiovisual.org/contenidos/que-es-la-red-de-salas-digitales-del-mercosur>

Es ist ein valides Argument, dass die Digitalisierung den Zugang zu Märkten demokratisiert hat, indem Kunstschaffende aus aller Welt Inhalte online veröffentlichen können. Wie Lydia Deloumeaux (UNESCO, 2017) darlegt, „[d]igitale Verbreitungsplattformen, Austauschnetzwerke und Exportstrategien, vor allem im audiovisuellen Sektor, helfen den Ländern des Globalen Südens beim Eintritt in den internationalen Markt für kul-

turelle Güter und Dienstleistungen“. Beispielsweise hat eine im Rahmen dieser Studie befragte Person vom Filmsektor in Senegal berichtet, dass junge Menschen sich digitale Technologien angeeignet haben. Sie produzieren mit kleinen Kameras oder Handys Videos, die sie im Internet verbreiten. In einem Land, in dem die Menschen sehr stark mit lokalen Inhalten verbunden sind, sind leicht zugängliche Technologien sicherlich ein Vorteil. Natürlich bleibt die Frage der Monetarisierung dieser Initiativen und Inhalte eine Herausforderung in Bezug auf eine faire Vergütung (siehe unten).

Die Realität ist jedoch, dass marginalisierte Kunstschaffende in der Praxis nicht den gleichen Zugang zu globalen Märkten haben, geschweige denn zu lokalen Märkten. Viele Kunstschaffende leben in Ländern, die immer noch keinen Bandbreitenzugang haben oder in denen die Kosten für den Zugang zum Internet unerschwinglich hoch sind. Darüber hinaus betrifft die Frage des Zugangs zum Internet nicht nur die Kreativen, die Musik oder Videos online stellen möchten; sie betrifft auch die Möglichkeit für das Publikum, diese Inhalte zu konsumieren. Facebook rief 2013 die Initiative *Internet.org* ins Leben, um auf dieses Problem zu reagieren und Millionen von Personen eine Verbindung zu garantieren. Über die App *FreeBasics by Facebook* gewährte Facebook kostenlosen Zugang zu seinem Netzwerk sowie zu einigen von Dritten bereitgestellten Diensten. Obwohl es die Anschlussfähigkeit erleichtert, ist diese Initiative mangelbehaftet, da sie nur Zugang zu Inhalten bietet, die auf Facebook verfügbar sind, und zu Anwendungen, die zugestimmt haben, Teil des Programms zu sein. Solche Programme untergraben daher die Netzneutralität und den Zugang zu einer Vielfalt von Inhalten, da sie einer bestimmten Art von Daten und Inhalten Priorität einräumen (siehe Kulesz, 2016).

Ein weiteres Problem ist, dass diese Demokratisierung des Marktzugangs durch digitale Technologie in der Realität nicht zu einem gleichberechtigten Zugang führt, da die Auffindbarkeit²³ auf digitalen Plattformen als vollkommen andere Problematik hinzukommt. Für Kunstschaffende aus dem Globalen Süden kann es den Anschein haben, dass die digitale Technologie noch mehr Wettbewerb um Aufmerksamkeit mit sich bringt, da Inhalte, die von Kunstschaffenden aus dem Globalen Norden – und insbesondere von renommierten Kunstschaffenden – produziert wurden, nun auch in Ländern des Globalen Südens leicht online zugänglich sind.

22 Heutzutage gibt es einen Nord-Nord- und Süd-Süd-Austausch von Fair Trade-Produkten. Tatsächlich haben in Ländern wie Südafrika, Mexiko und Brasilien mehrere lokale Fair Trade-Märkte ihren Anfang genommen. Die meisten fair gehandelten Waren in Ländern des Globalen Südens sind jedoch für den Export bestimmt, unter anderem weil es für die Existenz eines Fair Trade-Marktes eine Mittelschicht geben muss, die groß genug ist, um eine Nachfrage nach Fair Trade-Produkten zu schaffen.

23 Der Begriff Auffindbarkeit bezieht sich auf die Fähigkeit, ein Objekt leicht zu entdecken, sei es eine Anwendung oder ein Inhalt (Canada Media Fund, 2016).

Digitalplattform Retina Latina

Retina Latina ist eine kostenlose öffentliche digitale Plattform für Verbreitung, Förderung und Vertrieb von lateinamerikanischen Filmen für die Bevölkerung der lateinamerikanischen Region. Die Plattform wird von sechs kinematographischen Einrichtungen in der Region entwickelt: Dies sind die bolivianische Agentur für Film und audiovisuelle Entwicklung (Adecine), das Institut für die Förderung von Kreativität und Innovation IFCI (Ecuador), die Direktion für Audiovisuelles, Phonographie und Neue Medien des peruanischen Kulturministeriums, das mexikanische Institut für Kinematographie (IMCINE), die ICAU-Direktion für Nationales Kino und Audiovisuelles von Uruguay und die Direktion für Kinematographie des kolumbianischen Kulturministeriums. Letztere leistet die Koordination und das technische Sekretariat. Zusätzliche Unterstützung erhielt die Plattform von der Interamerikanischen Entwicklungsbank und dem Internationalen Fonds für kulturelle Vielfalt (International Fund for Cultural Diversity / IFCD) der UNESCO.

Diese Initiative zielt darauf ab, die regionale Zusammenarbeit zu stärken, indem zum Beispiel ein Workshop zum Kapazitätsaufbau organisiert wurde, um junge Filmschaffende aus Lateinamerika und der Karibik in der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle für den Filmvertrieb zu schulen. Die Plattform zielt auch darauf ab, die Präsenz lateinamerikanischer Filme auf regionalen und internationalen Märkten zu erhöhen, indem sie freien Zugang zu ihren Inhalten in der Region bietet, aber auch, indem sie 8 % ihres Angebots für den Rest der Welt öffnet. Lateinamerikanische Filme erhalten so die Möglichkeit, in Ländern wie Deutschland, den Vereinigten Staaten, Spanien, der Schweiz, Frankreich usw. gesehen zu werden. Die Plattform trägt zu einem ausgewogeneren Fluss von kulturellen Gütern und Dienstleistungen zwischen Nord und Süd sowie zu einer tragfähigen Entwicklung der Filmindustrie der Region bei. Sie möchte sich auch von anderen Plattformen, die sich auf die Kommerzialisierung des Kinos konzentrieren, unterscheiden, indem sie sich für die kulturellen Rechte bei der Verbreitung des lateinamerikanischen Kinos einsetzt.

Quelle: <https://en.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform/retina-latina>

Algorithmen spielen eine große Rolle bei der Auffindbarkeit von Inhalten und der Beeinflussung des Geschmacks der Nutzenden, was auf Kosten einer größeren Vielfalt an Inhalten geht. In der Musik ist die Frage des Zugangs zu Playlists auf digitalen Plattformen von Bedeutung: Was den Nutzerinnen und Nutzern beim Anhören einer solchen Playlist präsentiert wird, ist eine Zusammenstellung von Songs verschiedener

Kunstschaffender, die entweder von einer Person oder einem Algorithmus ausgewählt wurden. Aber wer entscheidet über den Inhalt dieser Playlists? Wer entscheidet, welche Musik auf den Streaming-Diensten abrufbar ist? Dies sind Fragen des Marktzugangs, auf die eine Fair Culture-Initiative eine Antwort geben könnte.

Zahlung eines gerechten Preises

Das erste Prinzip, das einem in den Sinn kommt, wenn man an fairen Handel denkt, ist das des fairen Preises bzw. der fairen Vergütung. Der faire Preis hat zwei Aspekte: den garantierten Mindestpreis und die Prämie (die weiter unten im Prinzip der lokalen Entwicklung behandelt wird). Der garantierte Mindestpreis – oder „floor price“ – wird zwar mit Bezug auf den Marktpreis festgelegt, kann aber nicht unter einen bestimmten Grenzwert fallen. Damit wird ein Mindestpreis für Produkte unabhängig von Schwankungen des Marktes garantiert (Abdelgawad, 2003). Der faire Preis garantiert einen gerechten Lohn und deckt die Kosten für eine nachhaltige Produktion und den Lebensunterhalt (Europäische Kommission, 2009).

Bei der *Fairtrade Labelling Organization (FLO)* wird der garantierte Mindestpreis für jedes Produkt innerhalb von FLO-Arbeitsausschüssen (die Produktionskräfte, Käuferinnen und Käufer und Fair Trade-Organisationen zusammenbringen) auf der Grundlage der durchschnittlichen Produktionskosten pro geografischem Gebiet und der Qualität des Endprodukts berechnet (Diaz Pedregal, 2006). Im Gegensatz zum FLO-System ist der faire Preis der *World Fair Trade Organization (WFTO)* kein fester Mindestpreis; er wird vielmehr durch Konsultationen zwischen allen Beteiligten festgelegt und muss eine akzeptable Vergütung unter Berücksichtigung des lokalen Lebensstandards ermöglichen, ohne zu weit vom Marktpreis entfernt zu sein (Balineau, 2010).

Faire Vergütung gehört zu den zentralen Anliegen des Kultursektors, nach wie vor und gerade im Zeitalter der digitalen Plattformen. Eine faire Vergütung ermöglicht Kunstschaffenden nicht nur, überhaupt weiter zu arbeiten. Vielmehr, wie es eine befragte Person offen formulierte, ist sie auch von zentraler Bedeutung für die Kunstfreiheit, da sie es den Kunstschaffenden ermöglicht, das zu schaffen, was sie wollen, und nicht das, was allzu oft von Geldgebenden bzw. kommerziellen Interessengruppen diktiert wird. Leider können viele Kunstschaffende kaum von ihrer Kunst leben und geben den Beruf auf. Diese Realität ist nicht neu. Kunstschaffende sind seit langem die schwächste Partei bei Vertragsverhandlungen, können aufgrund mangelhafter oder fehlender Regeln für geistiges Eigentum oder fehlender Strafen für Urheberrechtsverletzungen kaum Tantiemen erzielen oder sind Opfer der falschen Vorstellung, dass Kunst kostenlos sein muss.

Piraterie ist eine große Herausforderung für die Buch-, Musik- und Filmbranchen, und die Konsequenzen für Urheberrechtsverletzungen sind minimal. Eine befragte Person erzählte uns, dass in Kenia vor der Überarbeitung des Urheberrechtsgesetzes 2020 die höchste Strafe für Piraterie 4000 Dollar betragen hatte und niemand jemals für ein solches Vergehen verurteilt wurde. Mit anderen Worten: Die Leute hatten jegliche Anreize, sich auf dem informellen Markt zu bedienen, anstatt Produkte legal zu kaufen. In vielen

Ländern steht der hohe Preis von Kulturprodukten, vor allem von Büchern, im Gegensatz zur geringen Kaufkraft der lokalen Bevölkerung, was zur Piraterie geradezu einlädt. Eine Lösung für dieses Problem könnte in einer Initiative wie der solidarischen Preisgestaltung liegen, bei der die Wohlhabenden zahlen, was sie können, um diejenigen zu subventionieren, die nicht so viel zahlen können, um einen fairen Mittelwert für die Produzierenden zu erreichen. Dies sehr interessante Weg könnte auf fast alle kreativen Güter anwendbar sein.

Das „Fair Trade-Buch“ und solidarisches Co-Publishing

Die „International Alliance of Independent Publishers“ vergibt das Siegel „Fair Trade Book“ für Werke, die im Rahmen internationaler Verlagsvereinbarungen veröffentlicht werden, die die Besonderheiten des jeweils anderen respektieren. Dieses „Faire Co-Publishing“ ermöglicht es den Verlagen, sich die mit der intellektuellen und physischen Produktion von Büchern verbundenen Kosten zu teilen, wodurch Skaleneffekte gewährleistet werden; sie tauschen professionelles Know-how aus, während gleichzeitig die Verlage ihre jeweiligen kulturellen Kontexte und Identitäten respektieren.

Aufgrund einer Ausgleichsregel, die es benachteiligten Verlagen erlaubt, niedrigere Kosten als andere Verlage zu zahlen, wird ein „Fair-Trade-Buch“, das in Frankreich für 15 € verkauft wird, beispielsweise in Marokko für 8 € und in Kamerun für 5 € verkauft. Mit anderen Worten: Im Gegensatz zu anderen Fair Trade-Produkten bedeutet ein „Fair-Trade-Buch“ nicht unbedingt einen höheren Preis für die Verbraucherinnen und Verbraucher. Eine Kostenaufteilung je nach geografischem Standort ist möglich, was bedeutet, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher einen erschwinglichen Preis zahlen und den Produzierenden eine faire Aufteilung des Mehrwerts garantiert wird. So unterstützen etwa französische oder kanadische Verbraucherinnen und Verbraucher durch den Kauf eines „Fair-Trade-Buches“ indirekt den Kauf desselben Buches durch Lesende aus Benin oder Mali, und zwar zu einem Preis, der ihrer Kaufkraft angepasst ist.

Quelle: <https://www.alliance-editeurs.org/the-fair-trade-book?lang=en>

Auch Verträge fallen oft ungünstig für Kunstschaffende aus, insbesondere für solche aus dem Globalen Süden. In der Musikbranche können Verträge mit Plattenfirmen manchmal sogar als ausbeuterisch bezeichnet werden, nicht nur im Hinblick auf die Einnahmen, die Kunstschaffende damit aus ihrer Musik erzielen. Eine befragte Person erläuterte, dass einigen Kunstschaffenden das nötige Wissen fehlt, um zu verstehen, was in diesen Verträgen steht. Andere Verträge enthalten

Exklusivitätsklauseln, die Kunstschaffende am Labelwechsel hindern. Digitale Plattformen haben die Situation in der Musikindustrie für weniger bekannte Kunstschaffende im Hinblick auf die Einnahmen verschlechtert, nicht nur wegen der Auffindbarkeit von Inhalten, sondern auch wegen der Art und Weise, wie diese Plattformen Geld umverteilen. Es stimmt zwar, dass Kunstschaffende, die ihre Werke nicht selbst produziert haben, nicht direkt mit diesen Plattformen, sondern mit den Plattenfirmen verhandeln und dass der Anteil, den die digitalen Plattformen einbehalten, nicht besonders hoch ist (laut einer befragten Person etwa 20 %), aber die Distributionsmethode ist problematisch.

Bei den großen Distributionsplattformen zahlen die Kundinnen und Kunden für ein Abonnement nicht direkt an die Kunstschaffenden, deren Werke sie gerade konsumieren. Stattdessen fließt das gesammelte Geld in einen riesigen Pool und wird entsprechend der Anzahl der Streams an die Kunstschaffenden ausgezahlt – auch wenn die einzelnen Abonnentinnen und Abonnenten sie nie gehört haben. Einige Kunstschaffende vereinen 5 % der gesamten Hörschaft auf sich, andere 4 %, 3 %, 2 %, usw. Aber je weiter man in der Liste der in dieser Form quantifizierten Popularität nach unten geht, desto niedriger werden die Prozentsätze, so dass die entsprechende Vergütung marginal ausfällt.

Eine kürzlich durchgeführte Umfrage der *Ivory Academy* und der *Musicians' Union* unter Kunstschaffenden in Großbritannien ergab, dass „82 % der Befragten weniger als 200 Pfund mit Streaming verdienen, und zwar mit ihrer gesamten Musik auf allen Plattformen im Jahr 2019“ (*Ivory Academy*, 2019). Das bedeutet, dass die Mehrheit der Musikschaffenden auf das Touren angewiesen ist, um ihren Lebensunterhalt zu verdienen, was durch die Pandemie stark beeinträchtigt wurde. Schließlich sollten auch Begleitmusikerinnen und -musiker nicht vergessen werden, wenn man über Musikkunstschaffende nachdenkt, da eine faire Vergütung von Hauptkunstschaffenden nicht unbedingt eine faire Vergütung aller Musikerinnen und Musiker bedeutet.

Alternative Modelle von digitalen Musikplattformen

Die Hauptalternative zum Vergütungsmodell des „Gemeinsamen Topfs“ ist derzeit das nutzerzentrierte Modell (user-centric model), bei dem die Abo-Gebühr der Nutzenden entsprechend ihres tatsächlichen Hörverhaltens (an die Kunstschaffenden, die sie hören) verteilt wird, anstatt in einem großen Topf zu landen, der entsprechend dem Marktanteil der einzelnen Kunstschaffenden verteilt wird. SoundCloud hat dieses Modell für einen Teil seines Angebots – Kunstschaffende, die direkt mit SoundCloud abrechnen – seit dem 1. April 2021 übernommen.

Auch andere interessante Modelle befinden sich derzeit in der Entwicklung und Erprobung. Primephonic, eine Plattform für klassische Musik, verwendet ein Pay-per-

Second-Modell, das die Rechteinhaberinnen und -inhaber entsprechend der Hördauer vergütet, um so der Benachteiligung von Komponistinnen und Komponisten klassischer Musik auf Plattformen entgegenzuwirken (nach den derzeitigen Plattformmodellen erhalten ein 10-minütiges klassisches Musikstück und ein 3-minütiger Popsong die gleiche Tantieme; dennoch kann ein Popsong in einer Stunde öfter angehört werden als ein klassisches Musikstück).

Sonstream (Großbritannien) verwendet ein Pay-per-Play-Modell, bei dem die Nutzerinnen und Nutzer £0,03 pro Anhören zahlen und £0,025 an die Rechteinhaberin bzw. -inhaber gehen. Resonate (Deutschland) hat ein Stream-to-Own-Modell entwickelt, bei dem die Nutzerinnen und Nutzer für die ersten neun Hörsituationen eines Songs (das entspricht den durchschnittlichen Kosten eines Downloads) bezahlen; danach sind sie im Besitz des Songs und können ihn unbegrenzt anhören. Audius (Vereinigte Staaten) entwickelt ein System, bei dem eine Gebühr pro Anhören oder ein monatliches Abonnement festgelegt wird.

Bandcamp funktioniert ähnlich, allerdings können die Kunstschaffenden die Entscheidung über den zu zahlenden Betrag den Verbraucherinnen und Verbrauchern überlassen oder einen Mindestpreis für einen Titel oder ein Album festlegen. Sie können auch Merchandise und andere Artikel über die Plattform verkaufen (Schallplatten, T-Shirts, Tickets oder Kassetten). Gemäß seiner Fair Trade Music Policy behält Bandcamp einen Anteil von 15 % bei digitalen Artikeln und einen Anteil von 10 % bei physischen Waren ein, der Rest geht direkt an die Kunstschaffenden oder ihr Label.

Ein weiteres wichtiges Thema ist die faire Bezahlung anderer Beteiligten der kulturellen Wertschöpfungskette. Multinationale Unternehmen sind zunehmend in den Austausch von Kulturprodukten und -dienstleistungen involviert und erschüttern die kulturelle Wertschöpfungsketten. In der Buchbranche beispielsweise werden immer mehr Autorinnen und Autoren aus dem Globalen Süden von ausländischen Verlagen herausgegeben, was das Überleben lokaler Verlage sehr erschwert und in diesem Zug die Karriere vieler Berufe (z.B. Lektoren, Übersetzerinnen) aufs Spiel setzt. Das Gleiche gilt für andere Sparten und Branchen.

Direkter Handel

Der direkte Handel ist ein zentrales Prinzip des Fairen Handels. Ursprünglich lautete die Idee, Instanzen des Zwischenhandels auszuschalten, damit die Produzierenden einen größeren Anteil an den Gewinnen aus dem Verkauf ihrer Produkte erhalten können. Das Prinzip besteht darin, dass Importeure aus dem Globalen Norden direkt von der Genossenschaft oder dem Verband der Produzierenden oder Handwerkerinnen und Handwerker aus dem Globalen Süden kaufen, ohne Zwischenhandel, da diese beiden Akteure als das

Herzstück des fairen Handels gelten (Audebrand und Pauchant, 2008). Fair Trade-Organisationen und Produzierende aus dem Globalen Süden werden als gleichberechtigte Handelspartnerinnen und -partner betrachtet. Der direkte Handel vermeidet Börsenspekulationen und stellt sicher, dass die Produzierenden selbst und nicht die Instanzen des Zwischenhandels vom Handel profitieren (Abdelgawad, 2003; Drainville, 2007).

Dieses Prinzip ist schwieriger auf den Kultursektor zu übertragen, da die verschiedenen Sektoren, aus denen er sich zusammensetzt, sehr unterschiedliche Eigenschaften aufweisen. In der Musikbranche zum Beispiel argumentierte eine befragte Person, dass eine stärkere Verbindung zwischen Kreativen, Ausführenden und Publikum notwendig sei. Digitale Plattformen werden oft als Ursache für den geringen Verdienst von Kunstschaffenden an ihrer Musik angeführt, und das nicht ohne Grund. Dennoch verteilen sie einen beträchtlichen Teil der Einnahmen an die Rechteinhaberinnen und -inhaber, also die Kunstschaffenden, die Komponistinnen und Komponisten und die Plattenfirmen. Die Plattenfirmen behalten jedoch oft den größten Teil dieses Betrags. Daher erhalten Kunstschaffende, die direkt mit digitalen Plattformen arbeiten, wie z.B. Bandcamp, SoundCloud oder anderen ähnlichen Plattformen (siehe Kasten oben), in der Regel einen viel höheren Anteil an den Einnahmen. Eine Entwicklung hin zu dieser Art von Plattformen wäre daher vorteilhaft. Wie wir bereits erwähnt haben, kann der direkte Handel jedoch auch dazu führen, dass Arbeitsplätze vernichtet werden, wie es jene multinationalen Unternehmen in der Buchbranche tun, die direkt mit den Werken von Autorinnen und Autoren aus Ländern des Globalen Südens handeln.

Langfristige Geschäftsbeziehungen

Alle Teilnehmenden am fairen Handel, die kaufen und verkaufen, verpflichten sich, eine langfristige, nachhaltige Geschäftsbeziehung aufzubauen, in der die Rechte und Interessen beider Parteien geachtet werden (Drainville, 2007). Konkret verpflichten sich Importeure beim Kauf eines Produkts, dieses mehr als zweimal von derselben Genossenschaft oder Vereinigung zu beziehen, um eine gewisse Konsistenz im Absatz der Genossenschaft zu gewährleisten (Équiterre, 2006). Das Ziel ist es, nachhaltige und transparente Beziehungen zu fördern und nicht nur kurzfristige Gewinne zu erzielen, die vom Geist des immerwährenden Wachstums dominiert werden (Audebrand und Pauchant, 2008). Die Produktionskräfte können dann von einem stabilen Einkommen profitieren und zukünftige Projekte entwickeln, und schließlich nachhaltige Produktionsmethoden herausbilden (Abdelgawad, 2003; Charlier et al., 2006). Auch die Beziehung zwischen Produzierenden im Globalen Süden und Verbraucherinnen und Verbrauchern im Globalen Norden wird durch die Förderung des fairen Handels stärker herausgestellt (Charlier et al., 2006).

Dieses Prinzip wäre auch für Fair Culture relevant, da langfristige, nachhaltige Geschäftsbeziehungen mehr Stabilität in das Leben von Kunst- und Kulturschaffenden bringen würden. Wie van Graan (2018) schreibt, ist es von grundlegender Bedeutung, dass jedes kulturelle Kooperationsprojekt die Entwicklung von gerechteren, besser informierten und nachhaltigeren in-

ternationalen und interkulturellen Kooperationen ermöglicht. Laut einer Studie über gerechtere internationale künstlerische Engagements ist es besser, in Kulturfragen von Partnerschaft statt von Zusammenarbeit zu sprechen, denn eine Partnerschaft „impliziert eine dauerhafte, sich gegenseitig unterstützende Allianz. Ihr Wert wird von den Partnerinnen und Partnern in den längerfristigen und umfassenderen gegenseitigen Vorteilen gesehen, die sich daraus ergeben, und aus diesem Grund ist sie besser in der Lage, Enttäuschungen und Rückschläge zu überstehen“ (van Graan, 2018).

Eine langfristige Beziehung könnte auch als dauerhafte Entwicklung des kreativen Potenzials und anderer Kompetenzen der Kunstschaffenden in Form von kapazitätsbildenden Aktivitäten oder anderen Maßnahmen konzipiert werden, die auf die langfristige Entwicklung beruflicher Laufbahnen im Kultursektor abzielen. Anstatt Kunstschaffende einfach zu einem Festival oder einer Veranstaltung einzuladen und ihre Reisekosten zu übernehmen, könnte man solche Gelegenheit beispielsweise nutzen, um Kunstschaffende zur Teilnahme an Workshops einzuladen oder ihnen zu helfen, ihre Netzwerke durch Aktivitäten weiterzuentwickeln, die die Beziehungen zwischen Kunst- und Kulturschaffenden vor Ort fördern. Dies würde viel dazu beitragen, dass Kunstschaffende ihr volles Potenzial entfalten können, und ihnen Werkzeuge und Netzwerke an die Hand geben, die ihnen während ihrer gesamten weiteren Laufbahn helfen werden.

Der Aufbau von Vertrauen ist ebenfalls wichtig, um eine langfristige Beziehung zu etablieren. Die bewährte Praxis des solidarischen Co-Publishing (siehe Kasten oben) ist ein gutes Beispiel dafür, wie eine Partnerschaft auf dem Vertrauen aufgebaut wird, das sich durch die Einhaltung gemeinsamer Standards entwickelt, von denen der wichtigste in der Buchbranche die „Unabhängigkeit“ der Verlage ist. Wenn multinationale Unternehmen einen Beitrag zur Schaffung neuer lokaler Inhalte leisten, führt dies zu einer langfristigen Beziehung zwischen diesen Unternehmen und den Akteuren, die an der kulturellen Wertschöpfungskette beteiligt sind. Die neu geschaffenen Inhalte werden lokal produziert und bescheren den Unternehmen großen Gewinn. Damit können sie wiederum deren Beitrag finanzieren. Dies trifft besonders zu für digitale Plattformen, die auf ein nationales und lokales Publikum abzielen. Diese Reinvestition der Gewinne könnte auch Aktivitäten zum Kapazitätsaufbau finanzieren und so die nachhaltige Entwicklung des Kultursektors im Zielland fördern.

Zugang zu Krediten

Kleine Produktions- und Handwerksbetriebe in Entwicklungsländern haben keinen Zugang zu erschwinglichen Kreditquellen, was ihre Rentabilität behindert. Fair Trade-Organisationen, die Produkte direkt von den Produktionskräften kaufen, müssen finanzielle Unterstützung zusichern, beispielsweise in Form von Krediten, Vorauszahlung oder indem sie die Produzierenden an andere Finanzierungsquellen heranführen (Tadros, 2002). Eine Vorauszahlung ermöglicht es den Produzierenden, die für die Produktion notwendigen Rohstoffe zu erwerben, ohne sich zu verschulden (Gendron, 2004). Die Vorauszahlung variiert in der Regel zwischen 40 % und 60 % des Gesamtwerts des Vertrags (Abdelgawad, 2003).

Dieses Prinzip wäre, wenn es nicht völlig anders realisiert wird, in einem Fair Culture-Kontext schwer vorstellbar. Mehrere befragte Personen waren der Meinung, dass die Realität von Kunstschaffenden aus dem Globalen Süden weit von Krediten entfernt ist. Eine befragte Person gab an, dass Kunstschaffende in Mexiko im informellen Sektor arbeiten, weshalb es unmöglich sei, über den Zugang zu Krediten für Projekte zu sprechen, die nicht steuerrechtlich registriert sind. Der Zugang zu Krediten ist bei Waren wie Kaffee oder Kakao, bei denen die Produktionskräfte eine Vorauszahlung für die Rohstoffe erhalten, wohl einfacher als bei einem kulturellen Produkt oder einer Dienstleistung. Während die Vorauszahlung für bestimmte Kunstformen funktionieren mag, bei denen man Verkäufe vorhersehen kann, trifft das nicht auf jede Kunstform zu.

Eine andere befragte Person argumentierte, dass Kredite nur eine Art der Finanzierung sind, und zwar eine sehr begrenzte. Wenn Kunst- oder Kulturschaffende neue Musik ausprobieren oder Forschung und Entwicklung für eine neue Kollektion betreiben oder eine neue Reihe von Filmen machen möchten, ist ein Kredit wenig hilfreich, weil Erfolg des Prozesses nicht garantiert ist. Selbst wenn Kunstschaffende Kredit erhalten, sind sie womöglich nicht in der Lage, ihn zurückzuzahlen. Ein Kredit könnte aber auch anders konzipiert werden. Diese befragte Person schlug zum Beispiel vor, dass Kunstschaffende oder eine Fachkraft in der Forschungs- und Entwicklungsphase eines Projekts Zugang zu Forschungs- und Entwicklungsmitteln haben sollte, die es ihnen erlauben würden, neue Dinge auszuprobieren, ohne sich zu verschulden. Mit anderen Worten: Das Prinzip des Zugangs zu Krediten könnte auf Finanzierungsformen ausgeweitet werden, die zu einem bestimmten Zeitpunkt im Lebenszyklus der Arbeit von Kunstschaffenden zweckmäßig ist. Diese Finanzierung könnte natürlich von den Industrieländern in Form einer Vorzugsbehandlung gemäß Artikel 16 der 2005er Konvention kommen, aber auch von internationalen Fonds wie dem *Internationalen Fonds für kulturelle Vielfalt*, zum Beispiel als eine Form der Verteilung der Prämie (wie an späterer Stelle diskutiert wird).

Ein interessantes Modell solch alternativer Finanzierung ist die Plattform Patreon, über die Kunstschaffende ihre Fans aktiv an ihrer Arbeit teilhaben lassen können, indem sie ihnen eine monatliche Mitgliedschaft anbieten. Die Kunstschaffenden geben ihnen Zugang zu exklusiven Inhalten, zur Community; sie geben Einblicke in ihren kreativen Prozess. Im Gegenzug erhalten sie die Freiheit, ihre Arbeit zu machen, und die Stabilität, die sie brauchen, um eine unabhängige kreative Karriere aufzubauen. Die Fans ihrerseits wissen, dass ihr Geld direkt in die Schaffung von mehr von dem fließt, was sie lieben.

Partizipative Finanzierung oder Crowdfunding ist eine weitere interessante Innovation, die die Finanzierung von kleinen und mittleren Unternehmen unterstützt. In Afrika macht partizipative Finanzierung für den kreativen Sektor schätzungsweise 20 % der insgesamt aufgebrachten Mittel aus (Nurse, 2016). Die Arten von Projekten, die unter die Kreativ- und Innovationskampagnen fallen, reichen von Film und Video über Performance-Kunst und Veranstaltungen bis hin zu Design, Verlagswesen und anderen Projekten. Ein gutes Beispiel für ein partizipatives

Finanzierungsprogramm, das auf den kreativen Sektor abzielt, ist CitySoirée, eine Kunst- und Unterhaltungsplattform, bei der Musikschaffende ihre Projekte durch private Konzerte finanzieren. Der HEVA-Fund aus Kenia ist ein weiteres afrikanisches Beispiel (aus Ostafrika), das sich mit der Schaffung von Marktsynergien befasst. Der Fonds katalysiert unter anderem Wachstumsstrategien für Unternehmen in der Frühphase, optimiert die Wertschöpfungsketten im Kreativsektor und bietet Lösungen für Betriebskapital und Cashflow. HEVA-Fund hat sowohl einen Fonds für Start-Ups als auch einen Wachstumsfonds für etabliertere Unternehmen (Nurse, 2016).

Technische Unterstützung und Schulung

Laut WFTO (2013) müssen Organisationen, die direkt mit Kleinproduzierenden zusammenarbeiten, diesen Produzierenden aktiv helfen, ihre Managementfähigkeiten, Produktionskapazitäten und ihren Zugang zu Märkten zu verbessern – zu lokalen, regionalen, oder internationalen Märkten, fairen oder Mainstream-Handelsmärkten. Darüber hinaus müssen Organisationen, die Fair Trade-Produkte über Fair Trade-Zwischenhandel im Globalen Süden kaufen, die im Zwischenhandel tätigen Organisationen in die Lage versetzen, die mit ihnen kooperierenden marginalisierte Produktionsgruppen zu unterstützen. Organisationen von Produzierenden im Globalen Süden sollen auch anstreben, die Fähigkeiten und Kompetenzen ihrer Beschäftigten bzw. Mitglieder zu entwickeln. Um die Nachhaltigkeit des fairen Handels zu gewährleisten, richten sich Kapazitätsaufbau und Empowerment insbesondere an kleine und marginalisierte Produzierende und Arbeitskräfte in Entwicklungsländern, auf ihre Organisationen sowie auf ihre jeweiligen Gemeinschaften (Europäische Kommission, 2009).

Die Mehrheit der von uns Befragten war der Meinung, dass der Aufbau von Kapazitäten das vielversprechendste Prinzip ist, wodurch das Fair Culture-Konzept für Kunst- und Kulturschaffende Mehrwert stiften könnte. Die Befragten waren sogar der Meinung, dass der Aufbau von Kapazitäten entscheidend ist; der Rest werde sich von selbst ergeben. Dies ist beispielsweise in der Buchbranche dringend erforderlich, wo sich Autorinnen und Autoren in afrikanischen Ländern zunehmend dem Self-Publishing zuwenden, weil kaum ein Verlag an der Verbreitung belletristischer Werke interessiert sei. Allerdings fehlt ihnen die richtige professionelle Unterstützung: Es ist nötig, Werke zu lektorieren und von professionellen Verlagen konstruktives Feedback für die eigene Weiterentwicklung zu bekommen. Auch das Fehlen von Trainingseinrichtungen wie Residenzprogramme ist in vielen Ländern ein Problem. Wie eine befragte Person erwähnte: Talent oder Potenzial als Autorin oder Autor ist das eine; dieses Potenzial oder Talent so zu fördern bzw. zu nutzen, dass das Potenzial voll entfaltet wird, ist das andere.

Bezüglich der Digitalisierung wurden mangelnde digitale Kompetenzen in den Interviews mehrfach als Problem erwähnt. Viele Kunstschaffende verstehen immer noch nicht, wie digitale Plattformen funktionieren. Kapazitäten sollten zum Beispiel zu folgenden Fragen aufgebaut werden: Wie man

einen angemessenen Vertrag mit Streaming-Plattformen aushandelt, wie man sich auf digitalen Plattformen besser selbst vermarktet, oder wie man mit Aggregatoren im Internet arbeitet. Mehrere Befragte erwähnten die Stärkung digitaler Plattformen im Globalen Süden als eine Möglichkeit, eine größere Vielfalt von Plattformen zu fördern und mehr Gerechtigkeit im Kultursektor zu erzielen.

Digital Arts Academy (Tadschikistan)

Das Bactria Cultural Centre richtete eine Digital Arts Academy in Duschanbe (Tadschikistan) ein, um afghanischen und tadschikischen Kulturunternehmerinnen im Alter unter 40 Jahren Kurse in digitaler Kreation (Codierung, Animation, Grafikdesign, Webdesign und Videobearbeitung) und unternehmerische Schulungen anzubieten. Das Projekt hatte das Ziel, diese Frauen auf dem digitalen Arbeitsmarkt wettbewerbsfähig zu machen und Teilhabe am Wiederaufbau Tadschikistans und Afghanistans zu fördern, deren Kultur- und Bildungsinfrastruktur durch Konflikt und Krieg zerstört wurde. Dieses Projekt hat eine langfristige Perspektive, da geplant ist, diese Frauen nach ihrem Abschluss eng in die Entwicklung neuer Lehrpläne, den Unterricht und in die Betreuung zukünftiger Absolventinnen der Akademie einzubinden.

Die Absolventinnen entwarfen auch eine kreative digitale Kampagne, die das Bewusstsein für die Rolle und die kreativen Kapazitäten von Frauen schärfen und erstmals den Beitrag von Frauen zur digitalen Kunstszene Zentralasiens würdigen soll. Das Bactria Cultural Centre ist eine Zweigstelle der 2012 gegründeten Agency for Technical Cooperation and Development (ACTED), die den Mangel an Zugang zu Kultur, Information und Berufsausbildung in Tadschikistan und Zentralasien beheben will. Das Projekt wurde von der „You are next | UNESCO-Sabrina Ho Initiative“ (2005er Konvention) unterstützt, die Barrieren für die Beteiligung von Frauen in der digitalen Kreativwirtschaft beseitigen will.

Quelle: <https://www.you-are-next.org/projects/digital-arts-academy-tadjikistan/>

Eine befragte Person betonte bezüglich des Kapazitätsaufbaus, dass zu berücksichtigen ist, dass Lernen in verschiedenen Formen stattfindet und dass es wichtig ist, Kapazitätsaufbau kreativ zu interpretieren. Sie warb dafür, dass das Fair Culture-Konzept sowohl traditionelle wie neue, innovative Formen des Kapazitätsaufbaus berücksichtigen sollte. Sie wies auf das Beispiel eines Lehrlingssystems im Osten Nigerias hin, bei dem Berufseinsteiger in Handel und Gewerbe für einige Jahre bei Praxispartnern arbeiten. Sie arbeiten und lernen in deren Geschäften, sie lernen Buchhaltung kennen, wie man einkauft, wie man verkauft, und dann schließen sie ihre Ausbildung

ab. Wenn sie ihre Ausbildung abschließen, muss der Praxispartner ihnen eine Abfindung geben, die ihnen als Startkapital für die Gründung ihres eigenen Unternehmens dient. Die Berücksichtigung der Vielfalt des Kapazitätsaufbaus sollte auch übliche Formen der Wissensweitergabe durch lokale Gemeinschaften und ältere Menschen umfassen.

Öffentliches Bewusstsein

Fair Trade-Organisationen wirken entscheidend durch die Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Bedeutung des Kaufs von fair gehandelten Produkten, vor allem durch die Information von Verbraucherinnen und Verbrauchern sowie Regierungen. Deutlich werden dabei die mit der Produktion von Waren aus traditionellem Handel verbundenen menschlichen Kosten; die Organisationen treten daher für mehr Gerechtigkeit im Welthandel durch Änderungen konventioneller Geschäftsregeln und -praktiken ein. Durch Information über Geschichte, Kultur und Lebensbedingungen der in Kleinproduktion und im Kunsthandwerk tätigen Menschen tragen Fair Trade-Organisationen multikulturell zu mehr Verständnis und Respekt der Verbraucherinnen und Verbrauchern für Entwicklungsländer und die dortigen Gemeinschaften bei (Tadros, 2002). Die Öffentlichkeitsarbeit richtet sich nicht nur an Verbraucherinnen und Verbraucher, sondern auch an die Bevölkerung im Allgemeinen, Unternehmen und politische Entscheidungsträgerinnen bzw. -träger (Audebrand und Pauchant, 2008).

Das Fair Culture-Konzept dürfte eine wichtige Rolle zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die gerechte Entlohnung von Kunst- und Kulturschaffenden spielen, wenn auch nicht in gleicher Weise wie im fairen Handel. Nach Aussage mehrerer Kulturschaffender und Kulturfachleute herrscht vielerorts immer noch die Vorstellung, dass Kunst kostenlos sein sollte oder dass die Regierung für die Versorgung der Gesellschaft mit Kunst zuständig ist. Die Pandemie hat jedoch deutlich gemacht, dass die Gesellschaft gerade in schwierigen Zeiten auf Kunst angewiesen ist. Gerade jetzt und für die Zukunft braucht es die Botschaft, dass Künstlerinnen und Künstler Vergütung und Anerkennung ihrer Arbeit brauchen. Das Gleiche gilt für Kulturschaffende – die sich beispielsweise mit Technik, Verleih, Vermarktung oder Studiomanagement beschäftigen: Sie tragen wesentlich dazu bei, dass Produkte und Dienstleistungen für ein Publikum bzw. Verbraucherinnen und Verbraucher verfügbar werden. Die Öffentlichkeit wird nicht bereit sein, für Kunst zu bezahlen, wenn sie sie nicht als geistiges Eigentum erkennt, so eine von uns befragte Person.

Worldwide Music Expo

Die Worldwide Music Expo (WOMEX) ist das am stärksten international ausgerichtete Musiktreffen der Welt und die größte Konferenz der globalen Musikszene mit einer Fachmesse, Vorträgen, Filmen und Showcase-Konzerten. Sie findet jedes Jahr im Oktober statt und versammelt über 2500 Fachleute, darunter 260 ausübende Kunstschaffende, aus 90 Ländern. Ziel der WOMEX ist es, „die Rolle der Kultur auf der ganzen Welt zu unterstützen und zu stärken und ihre Werte durch die Pflege und Förderung von Kreativität und Kunst zu verbreiten“.

Im Oktober 2019, während der finnischen EU-Ratspräsidentschaft, organisierten die Deutsche UNESCO-Kommission und das finnische Ministerium für Kultur und Bildung einen interaktiven Workshop zum Thema Fair Culture mit dem Titel „60 minutes for Fair Culture“. Während dieser Sitzung reflektierten Fachleute und Aktive aus der Praxis über die Übertragung des Konzepts des fairen Handels auf den Musikbereich.

Quelle: <https://www.womex.com/about/womex>

Kunstschaffende erhalten von digitalen Streaming-Plattformen in der Regel nur marginale finanzielle Beträge oder sie werden gar nicht bezahlt, selbst wenn ihre Musik gestreamt wird. Eine von uns befragte Person erwähnte, dass das Problem darin bestehe, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher dies nicht wirklich hinterfragen. Mit der Zahlung von 9,99 US-Dollar im Monat und dem Zugang zu einem Katalog mit 45 oder 50 Millionen Titeln geben sich die Verbraucherinnen und Verbraucher zufrieden. Ohne Aufklärungskampagnen über die Art und Weise, wie Streaming-Plattformen die Gewinne umverteilen, werden die Verbraucherinnen und Verbraucher ihre Hör- und Konsumgewohnheiten wahrscheinlich nicht ändern. Eine befragte Person schlug vor, dass im Rahmen der Fair Culture-Bewegung jedes Jahr ein Bericht veröffentlicht werden sollte, um das Ausmaß der Ungleichheit zwischen Kunstschaffenden aus dem Globalen Norden und dem Globalen Süden zu veranschaulichen; beispielhaft sollte dabei darauf hingewiesen werden, dass Kunstschaffende in Simbabwe auf YouTube angeblich 20.000fach mehr Aufrufe brauchen, um den gleichen Betrag mit einem Video zu verdienen wie Kunstschaffende im Globalen Norden. Dies setzt natürlich voraus, dass die Plattformen diese Informationen veröffentlichen.

Öffentlichkeitsarbeit als Prinzip muss einige Besonderheiten des Kultursektors berücksichtigen. Ähnlich wie in den nachfolgenden Ausführungen in Bezug auf Siegel ausgeführt, könnten Kunstschaffende, deren Produkte nicht als fair anerkannt gelten, durch Öffentlichkeitsarbeit doppelt bestraft werden, da sie ja schon bei der Produktion keine guten Bedingungen hatten. Die fehlende Anerkennung eines kulturellen Produkts könnte demzufolge die negative Botschaft an die Öffentlichkeit aussenden, dass Kunstschaffenden

das Siegel nicht verdienen. Aber: Kunstschaaffende und ihre Werke sind gerade nicht so austauschbar wie eine Tüte Kaffee oder eine andere fair gehandelte Ware. Wenn Kunstschaaffende bzw. ein Kulturprodukt den Verbraucherinnen und Verbrauchern gefallen, werden diese sich nicht von diesen Kunstschaaffenden oder diesem bestimmten Produkt abwenden, weil deren Arbeit nicht als fair qualifiziert wurde.

Daher wiederum hat entsprechende Öffentlichkeitsarbeit für den Wert von Kulturprodukten nur begrenzte Bedeutung. Höhere Wirkung könnte an anderer Stelle der Wertschöpfungskette erzielt werden, zum Beispiel bezüglich „fairer“ Beziehungen zwischen Autorinnen bzw. Autoren und Verlagen oder Musikschaaffenden und digitaler Plattformen. Ebenso könnten faire Bedingungen von kulturellen Veranstaltungen oder Veranstaltungsorten (Konzertsäle, Ausstellungshallen usw.) betont werden. Schließlich könnte Öffentlichkeitsarbeit auch den Wert der Erhaltung vielfältiger kultureller Ausdrucksformen hervorheben und damit die in Artikel 10 der 2005er Konvention festgelegte Verpflichtung zu Bildung und öffentlichem Bewusstsein sowie verwandte Aspekte (z. B. sprachliche Vielfalt). Ein weiterer Aspekt könnte sein, dass Gemeinschaften weltweit ihre kulturellen Rechte ausüben können müssen. Die Fair Culture-Bewegung könnte auch an die Advocacy-Arbeit anknüpfen, die rund um die Verankerung von Kultur in der 2030-Agenda geleistet wurde, zum Beispiel über die Plattform #culture2030goal.

Einhaltung von Arbeitsnormen

Dieses Prinzip will die Rechte der Produzierenden und Beschäftigten garantieren. Laut FINE sind die Akteure des fairen Handels dazu verpflichtet, angemessene Einkommen zu bieten (dieses „angemessene“ Einkommen ist nicht notwendigerweise das jeweils gültige Mindesteinkommen), Sicherheit, Gesundheit und soziale Bedingungen am Arbeitsplatz zu gewährleisten und die im Land geltenden Arbeitsgesetze einzuhalten. Weiterhin verpflichten sie sich dazu, zur Einhaltung der von den Vereinten Nationen definierten Grundrechte der Arbeitnehmerinnen und -nehmer beizutragen sowie die von der Internationalen Arbeitsorganisation definierten internationalen Arbeitsnormen anzuwenden (in Balineau, 2010). Zu den grundlegenden Standards der ILO-Konventionen, an die die Produzierenden im Globalen Süden gebunden sind, gehören die Achtung der Vereinigungs- und Gewerkschaftsfreiheit der Mitglieder der Gruppe, das Recht, Kollektivverträge auszuhandeln, das Verbot der Diskriminierung bei der Beschäftigung aufgrund der politischen Zugehörigkeit, der Religion und des Geschlechts sowie das Verbot aller Formen von Sklaverei, Zwangsarbeit und Ausbeutung, einschließlich der Ausbeutung von Kindern (Abdelgawad, 2003). Falls die Arbeitsstandards des Landes höher sind als die der ILO, muss die Organisation diese respektieren (Johnson, 2001).

Im Kultursektor ist in diesem Zusammenhang das Hauptproblem nach wie vor die gerechte Entlohnung von Kunstschaaffenden: Aufgrund der Informalität des Kultursektors können Unternehmen, Produzierende und Veranstalter genau das zahlen, was sie für richtig halten. Als Beispiel erwähnte eine befragte Person,

dass im Senegal Musikschaaffende an kleinen Veranstaltungsorten manchmal nur eine Mahlzeit im Austausch für einen Auftritt erhalten. Es ist denkbar, dass aufgrund von Fair Culture z. B. von beteiligten Veranstaltungsorten – Spielstätten, Theatern, Ausstellungshallen, usw. – verlangt werden könnte, dass sie eine faire Vergütung der auftretenden Kunstschaaffenden gewährleisten. Bei multinationalen Unternehmen könnten Arbeitsnormen im Rahmen der Einhaltung von Sorgfaltspflichtregeln gesichert werden, wie im vorherigen Abschnitt erwähnt. Die Arbeitsbedingungen von Kunstschaaffenden zu sichern, fällt der *Empfehlung zum Status des Künstlers* von 1980 zufolge vermutlich in den staatlichen Zuständigkeitsbereich, da diese dort aufgefördert werden, den beruflichen, sozialen und wirtschaftlichen Status von Kunstschaaffenden durch die Umsetzung von politischen Strategien und Maßnahmen zu verbessern. Diese beziehen sich u. a. auf Ausbildung, soziale Sicherheit, Beschäftigung, Einkommen und steuerliche Bedingungen, Mobilität und freie Meinungsäußerung. Es ist somit staatliche Verantwortung, geeignete Gesetze und Vorschriften zu erlassen und umzusetzen, damit die Arbeitsnormen auf ihrem eigenen Staatsgebiet geachtet werden.

Tatsächlich schafft derzeit die Politik, gerade in Afrika, neue rechtliche, politische und institutionelle Rahmenbedingungen, um den beruflichen Status der Kunstschaaffenden unter Berücksichtigung der atypischen Form der Arbeit zu regulieren. Dennoch bleiben Herausforderungen: Die mangelhafte Finanzierung des Kultursektors, begrenzte wirtschaftliche Kapazität für soziale Absicherung und das Fehlen von Fachwissen und Infrastruktur zur Bekämpfung der Piraterie, insbesondere im digitalen Zeitalter, limitieren die Umsetzung und die Überwachung von Gesetzen und Maßnahmen. Die zwischenstaatliche Zusammenarbeit wäre womöglich geeignet, um Ländern bei der Entwicklung geeigneter Gesetze und Vorschriften zu helfen. Eine solche Form der Zusammenarbeit ist klassisch und wurde bereits in der 2005er Konvention, im Nachhaltigkeitsziel 17 (Partnerschaft zur Erreichung der Ziele) der Agenda 2030 und in den Gründungsdokumenten der *Globalen Partnerschaft für wirksame Entwicklungskooperation* (seit dem Busan-Abkommen 2011) nachdrücklich gefordert.

Lokale Entwicklung

Ein zentrales Prinzip des fairen Handels ist, dass ein Teil des Erlöses aus dem Fair Trade-Verkauf in Form von lokalen Entwicklungsprojekten in die Gemeinschaft reinvestiert werden muss. Die Fair Trade-Prämie wird nach transparenten Kriterien berechnet und ermöglicht es den Produzierenden und ihren Familien, ihre Lebensgrundlagen nachhaltig zu sichern und soziale, ökonomische und ökologische Projekte zu finanzieren (Abdelgawad, 2003; Drainville, 2007). Mit diesem Betrag kann z. B. der Bau von Schulen oder Krankenhäusern, die Ausbildung von Personal, die Verbesserung der Produktion oder die Umstellung auf ökologischen Anbau finanziert werden. Die Produktionskräfte entscheiden demokratisch über die Verwendung dieser Prämie, unter der Bedingung, dass sie den kollektiven Interessen der Produktionsgruppen dienen muss; Gewinne müssen in produktive Investitionen, die Arbeitsplätze schaffen, und in

Entwicklungsprogramme kollektiver Art reinvestiert werden (Abdelgawad, 2003; Charlier et al., 2006).

Offensichtlich ist dieses Prinzip der Reinvestition in die kulturelle Wertschöpfungskette für das Fair Culture-Konzept sehr relevant; es gibt auch viele Möglichkeiten, wie eine Prämie in den Kultursektor reinvestiert werden könnte. Viele der Befragten erwähnten den Mangel an Infrastruktur in vielen Ländern des Globalen Südens, sei es die Verfügbarkeit von Räumen wie Kulturzentren, Theatern, Ausstellungsräumen, Schulen und Ausbildungszentren, Aufführungsorten oder der Zugang zu Ausrüstung, Drehorten, Software usw. Ein Teil der Prämie könnte auch in einen Fonds fließen, bei dem die Kunstschaffenden und ihre Organisationen Anträge stellen könnten, um z. B. Ausrüstung zu kaufen oder Gruppenlizenzen für den Zugang zu einer Software zu erwerben.

Außerdem besteht in vielen Ländern ein großer Bedarf nach Ausbau der digitalen Infrastruktur, dies schließt in einigen Regionen den Anschluss ans Internet ein. Die digitale Kluft zwischen dem Globalen Norden und dem Globalen Süden ist ein klares Hindernis für den Marktzugang des Letzteren. Auch Investitionen in – neue oder bestehende – digitale Plattformen im Globalen Süden sind denkbar als Alternative für jene Kunstschaffende, die nach Plattformen mit alternativen Geschäftsmodellen suchen. In diesem Zusammenhang erwähnte eine befragte Person aus Westafrika, dass man in dieser Region sogar ganz neue Vorstellungen über das Wesen kultureller Infrastruktur entwickle.

In der Tat unterscheiden sich Vorstellungen davon, wie ein Museum aussieht, was eine künstlerische Ausbildung oder eine Ausbildung zum Filmemacher ist. In verschiedenen Sparten und Branchen ist das praktisch zu beobachten, z. B. mit verschiedenen Arten neuer Ästhetik im Filmemachen, angesichts von mehr Kunst im öffentlichen Raum, etwa in Ländern wie Senegal, Sierra Leone, usw. Hier könnte die Prämie weitere Innovation anregen. Sie könnte z. B. in Forschung und Entwicklung für neue digitale Modelle oder neue Plattformen reinvestiert werden, die sich in kollektivem Besitz befinden und eine Rückführung der Gewinne in einen Fonds ermöglichen würden. Bezüglich der Filmbranche schlug eine befragte Person vor, mit der Prämie Regisseurinnen und Regisseure zu unterstützen, die qualitativ hochwertige Nischenfilme produzieren, und zwar in Form einer ausgleichenden Subvention. Wenn ein Film beispielsweise ausreichend Erfolg hat, könnten zum Beispiel die für die Regie Verantwortlichen einen Betrag für die nächste Produktion erhalten.

Die Prämie könnte auch als eine Steuer oder Gebühr – oder eine andere Form von Beitrag – konzipiert werden, die von den großen digitalen Plattformen erhoben wird und in die Schaffung und Produktion neuer lokaler Inhalte investiert werden kann, wodurch vor allem weniger bekannte Kunstschaffende gefördert werden. Dies könnte dazu beitragen, die „Wertlücke“ zu verringern, d. h. die Diskrepanz zwischen dem Wert kreativer Inhalte, die von den Verbraucherinnen und Verbrauchern auf den Plattformen abgerufen und genossen werden, und den Einnahmen, die an die Menschen und Unternehmen zurückfließen, die sie erstellen. Diese Lücke entsteht, wenn Organisationen und Unternehmen, die diese Inhalte kommerziell nutzen, die Kunstschaffenden

nicht angemessen vergüten, was dazu führt, dass sie ihren Lebensunterhalt nicht mit ihrer Arbeit bestreiten können (Music Canada, 2016).

An dieser Stelle ist der Hinweis nötig, dass die Idee der Prämie in bestimmten Kultursparten und insbesondere in bestimmten Ländern des Globalen Nordens bereits existiert. In Kanada beispielsweise entrichten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eine Gebühr, deren Erlöse in Fonds für die Schaffung neuer kanadischer Inhalte reinvestiert werden. Der Begriff Rundfunk könnte durch einen neuen Gesetzentwurf bald auf digitale Plattformen erweitert werden. Frankreich wiederum hat sein Steuerrecht geändert und erhebt eine Steuer auf ausländische Online-Sendendienste für kulturelle Inhalte; die Einnahmen aus dieser Steuer kommen dem *Centre national du cinéma et de l'image animée* zugute.

Die nationalen Erfahrungen im Rahmen dieser zwei Beispiele könnten als Inspiration für ein innovatives System bezüglich der von den Web-Giganten erzielten Gewinne dienen. Damit der zentrale Zweck der Prämie erfüllt wird, dürften digitale Plattformen nicht selbst entscheiden, wie solche Beträge reinvestiert werden. Die Entscheidung über die unterstützten Inhalte müssten lokale, nationale oder internationale Verbände bzw. Organisationen auf demokratische und unabhängige Weise treffen.

Eine Fair Culture-Prämie könnte auf nationaler oder multinationaler Ebene organisiert werden. Die erste Option wäre, dass bestehende unabhängige Organisationen in einzelnen Staaten dafür zuständig sind, die Beiträge zu sammeln, zu entscheiden, welches Projekt finanziert oder welche Art von Aktivität unterstützt werden soll, und die Beträge entsprechend umzuverteilen oder zu reinvestieren. Dazu müssten im Vorfeld die geeigneten Organisationen für die einzelnen Kultursparten ermittelt werden. Ohne angemessene Gesetzgebung ist ein solches Umverteilungsprogramm schwer vorstellbar: Es müsste multinationale Unternehmen dazu verpflichten, einen Beitrag zu lokalen kulturellen Wertschöpfungsketten zu leisten, indem sie einen Prozentsatz des erwirtschafteten Gewinns in die Bevölkerung des Landes, in dem sie tätig sind, reinvestieren. Zwar haben einige Staaten Mechanismen zur Erhebung von Gebühren von digitalen Plattformen eingeführt oder bestehende Mechanismen so angepasst haben, dass sie auf das digitale Umfeld anwendbar sind, andere Staaten dürften aber wohl nicht über geeignete Mechanismen verfügen, um die Reinvestition in kulturelle Wertschöpfungsketten durchzusetzen, bzw. es fehlen ihnen die Strukturen oder Behörden, um diese Mittel zu verwalten.

Daher sollte die Nutzung einer internationalen Struktur in Betracht gezogen werden. Das Beispiel des International Fund for Cultural Diversity (IFCD) ist in dieser Hinsicht relevant, da die finanzierten Projekte von einer Gruppe unabhängiger Fachleute ausgewählt werden. Allerdings ist der IFCD in der Praxis nicht sonderlich effektiv; die ausbezahlten Summen sind im Vergleich zu der riesigen Anzahl von Anträgen gering. Man kann auch mit Recht argumentieren, dass die Informalität des Kultursektors nicht gut zu den bürokratischen Anforderungen von multilateralen Organisationen passt. In diesem Sinne müssten multilaterale Strukturen ihre Anforderungen lockern, mehr Flexibilität zeigen und die Informalität des Sektors berücksichtigen. Eine alternative Lösung auf mul-

tilateraler Ebene wäre die Zusammenarbeit mit großen internationalen bzw. regionalen Allianzen im Kultursektor, da diese die Bedürfnisse in ihrer jeweiligen Sparte und ihrer Region gut kennen. Diese Allianzen wären vermutlich nutzerorientierter und transparenter und könnten Mittel schneller bereitstellen. Offensichtlich ist Dialog mit diesen Organisationen angezeigt, um Bedarf und Arten von Mechanismen zur Entgegennahme und gerechten Umverteilung der Mittel zu ermitteln.

Die Prämie könnte zudem die soziale Absicherung von Kunst- und Kulturschaffenden verbessern. Wie die ILO hervorhebt, wird in den meisten Ländern „der Anspruch auf Sozialschutzleistungen im Rahmen der Sozialversicherungssysteme durch die Art der Tätigkeit, das Vertragsverhältnis und das Arbeitseinkommen bestimmt“. Die Merkmale der Berufe im Kreativ- und Kultursektor²⁴ „führen häufig zu sporadischen Sozialversicherungsbeiträgen, was einen erheblichen Einfluss auf den Zugang zu Sozialschutzleistungen für KKW-Beschäftigte haben kann, wenn Fälle wie Mutterschaft oder Krankheit eintreten“ (ILO, 2021). Die Mehrheit der Kulturschaffenden ist entweder selbständig, hat Zeitverträge oder gar keinen Arbeitsvertrag oder keine Kenntnis über ihre vertragliche Sicherung. Sie haben daher keinen oder nur eingeschränkten Zugang zu einer Versicherung. Auch ist eine private Versicherung für die meisten von ihnen zu teuer, und viele Kulturschaffende müssen am Ende ihrer künstlerischen Laufbahn eine ganz andere Tätigkeit aufnehmen oder sie gehen in den mittellosen Ruhestand. Die Prämie könnte in einen Fonds investiert werden, der eine Art Sozialversicherung darstellt. Hier erhält der Ausdruck „Sozialprämie“, wie er im fairen Handel oft genannt wird, seine volle Bedeutung. Tatsächlich existiert diese Art von Mechanismus in gut strukturierten kollektiven Verwaltungsorganisationen (*collective management organizations* – CMOs) bereits. Wo diese CMOs jedoch nicht vorhanden oder für eine solche Aufgabe nicht gut genug strukturiert sind, könnten unabhängige Fonds die Lücke füllen und Sozialschutzsysteme anbieten. Eine andere Lösung wäre der Aufbau von Kapazitäten für nachhaltige CMO- und Gewerkschaftsstrukturen.

Demokratische und transparente Organisation

Produzierende und Kunsthandwerkerinnen bzw. -handwerker, die am fairen Handel teilnehmen, müssen sich in Genossenschaften oder ähnlichen Verbänden organisieren, um die Kontrolle über die Verwaltung ihres Kapitals und die nachhaltige

Entwicklung ihrer Unternehmen auszuüben.²⁵ Fair Trade-Organisationen entwickeln Partnerschaften hauptsächlich mit kleinen Unternehmen, Genossenschaften und demokratisch geführten Verbänden, die sich positiv auf das Leben der Arbeitskräfte und ihrer Gemeinden auswirken. Durch diese Bündelung von Produktivkräften und Ressourcen haben die Arbeitskräfte Zugang zu Krediten, können die Kosten für Rohstoffe senken und einen höheren und faireren Preis für ihre Produkte verlangen. Die Beschäftigten erzielen daher ein höheres Einkommen, und im Laufe der Zeit reinvestieren sie dieses Geld in die Entwicklung von Gemeinschaftsprojekten wie Krankenhäuser, Kindertagesstätten, Schulen usw. (Tadros, 2002).

Solchen Gruppen müssen demokratische und transparente Prozesse zugrunde liegen, durch die jedes Mitglied an den es betreffenden Entscheidungen mitwirken, steuern und an Vorteilen teilhaben kann. Die Gruppen brauchen außerdem einen von den Mitgliedern gewählten Vorstand und eine Generalversammlung, in der jedes Mitglied stimmberechtigt ist. Besonderes Augenmerk wird auf die Beteiligung der am stärksten ausgegrenzten sozialen Gruppen, wie Frauen und soziale und kulturelle Minderheiten, gelegt (Abdelgawad, 2003). Darüber hinaus stellt diese Selbstorganisation sicher, dass allen Handelspartnern relevante Informationen zur Verfügung gestellt werden (WFTO, 2013). Tatsächlich ist Transparenz in jeder Phase der Handelsbeziehungen zwischen allen Partnern erforderlich, durch eine gegenseitige Verpflichtung zur Information über Arbeitsbedingungen, Löhne, Preise und den Produktions- und Vertriebsprozess (Abdelgawad, 2003). Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der gesamten Lieferkette gewährleisten schließlich eine angemessene Information der Verbraucherinnen und Verbraucher (Europäische Kommission, 2009).

Dieses Prinzip kann für den Kultursektor in Verbindung mit dem oben diskutierten Prinzip der Reinvestition in die kulturelle Wertschöpfungskette sehr relevant sein. In den Ländern des Globalen Südens gibt es viele Organisationen in verschiedenen KKW-Branchen; obwohl sie anders als Fair Trade-Genossenschaften organisiert sind, sind sie gemeinschaftsbasiert. In einigen Ländern sind sie in nationalen Koalitionen für kulturelle Vielfalt zusammengeschlossen, die wiederum Teil der *International Federation of Coalitions for Cultural Diversity (IFCCD)*²⁶ sind. Fair Culture-Partner könnten mit bestehenden demokratisch geführten Kultur- und Industrieorganisationen und internationalen Verbänden zusammenarbeiten. Diese könnten in Entscheidungen über die beste Verwendung der Prämie einbezogen werden.

Einige der Befragten betonten die Bedeutung des Kapazitätsaufbaus. Eine Person wies nachdrücklich darauf hin, dass einschlägige Organisationen sehr oft von gut dotierten Kulturschaffenden mit gewichtiger Stimme in der Branche ge-

24 Die ILO nennt folgende Merkmale als Gründe für die fehlende oder geringe soziale Absicherung im Kreativ- und Kultursektor: Ausschluss von Sozialschutzprogrammen in Gesetz und Praxis, projektbasiertes und kurzfristiges Engagement, unregelmäßige und unterschiedliche Arten der Entlohnung, fließende Beschäftigungsverhältnisse in KKW-Berufen, Leerlaufzeiten in kreativen Berufen, hohes Risiko von Arbeitsunfällen und uneinheitliche gewerkschaftliche Vertretung (ILO, 2021).

25 Die Organisation in Gruppen wird nicht von allen Akteuren des fairen Handels gefordert. IFAT zum Beispiel spricht von der Unterstützung marginalisierter, benachteiligter und armer Produzierender, ohne den Begriff der Gruppenbildung zu erwähnen. Produzierende können dann Familienbetriebe, Produktionsvereinigungen oder Genossenschaften sein (Charlier et al., 2006).

26 Siehe: <https://ficdc.org/en/>.

führt werden, denen aber die Fähigkeit für die Leitung solcher Organisationen fehlt. Dies führt zu Haftungsproblemen; die professionelle Führung einer Organisation braucht Vorbereitung und Ausbildung. Daher wäre eine Vorauswahl von Organisationen ein möglicher erster Schritt. Eine zweite befragte Person empfahl die Zusammenarbeit mit Zentren mit bestehenden Systemen und anerkannter Erfahrung bei der Integration von Ideen und Prinzipien von Fair Culture in ihre Kapazitätsaufbau-Programme. Ein Beispiel für eine solche Initiative ist das „Globalvorhaben Kultur- und Kreativwirtschaft“, das vom deutschen Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) finanziert wird. Es unterstützt bestehende Kulturorganisationen wie Kulturzentren und -netzwerke in sechs Ländern des Globalen Südens durch fachliche Beratung, die Vermittlung relevanter Kompetenzen und den Zugang zu neuen Märkten und Finanzierungsmodellen.

Das Prinzip der Transparenz gilt für die gesamte Wertschöpfungskette, wie es auch beim fairen Handel der Fall ist. Informationen werden öffentlich bereitgestellt, damit die Einhaltung der Prinzipien von Fair Culture leicht überprüft werden kann. Verbände der Industrie, der Kunst- und Kulturschaffenden könnten Informationen darüber veröffentlichen, wie sie die Prämie verwenden. Das Prinzip wäre auch auf privatwirtschaftliche Akteure anwendbar. Jede teilnehmende Plattform könnte beispielsweise Informationen darüber veröffentlichen, welchen Anteil Kulturschaffende für jeden Verkauf oder Stream ihres Werks erhalten. Die Öffentlichkeit könnte besser verstehen, welches Geschäftsmodell Plattformen haben. Berufsverbände, Gewerkschaften, Dachverbände, Verbände von Kreativunternehmen und andere Gruppen könnten ebenfalls potenziell eine Rolle dabei spielen, die Bedürfnisse auf Branchenebene zu ermitteln und sich in politische Diskussionen mit Behörden, aber auch mit Geldgebern und mit nationalen oder multinationalen Unternehmen einzubringen, da sie als organisierte Gruppen eine stärkere Verhandlungsposition haben.

Nicht-Diskriminierung und Gleichberechtigung der Geschlechter

Bei Fair Trade dürfen Organisationen bei Einstellung, Entlohnung, Zugang zu Schulungen, Beförderung, Kündigung oder Ruhestand nicht aufgrund von Hautfarbe, Kaste, nationaler Herkunft, Religion, Behinderung, Geschlecht, sexueller Orientierung, Gewerkschaftsmitgliedschaft, politischer Zugehörigkeit, HIV/Aids-Status oder Alter diskriminieren (WFTO, 2013).

Zur Gleichberechtigung der Geschlechter fördert der faire Handel die Autonomie der Frauen. Es ist erforderlich, dass sie gleich bezahlt werden wie Männer und dass sie an Entscheidungsprozessen mitwirken können (Charlier et al., 2006). Einschlägige Organisationen brauchen eine klare Politik zur Förderung der Gleichberechtigung der Geschlechter, damit Frauen und Männer gleichen Zugang zu für die Produktion nötigen Ressourcen erhalten, und damit das politische, regulatorische und institutionelle Umfeld beeinflusst wird, das ihren Lebensunterhalt und ihr Leben bestimmt (WFTO, 2013). Darüber hinaus müssen die Satzungen und Geschäftsordnungen

der Organisationen es Frauen ermöglichen, Führungspositionen einzunehmen, unabhängig vom Status der Frauen wie Vermögenswerten, Land und Eigentum. Die WFTO fordert außerdem, dass der faire Handel die kulturelle Identität und die traditionellen Fähigkeiten von Kleinproduzierenden, wie sie sich in ihren handwerklichen Designs, Lebensmittelprodukten und anderen damit verbundenen Dienstleistungen widerspiegeln, anerkennt, fördert und schützt.

Besonders Künstlerinnen stehen vor erheblichen Herausforderungen der unzureichenden Repräsentanz in den verschiedenen Kultursektoren, insbesondere in kreativen Schlüsselrollen und Entscheidungs- und Führungspositionen (UNESCO, 2017). Darüber hinaus bestehen weiterhin Ungleichheiten zwischen Frauen und Männern bei Vergütung und Zugang zu finanziellen und technischen Ressourcen.²⁷ Schließlich leiden Frauen sowie LGBTQ2²⁸ und nicht-binäre Menschen in allen Teilen der Welt weiterhin unter geschlechtsspezifischer Gewalt, ein Problem, das „ihre Fähigkeit beeinträchtigt, zu arbeiten und sicher an allen Aspekten des Lebens, einschließlich des kulturellen Lebens, teilzunehmen“ (UNESCO, 2021). Die #MeToo-Bewegung erzeugte weltweit neue Aufmerksamkeit für die Themen Belästigung und Missbrauch; gerade in den Kulturbranchen wurden als Reaktion darauf zahlreiche Initiativen gestartet. Zweifelsfrei wäre das Prinzip der Gleichberechtigung der Geschlechter sehr relevant, damit alle an allen Bereichen des kulturellen Lebens teilhaben können und vor geschlechtsspezifischer Gewalt geschützt sind.

Nichtdiskriminierung wäre als Prinzip auch besonders relevant dafür, dass die kulturellen Ausdrucksformen nationaler Minderheiten die gleiche Behandlung erfahren wie andere kulturelle Ausdrucksformen. Das Gleiche gilt für Ausdrucksformen in Minderheitensprachen oder Ausdrucksformen von indigenen Bevölkerungsgruppen. Es kann kein Fair Culture und ganz allgemein keine kulturelle Vielfalt ohne Maßnahmen zur Nichtdiskriminierung geben.

27 So ergab eine Analyse von FC Gloria – Frauen Vernetzung Film, einem Netzwerk von Frauen in der österreichischen Film- und audiovisuellen Industrie, über die Verteilung von Fördermitteln auf Frauen und Männer in drei zentralen kreativen Rollen – Drehbuchautorin, Regisseurin und Produzentin – zwischen 2011 und 2015, dass nur 22 % aller öffentlichen Fördermittel für das Kino an Filme mit Regisseurinnen, Autorinnen oder Produzentinnen vergeben wurden, während die Disparität bei Filmen für das Fernsehen sogar noch größer war, da nur 12 % der Mittel an Projekte vergeben wurden, an denen eine Frau in mindestens einer der drei Positionen beteiligt war (UNESCO, 2017).

28 LGBTQ2 – Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer, Two-Spirit. Dieses Akronym wird von der kanadischen Regierung verwendet.

DigitELLES

DigitELLE ist ein Projekt der senegalesischen Nichtregierungsorganisation Africulturban. Es bekämpft gezielt Stereotypen und stärkt Frauen, damit sie gegen Diskriminierung in der Musikindustrie kämpfen können. Das Projekt bietet 20 jungen Künstlerinnen ein umfassendes neues digitales Trainingsprogramm, um ihre technischen und künstlerischen Fähigkeiten in der Musikkreation und -produktion zu stärken, und hilft ihnen bei der Gründung von Mikrounternehmen. Fehlendes Betriebs- und Managementwissen wurde als Hindernis für ihre Teilhabe an der Musikindustrie identifiziert. Daher wurde der Unternehmerinnen-Club „DigitELLES_my passion, my profession“ gegründet, um diese Lücke zu schließen und ein individuelles Training anzubieten. In Zusammenarbeit mit Positive Planet International wurde ein viertägiges Training durchgeführt, um diesen Frauen bei der Entwicklung ihrer unternehmerischen Projekte zu helfen. Insgesamt hilft dieses Projekt jungen Frauen bei der Gründung von Kleinstunternehmen, erhöht ihre Beschäftigungschancen durch entsprechende Schulungen und stärkt finanzielle Unabhängigkeit. Africulturban plant außerdem eine Sensibilisierungskampagne, um Stereotypen zu bekämpfen und Frauen zu befähigen, gegen Diskriminierung in der Musikindustrie zu kämpfen. DigitELLES ist eine Initiative, die von der Initiative „You are next | UNESCO-Sabrina Ho“ (Konvention 2005) unterstützt wird, um Hindernisse für die Beteiligung von Frauen in der digitalen Kreativwirtschaft zu beseitigen. Africulturban ist auch eine Partnerorganisation des „Globalvorhaben Kultur- und Kreativwirtschaft“, welches durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung unterstützt und von der Deutschen Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH durchgeführt wird.

Quelle: <https://www.you-are-next.org/news/senegal-autonomiser-les-femmes-de-lindustrie-musicale/>

Achtung der Umwelt

Die Produktion nach Fair Trade-Prinzipien muss durch die Einführung ökologisch nachhaltiger Praktiken den Umweltschutz maximieren. Viele Fair Trade-Organisationen arbeiten direkt mit den Produzierenden zusammen, um Produkte zu entwickeln, die natürliche Ressourcen nachhaltig nutzen und Technologien einsetzen, die die Umwelt achten und Risiken minimieren. Dadurch werden Gemeinschaften ermutigt, die Umwelt zum Nutzen zukünftiger Generationen zu schützen (Charlier et al., 2006; Tadros, 2002; WFTO, 2013).

Auch wenn dieses Prinzip für Fair Culture vielleicht weniger zentral als andere in dieser Studie erwähnte Prinzipien ist, bleibt Achtung der Umwelt wichtig, und umweltverträgliche Praktiken im Kultursektor müssen gefördert werden. Allerdings sind die Mittel und Ressourcen

in Entwicklungsländern oft begrenzt und die Anpassung an Umweltstandards erfolgt in von Land zu Land unterschiedlichem Tempo.

Einige Branchen haben erhebliche Auswirkungen auf die Umwelt: Der Buchdruck führt zu Umweltverschmutzung und hat Auswirkungen auf die Wälder; das Kino hat einen Kohlenstoff-Fußabdruck aufgrund von Energieintensität und der verwendeten giftigen Materialien (UNESCO, 2017). Die Digitalisierung hat eine Entmaterialisierung von Kulturprodukten eingeleitet, die sich langfristig positiv auf die Umwelt auswirken dürfte. Allerdings zu einem Preis, denn die Einführung digitaler Technologien führt zu neuem Energieverbrauch und Emissionen, beispielsweise durch Serverfarmen der multinationalen Web-Giganten, zu Materialverbrauch und Giftstoffen sowie zu Elektronikschrott (UNESCO, 2017). Eine von uns befragte Person schlug vor, dass Fair Culture als Initiative auch dafür sorgen sollte, das Bewusstsein für die Umweltkosten zum Beispiel jedes von Spotify heruntergeladenen Songs zu schaffen. Alternativ könnten digitale Plattformen, die an Fair Culture beteiligt sind, den Kohlenstoff-Fußabdruck jedes Liedes, Films oder Buches, das auf ihrer Plattform heruntergeladen oder gestreamt wird, offenlegen. Die Auferlegung von Sorgfaltspflichtenregeln für multinationale Konzerne und die staatliche Überwachung von deren Einhaltung würde eine entscheidende Rolle bei der Unterstützung dieses Prinzips spielen. Schließlich ist *EarthPercent* zu erwähnen, eine neue, von Brian Eno aus der Musikindustrie gegründete Wohltätigkeitsorganisation, die Unternehmen gezielt dazu bewegen will, einen geringen Prozentsatz ihres Einkommens für wohltätige Zwecke im Bereich Klima zu verwenden (Music Business Worldwide, 2021).

2. Von der Fair Trade-Bewegung inspirierte Organisationsformen

Wie bereits erwähnt, entstand der faire Handel zunächst mit genossenschaftlich organisierten Kleinproduzierenden, die sich auf einem globalen Markt im Wettbewerb mit großen, wohlhabenden Plantagenbetreibern kaum durchsetzen konnten. Später wurden die Standards jedoch auch auf Plantagen mit Lohnarbeit angepasst, und auf selbständige, vertraglich an Handelspartner gebundene Bäuerinnen und Bauern. Während die Standards für Genossenschaften vorsehen, dass alle Mitglieder an der Entscheidungsfindung beteiligt sind, wird bei Großplantagen besonderes Augenmerk auf die Einhaltung der Arbeitnehmerrechte und die Bereitstellung von Sozialleistungen gelegt (Commerce équitable France, 2020).

Es gibt in der Fair Trade-Bewegung üblicherweise vier Typen von Organisationen: die Produktionsorganisationen in den Entwicklungsländern (Produktionskräfte), die Einkaufsorganisationen in den Industrieländern (Individuen und Unternehmen, die im Import, Groß- und Einzelhandel tätig sind), die Dachverbände (WFTO, FLO, NEWS, EFTA) und eine Vielzahl von konventionellen Organisationen wie Supermärkte, die sich im fairen Handel engagieren (Moore, 2004). Darüber hinaus gibt es eine Reihe von nationalen

Zertifizierungsinitiativen, die das Fairtrade-System (*Fairtrade Labelling Organization/FLO*) auf nationaler Ebene vertreten, meist gemeinnützige Vereine, die die Industrie aus dem Globalen Norden mit Produktionskräften aus dem Globalen Süden in Kontakt zu bringen, um internationale Standards an die einzelnen Länder anzupassen und fairen Handel fördern (Balineau et Dufeu, 2012).

Im Rahmen des Siegelsystems ist FLO für die Entwicklung der verschiedenen Anforderungen zuständig, die Produktionskräfte und andere Akteure einhalten müssen. Der langjährige Vorstand setzte sich hauptsächlich aus Vertretern des Handels und jener nationalen Zertifizierungsinitiativen zusammen, die gemeinsam den Dachverband bildeten. Später wurde diese Zusammensetzung jedoch von den Produktionskräften kritisiert; es gab keine Vertretung der Produktionskräfte in dem Gremium. Sie klagten auch über die hohen Kosten für die Einhaltung der Standards und die Zertifizierung (Elliott, 2012).

Frans van der Hoff bzw. Francisco VanderHoff Boersma, einer der Pioniere von Fairtrade, stellte 2002 fest, dass es „lange keine demokratische Beteiligung im [Fairtrade-]System gab“. Er beschrieb Fairtrade als „eine pyramidale Entscheidungsstruktur, bei der die Spitze oft nicht mit der Basis kommuniziert“ (in Sutton, 2013). 2007 beschloss die FLO-Führung, die Vertretung der Produktionskräfte mit einzubeziehen und erweiterte in der Folge deren Rolle. Die Anzahl der Sitze für zertifizierte Produktionskräfte erhöhte sich auf vier, einen pro Weltregion, zusammen mit 5 Vertretern von Zertifizierungsinitiativen, 2 Vertretern des Handels und 3 unabhängigen externen Sachverständigen. Die FLO hat die Generalversammlung 2011 weiter ausgebaut, so dass Produktionskräften und Zertifizierungsinitiativen nun gleich stark vertreten sind (Elliott, 2012).

Weitere Kritikpunkte bezüglich der Organisationsform von FLO sind für eine mögliche Fair-Culture-Initiative relevant. Dolan stellte bei einer Untersuchung einer kenianischen Fair Trade-Teefabrik fest, dass Produktionskräfte nicht nur auf internationaler, sondern auch auf lokaler Ebene nicht gut vertreten sind. Er behauptet, dass der faire Handel oft „weniger von Zusammenarbeit und Zustimmung als von Bevormundung und Ausgrenzung geprägt“ ist (in Sutton, 2013). Macdonald (2011) schreibt, dass die demokratische Legitimation des Fair Trade-Systems aufgrund erheblicher struktureller Machtungleichgewichte zwischen den Beteiligten aus dem Globalen Norden und dem Globalen Süden vielfach kritisiert werden; dies gilt sowohl bezüglich der alltäglichen operativen Entscheidungsfindung wie der strategischen Steuerung des Systems. Sie fügt hinzu, dass „die Mehrheit der Positionen im FLO-Vorstand von Fair Trade-Akteuren aus Ländern der Verbraucherinnen und Verbraucher und nicht aus Produktionsländern besetzt sind und viele wichtige Verhandlungen und Treffen immer noch im Globalen Norden stattfinden“.

Für Carimentrand et al. (2011) ist es ein Problem der Fair Trade-Governance, dass die Produktionskräfte des Globalen Südens zwar das erste Fairtrade-Siegel geschaffen hatten, aber paradoxerweise heute nicht mehr über den Inhalt der Fairtrade-Standards entscheiden. Sie argumentieren, dass die Festlegung der Normen und

Standards, welche die Produktionskräfte für die erfolgreiche Zertifizierung der Produkte erfüllen müssen, parallel zum Erfolg der Bewegung zu einem Spannungsfeld geworden ist: Die Produktionskräfte wurden im Laufe der Zeit zunehmend Normen und Bedingungen unterworfen, die im Globalen Norden ohne ihre Zustimmung festgelegt wurden. Ein weiteres Problem ist, dass manche Qualitätsanforderungen und Standards – vor allem Umweltstandards – den lokalen Bedingungen nicht angemessen sind. Mohan (2010) kritisiert, dass die Fairtrade-Anforderungen „zwar die subjektiven Ansichten westlicher Verbraucherinnen bzw. Verbraucher widerspiegeln, aber nicht die tatsächlichen Bedürfnisse armer Produzierender“.

Dies sind Kritikpunkte, die für eine erfolgreiche Fair Culture-Initiative berücksichtigt werden müssen. Kunst- und Kulturschaffende sowie ihre Vereinigungen – einschließlich großer gut strukturierter und organisierter internationaler Bündnisse – müssen im Mittelpunkt der Entscheidungsfindung stehen. Insbesondere Entscheidungen über die Reinvestition der Prämie müssen von Organisationen getroffen werden, deren Leitung in ihren Händen liegt. Aber sie müssen auch zum Inhalt der Standards konsultiert werden, um sicherzustellen, dass sie die jeweiligen lokalen Realitäten der Kunst- und Kulturschaffenden berücksichtigen, damit die Anforderungen erfüllt werden können und die Betroffenen nicht das Gefühl haben, dass ihnen Standards aufgezwungen werden, sondern dass diese in Absprache mit ihnen beschlossen und vereinbart werden. Das bedeutet, dass die Konsultationen beginnen sollten, bevor das Konzept von Fair Culture beschlossen wird – sogar vor dem Entwurf einer Charta für Fair Culture – und dass die Berücksichtigung der Bedürfnisse der Zielgruppe mit den Erkenntnissen aus der Fair Trade-Bewegung kombiniert werden muss.

Zertifizierung: Welches Modell ist für die Fair Culture-Bewegung am besten?

Durch das Fairtrade-Siegel hat sich der faire Handel von einer „Alternativbewegung zum Markt“ zu einer Bewegung innerhalb des Marktes entwickelt. Es ermöglichte dem fairen Handel einen größeren Zugang zum Markt, da Produkte aus fairem Handel ab diesem Zeitpunkt in den Regalen der Supermärkte verkauft werden konnten. Wie beschrieben wurde der Schritt von einigen als Abkehr des fairen Handels von seinen Ursprüngen kritisiert.

Die *Fairtrade International Organisation (FLO)*, die wichtigste Dachorganisation für das Siegel, verwaltet den Zertifizierungsprozess über FLO-Cert, ein unabhängiges Unternehmen, das von FLO gegründet wurde und mit der Prüfung beauftragt ist, ob alle Beteiligten in der Kette die von FLO festgelegten Standards einhalten. Seine Inspektoren besuchen jedes Jahr Produktionsorganisationen und Handelsunternehmen, um zu überprüfen, ob die Standards korrekt angewendet werden (Balineau und Dufeu, 2012; Sutton 2014). Der allererste Fair Trade-Kauf – durch eine Genossenschaft oder eine Import-/Exportunternehmen – ist dabei Gegenstand besonderer Aufmerksamkeit, da den Produzierenden der Fair Trade-Preis und die Entwicklungsprämie gezahlt wird (Balineau und Dufeu, 2012).

Dieses Modell, das als *third party*-Modell bezeichnet wird, bietet Verbraucherinnen und Verbrauchern eine höhere Garantie, da die zertifizierende Organisation unabhängig ist. Allerdings ist es mit erheblichen Kosten verbunden, die für die Produzierenden eine Belastung darstellen können.²⁹ Claar und Haight (2015) kritisieren in ihrer Studie zum fairen Handel, dass „die Armen Tausende von Dollar zu zahlen haben, um Zugang zum FLO-Netzwerk und die Preisstabilität und die 20-Cent-Sozialprämie zu erhalten, welche die Teilnahme bietet“. Mohan (2010) argumentiert, dass sich der faire Handel „zu einer komplexen Bürokratie und einer eigenen Industrie entwickelt hat. Folglich muss er hohe Zertifizierungsgebühren erheben, um diese Kosten zu decken, was einen großen Teil der Preisprämie des fairen Handels auffrisst“. Es wurde festgestellt, dass die Inspektionsgebühren pro halben Tag im Schnitt zwischen 400 EUR und 500 EUR betragen und dass für zusätzliche Inspektionen oder Reisetage weitere Kosten anfallen können (Goodman, 2004). Für die Fair Culture-Initiative stellt sich zwangsläufig die Frage, wer diese Zertifizierungsgebühren bezahlen soll, vor allem da das Hauptproblem der Kunstschaffenden darin besteht, dass sie mit ihrem Werk eh nicht genügend Geld verdienen können.

Auch andere Modelle des fairen Handels und alternative Zertifizierungssysteme (wie die der WFTO und EFTA) könnten als Beispiel dienen. Ein Beispiel sind partizipative Prozesse oder Cross-Zertifizierung, bei dem Mitgliedsorganisationen andere Mitgliedsorganisationen zertifizieren. Diese Alternative könnte kostengünstiger sein und den Beteiligten Kapazitätsaufbau erlauben. Allerdings bietet die partizipative Zertifizierung den Verbraucherinnen und Verbrauchern in geringerem Maß Garantie, dass die Standards entlang der Wertschöpfungskette eingehalten werden. Andererseits, wenn die Bewusstseinsbildung innerhalb der kulturellen Wertschöpfungskette stattfindet und sich nicht an die Verbraucherinnen und Verbraucher richten würde, dann wäre eine Cross-Zertifizierung eine interessante Option.

Genau bei der Frage des Siegels könnte sich Fair Culture vom fairen Handel, wie er heute bekannt ist, unterscheiden. Wie bereits erwähnt, ist das Fairtrade-Siegel für Produkte gedacht, die das Zeichen tragen und im konventionellen Einzelhandel verkauft werden. Diese Funktionsweise im Kultursektor könnte auf eine doppelte Benachteiligung für Kunstschaffende hinauslaufen, da sie selten unter den besten Schaffensbedingungen arbeiten. Eine Bestrafung von Kunstschaffenden, die nicht alle Kriterien des Standards erfüllen, würde dem Konzept von Fair Culture eher schaden als nutzen.

Tatsächlich geht es vielmehr darum, den Prozess der Produktion, des Vertriebs, der Verbreitung und des Zugangs zu kulturellen Ausdrucksformen zu zertifizieren, und nicht die Kunstschaffenden selbst oder ihre Werke. Daher sollte ein Siegel nicht für Produkte, sondern für Organisationen, digitale Plattformen, Projekte und Veranstaltungen

29 So berichtet UNCTAD, dass in Vanuatu die jährlichen Prüfkosten für eine Bio-Zertifizierung zwischen 2.000 und 10.000 Dollar liegen können, was in einem Land mit einem monatlichen Mindestlohn von 290 Dollar eine hohe Gebühr ist.

vorgesehen werden, nämlich für solche, die die Einhaltung der in einer *Fair Culture Charta* enthaltenen Prinzipien nachweisen wollen. Somit könnte ein Fair Culture-Siegel in gewisser Weise den ursprünglichen Ansatz des fairen Handels widerspiegeln, bei dem das gesamte Geschäftsmodell und auch die Organisation, die fair gehandelte Produkte verkauft, zertifiziert ist. Dies könnte für verschiedene Akteurinnen und Akteure und Schritte entlang der kulturellen Wertschöpfungskette gelten.

In Bezug auf die Wertschöpfungskette ist auch die Möglichkeit denkbar, dass das Siegel einen Teil des Prozesses oder bestimmte Schritte entlang der Wertschöpfungskette zertifiziert, ähnlich wie es bereits einige Initiativen vorgeschlagen haben. Fairphone ist ein gutes Beispiel; im Wissen, dass es nicht möglich ist, ein 100 % faires Telefon zu produzieren, arbeiten sie daran, nach und nach faireres, recyceltes und verantwortungsvoll abgebautes Material in ihre Telefone einzubauen.³⁰ Dies führt zu einem Siegel, das als ein Art Anstieg in Richtung 100 % verstanden werden kann. Dies kann potenziell das Bewusstsein der Branche und der Verbraucherinnen und Verbraucher erhöhen; Unternehmen können besser Transparenz dokumentieren und Rechenschaft ablegen. Sie können zeigen, dass dieser oder jener Schritt auf eine fairere und verantwortungsvollere Weise erfolgt, was für Verbraucherinnen und Verbraucher womöglich vertrauenswürdiger erscheint als Unternehmen, die behaupten, 100 % fair zu sein. Unternehmen, die an Fair Culture teilnehmen, könnten auch eine Bewertung erhalten, z.B. darüber, wie fair ihre Wertschöpfungskette ist.

Öffentliche Beschaffungspolitik und die Fair Trade Towns-Kampagne

In Europa haben sich über die Jahre eine Reihe von Initiativen und Politiken rund um den fairen Handel entwickelt.³¹ Die spanische Hauptstadt Madrid führte Ethik- und Fair Trade-Klauseln in Verträge, Konzessionen und Genehmigungen ein, die alle öffentlichen Einrichtungen der Stadt verpflichtet, diese in alle Verträge und Genehmigungen aufzunehmen, deren Zweck die Lieferung von Lebensmitteln oder Catering-Dienstleistungen ist. Die Verordnung schreibt vor, dass in allen Ausschreibungen für Verpflegungsdienstleistungen mindestens ein Produkt aus fairem Handel enthalten sein muss.

Die belgische Stadt Gent hat sich dafür eingesetzt, das Bewusstsein für faire Mode durch Initiativen wie das *Fair Fashion Fest* zu schärfen, das faire Textilien durch eine Modenschau, einen fairen Modemarkt, Vorträge und Workshops sowie „Fair Fashion Labs“ fördert. Das sind Räume, in denen sich Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Organisationen der Zivilgesellschaft treffen und Erfahrungen austauschen können (FTAO, 2019). Eine andere belgische Stadt, Brügge, brachte als erste Stadt einen eigenen fair gehandelten Schokoladenriegel auf den Markt und verband so das lokale Know-how und die Exzellenz im Be-

30 Siehe: <https://www.fairphone.com/en/story/>.

31 Die folgenden kommunalen Initiativen wurden vom Fair Trade Advocacy Office identifiziert (siehe FTAO, 2019).

reich Schokolade mit Fairtrade-Produzierenden im Globalen Süden.

Die Stadt Saarbrücken in Deutschland hat durch ihren „Masterplan Fairer Handel 20-Jetzt“ Workshops, Debatten und andere Initiativen organisiert, um den fairen Handel gegenüber verschiedenen Interessengruppen und in verschiedenen Bereichen zu fördern. Die Stadt plant außerdem ab 2019 eine Auszeichnung für Unternehmen, die sich für den fairen Handel engagieren. Die Stadt Göteborg, Schweden, ging bei der Förderung nachhaltiger Konsummuster noch weiter, indem sie nachhaltige Lebensstile fördert. Die Stadtverwaltung hat ihrer Bevölkerung eine Online-Plattform zur Veränderung von Einstellungen und Verhaltensweisen zur Verfügung gestellt, um zum Nachdenken anzuregen, wie sie ihre Gewohnheiten ändern können, um zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen.

Die Europäische Kommission hat im Dezember 2017 den ersten „EU Cities for Fair and Ethical Trade Award“ ins Leben gerufen, der darauf abzielt, europäische Kommunen, die faire, ethische und nachhaltige Handelspraktiken fördern, anzuerkennen und auszuzeichnen. Der erste Gewinner im Jahr 2018 war die Stadt Gent. Der Preis trug unter anderem dazu bei, das Bewusstsein für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster zu schärfen, und ermöglichte die Schaffung eines Netzwerks von Städten, die Beispiele für bewährte Praktiken zu diesen Themen austauschen. Das „Sustainable Cities Network“ verschaffte der Rolle der lokalen Behörden bei der Förderung nachhaltiger Entwicklung durch mediale Aufmerksamkeit und bot einen finanziellen Anreiz für von Städten geführte Kooperationsprojekte für nachhaltige Entwicklung (FTAO, 2019).

Eines der wichtigsten Beispiele dafür, wie zivilgesellschaftliche Organisationen, lokale Unternehmen und lokale Behörden den fairen Handel auf lokaler Ebene fördern können, ist die Fair Trade Town-Kampagne. Die erste dieser Initiativen wurde im Jahr 2000 in Garstang, Großbritannien, ins Leben gerufen und zielte darauf ab, die lokale Gemeinschaft einzubeziehen und ihre Unterstützung bei der Förderung des Kaufs und Konsums von Produkten aus fairem Handel in der Stadt zu gewinnen (FTAO, 2019; Helms, 2011). Heute haben sich mehr als 2000 Kommunen in etwa 30 Ländern weltweit dazu verpflichtet, ihre Beschaffung von Produkten aus fairem Handel zu erhöhen.³²

Es bestehen Parallelen zwischen der Fair Trade Towns-Kampagne, dem Sustainable Cities Network und dem UNESCO Creative Cities Network (UCCN).

32 Die fünf Kernkriterien, um Fair Trade-Town zu werden, sind die folgenden: 1) der Gemeinderat muss einen Beschluss zur Unterstützung des fairen Handels fassen; 2) ein lokaler Fair Trade-Steuerungs Ausschuss muss eingerichtet werden und sich regelmäßig treffen, um das Bewusstsein für und die Nachfrage nach Fair Trade-Produkten durch Bildung, Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungen zu schaffen; 3) eine Reihe von Fair Trade-Produkten muss in lokalen Geschäften, Cafés und anderen Einrichtungen erhältlich sein; 4) Fair Trade-Produkte müssen von einer Reihe lokaler Organisationen wie Schulen, Krankenhäusern und Büros verwendet werden; 5) die lokale Kampagne muss Medienaufmerksamkeit und sichtbare öffentliche Unterstützung erhalten (FTAO, 2019).

Letzteres ist ein Netzwerk, das mit dem Ziel gegründet wurde, die Zusammenarbeit mit und zwischen Städten zu fördern, die Kreativität als strategischen Faktor für nachhaltige Stadtentwicklung erkannt haben. Die 246 Städte des UCCN-Netzwerks wollen Kreativität und Kulturwirtschaft in den Mittelpunkt ihrer Entwicklungspläne auf lokaler Ebene stellen und international kooperieren. Wie das Sustainable Cities Network verpflichtete sich auch die Mitglieder des UCCN, gute Praktiken untereinander auszutauschen. Die UCCN-Mitglieder entwickeln auch Partnerschaften, die den öffentlichen und privaten Sektor sowie die Zivilgesellschaft einbeziehen. Damit stärken sie unter anderem die Schaffung, Produktion, den Vertrieb und die Verbreitung von kulturellen Aktivitäten, Gütern und Dienstleistungen, entwickeln Zentren für Kreativität und Innovation und erweitern die Möglichkeiten für Kulturschaffende und Fachleute im Kultursektor, die Teilnahme am kulturellen Leben zu verbessern, insbesondere für marginalisierte oder vulnerable Gruppen und Personen.

Das UCCN könnte eine ähnliche Rolle wie die Fair Trade Towns spielen, indem es den fairen Kauf und Konsum von Kultur auf lokaler Ebene fördert, wobei der Schwerpunkt notwendigerweise darauf liegt, gerade marginalisierte und vulnerable Kunst- und Kulturschaffende zu unterstützen. Sie könnten z.B. auch die Schaffung von Veranstaltungsorten für Fair Culture durch Anreize wie finanzielle Unterstützung, Subventionen und Förderung anregen und erleichtern, wobei diese Veranstaltungsorte im Gegenzug die Standards von Fair Culture in ihren Beziehungen zu eingeladenen Kulturschaffenden respektieren sollten.

In diesem Kontext ist der Kulturausschuss der *United Cities and Local Governments (UCLG)* ein interessantes Beispiel für eine Plattform, die die substanzielle Integration von Kultur in Ansätze für eine lokale nachhaltige Entwicklung fördert und Städte auf der ganzen Welt zusammenbringt. Unter anderem organisiert der Kulturausschuss alle zwei Jahre einen International Award on Cultural Policies – eine Initiative, die dem *EU Cities for Fair and Ethical Trade Award* ähnelt. Unter anderem führt der Kulturausschuss eine Datenbank mit bewährten Praktiken zum Thema „Kultur in nachhaltigen Städten“, beruft alle zwei Jahre einen globalen Kultur Gipfel ein, führt Programme zur Unterstützung der Ausarbeitung und Umsetzung von Kulturpolitiken durch (Leading Cities, Pilot Cities und Culture 21 Lab) und betreibt eine Advocacy-Kampagne zur Förderung von Kultur in der Agenda 2030 und der Ziele für nachhaltige Entwicklung. Interessanterweise fördert ihre Agenda 21 für Kultur die internationale kulturelle Zusammenarbeit – die sie als unverzichtbares Instrument für den Aufbau einer unterstützenden menschlichen Gemeinschaft beschreibt –, „die die freie Zirkulation von Kunst- und Kulturschaffenden, insbesondere über die Nord-Süd-Grenze hinweg, als einen wesentlichen Beitrag zum Dialog zwischen den Völkern zur Überwindung der durch den Kolonialismus verursachten Ungleichgewichte und zur interregionalen Integration fördert“ (UCLG, 2004).

Es gibt definitiv Potenzial für eine Übertragung des fairen Handels auf die Kultur, auch wenn einige Anpassungen erforderlich sein werden, um das Konzept an die Realitäten des Kultursektors anzupassen. Zwar sind die meisten Prinzipien, die dem

fairen Handel zugrunde liegen, weiterhin relevant, es sind aber nur einige wenige Kernprinzipien, die das Konzept von Fair Culture tatsächlich prägen dürften.

Darüber hinaus würde Fair Culture, genau wie Fair Trade, dazu beitragen, weitere SDGs voranzubringen, angefangen bei SDG 1 (Keine Armut), SDG 2 (Kein Hunger), SDG 8 (Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum) und SDG 10 (Weniger Ungleichheit), indem es allen Kunstschaffenden einen gleichberechtigten Zugang zum Markt verschafft, eine faire Entlohnung für alle Beteiligten im Kultursektor sicherstellt und Investitionen in die kulturelle Wertschöpfungskette durch eine Prämie ermöglicht. Es würde auch andere SDGs unterstützen, darunter SDG 5 (Geschlechtergleichheit), indem sie die gleichberechtigte Teilhabe und den gleichberechtigten Zugang zu Ressourcen für Männer und Frauen, die im Kultursektor tätig sind, fördert, SDG 12 (Nachhaltige/r Konsum und Produktion) und SDG 11 (Nachhaltige Städte und Gemeinschaften) durch die Förderung nachhaltiger kultureller Konsummuster, die sicherstellen, dass Kunstschaffende weiterhin kreativ tätig

sein können, und durch Netzwerke von Fair Culture in Städten, SDG 4 (Hochwertige Bildung) durch die Förderung von Investitionen der Prämie in kulturelle Bildungs- und Ausbildungsinfrastruktur. Schließlich würde es zu SDG 17 (Partnerschaften zur Erreichung der Ziele) beitragen, indem Organisationen, die an Fair Culture teilnehmen, mit Regierungen zusammenarbeiten, um fairere Handelspraktiken im Kultursektor zu etablieren, und im Laufe der Zeit auch zu SDG 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz), indem umweltverträgliche Praktiken in der Kultur gefördert werden.

Auf den ersten Blick scheint das Konzept des fairen Handels auf die Kultur übertragbar zu sein. Um jedoch sicherzustellen, dass es tatsächlich eine positive Wirkung entfalten kann, wird es entscheidend sein, Fehler und Lehren aus der Fair Trade-Bewegung zu berücksichtigen sowie einen Dialog mit den Zielgruppen zu eröffnen, um ihren Input zu erhalten, der notwendig ist, wenn das Konzept auf ihre dringendsten Bedarfe eingehen soll. Was wären vor diesem Hintergrund die nächsten Schritte bei der Umsetzung von Fair Culture?

IV. Nächste Schritte auf dem Weg zu Fair Culture

Um auf dem Weg zu Fair Culture voranzukommen, reflektiert der letzte Teil dieser Studie die drei Schwerpunktbereiche, die das Konzept von Fair Culture definieren (A) und identifiziert sechs Aktionen, die zur Umsetzung der Fair Culture-Bewegung unternommen werden könnten (B).

A. Drei Schwerpunktbereiche für die Umsetzung des Konzepts von Fair Culture

Jeder Staat hat nicht nur das Recht, sondern auch die Verantwortung, die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen auf seinem Staatsgebiet zu schützen und zu fördern. Dies ergibt sich nicht nur aus der 2005er Konvention der UNESCO, sondern auch aus universellen Menschenrechtsverträgen sowie aus anderen Arten von Initiativen wie der *Globalen Partnerschaft für wirksame Entwicklungskooperation*. Für die Vertragsparteien der 2005er Konvention ist sogar als verbindliche Norm festgelegt, dass politische Maßnahmen zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen, die durch Kulturgüter und -dienstleistungen vermittelt werden, mit den Bestimmungen dieser Konvention vereinbar sein müssen (Artikel 5). Die Einhaltung der Verpflichtungen der 2005er Konvention erfordert die Schaffung eines geeigneten institutionellen Rahmens.

Das Gleiche gilt für die Umsetzung der *Empfehlung zum Status des Künstlers von 1980*, die zur vollen Ausübung der im Internationalen Pakt über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte von 1966 anerkannten Rechte beitragen soll. Zu diesem letzten Punkt stellte das *Committee on Economic, Social and Cultural Rights (OHCHR)* klar, dass „[d]as Recht, am kulturellen Leben teilzunehmen, als Freiheit bezeichnet werden kann. Damit dieses Recht gewährleistet werden kann, verlangt es vom Vertragsstaat sowohl Unterlassung (d.h. Nichteinmischung in die Ausübung kultureller Praktiken und in den Zugang zu kulturellen Gütern und Dienstleistungen) als auch positives Handeln (Gewährleistung der Voraussetzungen für die Teilnahme, Erleichterung und Förderung des kulturellen Lebens sowie Zugang zu und Erhalt von Kulturgütern)“ (CESCR, 2009, para. 6).

In Bezug auf all diese Rechtsinstrumente ist Passivität für die Vertragsparteien der 2005er Konvention keine Option, da die Maßnahmen al-

ler anderen Akteure niemals in der Lage sein werden, das mangelnde Entwicklung und Umsetzung geeigneter staatlicher Maßnahmen vollständig zu kompensieren. Natürlich werden die Mittel, die den Staaten zur Verfügung stehen, unterschiedlich sein und von den verfügbaren menschlichen, finanziellen, fachlichen und technologischen Ressourcen abhängen. Aber in jedem Fall muss jeder Staat seinen gerechten Anteil an Verantwortung übernehmen, entsprechend den ihm zur Verfügung stehenden Ressourcen und Mitteln. Außer unter außergewöhnlichen Umständen kann ein Versagen nur das Ergebnis eines mangelnden politischen Willens sein – oder manchmal eines mangelnden Verständnisses für die Bedeutung der Kultur als Motor für eine nachhaltige menschliche Entwicklung. Ein solches Versagen kann niemals durch Maßnahmen anderer Staaten oder anderer Akteure ersetzt werden.

Um die Bemühungen von Ländern zu unterstützen, deren Mittel und Ressourcen möglicherweise begrenzter sind, und vor allem, um diese Bemühungen nicht zu untergraben, müssen gleichzeitig konkrete und wirksame Maßnahmen in den folgenden drei komplementären Bereichen durchgeführt werden. Diese Bereiche haben das Potenzial, sich gegenseitig zu verstärken, um einen internationalen Waren- und Dienstleistungsverkehr, den Kulturaustausch, wieder ins Gleichgewicht zu bringen:

- Die effektive Umsetzung der **Vorzugsbehandlung** gemäß **Artikel 16** der 2005er Konvention, einschließlich der Verabschiedung von Maßnahmen zur Verbesserung der Mobilität von Kunstschaffenden aus dem Globalen Süden, um den Zugang zu Märkten im Globalen Norden zu ermöglichen;
- Die Stärkung von Strukturen und Kapazitäten der Entwicklungsländer und die Ermöglichung der Herausbildung nachhaltiger **lokaler und regionaler Märkte** durch eine faire kulturelle Zusammenarbeit, die die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen schützt und fördert und alle Akteure mit einbezieht;
- Die Verabschiedung innovativer Maßnahmen, um einerseits **multinationale Unternehmen** in die Erreichung der Ziele der 2005er Konvention einzubinden und andererseits ihre Aktivitäten unabhängig und wissenschaftlich fundiert zu überwachen, um sicherzustellen, dass ihre Geschäftspraktiken und -modelle mit Sorgfaltspflichtregeln übereinstimmen und die wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Rechte, die jedem Einzelnen zuerkannt werden, vollständig achten.

Ohne ein aktives und koordiniertes Engagement in allen drei Bereichen kann es keine Wiederherstellung des Gleichgewichts im Kulturaustausch geben, da Untätigkeit in einem Bereich die Bemühungen und Ressourcen untergraben könnte, die in den anderen Bereichen eingesetzt werden. Die Gründung einer Fair Culture-Bewegung muss unbedingt diese drei Handlungsfelder umfassen.

Erster Bereich – Die Umsetzung der Vorzugsbehandlung zur Erleichterung des Zugangs zu den Märkten im Globalen Norden

Artikel 16 über die Vorzugsbehandlung stellt das Herzstück des durch die 2005er Konvention geschaffenen Systems der internationalen Zusammenarbeit dar. Es handelt sich um eine der verbindlichsten Verpflichtungen dieses Instruments, wurde aber bisher von den Vertragsparteien der Konvention nicht richtig angewendet. Dieser Artikel schafft eine Verpflichtung für die Industrieländer, während die unmittelbaren Begünstigten dieser Verpflichtung jene Entwicklungsländer sind, die Vertragsparteien der Konvention sind. Überlegungen mit dem Ziel, den kulturellen Austausch wieder ins Gleichgewicht zu bringen und Fair Culture zu fördern, können diese Verpflichtung nicht ignorieren oder alternative Verantwortungsbereiche vorschlagen, die die Industrieländer übernehmen könnten. Ihre erste Verantwortung besteht darin, ihre internationalen Verpflichtungen einzuhalten, weshalb diese Studie die Vorzugsbehandlung als vorrangig ansieht.

Gemäß den operativen Richtlinien zu Artikel 16 sollte die Vorzugsbehandlung unter anderem zur Entstehung eines dynamischen Kultursektors in den Entwicklungsländern beitragen, was eines der Hauptziele unserer Erwägungen zum Konzept von Fair Culture ist. Eine solche Behandlung muss von den Industrieländern, im Fall von Europa einschließlich der Europäischen Union (EU) selbst, durch geeignete institutionelle und rechtliche Rahmenbedingungen angeboten werden. Staaten des Globalen Nordens sollten Ländern aus dem Globalen Süden den Vorrang gewähren, damit diese von der Vorzugsbehandlung profitieren können, ohne im Gegenzug den gleichen Vorzug bieten zu müssen. Die Vorzugsbehandlung beruht auf dem Prinzip der Nicht-Reziprozität, einer Anerkennung der ungleichen Bedingungen, die für die verschiedenen Vertragsparteien der Konvention gelten, und der ungleichen Mittel, die ihnen zur Verfügung stehen, um zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt der kulturellen Ausdrucksformen beizutragen.

Um also konkret in den Anwendungsbereich von Artikel 16 zu fallen, muss eine Maßnahme fünf Bedingungen kumulativ erfüllen:

1. sie muss von einem Industrieland angeboten werden;
2. sie muss Entwicklungsländern zugutekommen;
3. sie muss den kulturellen Austausch erleichtern;
4. sie muss sich auf Kulturgüter, kulturelle Dienstleistungen und/oder Kunst- oder Kulturschaffende in Entwicklungsländern beziehen;
5. sie darf keine Reziprozität erfordern.

Eine solche Maßnahme kann auf nationaler Ebene oder in multilateralen, regionalen oder bilateralen Rahmenwerken oder Mechanismen umgesetzt werden. Diese Rahmenwerke oder Mechanismen können um die Handelsdimension, die kulturelle Dimension oder eine Kombination aus Handels- und kultureller Dimension herum organisiert sein (Operational Guidelines zu Artikel 16, Absatz 3.2). Die Vorzugsbehandlung kann sich zum Beispiel aus einem Freihandelsabkommen ergeben, sie könnte aber auch aus anderen Initiativen, wie einem Abkommen über kulturelle Zusammenarbeit, abgeleitet werden. In jedem Fall müssen die Maßnahmen oder Initiativen bewirken, dass der kulturelle Austausch zum Nutzen der Länder des Globalen Südens erleichtert und damit die Entwicklung ihrer Kultur- und Kreativwirtschaft gefördert wird.

Die Vorzugsbehandlung ist also ein Instrument zur Erreichung eines Ziels, nämlich der Erleichterung des kulturellen Austauschs. Mit anderen Worten: Die Vorzugsbehandlung ist kein Selbstzweck, sondern ein Mittel zur Erreichung eines Ergebnisses, nämlich Austausch – dies wiederum kann Bewegung oder Zirkulation eines Kulturguts, einer kulturellen Dienstleistung oder einer Person, die Kunst- oder Kulturschaffende aus einem Entwicklungsland sein können, umfassen.

In Bezug auf die Vorzugsbehandlung mit einer kulturellen Dimension hat das Sekretariat der 2005er Konvention eine nicht abschließende Liste von vierzehn Maßnahmen vorgeschlagen, die die fünf oben skizzierten Bedingungen von Artikel 16 erfüllen bzw. erfüllen könnten (UNESCO, 2020b):

1. Koproduktionsvereinbarungen
2. Unterstützung für Produktion/ Postproduktion
3. Unterstützung für Vertrieb/Sendung/ Vorführung
4. Unterstützung für Übersetzung/ Untertitelung
5. Fiskalische Maßnahmen
6. Festivals und andere kulturelle Veranstaltungen
7. Ausbildungsangebote
8. Begegnungen und Vernetzung
9. Unterstützung der Zivilgesellschaft
10. Mittel von öffentlichen Kultureinrichtungen für Mobilität
11. Erleichterungen beim Einreisen in ein Staatsgebiet
12. Residenzprogramme für Kunstschaffende
13. Preise und andere Formen der Auszeichnung
14. Unterstützung für internationale Initiativen

Obwohl es solche Maßnahmen bereits in den meisten Industrieländern gibt, sind nur sehr wenige so konzipiert, dass sie speziell kulturellen Gütern und Dienstleistungen aus Entwicklungsländern oder deren Kunst- und Kulturschaffenden zugutekommen. Darüber hinaus basieren einige der bestehenden Maßnahmen – zum Beispiel einige Koproduktionsabkommen – auf dem Prinzip der Reziprozität und können daher nicht als Vorzugsbehandlung gemäß Artikel 16 der 2005er Konvention gelten.

Die bislang besten Praktiken zur Vorzugsbehandlung mit einer Handelsdimension wurden von der EU entwickelt. Drei nach der Verabschiedung der 2005er Konvention ausgehandelte Handelsabkommen wurden durch ein Protokoll zur kulturellen Zusammenarbeit ergänzt, das sich ausdrücklich auf diese Konvention bezieht und darauf abzielt, den Zugang von Kulturgütern und Dienstleistungen der anderen Vertragsparteien zum europäischen Markt zu erleichtern: das *Wirtschaftspartnerschaftsabkommen zwischen der EU und CARIFORUM* (2008); das *Freihandelsabkommen zwischen der EU und Südkorea* (2011) und das *Assoziierungsabkommen zwischen der Europäischen Union und Zentralamerika* (2012). Leider hat die EU später keine neuen Protokolle ausgehandelt und es sind keine weiteren ähnlichen Praktiken entstanden.

Eine weitere Option bestünde für die Industrieländer darin, unmittelbar in den Text von Handelsabkommen spezifische Marktzugangsverpflichtungen aufzunehmen, um den Fluss von Kulturgütern oder Dienstleistungen sowie die Mobilität von Kunst- und Kulturschaffenden aus Entwicklungsländern zu fördern. Die Entwicklungsländer sollten ihrerseits sicherstellen, dass in solche Handelsabkommen geeignete Klauseln aufgenommen werden, um ihr hoheitliches Recht zu wahren, die für den Schutz und die Förderung ihrer kulturellen Ausdrucksformen auf ihrem eigenen Staatsgebiet erforderlichen Strategien und Maßnahmen zu beschließen und umzusetzen (Guévremont und Bernier, 2020). Erstens können diese Politiken und Maßnahmen entscheidend für die Entwicklung ihrer KKW sein. Zweitens kann die Stärkung dieser Industrien von entscheidender Bedeutung sein, um sie in die Lage zu versetzen, die von den Industrieländern gewährten Maßnahmen zur Vorzugsbehandlung in Anspruch zu nehmen.

Schließlich müssen bei der Auslegung von Artikel 16 die 2017 von der Konferenz der Vertragsparteien der 2005er Konvention verabschiedeten Richtlinien zur Umsetzung der Konvention im digitalen Umfeld berücksichtigt werden. Die in diesen Richtlinien niedergelegten Prinzipien dienen zunächst als Erinnerung an die Bedeutung bestimmter Ziele, deren Erreichung die Gewährung einer Vorzugsbehandlung erfordert. Das ist insbesondere bei Prinzip 8.6 zur Umsetzung der 2005er Konvention im digitalen Umfeld der Fall, das sich mit der Förderung des „gerechten Zugangs und der Ausgewogenheit des Flusses kultureller Güter und Dienstleistungen im digitalen Umfeld befasst, insbesondere durch die Anwendung von Vorzugsbehandlungsbestimmungen für Werke, die von Kunst- und Kulturschaffenden, Unternehmen und unabhängigen Organisationen aus Entwicklungsländern geschaffen oder produziert werden“. Auch hier kann eine Verbindung zwischen der Gewährung einer solchen Vorzugsbehandlung

und der Notwendigkeit hergestellt werden, geeignete Rahmenbedingungen für die internationale Zusammenarbeit zu schaffen. Prinzip 8.8 bekräftigt die Bedeutung einer solchen Zusammenarbeit, die im digitalen Umfeld erfordern kann, „einen größeren und erschwinglicheren Zugang zu digitalen Technologien zu ermöglichen, entsprechende Fähigkeiten und Kompetenzen zu entwickeln und Mechanismen zu unterstützen, die für das Entstehen einer dynamischen Kultur- und Kreativwirtschaft im digitalen Umfeld erforderlich sind“.

Spezifisch mit Bezug auf Artikel 16 können die Vertragsparteien laut den Richtlinien zur Umsetzung dieser Bestimmung im digitalen Umfeld „die Verbreitung von Kulturgütern und -dienstleistungen im digitalen Umfeld verbessern, die von Kunst- und Kulturschaffenden, Unternehmen und unabhängigen Organisationen aus Entwicklungsländern produziert werden, u.a. durch künstlerische und kulturelle Zusammenarbeit, Koproduktions- und Ko-Vertriebsvereinbarungen“ (Abs. 18.1) und „die Bestimmungen internationaler Handelsabkommen, die sie abgeschlossen haben und abschließen werden, sowie ihre jeweiligen Mechanismen berücksichtigen, um eine Vorzugsbehandlung zugunsten von Kulturgütern und -dienstleistungen aus Entwicklungsländern im digitalen Umfeld anzubieten“ (Abs. 18.2). Obwohl nicht explizit auf Artikel 16 bezogen, schlagen die Richtlinien an anderer Stelle vor, „Abkommen über kulturelle Zusammenarbeit so zu aktualisieren, dass sie die Auswirkungen digitaler Technologien berücksichtigen, insbesondere bei der Umsetzung von Koproduktions- und Ko-Vertriebsabkommen“ (Abs. 24.1).

Auch im digitalen Umfeld kann es kein Fair Culture geben ohne eine effektive Umsetzung von Artikel 16. Die Hauptverantwortung in dieser Hinsicht liegt bei den Industrieländern, die die notwendigen Maßnahmen ergreifen müssen, um ihre Märkte zugunsten kultureller Ausdrucksformen aus Entwicklungsländern zu öffnen, aber auch um die Mobilität von Kunst- und Kulturschaffenden zu ermöglichen. Die Maßnahmen, die ergriffen werden sollen, um das Konzept von Fair Culture mit Leben zu füllen, werden dies berücksichtigen.

Um in den vollen Genuss der Auswirkungen der Vorzugsbehandlung zu kommen, haben die Entwicklungsländer jedoch auch eigene Verantwortung. Sie müssen politische Maßnahmen ergreifen, wie in Absatz 2.3 der *Operational Guidelines* zu Artikel 16 vorgeschlagen. Demzufolge sollten die Industrieländer die Entwicklungsländer bei der Einführung solcher Maßnahmen „unterstützen“, „damit sie von einer effizienten Umsetzung der Vorzugsregelungen und -systeme profitieren können“. Industrieländer sollten Entwicklungsländer auf Anfrage auch beim Aufbau eines eigenen lebendigen Kunst- und Kultursektors, einschließlich der Kreativwirtschaft, unterstützen. Der Einsatz eines fairen Rahmens für kulturelle Zusammenarbeit ist daher ein Handlungsfeld, das untrennbar mit der Vorzugsbehandlung verbunden ist.

Zweiter Bereich – Vereinbarung von Grundsatzprinzipien für Fair Culture zur Stärkung der Kapazitäten und zur Entwicklung lokaler und regionaler Märkte im Globalen Süden

Zusammenarbeit ist das Herzstück der 2005er Konvention, wie in den Artikeln 5, 12 und 14 bis 19 festgehalten wurde. Artikel 14 fördert die kulturelle Zusammenarbeit, um das Entstehen eines dynamischen Kultursektors zu unterstützen. Artikel 15 befasst sich mit Kooperationsvereinbarungen und regt „Partnerschaften im öffentlichen und privaten Sektor und in nicht auf Gewinn ausgerichteten Organisationen sowie zwischen diesen an, um mit den Entwicklungsländern bei der Verbesserung ihrer Kapazitäten zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen zusammenzuarbeiten“. Diese Bestimmungen reichen jedoch offenkundig nicht aus, um privatwirtschaftliche Partner mit anderen Interessengruppen zusammen zu führen. Es braucht daher zusätzliche Initiativen.

Wie oben dargelegt hat die Fairtrade-Bewegung gezeigt, dass die Beteiligung der Privatwirtschaft eine Alternative zu traditionelleren internationalen Kooperationen zwischen Staaten darstellt. In Teil III dieser Studie wurde die Übertragung der Prinzipien des fairen Handels auf die Kultur untersucht. Dabei wurde festgestellt, dass für faire kulturelle Zusammenarbeit einige Grundsatzprinzipien in die Praxis umgesetzt werden müssten. Die meisten dieser Prinzipien sind für den Einsatz im digitalen Umfeld vorgesehen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Digitalisierung sowohl eine Chance zur Förderung des kulturellen Austauschs als auch ein Risiko der Homogenisierung kultureller Ausdrucksformen darstellt. Dies wiederum ist größtenteils auf das Geschäftsmodell der Web-Giganten zurückzuführen.

Erstes Prinzip: Gleicher Zugang zu Märkten

Als erstes Grundsatzprinzip kann gelten, dass alle Kunstschaffenden gleichen Zugang zu Märkten haben sollen. Dieses Prinzip bedeutet in der Realität einen besseren Zugang für Kunstschaffende aus dem Globalen Süden zu den globalen Märkten. Die Chancen des Marktzugangs für Entwicklungsländer wieder ins Gleichgewicht zu bringen, ist ein Ziel im Einklang mit Artikel 16 der 2005er Konvention. Während digitale Technologien in der Theorie den Zugang zu den globalen Kulturmärkten demokratisiert haben, leiden aufstrebende Kunst- und Kulturschaffende aus dem Globalen Süden in der Realität weiterhin unter eingeschränktem Zugang zu globalen – und ebenso zu lokalen und regionalen – Märkten. Durch bessere Kapazitäten könnte das Problem zum Teil gelöst werden, also Kapazitäten wie digitale Kompetenz, Selbstvermarktung im Internet oder effektive Aggregatoren im Internet.

Die Privatwirtschaft könnte durch Prämien oder durch Investitionen in einen Fonds dazu beitragen, die digitale Kluft zu schließen bzw. die Kosten für den Zugang zum Internet und zu digitalen Technologien für weniger bekannte Kunstschaffende zu senken, bzw. die Schaffung lokaler kultureller Inhalte unterstützen. Das Fair Culture-Konzept

könnte auch womöglich zu Verbesserungen bei der Auffindbarkeit (Discoverability) auf digitalen Plattformen führen und die Rolle von Algorithmen betonen, welche den Zugang zu einer Vielfalt kultureller Inhalte behindern, insbesondere zu lokalen Inhalten und solchen, die von Kunstschaffenden außerhalb des Mainstreams produziert werden. Da die Partner von Fair Culture zu Transparenz verpflichtet wären, müssten sie Informationen über die Funktionsweise solcher Algorithmen öffentlich machen. In dieser Hinsicht könnten die Bestimmungen zur Transparenz von Empfehlungssystemen, die im *Gesetzesvorschlag für die Regulierung des Binnenmarktes für digitale Dienste (Digital Services Act)* zu finden sind, eine Inspirationsquelle für die Anwendung des Prinzips des Marktzugangs im digitalen Umfeld sein (EC, 2020, Art. 29).

Schließlich sind in einigen Sparten professionelle Messen und Festivals gute Praxisbeispiele der Erleichterung des physischen Zugangs zu Märkten des Globalen Nordens für Kunstschaffende aus dem Globalen Süden. Die Frankfurter Buchmesse beispielsweise erleichtert Verlagen aus Entwicklungsländern den Zugang zur Messe, etwa durch die finanzielle Unterstützung von Reise und Unterkunft sowie die Bereitstellung von Ausstellungsständen an prominenter Stelle. So sehr diese Initiativen begrüßenswert sind, leichter physischer Zugang zu den Märkten des Globalen Nordens hängt weiter entscheidend von den Bedingungen für die Erteilung von Visa für die Kunst- und Kulturschaffenden des Globalen Südens ab. Ebenso wichtig ist, dass Messen und Festivals auch den Zugang zu lokalen und regionalen Märkten für Kunstschaffende aus dem Globalen Süden erleichtern, was wichtig ist, da es ihnen die Möglichkeit bietet, ihr Netzwerk in ihrem Land oder ihrer Region zu erweitern und dabei ein neues Publikum zu erreichen.

Zweites Prinzip: Reinvestition von Prämien

Prämien sind das Thema des zweiten Grundsatzprinzips, nämlich der Reinvestition in die kulturelle Wertschöpfungskette als Mittelpunkt von Fair Culture. Die Erhebung von Prämien von multinationalen Unternehmen, die an der Schaffung, der Produktion, dem Vertrieb oder der Verbreitung kultureller Inhalte beteiligt sind, sollte ernsthaft in Betracht gezogen werden. Im Folgenden werden mehrere Ideen genannt, wie diese Prämie verwendet werden könnte, wobei selbstverständlich zu beachten ist, dass diese Ideen und ihre Umsetzung mit den Partnern im Globalen Süden diskutiert werden müssen.

Wie bereits zuvor gesagt muss in die kulturelle Infrastruktur investiert werden. Besonders in den Ländern des Globalen Südens besteht ein großer Bedarf an Räumen wie Spielstätten, Kulturzentren, Theatern, Ausstellungsräumen, Ausbildungszentren sowie an Zugang zu Ausrüstung, Software und anderen Hilfsmitteln. Denkbar ist, dass Kulturschaffende z.B. auf Antrag Mittel für den Kauf von Geräten oder den Erwerb von Softwarelizenzen erhalten. Darüber hinaus wird zunehmend digitale Infrastruktur benötigt, da die digitale Kluft zwischen den Ländern des Globalen Südens und des Globalen Nordens ein Hindernis für den gleichberechtigten Zugang zum Kulturmarkt darstellt.

Organisationen, die sich an Fair Culture beteiligen, könnten zur Finanzierung digitaler Plattformen beitragen, welche alternative Verbreitungsmodelle erproben und die Auffindbarkeit von Inhalten, die von weniger bekannten Kunstschaaffenden erzeugt wurden, gegenüber finanziell profitablen Inhalten bevorzugen. In diesem Sinne könnten Prämien auch für die Produktion von lokalen Inhalten, und zwar speziell von Nischeninhalten, verwendet werden.

Genauso interessant wäre die Idee, Prämien in einen Fonds zu investieren, der für Kunst- und Kulturschaaffende soziale Absicherung bieten würde. Kunstschaaffende sind wie auch viele Kulturschaaffende selbständig, zugleich ist in vielen Ländern die Sozialversicherung an formale Beschäftigung gebunden. Durch den Beitritt zu einer Organisation könnten sie daher von Schutzmaßnahmen wie Kranken-, Arbeitslosen- oder Rentenversicherung profitieren, ähnlich dem Schutz, den Verwertungsgesellschaften in einigen Ländern bieten. Letztendlich müssen all diese Ideen jedoch in einem transparenten und offenen Prozess mit den Leistungsberechtigten debattiert werden.

Ein zentraler Gedanke ist, dass die Verbände oder Organisationen von Kunst- und Kulturschaaffenden demokratisch darüber entscheiden, wie die durch die Zahlung einer Prämie zur Verfügung gestellten Mittel verwendet werden, um die Bedarfe der jeweiligen Sparte besser zu decken. Eine solche Prämie könnte in Strukturen und kollektive Anreize investiert werden; auch eine Auszahlung an Einzelpersonen ist prinzipiell denkbar. Absehbar wird die Umverteilung der Prämie eine Herausforderung, da nicht alle Sparten und Länder über starke und demokratische Organisationsstrukturen verfügen, die transparent über die Verwendung der Prämie entscheiden könnten.

Die Überwachung der Verwendung der Prämie, sicherzustellen, dass die Mittel so investiert werden, wie es von den Organisationen beschlossen wurde, könnte ebenso schwierig werden. Eine mögliche Lösung, die Prämie zu verwalten und ihre Verwendung zu überwachen, könnte in Strukturen bestehen, die wie das Beispiel des IFCD auch private Beiträge erhalten können. Das erste Ziel sollte jedoch sein, die Prämie für Anreize für die Entwicklung starker demokratischer Organisationen innerhalb bestimmter Sparten in bestimmten Ländern zu nutzen, und zwar durch lokale Verwaltungsformen und nicht durch multilaterale Organisationen.

Drittes Prinzip: Faire Vergütung von Kunstschaaffenden

Das dritte Prinzip betrifft die faire Vergütung von Kunst- und Kulturschaaffenden. Alle an Fair Culture mitwirkenden Akteure sollten anerkennen, dass faire Entlohnung für künstlerische Freiheit und soziale Gerechtigkeit unabdingbar ist. Unbestritten ist die Bestimmung eines fairen Preises für kulturelle Produkte und Dienstleistungen eine viel komplexere Aufgabe als im Fall von Waren, die unter den fairen Handel fallen. Dennoch sollte in Konsultation mit internationalen Verbänden von Kunst- und Kulturschaaffenden ermittelt werden, was entsprechend der jeweiligen Kultursparte und ihren Besonderheiten als faire Vergütung gelten könnte.

Schritte in Richtung einer faireren Vergütung können auch getätigt werden, ohne zunächst ins Detail zu gehen, wie hoch eine faire Vergütung ist. Die Auffindbarkeit von Inhalten zum Beispiel ist entscheidend dafür, dass Kunstschaaffende ein Publikum – insbesondere auf lokaler, aber auch auf regionaler und internationaler Ebene – aufbauen und ein angemessenes Einkommen erzielen können. Über die Rolle von Algorithmen nachzudenken ist ebenso notwendig wie darüber, wie digitale Plattformen Inhalte von weniger bekannten Kunstschaaffenden fördern könnten. Die Vergütungsmodelle der großen digitalen Plattformen müssen neu bewertet und neue, fairere Modelle entwickelt werden.

Bewährte Praktiken aus der Musiksparte wie die „benutzerzentrierten“ oder Stream-to-Own-Modelle, könnten anderen Sparten bei der Suche nach gerechteren Einkommensverteilungsmodellen als Vorbild dienen. Eine stärker unmittelbare Beziehung zwischen Akteuren entlang der Kulturkette – in bestimmten Sektoren wie z.B. der Musik – könnte zu einem höheren Einkommen für Kunstschaaffende führen.

Im Fall von anderen Sparten könnten eine direktere Beziehung jedoch in gewisser Weise negative Folgen haben. In der Buchbranche haben multinationale Unternehmen den Markt erobert, was zu einem Verlust von professionellen Arbeitsplätzen an verschiedenen Stellen der Wertschöpfungskette geführt hat. Die Ausschaltung von Zwischeninstanzen (bzw. Intermediären) kann zwar vorteilhaft sein, wenn diese einen großen Teil des Gewinns einstreichen, ohne wirklich zur Entwicklung des Werks oder der Autorinnen und Autoren beizutragen. Hingegen tragen professionell Beschäftigte der Buchbranche zur Verbesserung der Qualität der Arbeit der Autorinnen und Autoren bei und sind unerlässlich, um literarische Werke einem lokalen Markt zugänglich zu machen. Daher ist ein sparten- bzw. branchenspezifischer Ansatz beim Nachdenken über die besten Maßnahmen für eine gerechtere Vergütung zu empfehlen.

Viertes Prinzip: Aufbau von Kapazitäten

Ein viertes Prinzip ist der für die Entwicklung von Fair Culture dringend erforderliche Aufbau von Kapazitäten. In vielen Ländern hindert der Mangel an Gelegenheiten zur Weiterentwicklung die Kunstschaaffende daran, ihr volles Potenzial zu entfalten. Dieses Problem liegt vor allem in der unzureichenden oder unangemessenen Bildungs- und Ausbildungsinfrastruktur begründet.

Die an Fair Culture beteiligten Partner könnten durch eine Prämie zur Finanzierung von Maßnahmen des Kapazitätsaufbaus beitragen. Je nach Sparte oder Branche geht es um unterschiedliche Maßnahmen. Schulungen könnten, wie bereits erwähnt, digitale Kompetenzlücken schließen, damit Kunst- und Kulturschaaffenden mit digitalen Werkzeugen, Geräten und Plattformen besser arbeiten können und verstehen, wie digitale Märkte funktionieren. Sie könnten Kunst- und Kulturschaaffende dabei unterstützen, ihre unternehmerischen Fähigkeiten, ihr Finanzwissen oder ihre Marketing- und Kommunikationsfähigkeiten zu verbessern. Kapazitätsaufbau ist auch im Fall von Verbänden und Selbstorganisationsformen

von Kunstschaftern und Kulturakteuren angezeigt, welche z.B. bei der Verwaltung von Prämien eine Rolle spielen. Die Stärkung digitaler Kulturplattformen im Globalen Süden fällt ebenfalls unter dieses Prinzip des Kapazitätsaufbaus; es bräuhete keine hohen Investitionen für glaubwürdige und fairere Alternative zu den großen digitalen Plattformen.

Fünftes Prinzip: Sensibilisierung der Öffentlichkeit

Für den Erfolg der Fair Culture-Initiative müssen die beteiligten Akteure auch Zeit und Energie in die Sensibilisierung der Öffentlichkeit investieren. Generell steht der Kultursektor in vielen Ländern der Welt immer noch vor der Herausforderung, dass Kunst als kostenlos angesehen wird bzw. dass der Staat sie staatlich finanzieren und frei zur Verfügung stellen sollte. Tatsächlich ist die Gesellschaft in hohem Maße von der Kunst abhängig, was wir beispielhaft wieder in der Pandemie gesehen haben, Kunst- und Kulturschaffende können aber ohne faire Vergütung nicht von ihrem Schaffen leben. Die Preise für kulturelle Produkte und Dienstleistungen können natürlich nicht in jedem Land gleich gestaltet sein, denn die Kaufkraft unterscheidet sich sehr von Region zu Region.

Bei der Sensibilisierung der Öffentlichkeit müssen die Besonderheiten jeder Sparte und jeder Region berücksichtigt werden. Zum Thema sollten nicht nur die geringen Einnahmen gemacht werden, die Kunstschafter oft für ihre Arbeit erhalten – zum Beispiel von digitalen Plattformen –, sondern auch die eklatanten Unterschiede zwischen den Arbeitsbedingungen und zwischen den Vergütungen von Kunstschaftern im Globalen Norden und denen im Globalen Süden. In dieser Hinsicht würde das allen Fair Culture-Prinzipien zugrunde liegende Prinzip der Transparenz der Öffentlichkeit Informationen zugänglich machen, wie Kunst- und Kulturschaffende von Organisationen, die sich Fair Culture verpflichten, vergütet werden.

Sechstes Prinzip: Inklusion und Gleichberechtigung der Geschlechter

Die Gleichberechtigung der Geschlechter und Inklusion vervollständigt als sechstes und übergreifendes Prinzip diese Liste der Grundsatzprinzipien von Fair Culture. Die Situation von Künstlerinnen und weiblichen Kulturschaftern ist weltweit nach wie vor prekär und bedarf besonderen Einsatzes. Frauen sind in den meisten Kultursparten weiter unterrepräsentiert – insbesondere in kreativen Schlüsselrollen sowie in Entscheidungs- und Führungspositionen – und es bestehen nach wie vor Ungleichheiten bei der Vergütung und beim Zugang zu Ressourcen. Außerdem können wir ohne gleichberechtigte Mitwirkung von Frauen in allen Bereichen des kulturellen Lebens keine echte Vielfalt kultureller Ausdrucksformen erreichen. Ebenso wenig können wir sie ohne Inklusion erreichen: Wir müssen die Berücksichtigung der Bedürfnisse und Interessen von Kunst- und Kulturschaftern, welche Minderheiten oder indigenen Gruppen angehören, sicherstellen.

Die zentrale Idee von Fair Culture besteht darin, Partner aus dem privaten Sektor einzubinden, die sich freiwillig an die oben genannten Grundsatzprinzipien binden. Allerdings reicht diese Initiative allein wohl nicht aus, um das Verhalten multinationaler Unternehmen wie der Web-Giganten zu ändern, die eine zunehmend wichtige Rolle im Kultursektor spielen. In dieser Hinsicht könnte Fair Culture auch die Anwendung von Sorgfaltspflichtregeln umfassen, um ein Handeln der multinationalen Unternehmen sicherzustellen, das die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen respektiert und nicht untergräbt.

Dritter Bereich – Die Einbeziehung multinationaler Unternehmen in eine neue Form der Partnerschaft mit dem Ziel der Förderung des Status von Kunstschaftern und der Achtung der kulturellen Rechte aller

Die Interviews, die für diese Studie in den Pandemie Jahren 2020 und 2021 rund um den Globus geführt wurden, und die vielen Studien, die in den letzten Jahren zum Thema Kultur- und Kreativwirtschaft erarbeitet wurden, zeigen gemeinsam einen alarmierenden Trend: Die Aktivitäten bestimmter großer multinationaler Unternehmen stellen eine echte Bedrohung für die Vielfalt der kulturellen Ausdrucksformen dar. Unbestritten bietet die Digitalisierung auch enorme Möglichkeiten für Schaffung, Produktion, Vertrieb, Verbreitung und Zugang zu einer Vielfalt von kulturellen Ausdrucksformen; dies ist weithin anerkannt. Allerdings „ist das digitale Wirtschaftsmodell auf das Streben nach höchster Rentabilität für kreative Werke durch mächtige Vermittlungsunternehmen ausgerichtet, die Web-Giganten, die auch als GAFAN (Google, Apple, Facebook, Amazon, Netflix) bekannt sind, die eine dominante Position innehaben und deren natürliche Berufung nicht darin besteht, kreative Vielfalt zu verteidigen und zu unterstützen“ (Rogard, 2016). Dies ist eine Bedrohung für die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen, die Achtung und Erfüllung der kulturellen Rechte, einschließlich der künstlerischen Freiheit. Die Web-Giganten sind ein besonderer Fall von im KKW-Sektor tätigen multinationalen Unternehmen, die mitunter bedeutenden Einfluss auf die Entwicklung von fairen kulturellen Beziehungen haben. Einer der wichtigsten Aufgaben der Fair Culture-Bewegung müsste daher die Überwachung solcher Marktaktivitäten sein; dies kann inspiriert sein von internationalen, regionalen und nationalen Rechtsinstrumenten, die für multinationale Unternehmen Sorgfaltspflichtregeln festlegen.

Die Schaffung von Strukturen zum Austausch und zur Beratung zwischen allen Beteiligten kann gegebenenfalls ein erster Schritt sein, um alternative Methoden und Instrumente zur Verbesserung von Praktiken und Verhaltensweisen zu erforschen. In diesem Zusammenhang ist das Beispiel der *Arbeitsgruppe zur Vielfalt von Online-Inhalten (Working Group on Diversity of Content Online)* hilfreich, die im Jahr 2020 von Kanada ins Leben gerufen wurde. Diese Initiative bringt fünf Staaten (Australien, Kanada, Frankreich, Finnland, Deutschland) sowie Unternehmen (Google Kanada, Deezer, Vubble, Netflix Australien) und

Zivilgesellschaft zusammen, um einen Referenzrahmen von Leitprinzipien zur Förderung der kulturellen Vielfalt online zu entwickeln.³³ Auch wenn die Initiative nur Länder aus dem Globalen Norden zusammenbringt, sind die Ergebnisse der Arbeit dieser Gruppe interessant zu verfolgen. Unverbindliche Prinzipien oder Richtlinien zu diskutieren und beschließen wird jedoch in einigen Fällen nicht ausreichen, um Verhaltensänderung tatsächlich zu bewirken: Dann müssen andere Wege in Betracht gezogen werden.

Wie in Teil II dieser Studie dargestellt, umfasst die Sorgfaltspflicht Regeln und Normen, die Staaten, internationale Organisationen und andere Einrichtungen dazu verpflichten, sich so zu verhalten, dass die Interessen bzw. Rechte anderer Staaten, Organisationen oder Einrichtungen nicht gefährdet werden. Es ist inzwischen allgemein anerkannt, dass diese Regeln auch für den privaten Sektor gelten. Die Fair Culture-Bewegung muss sich mit diesem Thema auseinandersetzen. Sie muss die Frage klären, welches Verhalten multinationale Unternehmen an den Tag legen sollten, wenn sie in den KKW tätig sind. Entsprechende Klärungen sollten auch die Verantwortung jener Staaten umfassen, in denen diese multinationalen Unternehmen ihren Sitz haben.

In den letzten Jahren wurden mehrere internationale Instrumente entwickelt, um Änderungen im Verhalten multinationaler Unternehmen herbeizuführen, insbesondere im Hinblick auf die Grund- und Menschenrechte. So basieren beispielsweise die 2011 von den Vereinten Nationen verabschiedeten *Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte* „auf der Anerkennung von: (a) den bestehenden Verpflichtungen der Staaten, die Menschenrechte und Grundfreiheiten zu achten, zu schützen und zu gewährleisten; (b) der Rolle von Wirtschaftsunternehmen als spezialisierte Organe der Gesellschaft, die spezialisierte Aufgaben wahrnehmen und als solche dem gesamten geltenden Recht Folge zu leisten und die Menschenrechte zu achten haben; (c) der Notwendigkeit, Rechten und Pflichten im Fall ihrer Verletzung angemessene und wirksame Abhilfemaßnahmen gegenüberzustellen“ (HRC, 2011b). Diese nicht bindenden Prinzipien umfassen sowohl die Pflicht der Staaten, die Menschenrechte zu schützen, als auch die Verantwortung der Unternehmen, die Menschenrechte zu achten.

Zu den *Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte*, die für die Überlegungen zu Fair Culture von Interesse sind, gehören die folgenden:

- Staaten sollten klar die Erwartung zum Ausdruck bringen, dass alle in ihrem Hoheitsgebiet ansässigen und/oder ihrer Jurisdiktion unterstehenden Wirtschaftsunternehmen bei ihrer gesamten Geschäftstätigkeit die Menschenrechte achten (Prinzip 2).

- Wirtschaftsunternehmen sollten die Menschenrechte achten. Dies heißt, dass sie vermeiden sollten, die Menschenrechte Anderer zu beeinträchtigen, und dass sie nachteiligen menschenrechtlichen Auswirkungen, an denen sie beteiligt sind, begegnen sollten (Prinzip 11).

Um diesen Prinzipien weiteren Nachdruck zu verleihen, wurden 2019 Verhandlungen zur Ausarbeitung eines *Internationalen Rechtsverbindlichen Instruments für Transnationale Unternehmen und andere Wirtschaftsunternehmen und der Menschenrechte* aufgenommen. Laut Artikel 6 des Entwurfs (zweite Fassung) sollen „die Vertragsstaaten die Tätigkeiten aller in ihrem Hoheitsgebiet oder ihrer Gerichtsbarkeit ansässigen Wirtschaftsunternehmen, einschließlich solcher mit transnationalem Charakter, wirksam regulieren“ (Abs. 1) und „von Wirtschaftsunternehmen verlangen, dass sie menschenrechtliche Sorgfaltspflichten im Verhältnis zu ihrer Größe, dem Risiko schwerwiegender menschenrechtlicher Auswirkungen und der Art und dem Kontext ihrer Geschäftstätigkeit erfüllen“ (Abs. 2).

Unabhängig vom Ausgang dieser Verhandlungen ist der Trend im internationalen Recht unverkennbar, dass Staaten das Verhalten der in ihnen ansässigen privaten Unternehmen bei deren Aktivitäten im Ausland stärker regulieren. So gilt in Deutschland seit 2021 das Lieferkettengesetz, das Unternehmen für Menschenrechtsverletzungen und Umweltschäden entlang der Wertschöpfungskette zur Rechenschaft ziehen kann.

Über die Auswirkungen dieser Trends auf bestimmte Rechte wie Kernarbeitsnormen oder das Recht auf eine gesunde Umwelt wird bereits nachgedacht, weniger jedoch über die Auswirkungen auf kulturelle Rechte. Eine Fair Culture-Bewegung könnte sich an die Spitze der entsprechenden Reflexionsarbeit und Initiativen stellen.

Eine Verpflichtung ist in Artikel 2.1 des *Internationalen Pakts über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte* vorgesehen. Dort heißt es: „Jeder Vertragsstaat verpflichtet sich, einzeln und durch internationale Hilfe und Zusammenarbeit, insbesondere wirtschaftlicher und technischer Art, unter Ausschöpfung aller seiner Möglichkeiten Maßnahmen zu treffen, um nach und nach mit allen geeigneten Mitteln, vor allem durch gesetzgeberische Maßnahmen, die volle Verwirklichung der in diesem Pakt anerkannten Rechte zu erreichen“. Diese Verpflichtung gilt selbstverständlich für Artikel 15 über die kulturellen Rechte, die das Recht auf Teilnahme am kulturellen Leben und das Recht auf Schutz der geistigen und materiellen Interessen, die dem Urheber von Werken der Wissenschaft, Literatur oder Kunst erwachsen, umfassen (Art. 15.1). Um die volle Verwirklichung dieser Rechte zu erreichen, haben die Staaten die erforderlichen Maßnahmen für die Erhaltung, Entwicklung und Verbreitung von Wissenschaft und Kultur zu ergreifen (Art. 15.2). Die Staaten verpflichten sich ferner, die zur wissenschaftlichen Forschung und schöpferischen Tätigkeit unerlässliche Freiheit zu achten (Art. 15.3). Diese Verpflichtungen sollten im Lichte der kulturellen Rechte interpretiert werden, die in den einschlägigen Rechtsinstrumenten speziell für Minderheiten oder indigene Völker anerkannt werden. Die 2005er Konvention und die *Empfehlung über den Status des Künstlers* von 1980 sollten ebenfalls berücksichtigt werden.

33 Für weitere Informationen, siehe: Government of Canada, Diversity of content online, online: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/diversity-content-digital-age.html>.

Um diese Verpflichtungen zu konkretisieren und sicherzustellen, dass die Hauptakteure die in diesen Rechtsinstrumenten anerkannten Rechte achten, sollten die Staaten des Globalen Nordens einen spezifischen Rahmen für ihre in den KKW tätigen multinationalen Unternehmen definieren, damit diese Sorgfaltspflichtregeln einhalten. Ein solcher Rahmen sollte Anreize für die an den KKW beteiligten Unternehmen schaffen, damit sie in die Schaffung und Produktion lokaler Inhalte investieren und dabei die besonderen Bedürfnisse von Minderheiten und indigenen Völkern berücksichtigen, Partnerschaften mit lokalen Unternehmen eingehen, lokale Sprachen fördern und die Mittel einsetzen, um die Auffindbarkeit lokaler Inhalte im digitalen Umfeld zu fördern. In diesem Zusammenhang ist anzumerken, dass der vorgeschlagene EU-Entwurf des *Digital Services Act* Sorgfaltspflichtregeln enthält, die für große Plattformen gelten. Die durch den Rahmen geförderten Prinzipien sollten sich auch auf die Gleichberechtigung der Geschlechter und den Umweltschutz erstrecken. Schließlich sollte der Rahmen durch Transparenzanforderungen ergänzt werden, damit Unternehmen darüber berichten, wie sie die Prinzipien beachten und umsetzen.

B. Aktionsplan für eine Fair Culture-Bewegung

Wie schon eingangs in dieser Studie dargelegt, sind wir der Ansicht, dass das Konzept von Fair Culture auf drei unterschiedlichen, aber voneinander abhängigen Säulen basieren sollte. Jede einzelne ist für die Förderung eines ausgewogeneren Austausch kultureller Güter und Dienstleistungen notwendig: 1. fairer Handel; 2. faire kulturelle Zusammenarbeit und 3. faire kulturelle Partnerschaften zwischen multinationalen Unternehmen des Globalen Nordens und dem KKW-Sektor des Globalen Südens. In diesem letzten Abschnitt unserer Studie schlagen wir sechs Aktionen vor, um eine neue Bewegung zur Förderung fairer kultureller Beziehungen zwischen dem Globalen Norden und dem Globalen Süden zu gründen. Diese Aktionen sind als komplementär zu verstehen; sie decken die drei Säulen ab, auf denen faire kulturelle Beziehungen beruhen sollten. Diese Aktionen mobilisieren alle Beteiligten, einschließlich der Staaten, der Vertretungen der Zivilgesellschaft, d.h. Kunst- und Kulturschaffende, private Unternehmen, sowie in einigen Fällen auch das UNESCO-Sekretariat der 2005er Konvention. Aktion 1 ist die zentrale, vorrangig umzusetzende Aktion, um die Bewegung in Gang zu bringen. Wir empfehlen, sie innerhalb des nächsten Jahres zu starten und alle Interessengruppen einzubeziehen. Die Aktionen 2 bis 6 richten sich spezifisch an bestimmte Interessengruppen. Über sie kann parallel zur Aktion 1 nachgedacht werden, während die konkreten Mittel zu ihrer Erreichung ab dem zweiten Jahr der Bewegung eingesetzt werden könnten.

Aktion 1 – Eine Charta für Fair Culture vereinbaren

Eine Fair Culture-Charta wäre inspiriert von der Fairtrade-Charta. Sie wäre das Referenzdokument, in dem die allgemeinen Prinzipien fairer und tragfähiger kultureller Beziehungen festgelegt sind. Die bereits erwähnten sechs Kernprinzipien könnten als Grundlage für die Entwicklung dieser Charta dienen: Zugang zum Markt, faire Entlohnung, Kapazitätsaufbau, Reinvestition in die Wertschöpfungskette (so, dass Nutzen individuell spürbar wird), öffentliches Bewusstsein und Gleichstellung der Geschlechter. Hinzu kämen unterstützende Prinzipien, wobei Transparenz als allen anderen Prinzipien zugrunde liegendes Prinzip besonders zu beachten wäre. Diese Charta könnte von einer Gruppe unabhängiger Fachleute aus verschiedenen Regionen der Welt und mit breit gefächertem Fachwissen ausgearbeitet werden. Nötig wäre Wissen Bezug auf Handel und Kulturaustausch, kulturelle Zusammenarbeit, kulturelle Rechte und die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen; nötig wäre ebenso eine besonders ausgeprägte Mitwirkung von Zielgruppen wie Kunst- oder Kulturschaffenden, insbesondere aus dem Globalen Süden. Akteure mit Vorerfahrungen bei der Förderung von fairem Handel sollten ebenfalls beteiligt werden.

Aktion 2 – Die großen Kulturbündnisse zur Klärung konkreter Aktionspläne für Fair Culture in den verschiedenen Sparten der Kultur- und Kreativwirtschaft einbinden

Jede Sparte der Kultur- und Kreativwirtschaft hat ihre Eigenheiten, und die Digitalisierung verändert diese Sparten und jeden Abschnitt ihrer Wertschöpfungsketten auf andere Weise. Daher müssen die in der Charta enthaltenen Prinzipien für jede Sparte spezifisch verfeinert werden, und zwar in Zusammenarbeit mit den wichtigsten internationalen Allianzen, z.B. dem Internationalen Musikrat, dem Internationalen Schauspielerverband, dem Internationalen Verlegerverband, der Internationalen Föderation der Koalitionen für kulturelle Vielfalt, etc. Diese Arbeit könnte durch Veranstaltung einer Reihe von internationalen Seminaren – einem pro Sparte – organisiert werden, zum Beispiel am Rande der Vertragsstaatenkonferenzen oder der Sitzungen des Zwischenstaatlichen Ausschusses der 2005er Konvention. Die spartenweise Anwendung der Prinzipien von Fair Culture könnte in Roadmaps beschrieben werden, die der Charta schrittweise beigefügt werden.

Aktion 3 – Einen internationalen Aktionsplan zur Festlegung eines Siegels, eines Zertifizierungsprozesses und einer Strategie zur Förderung von Fair Culture als Bewegung in verschiedenen Regionen des Globalen Südens festlegen

Die Strategie zur Förderung und Bekanntmachung dürfte sich teilweise auf ein Fair Culture-Siegel beziehen. Das Siegel soll allerdings nicht für Produkte gelten, sondern für Organisationen, Plattformen, Projekte, Orte und Veranstaltungen, die zeigen können, dass sie die Prinzipien der Fair Culture-Charta einhalten. Damit soll verhindert werden, unter abträglichen Schaffensbedingungen wirkende Kunstschaffende zu bestrafen. Der Prozess des Austauschs und der Vermarktung soll zertifiziert werden, nicht die Kunstschaffenden oder ihre Werke. Um Organisationen zu zertifizieren und die Einhaltung der Prinzipien zu überwachen, braucht es einen Prozess. Dieser Prozess könnte erbracht werden durch die Einrichtung einer unabhängigen Organisation (Zertifizierung durch Dritte) oder durch eine gegenseitige Zertifizierung unter den Mitgliedsorganisationen (partizipative Zertifizierung). Dabei ist zu berücksichtigen, dass das Siegel als Zertifizierung eines Prozesses hin zu einer faireren kulturellen Wertschöpfungskette verstanden werden könnte. Es bräuchte zudem eine recht umfassende Strategie, um das öffentliche Bewusstsein für die Bedeutung der Förderung fairer kultureller Beziehungen zwischen dem Globalen Norden und dem Globalen Süden zu stärken. Diesbezüglich interessant wäre die Einbeziehung solcher einflussreicher Persönlichkeiten aus der KKW im Globalen Süden, die aber auch im Globalen Norden einen hohen Bekanntheitsgrad haben, um die Charta und das Fair Culture-Siegel zu fördern. Solche Fair

Culture-Botschafter bzw. -Botschafterinnen sollten von einem unabhängigen Gremium ausgewählt werden.

Aktion 4 – Eine Multi-Stakeholder-Arbeitsgruppe zur Untersuchung von Optionen der Erhebung einer Gebühr bei den großen Online-Plattformen für kulturelle Inhalte einrichten, um KKW, Kunst- und Kulturschaffende im Globalen Süden zu unterstützen

Während der ersten ResiliArt-Debatte der UNESCO am 15. April 2020 forderte Jean Michel Jarre, Komponist, Performer, CISAC-Präsident und UNESCO-Ehrenbotschafter, die Schaffung einer neuen digitalisierten Wirtschaftsbasis für den Kultursektor und die Einführung einer Steuer auf GAFAN. Dieser Vorschlag steht völlig im Einklang mit der Fair Culture-Bewegung.

Wir müssen zwar anerkennen, dass einige Web-Giganten in die Schaffung lokaler Inhalte investieren und zur Sichtbarkeit lokaler kultureller Ausdrucksformen beitragen. Gleichzeitig müssen wir auch festhalten, dass „bis jetzt [...] die großen digitalen Konzerne gezögert [haben], die durch ihre Aktivitäten auf dem Territorium anderer Staaten erzielten Gewinne zu teilen“ (Bernier, 2020). Daher sollte ein finanzieller Beitrag der großen Plattformen für kulturelle Inhalte – sei es eine Steuer, eine Gebühr oder eine andere Form der Zahlung, die auf der Grundlage der von diesen Unternehmen erzielten Einnahmen berechnet wird – erhoben und in die kulturellen Ökosysteme des Globalen Südens reinvestiert werden. Dies hat nicht nur zum Ziel, die Schaffung und Produktion neuer kultureller Inhalte zu finanzieren, sondern auch die Unterstützung verschiedener kultureller Projekte und Initiativen.

Dieser Vorschlag ist nicht zu verwechseln mit den laufenden Verhandlungen bei der OECD, die auf eine Modernisierung des internationalen Steuersystems abzielen. Der hier vorgeschlagene GAFAN-Beitrag würde die Steuerbasis der Staaten nicht nach neuen, an das digitale Umfeld angepassten Regeln verändern. Vielmehr soll er die Web-Giganten dazu bringen, direkt zum kulturellen Ökosystem beizutragen. Einige Länder haben bereits eine solche Steuer eingeführt, deren Einnahmen in einen Fonds zur Unterstützung der Schaffung audiovisueller Inhalte fließen, und viele weitere haben dies vor. Auch die Gesetze bzw. politischen Instrumente anderer Länder sollten an das digitale Umfeld angepasst werden, um dieses System der Reinvestition in ihren Kultursektoren durchzusetzen.

Allerdings verfügen nicht alle Staaten, insbesondere nicht jene im Globalen Süden, über ein Steuersystem und eine Kulturpolitik, die für solche Mechanismen notwendig sind. Deshalb sollte eine koordinierte internationale Strategie zugunsten dieser Länder erwogen werden, an der alle Interessengruppen beteiligt sind. Besondere Aufmerksamkeit ist erforderlich für die Mechanis-

men der Verwaltung der generierten Einnahmen und deren Umverteilung an die Berechtigten. Zu diesem Zweck könnten bestehende unabhängige Strukturen wie der bereits vorgestellte IFCD mobilisiert werden. „Der IFCD hat nun in der Landschaft der internationalen Finanzierungsmechanismen für den Kultur- und Kreativsektor eine prominente Rolle“ und könnte als geeignete Struktur für die Entgegennahme von Beiträgen aus dem privaten Sektor in Betracht gezogen werden (UNESCO, 2021). Schließlich wäre es denkbar, den multinationalen Unternehmen, die zum IFCD (oder einem anderen entsprechend benannten, geeigneten, unabhängigen Fonds) beitragen, das unter Aktion 3 geschaffene Fair Culture-Siegel zu verleihen.

Wie bereits erwähnt, wurde mit der Entwicklung eines Referenzrahmens von Leitprinzipien zur Förderung der kulturellen Vielfalt im Internet begonnen. Daran arbeitet die Multi-Stakeholder-Arbeitsgruppe zur Vielfalt von Online-Inhalten des Department of Canadian Heritage, in der fünf Staaten des Globalen Nordens (Australien, Kanada, Frankreich, Finnland, Deutschland) sowie Unternehmen und Zivilgesellschaft vertreten sind. Statt verbindlichen Verpflichtungen ist vielmehr vorgesehen, dass Regierungen, Unternehmen und zivilgesellschaftliche Organisationen sich den Leitprinzipien verpflichten. Diese könnten auch die Verabschiedung von nationalen Gesetzen zur Regulierung der Aktivitäten von Web-Giganten leiten. Womöglich kann diese Arbeitsgruppe für das Vorhaben mobilisiert werden, eine Gebühr von den großen Online-Plattformen zu erheben und einen globalen Umverteilungsmechanismus einzuführen.

Aktion 5 – Den Weg hin zu Sorgfaltspflichtregeln für multinationale Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft einschlagen

In der Kultur- und Kreativwirtschaft tätige multinationale Unternehmen sollten Sorgfaltspflichtregeln einhalten und die durch internationales Völkerrecht begründeten Menschenrechte achten. Derzeit laufen internationale Verhandlungen zur Vereinbarung eines entsprechenden verbindlichen Völkerrechtstexts. Dennoch wäre es ratsam, unverzüglich Überlegungen darüber anzustellen, wie solche Sorgfaltspflichtregeln im Hinblick auf kulturelle Rechte und den besonderen Status von Kunstschaffenden (Empfehlung von 1980) angewandt werden könnten und wie im Bereich der KKW tätige multinationale Unternehmen überwacht werden könnten. Dazu wäre ein Fachgremium hilfreich, das Sorgfaltspflichtregeln spezifizieren und die Schritte festlegen sollte, die unternommen werden müssen, damit sich jeder Staat formell dazu verpflichtet, ihn seinen eigenen multinationalen Unternehmen, die im Kultursektor des Globalen Südens tätig sind, aufzuerlegen. Bei dieser Arbeit sollte auch eine mögliche Verbindung zu Aktion 3 untersucht werden, und zwar die Verleihung des Gütesiegels Fair Culture an verantwortungsbewusste Kulturunternehmen, die die Sorgfaltspflichtregeln einhalten.

Aktion 6 – Einen Aktionsplan für Artikel 16 entwickeln und alle Vertragsparteien der 2005er Konvention auffordern, diesem Folge zu leisten

Die 2005er Konvention, die Operativen Leitlinien zu Artikel 16, die Operativen Leitlinien zur Umsetzung der 2005er Konvention im digitalen Umfeld und der Follow-up-Mechanismus für regelmäßige Berichte scheinen nicht auszureichen, um mehr als 15 Jahre nach der Verabschiedung dieses Völkerrechtsabkommens die effektive Umsetzung der Vorzugsbehandlung zu erreichen. Infolgedessen erhalten die Entwicklungsländer nicht die Vorteile, auf die sie gemäß der 2005er Konvention Anspruch haben.

Die Fair Culture-Bewegung sollte auch zur Vereinbarung eines Aktionsplans zur Vorzugsbehandlung führen, der der oben vorgeschlagenen Charta beigefügt wird (Aktion 1). Dieser Plan könnte spezifische Richtlinien für die Verbesserung der Mobilität von Kunst- und Kulturschaffenden aus dem Globalen Süden, für die Aufnahme von Klauseln zur kulturellen Vorzugsbehandlung in Handelsabkommen und für die Modernisierung von kulturellen Kooperationsabkommen enthalten, um eine Vorzugsbehandlung anzubieten, die die Bedingungen von Artikel 16 erfüllt.

Der Aktionsplan könnte auch Trainings zur Vorzugsbehandlung umfassen, um Entwicklungsländern dabei zu helfen, prioritäre Sektoren für eine Vorzugsbehandlung zu identifizieren und sie darauf vorzubereiten, entsprechende Anträge an Industrieländer zu stellen. Schließlich könnte der Plan die Entwicklung einer kommentierten Liste von für die Vorzugsbehandlung geeigneter Maßnahmen und Projekte umfassen, die durch eine unabhängige Einrichtung (z.B. Forschungszentrum, Lehrstuhl, Beobachtungsstelle) erstellt werden könnte. Diese Liste könnte fortlaufend angesichts neuer Maßnahmen der Staaten aktualisiert und verbessert werden. Dies würde es ermöglichen, die Einhaltung jeder der in Artikel 16 genannten Bedingungen zu analysieren und gegebenenfalls mögliche Verbesserungen vorzuschlagen, damit die Maßnahmen einen größeren Nutzen für Kunstschaffende und andere Fachleute aus Entwicklungsländern erbringen bzw. die Verbreitung ihrer kulturellen Güter und Dienstleistungen, auch im digitalen Umfeld, fördern. Die aufgelisteten Maßnahmen und Projekte zur Vorzugsbehandlung – diejenigen, die die Bedingungen des Artikels 16 der 2005er Konvention erfüllen – könnten das im Rahmen von Aktion 3 geschaffene Fair Culture-Siegel erhalten.

Die Entwicklung dieses Aktionsplans könnte in Absprache mit dem UNESCO-Sekretariat der 2005er Konvention erfolgen, da es bereits am Thema Vorzugsbehandlung arbeitet, über Schulungsmodulare zur Umsetzung von Artikel 16 verfügt und über seine Policy-Monitoring-Plattform Tausende von Maßnahmen identifiziert, die von den Vertragsparteien der 2005er Konvention in ihren periodischen Berichten über die Umsetzung der Konvention gemeldet werden.

V. Fazit

Seit mehreren Jahrzehnten wächst das Ungleichgewicht im Kulturaustausch, was viele Staaten sehr beschäftigt. Die Integration der Wirtschaftssysteme wird durch die technische Entwicklung weiter beschleunigt, was auch im Kultursektor befürchten lässt, dass lokale und regionale Märkte zugunsten eines homogenisierten Weltmarktes verschwinden. Ein solcher Weltmarkt droht von den wenigen großen Exportunternehmen für Kulturprodukte bzw. den wenigen multinationalen Web-Giganten beherrscht zu werden, welche bereits heute den Großteil des Austauschs von kulturellen Inhalten im digitalen Umfeld kontrollieren.

Abgesehen von den dadurch drohenden wirtschaftlichen Verlusten droht das Verschwinden der Kulturwirtschaft in vielen Staaten auch dazu zu führen, dass Arbeitsplätze von Kunst- und Kulturschaffenden unsicher werden und sie schließlich ihren Beruf aufgeben müssen. Eine solche kulturelle Verarmung bedroht Identitäten und Werte von Menschen und Gemeinschaften und hat unweigerlich Folgen für die nachhaltige Entwicklung der Gesellschaften.

Mehrere Initiativen auf verschiedenen Ebenen sollen diesem Trend entgegenwirken oder zumindest seine Auswirkungen begrenzen. Auf multilateraler Ebene wurden Rechtsinstrumente wie die 2005er Konvention der UNESCO verabschiedet. Sie verpflichtet die Staaten dazu, die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen innerhalb ihres Hoheitsgebiets und international zu schützen und zu fördern, insbesondere durch kulturelle Zusammenarbeit. Allerdings werden noch nicht alle Bestimmungen der Konvention adäquat umgesetzt. Vor allem braucht es offenbar zusätzliche Ressourcen, um die Länder des Globalen Südens bei der Stärkung der Kapazitäten der KKW und der Verbesserung der Vergütung von Kunst- und Kulturschaffenden sowie ihrer Schaffensbedingungen zu unterstützen, um ihre Teilnahme am globalen Kulturaustausch zu ermöglichen und gleichzeitig zur Entwicklung lokaler und regionaler Märkte beizutragen.

Hinzu kommen weitere Instrumente, die die internationale Zusammenarbeit im Allgemeinen verbessern und insbesondere alle Beteiligten, einschließlich der Wirtschaft, auf der Grundlage geteilter Prinzipien zu mobilisieren. Die Globale Partnerschaft für wirksame Entwicklungskooperation ist ein einschlägiges Beispiel. Andere Instrumente zielen speziell auf multinationale Unternehmen ab, deren Handeln die Entwicklung lokaler und regionaler Märkte und den internationalen Austausch zwischen dem Globalen Norden und dem Globalen Süden stark beeinflussen kann, und legen ihnen Sorgfaltspflichtregeln auf. Diese bestehenden Initiativen sind jedoch wohl noch zu allgemeiner Art, um den ökonomischen und kulturellen Doppelcharakter des Kultursektors voll-

ständig zu berücksichtigen, nämlich Güter und Dienstleistungen als Träger von Identität, Werten und Bedeutung sowie die besondere Rolle von Kulturschaffenden und kreativen Unternehmern in einer Gesellschaft.

Die vorliegende Studie schließt diese Lücke. Sie erforscht einen neuen Weg zur Verbesserung der kulturellen Zusammenarbeit, der die bekannten Instrumente und Initiativen ergänzt, speziell auf die Bedürfnisse von Kunst- und Kulturschaffenden im Globalen Süden eingehen und deren KKW stärkt. Sie ist innovativ, indem sie die Übertragung der Prinzipien des fairen Handels auf die Kreativ- und Kulturwirtschaft vollständig und systematisch untersucht.

Die Studie kommt zu dem Schluss, dass das Fair Culture-Konzept einen Mehrwert in Ergänzung zu den bestehenden Instrumenten und Mechanismen bringen würde. Sie argumentiert, dass die Gründung einer Fair Culture-Bewegung die Arbeit aller Akteure aus dem Globalen Norden und dem Globalen Süden strukturieren und inspirieren könnte. Zu diesem Zweck schlägt diese Studie sechs konkrete Aktionen vor, die kurz- und mittelfristig unternommen werden könnten, um eine solche Bewegung zu gründen. Sie könnte zur Erreichung der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung beitragen und gleichzeitig der Kultur- und Kreativindustrie des Globalen Südens helfen, die Auswirkungen der durch die Pandemie verursachten globalen Krise zu überwinden. Das Internationale Jahr der Kreativwirtschaft für nachhaltige Entwicklung bietet den perfekten Anlass, um diesen Weg weiter zu gehen.

Anhang I – Literaturverzeichnis

In der Studie zitierte Referenzen sind mit einem * gekennzeichnet.

*Abdelgawad, Walid, 2003, "Le commerce équitable et la société civile internationale: Une chance pour la mondialisation d'un droit de l'économie solidaire", *Revue internationale de droit économique*, 2:2, S. 197-232.

Anouma, René-Pierre, 1996, "La décennie mondiale du développement culturel (1988-1997)", *Revue internationale d'anthropologie et de sciences humaines*, 43:2, S. 161-180.

*Arts Moves Africa, 2018, *Guide de financements pour la mobilité internationale des artistes et des professionnels de la culture*. Afrique, Seconde édition, Janvier 2018, 174 S.

*Audebrand, Luc K. and Thierry C. Pauchant, 2008, "Commerce équitable: Sa contribution à l'éthique des affaires", *Gestion*, 1:33, S. 41-49.

*Balineau, Gaëlle, 2010, *Le commerce équitable: un outil de développement ?*, Sciences de l'Homme et Société, Université d'Auvergne-Clermont-Ferrand I, 349 S

*Balineau, Gaëlle and Ivan Dufeu, 2012, "Le système Fairtrade : Une garantie pour les consommateurs ?", *Mondes en développement*, 4:160, S. 11-26.

Ballet, Jérôme, Marie-Christine Renard and Aurélie Carimentrand, 2012, "Le commerce équitable Sud-Sud et l'émergence des labels locaux", *Mondes en développement*, 4:160, S. 75-84.

BASIC, 2018, *Café : la success story qui cache la crise - Etude sur la durabilité de la filière du café*, 165 S., online: https://www.commerceequitable.org/wp-content/uploads/basic_filiere-cafe_rapport-de-recherche_final_septembre-2018_basse-resolution.pdf.

*Baltà Portolés, Jordi, 2019, "Fair Trade for Culture". An Initiative of the German Commission for UNESCO, Conference Report, January 2019, 12 S., online: https://www.unesco.de/sites/default/files/2019-01/Conference%20Report_GCU%20Initiative_Fair%20trade%20for%20culture_Jordi%20Balta%20Portoles.pdf

*Barrientos, Stephanie, Michael E. Conroy and Elaine Jones, 2007, "Northern Social Movements and Fair Trade", In Reynolds, Laura T., Douglas Murray, John Wilkinson (Ed.), *Fair Trade: The Challenges of Transforming Globalization*, London: Routledge, S. 51-62.

*Bennett, Elizabeth A., 2020, "The Global Fair Trade Movement: For Whom, By Whom, How, and What Next", In Michael Bell, Julie Keller, Michael Bell, Michael Carolan (eds.), *The Cambridge Handbook of Environmental Sociology* (forthcoming), Cambridge University Press, 18 S.

*Bernier, Ivan, 2020, Protection and promotion of the diversity of cultural expressions. A look back at arguments already made in favour of the preservation of cultural diversity in a text published in 2000 by Ivan Bernier and Dave Atkinson, on the occasion of the 15th anniversary of the 2005 UNESCO Convention, UNESCO Chair on the diversity of cultural expressions, December 2020, 56 S.

*Bucolo, Elisabetta, 2000, "Le commerce équitable", Les notes de l'Institut Karl Polanyi, Ed. Impatiences démocratiques, 46 S.

*Burri, Mira and Keith Nurse, *Culture in the CARIFORUM - European Union Economic Partnership Agreement: Rebalancing Trade Flows Between Europe and the Caribbean?*, Policy & Research, Paris: UNESCO, 114 S., online: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368382>.

*Canada Media Fund, 2016, *Discoverability: Toward a Common Frame of Reference*, Part 1, online: <https://cmf-fmc.ca/now-next/research-reports/discoverability-toward-a-common-frame-of-reference/>.

Caramel, Laurence, 2019, "La lutte contre la pauvreté, un défi d'abord africain", *Le Monde Afrique*, 23 August, online: https://www.lemonde.fr/afrique/article/2019/08/23/la-lutte-contre-la-pauvrete-un-defi-d-abord-africain_5501961_3212.html.

www.lemonde.fr/afrique/article/2019/08/23/la-lutte-contre-la-pauvrete-un-defi-d-abord-africain_5501961_3212.html.

Carimentrand, Aurélie, 2019, "Introduction: Les Nouveaux habits du commerce équitable, entre fragmentation et affirmation", *Revue internationale des études du développement*, 4:240, S. 7-27.

*Carimentrand, Aurélie, Jérôme Ballet and Marie-Christine Renard, 2011, "Gouvernance, signes de qualité et équité dans les filières du commerce équitable", *Canadian Journal of Development Studies*, 32:3, S. 269-280.

*Charlier, Sophie, Isabelle Haynes, Amandine Bach and Alexis Mayet, 2006, *Le commerce équitable face aux nouveaux défis commerciaux : évolution des dynamiques d'acteurs*, Plan d'appui scientifique à une politique de développement durable, 141 S.

*Claar, Victor V. and Colleen E. Haight, 2015, "Is Fair Trade Worth Its Cost?", *Faith & Economics*, No. 65, S. 25-34.

*Commerce Équitable France, 2020, "Fair World Project, FairNESS and Forum Fairer Handel", *International Guide to Fair Trade Labels*, 123 S.

Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL), 2015, *Les données, muses et frontières de la création. Lire, écouter, regarder et jouer à l'heure de la personnalisation*, Cahier Innovation et Prospective (IP), vol. 3, online: https://inlic.cnil.fr/sites/default/files/typo/document/CNIL_CAHIERS_IP3.pdf.

*Committee on culture of United Cities and Local Governments, 2004, *Agenda 21 for Culture*, 14 S., online: <http://www.agenda21culture.net/documents/agenda-21-for-culture>.

Committee on culture of United Cities and Local Governments, 2016, *Culture 21 Actions*, 40 S., online: <http://www.agenda21culture.net/documents/culture-21-actions>.

*Committee on Economic, Social and Cultural Rights (CESCR), 2009, General comment No. 21, Right of everyone to take part in cultural life (Art. 15, para. 1 (a)), U.N. Doc. E/C12/GC/21.

*D'Almeida, Francisco and Marie-Lise Alleman, 2004, *Les industries culturelles des pays du sud : enjeux du projet de convention internationale sur la diversité culturelle*, Paris: OIF, 90 S.

*Damiba, Béatrice, 2017, "Comment le piratage audiovisuel en Afrique finit par coûter cher", *Le Monde Afrique*, 19 July, online: https://www.lemonde.fr/afrique/article/2017/07/19/comment-le-piratage-audiovisuel-en-afrique-finit-par-couter-cher_5162544_3212.html.

Dammert, Ana C. and Sarah Mohan, 2015, "A Survey of the Economics of Fair Trade", *Journal of Economic Surveys*, 29:5, S. 855-869.

*Deloumeaux, Lydia, 2015, "Striking a balance: Flows of cultural goods and services", *ReShaping Cultural Policies*, Global Report, Paris: UNESCO, S. 121-133.

*Deloumeaux, Lydia, 2017, "Persisting imbalances in the flow of cultural goods and services", *ReShaping Cultural Policies*, Global Report 2018, Paris: UNESCO, S. 125-141.

*Diaz Pedregal, Virginie, 2006, "Le commerce équitable : un des maillons du développement durable ?", *Développement durable et territoires*, Dossier 5, 13 S.

Doherty, Bob, Iain A. Davies and Sophi Tranchell, 2013, "Where Now for Fairtrade?", *Business History*, 55:2, S. 161-189.

Dragusanu, Raluca, Daniele Giovannuci and Nathan Nunn, 2014, "The Economics of Fair Trade", *Journal of Economic Perspectives*, 28:3, S. 217-236.

*Drainville, François, 2007, *Commerce équitable : Émergence d'une nouvelle dynamique de développement Nord-Sud?* Présentation à partir de l'expérience du café au Honduras, UQAM, 129 S.

*DutchCulture, *Report on fair international cultural cooperation #1 - Funding parties. Conventions and practical issues in funding international activities*, 2018, 5 S., online: <https://dutchculture.nl/sites/default/files/atoms/files/DutchCulture%20report%20-%20Fair%20International%20Cultural%20Cooperation%202018.pdf>

*DutchCulture, Report on fair international cultural cooperation #2 - Climate change. Conventions and practical issues in funding international activities, 2019, 7 S., online: https://dutchculture.nl/sites/default/files/atoms/files/dutchculture_report_-_fair_international_cultural_cooperation_2019.pdf

*Elliott, Kimberly, 2012, Is My Fair Trade Coffee Really Fair? Trends and Challenges in Fair Trade Certification, Center for Global Development, Policy Paper 017, December, 28 S.

*Équiterre, 2006, Guide d'action pour un commerce équitable, 42 S.

*EU, 2014, Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council of 22 October 2014 amending Directive 2013/34/EU as regards disclosure of non-financial and diversity information by certain large undertakings and groups, Official Journal of the European Union, L330/1, 15 November 2014.

*EU, 2020, Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC, COM(2020) 825 final, 15 December 2020.

European Commission, 2009, Contributing to Sustainable Development: The role of Fair Trade and nongovernmental trade-related sustainability assurance schemes, Communication from the Commission to the Council, the European Parliament And the European Economic and Social Committee, Doc. COM(2009) 215, 5 May 2009.

*EY, 2015, Cultural times. The first global map of cultural and creative industries, December, 119 S., online: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf.

*Fair Labor Association, 2012, "Principles of Fair Labor and Responsible Sourcing and Production", online: <https://www.fairlabor.org/our-work/principles>.

Fair Trade Advocacy Office, 2015, An innovative EU approach in support of Fair Trade practices in the new EU Trade & Investment Strategy, Position Paper, 18 July 2015, 10 S.

Fair Trade Advocacy Office, 2015, "New Sustainable Development Goals and Fair Trade: Our Preliminary Analysis," 25 September 2015, online: <http://ftao.neocodis.com/new-sustainable-development-goals-and-fair-trade-our-preliminary-analysis/>.

*Fair Trade Advocacy Office, 2018, The International Fair Trade Charter: How the Global Fair Trade Movement works to transform trade in order to achieve justice, equity and sustainability for people and planet, 29 p, online: <https://www.fair-trade.website/the-charter-1>.

*Fair Trade Advocacy Office, 2019, From local to EU level: Scaling Up Fair Trade in Europe, January, 34 S.

Fair Trade Federation, 2017, "How is fair trade helping the United Nations achieve its goals?": online: <https://www.fair-trade-federation.org/fair-trade-and-the-un/>.

Fairtrade International, 2015, Development Goals and Fairtrade: The Case for Partnership, 24 S.

Fairtrade International, 2018, Monitoring the Scope and Benefits of Fairtrade, 159 S.

Fairtrade International, 2020, Fairtrade: Sustainable Trade for Sustainable Development, 8 S.

*Fairtrade International, 2020, Fairtrade's Vision for Human Rights and Environmental Due Diligence. Strengthening Legal Frameworks for Business and Human Rights, September 2020, online: <https://files.fairtrade.net/Fairtrade-Human-Rights-Due-Diligence-Vision-September2020.pdf>.

*Faracik, Beata, 2017, Implementation of the UN Guiding Principles on Business and Human Rights, European Parliament, DG External Policies, External Study, 88 S.

Fashion Revolution, 2015, It's Time for a Fashion Revolution, White paper, December 2020, 29 S.

*Fashion Revolution, 2020, Fashion Transparency Index, 68 S., online: https://issuu.com/fashionrevolution/docs/fr_fashion-transparencyindex2020?fr=sNm15NzYxMDk0OA.

Fassa, Raimondo, 1998, Rapport sur le commerce équitable, Commission du développement et de la coopération, Doc. A4-0198/98, 26 May, 24 pS.

*Forson, Viviane, 2017, "Afrique : le secteur informel fait sa révolution", Le Point, 18 July, online: https://www.lepoint.fr/economie/afrique-le-secteur-informel-fait-sa-revolution-18-07-2017-2144068_28.php.

*Fridell, Gavin, 2004, "The Fair Trade Network in Historical Perspective", Canadian Journal of Development Studies, 25:3, S. 411-428.

Galian Carlos, Margherita Licata and Maya Stern-Plaza, 2021, Social Protection in the Cultural and Creative Sector: Country Practices and Innovations, International Labour Organization, ILO Working Paper 28, 75 S.

*Gendron, Corinne, 2004, Le commerce équitable : un nouveau mouvement social économique au coeur d'une autre mondialisation, Les Cahiers de la Chaire, Collection recherche, No 02-2004, 28 S.

*Goodman, Pascal, 2010, Dancing with the Devil: Fair Trade's expansion as a regulatory standard-setter, International Economic Regulation Essay, 18 January 2010, 24 S.

*Guèvremont, Véronique and Ivana Otasevic, 2018, Étude sur la coopération internationale avec les pays africains francophones en vue de mettre en œuvre la Convention sur la diversité des expressions culturelles dans l'environnement numérique, 81 S., online: https://www.unescodec.chaire.ulaval.ca/sites/unescodec.chaire.ulaval.ca/files/vf_rapport_afrique_final_fr_26_sep_2018_1_1_0.pdf.

Guèvremont, Véronique, 2019, "The Relationship Between Culture and Development in International Law", Japanese Yearbook of International Law, 62, S. 24-60.

*Guèvremont, Véronique and Ivan Bernier, 2020, Guide to the Negotiation of Cultural Clauses in Trade Agreements, UNESCO Chair on the Diversity of Cultural Expressions, 85 S., online: https://www.unescodec.chaire.ulaval.ca/sites/unescodec.chaire.ulaval.ca/files/guide_-_10_fevrier_2021_-_eng_-_final_0.pdf.

*Hampel, Annika, 2016, "'Fair Cooperation' in Cultural Diplomacy. Partnership-based cooperation between the 'Global North' and the 'Global South' in Cultural Policy and Cultural Management", 9th International Conference on Cultural Policy Research in Seoul/South Korea, 15 S., online: https://www.academia.edu/27442406/Fair_Cooperation_in_Cultural_Diplomacy_Partnership_based_cooperation_between_the_Global_North_and_the_Global_South_in_Cultural_Policy_and_Cultural_Management

Helms, Grant E, 2011, "Fair Trade Coffee Practices: Approaches for Future Sustainability of the Movement", Indiana International & Comparative Law Review, 21:1, S. 79-110.

*HRC, 2011a, Human rights and transnational corporations and other business enterprises, Resolution 17/4, 16 June 2011.

*HRC, 2011b, Report of the Special Representative of the Secretary-General on the issue of human rights and transnational corporations and other business enterprises, John Ruggie. Guiding Principles on Business and Human Rights: Implementing the United Nations "Protect, Respect and Remedy" Framework, A/HRC/17/31, 21 March 2011.

*HRC, 2017, Elaboration of an international legally binding instrument on transnational corporations and other business enterprises with respect to human rights, A/HRC/RES/26/9, 14 July 2017.

HRC, 2021a, COVID-19, culture and cultural rights, Report of the Special Rapporteur in the field of cultural rights, Karima Bennouna, A/HRC/46/34, 17 February 2021.

HRC, 2021b, Report on the sixth session of the open-ended intergovernmental working group on transnational corporations and other business enterprises with respect to human rights, A/HRC/46/73, 14 January 2021.

*Huybrechts, Benjamin, 2007, "Fondement et implications de la diversité organisationnelle au sein du commerce équitable", Annals of Public and Cooperative Economics, 78:2, S. 195-219.

- *ILO, n.d., Fact Sheet - The Creative Industries in Africa, online: https://www.ioe-emp.org/fileadmin/ioe_documents/publications/Working%20at%20Regional%20Level/Africa/EN/_2016-11-02_IL0_Fact_Sheet_-_Creative_Industries_Sector_in_Africa__final_.pdf.
- *Ivo Franco, Pedro Affonso and Kimani Njogu, 2020, Cultural and Creative Industries Supporting Activities in Sub-Saharan Africa: Mapping and Analysis, Institut für Auslandsbeziehungen, 84 S., online: <https://www.ifa.de/en/bloggung/article/mapping-cultural-and-creative-industries-in-sub-saharan-africa/>.
- *Isernia, Pierangelo and Alessandro Giovanni Lamonica, 2021, "The Assessment of the Impact of COVID-19 on the Cultural and Creative Sectors in the EU's Partner Countries, Policy Responses and their Implications for International Cultural Relations", Cultural Relations Platform, EUROPAID/140334/DH/SER/MULTI, 70 S., online: https://www.cultureinexternalrelations.eu/cier-data/uploads/2021/02/CRP_COVID_ICR_Study-final-Public.pdf.
- *Ivors Academy, 2020, "8 out of 10 music creators earn less than £200 a year from streaming", 7 December, online: <https://ivorsacademy.com/news/8-out-of-10-music-creators-earn-less-than-200-a-year-from-streaming-finds-survey-ahead-of-songwriters-and-artists-giving-evidence-to-a-select-committee-of-mps/>.
- *Jaffee, Daniel, 2010, "Fair Trade Standards, Corporate Participation, and Social Movement Responses in the United States", *Journal of Business Ethics*, 92, S. 267-285.
- *Johnson, Pierre W, 2001, Cahier de propositions pour le 21^{ème} siècle. Commerce équitable, Fondation Charles Léopold Mayer pour le Progrès de l'Homme, Alliance pour un monde responsable, pluriel et solidaire, Pôle socio-économique de Solidarité, 38 S.
- *Kulesz, Octavio, 2016, "L'édition numérique à l'ère du mobile: L'Afrique", Alliance Lab, online: <http://alliance-lab.org/ledition-numerique-a-lere-du-mobile-lafrique-13/?lang=fr>.
- Kulesz, Octavio, 2017a, Cultural policies in the age of platforms, ReShaping Cultural Policies, Global Report 2018, Paris: UNESCO, S. 69-83.
- Kulesz, Octavio, 2017b, Culture in the Digital Environment: Assessing Impact in Latin America and Spain, Policy & Research Collection, Paris: UNESCO, 63 S., online: <https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/dce-policyresearch-book2-en-web.pdf>.
- Lafitte, Priscille, 2016, "Exposition 'L'autre continent' : femmes, artistes et africaines", France 24, 22 September, online: <https://www.france24.com/fr/20160922-exposition-autre-continent-femmes-artistes-africaines-havre-williamson-muholi-Seni-Awa-Cama>.
- Le Mare, Ann, 2008, "The Impact of Fair Trade on Social and Economic Development: A Review of the Literature", *Geography Compass*, 2:6, S. 1922-1942.
- *Lemay, Jean-Frédéric, 2007, Commerce équitable : vers des chantiers de recherche ancrés dans la pratique, Les cahiers de la CRSD, Collection recherche, No 09-2007, 90 S.
- *Low, William and Eileen Davenport, 2005, "Postcards from the Edge: Maintaining the 'Alternative' Character of Fair Trade", *Sustainable Development*, 13, S. 143-153.
- *Macdonald, Kate, 2011, "The Fair Trade System", In David Held and Thomas Hale (eds), 2011, *Handbook of Transnational Governance Innovation*, Cambridge: Polity Press, S.252-258.
- Menie M'Essono, Philippe, 2016, "Bref état des lieux du droit d'auteur au Gabon", *Music Africa*, 7 July, online: <https://www.musicinafrica.net/fr/magazine/bref-%C3%A9tat-des-lieux-du-droit-d%E2%80%99auteur-au-gabon>.
- *Mohan, Sushil, 2010, Fair Trade Without the Froth: A Dispassionate Economic Analysis of 'Fair Trade', *The Institute of Economic Affairs*, 135 S.
- Moine, Céline and Jean Minguet, Jean, 2019, Le Rapport du Marché de l'Art Contemporain 2019, 21^{ème} Rapport, Artprice, 48 S., online: <https://imgpublic.artprice.com/pdf//le-marche-de-lart-en-2019.pdf>.
- *Moore, Geoff, 2004, "The Fair Trade Movement: Parameters, Issues and Future Research", *Journal of Business Ethics*, 53, S. 73-86.
- Moulinier, Pierre, 1990, Programme de l'UNESCO en matière de développement culturel : Présentation des travaux réalisés depuis 1960, Rapports et Études sur la dimension culturelle du développement et sur les politiques culturelles, Paris: UNESCO, CLT/DEC/CD/94/10, 101 S.
- *Music Business Worldwide, 2021, "The Music Industry Must Respond to the Greatest Challenge Humanity Faces. Introducing EarthPercent", online: <https://www.musicbusinessworldwide.com/the-music-industry-must-respond-to-the-greatest-challenge-humanity-faces-introducing-earthpercent/>.
- *Music Canada, 2016, The Value Gap: Its Origins, Impacts and a Made-in-Canada Approach, online: <https://musiccanada.com/resources/research/the-value-gap-report/>.
- *Neil, Garry, 2019, Culture & Working Conditions for Artists, Policy & Research, Paris: UNESCO, 104 S., online: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371790>
- Nelson, Valerie and Barry Pound, 2009, The Last Ten Years: A Comprehensive Review of the Literature on the Impact of Fairtrade Conducted, Natural Resources Institute, September, 47 S.
- *Ngnoussi Elongue, Christian, 2018, "La Culture est-elle au centre du développement en Afrique ?", *AgoraVox*, 6 May, online: <https://www.agoravox.fr/actualites/international/article/la-culture-est-elle-au-centre-du-203802>.
- *Nurse, Keith, 2016, Étude des Mécanismes de Financement Alternatif et Innovants pour les Industries Culturelles ACP, Rapport exécutif final, 15 S.
- *Nurse, Keith, 2019, What's "Fair Trade for Culture" and how can supply chains in the (digital) music industry become more fair and sustainable?, 5 S., online: https://www.unesco.de/sites/default/files/2020-04/WOMEX_Keith%20Nurse_PolicyPaper_191129.pdf
- *O'Connor, Justin, 2019, Resources of Hope: Creative Economy and Development in the Global South, Ad hoc Expert Meeting on Creative economy and sustainable development, UNCTAD, 28 October, 11 S., online: <https://unctad.org/meeting/ad-hoc-expert-meeting-creative-economy-and-sustainable-development>.
- *OECD, 2020, "Culture shock: COVID-19 and the cultural and creative sectors", Tackling coronavirus (COVID-19): contributing to a global effort, 7 September, 55 S., online: https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=135_135961-nenh9f2w7a&title=Culture-shock-COVID-19-and-the-cultural-and-creative-sectors&_ga=2.127576269.1941123259.1620792370-2051054671.1620792370.
- *OECD, 2018, OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct, OECD Publishing, 96 S., online: http://mneguidelines.oecd.org/OECD-Due-Diligence-Guidance-for-Responsible-Business-Conduct.pdf?_ga=2.41810082.1252522169.1621220584-2051054671.1620792370.
- *OECD, 2011, Guidelines for multinational enterprises, OECD Publishing, 89 S., online: <https://www.oecd.org/daf/inv/mne/48004323.pdf>.
- *OIF, 2013a, Profil culturel des pays francophones du sud (Afrique centrale), Paris: OIF, online: https://www.francophonie.org/sites/default/files/2020-01/profil_oif_cemac_v.legere.pdf.
- OIF, 2013b, Profil culturel des pays francophones du sud (Afrique de l'Ouest), Paris: OIF, online: https://www.francophonie.org/sites/default/files/2020-01/profil_oif_uemoa_vlegere.pdf.
- *OIF, 2013c, Profil culturel des pays du Sud membres de la Francophonie : Un aperçu de trois pays de la Caraïbe. La Dominique, Haïti, Saint-Lucie, Paris: OIF, online: https://www.francophonie.org/sites/default/files/2020-01/profil_oif_caraibes_vlegere.pdf.
- Pierrat, Emmanuel, 2005, "Comment est protégé le droit d'auteur en Afrique ?", *Jeune Afrique*, 18 July, online: <https://www.jeuneafrique.com/94652/archives-thematique/comment-est-prot-g-le-droit-d-auteur-en-afrique/>.
- Plate-Forme pour le Commerce Équitable, 2010, Les impacts du Commerce équitable au Sud, Les Carnets de la Plate-Forme pour le Commerce Équitable, No 3, 8 S.

*Raynolds Laura T., 2009, "Fair Trade", In Kitchin R, Thrift N (eds), International Encyclopedia of Human Geography, 4, S. 8-13.

Raynolds, Laura T., 2012, "Fair Trade Flowers: Global Certification, Environmental Sustainability, and Labor Standards", Rural Sociology, 77:4, S. 493-519.

Raynolds, Laura T. and Elizabeth Bennett (eds), 2015, Handbook of Research on Fair Trade, Northampton MA: Edward Elgar, S. 3-23.

*Redfern Andy and Paul Snedker, 2002, Creating Market Opportunities for Small Enterprises: Experiences of the Fair Trade Movement, International Labour Organization, 61 S.

*Rogard, Pascal, 2016, "Is Cultural Diversity Adapted to the Digital Era?", in Diversity of Cultural Expressions in the Digital Era, Rihieri Hanania, Lilian and Norodom, Anne-Thida (dir.), Buenos Aires: TeseoPresse, online: <https://www.teseopress.com/diversityofculturalexpressionsinthedigitalera/>.

Schéou and Southon, 2013, "Ambiguities and difficulties in partnership relations: the case of 'fair tourism' in Western Africa", Current Issues in Tourism, 16: 7-8, S. 753-772.

Sefrioui, Kenza, 2020, "Être éditeur au Maroc : La pensée au triple défi du marché, du droit et des libertés", RELIEF – Revue électronique de littérature française, 14:1, S. 32-48.

*Sidibé, Aïssata Laure G. « Droits d'auteur au Burkina : Le BBDA a collecté plus de 28 millions de FCFA auprès des partis politiques au profit des artistes », Lefaso.net, 23 December 2020, online: <https://lefaso.net/spip.php?article101585>.

Sirdey, Ninon, Julie Maisonhaute and Nadine Arnold, 2019, "Should Fair Trade Be Practiced beyond International Trade? The Rise of Domestic Fair Trade Initiatives", Revue internationale des études du développement, 4:240, S. 189-207.

South African Broadcasting Corporation, 2019, Annual Report, online: https://www.sabc.co.za/sabc/wp-content/uploads/2019/10/SABC_AR_2019_.pdf.

*Sutton, Shannon, 2013, "Fairtrade Governance and Producer Voices: Stronger or Silent?", Social Enterprise Journal, 9:1, S. 73-87.

*Sutton, Shannon, 2014, Voice, Choice, and Governance: The Case of Tanzania's Fairtrade Coffee Co-operatives, Queen Mary, University of London, March 2014, 275 S.

*Tadros, Catherine, 2002, "Commerce équitable et modèle coopératif: Equal Exchange, un OCE aux États-Unis", Marie-Claire Malo (dir.), Montréal, Cahiers du CRISES, coll. Études de cas d'entreprise d'économie sociale, no ES-0204, April, 79 S.

*The Music Network, 2020, "About 1% of artists generate 90% of all music streams", 15 September 2020, online: <https://themusicnetwork.com/few-artists-generate-most-streams/>.

*Tokunboh, Ishmael, 2020, "L'analyse de rentabilisation pour investir dans les femmes africaines", Women's World Banking, 15 December, online: <https://www.womensworldbanking.org/insights-and-impact/the-business-case-for-investing-in-african-women/>.

*Trade for Development Centre, 2017, Fair and Community-Based Tourism: Support of the Trade for Development Centre, 18 S.

*UNCTAD, 2010, "World needs fairer and more sustainable trade, not less trade", online: <https://unctad.org/news/world-needs-fairer-and-more-sustainable-trade-not-less-trade>.

UNESCO, 1982, Mexico City Declaration on Cultural Policies, 6 August 1982, in World Conference on Cultural Policies, Mexico City, 26 July - 6 August 1982, Final Report, Doc CLT/MD/1.

UNESCO, 1986, Proclamation of a World Decade for Cultural Development, Res n°41/187, Paris, 8 Decembre 1986, CC-89/WS-20.

UNESCO, 1994, Rapport du secrétariat sur la mise en œuvre du programme de la décennie depuis la quatrième session ordinaire du comité, Interventions des États membres sur les activités entreprises rôle des comités nationaux et des agences des Nations Unies, Paris: UNESCO, CLT-95/CONF.207.

UNESCO, 1995, Our Creative Diversity, World Commission on Culture and Development, Paris: UNESCO, 302 S.

UNESCO, 1997, Bilan des activités de l'UNESCO en Afrique (1996-1997), BRX.98/WS/1, AFR.98/WS/1, Paris: UNESCO.

UNESCO, 2001, Universal Declaration on Cultural Diversity, 2 November 2001, Doc. UNESCO 31C/Res. 25, in Records of the General Conference, 31st Session, Paris, 15 Octobre - 3 November 2001.

UNESCO, 2003, L'UNESCO en Afrique 2002-2003, AFR-2004/WS/1, Paris: UNESCO, online: <https://unesdoc.unesco.org/search/a6b52dec-e4d1-441d-a88e-4632a881b625>.

UNESCO, 2004, UNESCO et la question de la diversité culturelle : Bilan et stratégies, 1946-2007, Étude réalisée à partir d'un choix de documents officiels, Division des politiques culturelles et du dialogue interculturel, Paris: UNESCO, S. 36 ff.

UNESCO, 2005, Convention on the Protection and the Promotion of the Diversity of Cultural Expressions, 20 October 2005, (2007) 2440 R.T.N.U. 311 (n° 43977).

*UNESCO, 2012, Politiques pour la créativité. Guide pour le développement des industries culturelles et créatives, Paris: UNESCO, 22 S., online: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/Comment_utiliser_ce_guidePDF.pdf.

*UNESCO, 2015, Re-shaping Cultural Policies: a decade promoting the diversity of cultural expressions for development, 2005 Convention Global Report 2015, Paris: UNESCO, 235 S.

*UNESCO, 2017, Re-shaping Cultural Policies: Advancing creativity for development, 2005 Convention Global Report 2018, Paris: UNESCO, 251 S.

*UNESCO, 2019, Implementation of the 1980 Recommendation concerning the Status of the Artist – Consolidated Report of the Implementation of the Recommendation, 207 EX/23.VI, 7 August 2019, 5 S.

UNESCO, 2020a, Culture in crisis: policy guide for a resilient cultural sector, Paris: UNESCO, 51 S., online: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374631>.

UNESCO, 2020b, Preferential Treatment, Brochure, online: <https://en.unesco.org/creativity/publications/preferential-treatment>.

UNESCO, 2021, Gender & Creativity: Progress on the precipice, Special Edition, 2005 Convention Global Report Series, Paris: UNESCO, 60 S.

*UNESCO, 2021, "Narrative report of the International Fund for Cultural Diversity (2020)", Item 7 of the provisional agenda, Intergovernmental committee for the protection and promotion of the diversity of cultural expressions, DCE/21/14/IGC.7, 5 January 2021.

*UNESCO-UNDP, 2013, Creative Economy Report, Widening Local Development Pathways, Paris: UNESCO, 2013, online: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>.

UNGA, 2019, International Year of Creative Economy for Sustainable Development, 2021, A/C.2/74/L.16/Rev.1, 8 November 2019.

UNGA, 2020, International Year of Creative Economy for Sustainable Development 2021 A/RES/74/198, 14 January 2020.

*van Graan, Mike, 2018, Beyond Curiosity and Desire: Towards Fairer International Collaborations in the Arts, IETM - On the Move - DutchCulture, Brussels, 34 S., online, https://www.ietm.org/en/system/files/publications/ietm_beyondcuriosityanddesire_2018.pdf.

Veillard, Patrick, 2014, Gender and Fair Trade Handicrafts: The Impact of Fair Trade Handicrafts on Women Empowerment in India and Bangladesh, Oxfam, November, 69 S.

*Vieira de Jesus, Diego Santos, Kamlot Daniel and Veranise Jacobowski Correia Dubeux, 2020, "A Critique of the Creative Economy, Creative City and Creative Class From the Global South", International Journal of Business Administration, 11:4, S. 1-12.

*World Fair Trade Organization, 2013, 10 Principles of Fair Trade, 4 S.

Anhang II – Liste der Interviews

Bis zum 16. April 2021 wurden 33 Interviews mit Fachleuten aus dem Bereich der Kultur oder der Fair Trade-Bewegung durchgeführt. Insgesamt wurden 63 Personen für Interviews für dieses Fair Culture-Projekt kontaktiert.

Name	Organisation
Alonso Cano, Guiomar	UNESCO-Büro Dakar
Bennett, Elizabeth	Professorin für Internationale Beziehungen und Direktorin des Instituts für Politische Ökonomie, Lewis & Clark College, Portland, Oregon, USA
Carimentrand, Aurélie	Mitarbeiterin Agrarforschungszentrum CIRAD, Frankreich
Castro, Lorena Jaramillo	Referentin für Wirtschaftsfragen, UNCTAD Sekretariat
Christgau, Carolin	Goethe Institut, Burkina Faso
Corbalan, Sergi	Direktor des Fair Trade Advocacy Office FTAO
Corbussen, Tamara	Teammitglied "Guarantee System", World Fair Trade Organization WFTO
Diaz Lanz, Alejandra	Direktorin, Crear en Libertad, Paraguay
Enssle, Virginia	Junior Advocacy Officer, World Fair Trade Organization WFTO
Fischer, Silja	Generalsekretärin, Internationaler Musikrat
Ghillani, Paola	Beraterin und ehemalige Präsidentin der Fair Trade-Organisation Max Havelaar
Guzha, Daves	Theaterdirektor, Simbabwe
Hugues, Laurence	Leiterin der internationalen Verleger-Allianz "Alliance internationale des éditeurs indépendants"
Kamara, Yarri	Beraterin, Forscherin und Autorin, Mitglied der UNESCO Expert Facility, Burkina Faso
Karabuda, Alfons	Vorstandsdirektor, Internationaler Musikrat, Vorstandsdirektor European Composer & Songwriter Alliance und MUSIKVERIGE
King, Andrea S.	Mitglied der UNESCO Expert Facility, Barbados
Kulesz, Octavio	Berater, Digitalverleger und Unternehmer, Mitglied der UNESCO Expert Facility, Argentinien
Kyomuhendo, Goretti	Direktor, African Writers Trust, Uganda
Machuel, Benoît	Generalsekretär, Internationale Musikerföderation, Frankreich
Mbaye, Jenny	Beraterin, Dozentin an der City University of London, Mitglied der UNESCO Expert Facility, Großbritannien
Ndiaye, Khalilou	Direktor, Société Sénégalaise d'Importation de Films cinématographiques, Senegal
Nelson, Valerie	Professorin für Nachhaltige Entwicklung, University of Greenwich, Mitglied der UNESCO Expert Facility, Großbritannien
Nett, Mane	Vizepräsidentin für Amerika bei der IFCCD, Präsidentin der chilenischen Koalition für kulturelle Vielfalt, Künstlerin, Chile
Ochai, Ojoma	Direktorin Westafrika der Programmabteilung des British Council, Mitglied der UNESCO Expert Facility
Pratt, Andy	Professor für Kulturwirtschaft, City University of London, Großbritannien
Schéou, Bernard	Professor, Université de Perpignan Via Domitia, Frankreich
Sefrioui, Kenza	Verlegerin/Journalistin
Smith, Luanda	Gründerin und Leiterin der NGO Creatividad y Cultura Glocal, Mexiko
Somogyi, Daniel	Direktor, SoundStorm Music Education Agency / Wave Arts Education Agency, Womex
Vanwambeke, Estelle	Professorin, Académie Royale des Beaux-Arts, Belgien
Wangusa, Ayeta	Direktorin Culture and Development East Africa, Mitglied der UNESCO Expert Facility, Tansania
Waridel, Laure	Aktivistin, Special Advisor, Trudel, Johnson & L'Espérance, Associate Professor, Institut des sciences de l'Environnement, UQAM, Montreal, Kanada
Waweru, David	Autor, Unternehmer und Berater, University of Greenwich Kenia

Anhang III – Peer Reading Panel

Aulake, Kimmo	Ministerieller Berater im Ministerium für Bildung und Kultur von Finnland
Balta Portoles, Jordi	Berater für Kultur und nachhaltige Städte im Kulturausschuss der United Cities and Local Governments (UCLG), Mitglied der UNESCO-Expertengruppe für die Umsetzung des Übereinkommens über die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen von 2005
Bernier, Ivan	Professor em. für Rechtswissenschaften, Universität Laval
Delomeaux, Lydia	Assoziierte Programmspezialistin, Abteilung Kultur und Kommunikation, UNESCO-Institut für Statistik (UIS), Montreal
de Sancristóbal, Berta	Referatsleiterin, Bereich Kultur, UNESCO
Frei-Oldenburg, Angelika	Leitung des Globalvorhabens Kultur- und Kreativwirtschaft, Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, Bonn
Joffe, Avril	Wirtschaftssoziologin, Abteilung für Kulturpolitik und -management, Wits School of Arts, Universität von Witwatersrand, Johannesburg
Kessab, Ammar	Senior Governance-Experte, Afrikanische Entwicklungsbank (AfDB), Tunis
Stoklos Kingel, Piată	Consultant for cultural and educational initiatives and on human development processes and conflict mediation, PSK Agency
Sekhar, Anupama	Direktorin, Kulturabteilung, Asia-Europe Foundation (ASEF), Singapur
Schollmeyer, Anne	Beraterin des Globalvorhabens Kultur- und Kreativwirtschaft, Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, Bonn

Impressum

Herausgeberin

Deutsche UNESCO-Kommission e. V.
Martin-Luther-Allee 42
53175 Bonn
kultur@unesco.de
www.unesco.de

Vertretungsberechtigte:

Prof. Dr. Maria Böhmer (Präsidentin)
Prof. Dr. Christof Wulf (Vizepräsident)
Prof. Dr. Hartwig Carsten Lüdtke (Vizepräsident)
Dr. Roman Luckscheiter (Generalsekretär)
Dr. Lutz Möller (Besonderer Vertreter nach § 30 BGB)

Rechtsform: Eingetragener Verein

Vereinssitz: Bonn, Eintragung im Vereinsregister
des Amtsgerichts – Registergericht – Bonn,
Registernummer, VR 4827

Stand: Oktober 2021

Diese Publikation hat die Deutsche UNESCO-Kommission mit Mitteln des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) erstellt.

Autorinnen und Autoren

Der zentrale Teil dieser Publikation ist die Studie, die von Prof. Dr. Véronique Guèvremont und Maxime Mariage von der Université Laval, Québec, Kanada, mit Unterstützung von Faten Chehidi und Daquin Douglas Ngankam verfasst wurde.

UNESCO Chair on the Diversity of Cultural Expressions
Faculté de droit
Pavillon Charles-De Koninck
1030, avenue des Sciences-Humaines
Université Laval, Québec, Canada G1V 0A6
<https://www.unescodec.chaire.ulaval.ca>

Redaktion und Übersetzung

Dr. Lutz Möller (verantwortlich), Marion Aberle, Dr. Kristina Engels. Dieses Projekt wurde von Christine M. Merkel initiiert und zuvor von Paul Fabel, Rafael Romão Freitas und Friederike Kamm koordiniert.

Gestaltung

BlockDesign – Agentur für Kommunikation

Copyright

Die Texte dieser Publikation sind unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung – Nicht-kommerziell – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International (CC-BY-NC-SA 4.0) lizenziert. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de>.

ISBN

978-3-947675-10-4

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

In dieser Publikation wird an einigen Stellen nur scheinbar das „generische Maskulin“ verwendet. Dies betrifft Begriffe wie „Partner“ oder „Akteur“, bei denen sowohl von Institutionen wie von Personen die Rede ist.

Bildrechte

S. 1: L'exposition Art/Afrique, le nouvel atelier (Fondation Louis Vuitton, Paris) by Dalbera is licensed under CC BY 2.0

S. 10: This file is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International license.

S. 22: World Bank

S. 33: www.stevenpisano.photo/<https://www.flickr.com/photos/45776673@N04/28433341713> "Battery Dance Festival – Jennifer Muller/The Works" by Steven Pisano is licensed under CC BY 2.0

Gefördert vom



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

