

Entreprenörskap inom hantverksindustrin i Sydafrika

Rättvis handelskurs 2007
Röda Korsets Folkhögskola Stockholm

22.10.07

Lotta Sandqvist
Jarita Lundgren
Talitha Schärli
Catarina Nkembo

Innehållsförteckning

Introduktion och frågeställning	3
Bakgrund	5
Betydelse av hantverksindustrin i Sydafrika	6
i. Siffror och åtgärder för att utveckla hantverksindustrin	6
ii. Hantverket – en inträdesbiljet till det lovande landet?	6
Sydafrikanska institutioner som bjuder idéelt, finansiellt och rådgivande stöd.....	7
i. Proudly South African.....	7
ii. Cape Craft and Design Institute (CCDI).....	8
iii. Fairtrade Association of Craft South Africa Western Cape(FACSA WC).....	8
iv. The Waterfront Red Shed Craft Workshop and Blue Shed Craft Market.....	9
v. South African Institute for Entrepreneurship	9
Våra besök.....	10
Warnyenga Trading.....	10
Combrinck.....	10
Get Wired	11
Ilala Weavers	11
Little Reminder boxes	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Riverside.....	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Streetwire	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Diskussion	12
Slutsatser	15
Källor.....	16

Introduktion och frågeställning

Under drygt tre veckor¹ har vi, en grupp av fyra personer, studerat och analyserat hantverk i Sydafrika. På uppdrag av Ann-Catrin på 'The House of Fair Trade' besökte vi en rad producenter som – tillsammans med en laddning produkter som redan fanns på lager – blev överlämnade till henne av en svensk privatperson som handlar med olika produkter från hela Afrika och hade upprepade handelsrelationer med de ovannämnda producenterna och hantverkarna.

Vi besökte fem hantverksproducenter och berörda intresseorganisationer i Kapstaden, en hantverksproducent i Kwazul-Natal samt en FLO-certifierad citrusfarm i Fort Beaufort, Eastern Cape.

- Warnyenga Trading
- Combrinck
- Stephanie Little Reminder Boxes
- Get wired
- Streetwire
- Ilala Weevers
- Riverside

För att få en jämförelse med våra hantverksproducenter som **inte** är anslutna till rättvis handelsrörelsen drog vi nytta av tiden vi hade bokat med hela studiegruppen på the Streetwire, en certifierad IFAT medlem.

Berörda intresseorganisationer:

- Nathi Tshabalala på Fair Trade Association for Craft in South Africa (FACSA)
- Cape Craft and Design Institute (CCDI)
- Organisationsenheten på "the Red Shed" hjälper småskaliga producenter med företagskunskap och marknadsutvecklingen. Målet är att få en större kundkrets tack vare alltid större försäljningsställen, etc.
- South African Institute for Entrepreneurship in Cape Town

Ett **skäl** till att vi valde att studera hantverk i Sydafrika var vår föreställning om att det var lätt att nå ut till hantverksproducenter eftersom de ofta organiserar sig i kooperativ och småskaliga producentgrupper. Vi antog att deras organisationsform skulle tillåta oss att delta på ett något mer aktivt sätt i deras (arbets-) liv även under den korta tiden vi tillbringade tillsammans med dem.

En speciell anledning för Talitha att välja hantverk som studiefokus var att få ett fördjupat intryck om hantverksområden i Sydafrika, vilket kunde möjliggöra jämförelser med de upplevelser hon hade haft i samarbete med en filippinsk kvinnoorganisation mellan maj 2005 och maj 2007.

Vår **huvudfråga** innan resan till Sydafrika var:

Hur kan småföretag och hantverkare växa med hjälp av olika stöd?

¹ Det blev två intensiva veckor bara för Talitha på grund av jobbet hemma i Schweiz.

Frågan rör entreprenörskap och stödmekanismer som finns för individer och grupper som vill skapa arbetstillfällen och bygga upp en ekonomisk verksamhet. Vårt **huvudmål** var att bistå importorganisationerna med information av producenter i Sydafrika och att informera Världsbutikerna om producenterna.

Begränsningar och intressanta led för framtiden

Ett andra mål vi hade med resan var att samla in information om producenter för att skapa ett spel. Syftet med spelet är att öka förståelsen och kunskapen om rättvis handel/rättvisemärkt. Vilket skulle öka förståelsen för u-ländernas dilemma. Spelet betyder mycket för oss och är en viktig (blivande) produkt. Vårt mål var att presentera detta till hösten. Detta har dock ändrats under sommarens gång och Jarita, Catarina och Talitha kom under helgen i Vingåker i slutet av augusti överens om att spelidén skulle återupptas i ett årsprojekt med start i början av 2008.

Bakgrund

Hantverk som nationalekonomisk bransch har en viktig roll i Sydafrika. Att det finns en generell stolthet över uppfinningsrikedomen inom landets hantverksindustri känns och syns klart. Flera nationella och regionala initiativ strävar mot skapandet av förbättrade utställnings- och marknadsföringsmöjligheter för hantverksgrupper och individuella personer.

Genom att Sydafrika är ett populärt turistland medför detta att en substantiell andel av landets inkomster härrör från turismen. Även om Sydafrika stadigt har utvecklats efter Apartheids fall, är den utvecklingen idag mest signifikant i Kapstaden, Port Elizabeth, Durban och Pretoria/Johannesburg. Utanför dessa fyra ekonomiska centrer är utveckling fortfarande marginell och fattigdomen finns kvar trots många regeringsinsatser. Stora inkomstklyftor avser Sydafrika som utvecklingsland med en av den högsta nivån på inkomstskillnader i världen.²

Sydafrika är ett land som har de största inkomstklyftorna i världen. Idag sker en stor "braindrain". De som har kunskap flyr Sydafrika delvis pga. våld. En annan anledning är att de som besitter kunskap känner att de inte lika lätt kan få finansiellt stöd sedan BBBEE infördes.

Under hela studiegruppens resa genom Sydafrika är det inte bara vi i hantverksgruppen som upptäckt hur viktigt hantverket är för en stor del av befolkningen. Sysselsättningen med hantverk och försäljningen av produkter finns på olika platser och ofta i samband med turism eller produktion av livsmedel avsedd för export. Så har kvinnogrupper inom frukt- och vinfarmer börjat med småproduktion av hantverksprodukter som sidoverksamhet. Huvudverksamheten är arbete inom odlingen eller/och produktionen. Vissa kooperativ är helt eller delvis FLO-certifierade. Ett annat nytt koncept där man skapat en plattform med turism/hantverk är Fair Trade in Tourism. Här har man hantverksförsäljning som en bisyssla.

Vi ska i en första del beskriva de stora politiska riktlinjerna och program som anordnas ifrån statliga myndigheter. Sedan ska vi ta upp, några sydafrikanska institutioner som erbjuder stöd, både ideellt och finansiellt. Detta ska sedan ge oss bakgrunden till diskussionen av vår huvudfrågeställning i nästa kapitel.

² http://en.wikipedia.org/wiki/South_Africa

Betydelse av hantverksindustrin i Sydafrika

i. Siffror och åtgärder för att utveckla hantverksindustrin

På Sydafrikas regeringshemsida läser man att det uppskattas att hantverksindustrin anställer mer än 1.2 miljoner personer och skapar inkomster på R 3.5 miljarder per år. Hantverksprodukter som produceras exporteras över hela världen. Mandatet för aktiviteter och program som tas upp av regeringen i utvecklingen av hantverkssektorn härleder sig framförallt från the *White Paper on Arts, Culture and Heritage and the Cultural Industries Growth Strategy*³. Utvecklingen av Sydafrikas hantverksindustri är en pågående prioritet för regeringen genom Department of Arts and Culture. Många stakeholders är involverade i olika initiativ för att utveckla sektorn. Utvecklingspolitiken fokuserar på att ta itu med att koordinera sektorn, skydda den inhemska know-how'n och erkänna de levande skatterna. Man vill även förbättra möjligheterna till produktutveckling och träning, utveckla och förbättra skickligheterna. Andra punkter man försöker förbättra är att göra tillgång till marknaden och informationen bättre och att basmaterial och finansiellt stöd skall finnas tillgängligt.⁴

Betydande program inkluderar the *National Craft Imbizo*, en utställning och marknadsföringsplattform för sydafrikanskt hantverk. Designkonceptet *Beautiful Things Exhibition* föddes år 2002, i samband med Johannesburg World Summit on Sustainable Development. En nationell strategi är att sprida utställningen till alla 9 provinser för att ge pågående showcasing och öka möjligheterna till återförsäljning. *National Crafts Development Initiative*, leds av the National Arts Council (NAC)⁵ och som stöds av flera nationella institutioner. NAC åstadkommer en plattform för utvecklingen av den lokala marknaden genom att organisera hantverksmässor på olika nivåer.⁶

ii. Hantverket – en inträdesbiljett till det lovande landet?

Hantverk har stor betydelse för Sydafrika. Behöver man extra hjälp är det lätt att engagera hela familjen eller vänner. Det ger en möjlighet att överleva. Oftast har man brist på utbildning och då är detta ett sätt att få en inkomst. Är man flera tillsammans har man större chans att utvecklas och köpa realkapital. Det krävs inte heller mycket startkapital. Detta för att materialet har ett lågt inköpspris ex. telefontrådar eller så kan det vara gratis (tex gräs som används för att väva korgar). Ibland används till och med återvinningsbart material såsom papper, aluminiumburkar eller plast. Bor man i ett samhälle där inkomstklyftan mellan rika och fattiga är stor är hantverket en möjlighet att träda in i det lovade landet. Eftersom Sydafrika är ett turistland så är dessa en bra köpgrupp. För vem vill inte köpa billigt hantverk? Men de lokala småproducenterna får stå emot mycket yttre påfrestningar. Det är många andra afrikanska emigranter som tar med sig och tar in olagligt hantverk. De som tillverkat dessa har ingen kompetens om vad marknaden vill ha och sätter därför låga priser. De lokala hantverkarna har god kännedom design och vad som går att sälja därför sätter de också något högre priser och det är svårt att konkurrera med de olagligt importerade produkterna.

³ För mer information hittar ni dokumentet på Departement of Arts and Cultures´ hemsida:
http://www.dac.gov.za/white_paper.htm, 13.10.2007

⁴ South African Government Information: <http://www.info.gov.za/aboutsa/artscult.htm#crafts>, 13.10.2007

⁵ National Arts Council South Africa: <http://www.nac.org.za/>

⁶ South African Government Information: <http://www.info.gov.za/aboutsa/artscult.htm#crafts>, 13.10.2007

Sydafrikanska institutioner som bjuder ideellt, finansiellt och rådgivande stöd

Vi försöker i detta kapitel presentera olika institutioner som spelar en roll inom hantverksindustrin i Sydafrika. Genom att framställa deras kriterier och riktlinjer vill vi ge en bild av för- och nackdelar av de olika institutionerna. Här nedan hittar ni information om ett märkningsinitiativ, Proudly South African, som vill främja sydafrikanska företag, produkter och tjänster som hjälper till att skapa arbetstillfällen och ekonomiskt tillväxt i landet. Cape Craft Design Institute (CCDI) som vill främja tillväxten av hantverk som ekonomisk sektor i Western Cape province i Sydafrika. Fair Trade Association for Craft South Africa Western Cape (FACSA) som vill främja rättvis handel i Sydafrika, vara till förmån av sydafrikanska hantverksproducenter och stödja B-BBEE (Broad Based Economic Empowerment) ansträngningar. The Waterfront Red Shed och Blue Shed som vill främja hantverksproducenter och South African Institute for Entrepreneurship som vill utveckla en entreprenurmässig kultur och ett positivt tänkande bland ungdomar och vuxna samt att genom att stödja skapandet av entreprenörer och effektiva företag motarbeta fattigdomen.

i. Proudly South African

På hemsidan presenteras **Proudly South African** som beskriven nedan:

“Proudly South African is an exciting campaign to promote South African companies, products and services which are helping to create jobs and economic growth in our country.”

Kampanjen, ett initiativ av *National Economic Development and Labour Council (Nedlac)* beskrivs som en väg för varenda sydafrikan att med stöd från fackförbund, organiserad affärsverksamhet, regeringen och samhällsorganisationer göra någonting konkret åt skapande av jobb och uppbyggnad av deras unga nation. I kampanjens hjärta finns logon Proudly South African som kan användas av företag som möter nedan beskrivna standarderna för att identifiera de själva, deras produkter och tjänster. Kriterier är följande:

1. Företagets produkter och tjänster måste utgöra minst 50 % av produktionskostnaderna, samt arbetskraften måst vara i Sydafrika. Produkten måste "substantiellt förändrad" (med andra ord: en produkt som är importerad och återpackad uppfyller inte kraven.)
2. Företaget och produkterna/tjänsterna måste leva upp till höga kvalitetsstandarder.
3. Företaget måste leva upp till rättvisa arbets- och anställningsvillkor.
4. Företaget måste leva upp till hållbar utveckling och att arbetsmiljön

Genom att leva upp till dessa standarder, kan konsumenterna vara säkra på att företagen och deras produkter som bär symbolen Proudly South African är av hög kvalitet, har ett socialt ansvar och stödjer den lokala ekonomin.

Logotypen syns på en stor varietet av produkter genom hela landet. Detta lade vi märke till under vår vistelse i Sydafrika. Logotypens syfte är inte bara att få folk att göra ett viktigt personlig bidrag utan att skapa jobb i Sydafrika. Man vill att producenterna skall förbättra kvaliteten på sina produkter och skapa en känsla av stolthet över den nya nationen. Medlemskap är också öppet för en lång rad organisationer som vill stödja sydafrikanska företag och affärsverksamheter såsom NGOs, sportsorganisationer, utbildning och hälsoinstitutioner. Regeringsdepartement på lokala, provinsiella och nationella nivåer kan också vara med. Så även media och personliga individer, alla kan vara med som medlemmar i kampanjen.

"Now every South African can be a nation-builder. As South Africans, we often forget how innovative, entrepreneurial and competitive we can be. We need to find a new sense of pride in who we are and what we can achieve. With the Proudly South African campaign, companies can identify themselves as such for everyone to see."

”Business Membership” från Proudly South African kostar 0.1% av försäljningen, det vill säga, ett minimum av R500 per år och ett maximum av R500 000 per år. För ett ”start-up business” under de första 12 månader ligger det på 0.05% av försäljningen per år och NGOs eller organisationer som har med hälsa, utbildning eller sport att göra betalar R500 per år. Vi träffade några hantverksföretag eller -grupper som använde loggan ”The Proudly South African” på sina produkter. Mer om dessa hittar ni lite senare i kapitlet ”Våra besök”.

ii. Cape Craft and Design Institute (CCDI)

The *Cape Craft and Design Institute (CCDI)* grundades år 2001 för främjande och tillväxt av hantverk som ekonomisk sektor i Western Cape province i Sydafrika. CCDI är en Section 21 not-for-profit företag⁷ av ett gemensamt initiativ av provinsregeringen i Western Cape och Cape Peninsula University of Technology.

På deras hemsida⁸ kan hantverkare engagera sig genom att:

- Delta i hantverksmöten varje månad
- Få all information som behövs från CCDI's newsletter som utges månadsvis.
- Genom expertrådgivning få en bedömning av sin egen verksamhet.
- Delta i tränings- eller mentorskurs
- Använda produktutvecklingskliniken, center för innovation och AMTS FabLab⁹
- Delta i marknadsföringskurser.

iii. Fairtrade Association of Craft South Africa Western Cape (FACSA WC)

Fair Trade Association of Craft South Africa Western Cape vill främja rättvis handel i Sydafrika, vara ett stöd till sydafrikanska hantverksproducenter och stödja B-BBEE (Broad Based Black Economic Empowerment). Cathy Wijnberg, Market Development manager på the Cape Craft & Design Institute (CCDI) inspirerades på ett internationellt symposium för rättvis handel i Cancun, Mexico i september 2003 för att främja expansionen av rättvis handelsförmån i Sydafrika. FACSA (WC) grundades 2004 av hantverksproducenter, agenter och CCDI. **Nathi Tshabalala**, diplomerad i Business Communication och fd. keramik marketing consultant är passionerad av rättvis handel i hantverk och turism. Han är styrelseledamot i FACSA. En inspirerande person som är dedikerad till turism- och hantverkssektorn. Han tror starkt på att de två kompletterar varandra. När turism växer i Kapstaden växer också hantverkssektorn, eftersom turister alltid köper souvenirer, ofta är det hantverksprodukter. Om de produkterna har ett mervärde, som när det gäller rättvis handels produkter blir inköpen större. Registreringen hos FACSA beräknas på grund av ”gross annual sales”: Med en försäljning mellan 0 och R250.000 kostar medlemskap R50, för R250.001-R500.000 ligger den på R100 och så vidare.

⁷ The South African Companies Act provides for an “association not for gain in terms of Section 21.” [Companies Act §21] Such an organization, commonly called a “Section 21 Company,” must have at least seven members, each of whom makes a guaranteed commitment in the event of the institution's financial failure (although such commitment may be purely nominal). The primary purpose of a Section 21 Company must be to promote religion, the arts, science, education, charity, recreation, any other cultural or social activity, or communal or group interests. http://www.usig.org/countryinfo/southafrica.asp#Relevant_

⁸ <http://www.capecraftanddesign.org.za/>

⁹ AMTS = Advanced manufacturing technology strategy. FabLab = group of off-the-shelf, industrial-grade fabrication and electronic tools, wrapped in open source software and programs.

iv. The Waterfront Red Shed Craft Workshop and Blue Shed Craft Market

På the V & A Waterfront som ligger mellan Robben Island och Table Mountain i hjärtat av Kapstadens hamn, kan turister uppleva "shop till you drop", låta underhålla sig, bo på hotel och i luxuösa lägenheter. Mellan byggnader där världskända märken säljs finns det *The Red Shed Craft Workshop* som är ett "showcase" för kreativitet och talang där turister kan se "art in action". På the Red Shed finns det unika present idéer, exklusiv klädsel, stilfulla läderprodukter, färgglada kreaturer för barn, nutida möbler och mycket eftersökt konstverk. Alla produkter är tillverkade med lokalt material av sydafrikanska talanger och har rätten till att bära logotypen till "Proudly South African". Inom byggnaden finns det ett kontor med några anställda. De hjälper utställarna i the Red Shed med administrativa frågor, exportfrågor, betalning med kort osv. Intresserade hantverkare får möjlighet att börja med att ställa ut sina tillverkade produkter i en liten utställningsvagn till en låg hyra. Fördelen med de vagnarna är att de kan ställas upp var som helst inom the Red Shed och att hantverkare kan pröva intresset för deras produkter till en liten finansiell insats. Sedan får de möjlighet att byta till ett litet stånd på några m² om det visar sig att produkten säljer bra. Eftersom de har större inkomster klarar de att betala för den högre hyran och samtidigt får chansen att visa upp flera produkter. Storleken på montern kan man sedan utöka successivt men samtidigt ökar också hyran. Enligt de två personer vi pratade med på the Red Shed i juni 2007, finns det möjligheter att ta till hjälp inom produktutveckling och inredning av utställningsytan. Tyvärr finns det inte mycket information om detta på the Waterfront hemsida¹⁰. Det verkar inte som om hemsidan ägnas åt utbyte med och information av intresserade hantverkare, i alla fall inte på Internetsektionen. Det finns också ett intranät där man får logga in sig.

Som vi hörde från de två intervjuade personerna på the Red Shed är den naturliga fortsättningen efter ha haft det största möjliga ståndet på the Red Shed övergå till ett stånd på the Blue Shed Craft Market. The Waterfront Craft Market är flaggskeppet av småbusinessutveckling på the V & A Waterfront och en av de största inomhus konst- och hantverksmarknader i Sydafrika.

v. South African Institute for Entrepreneurship

The South African Institute for Entrepreneurship's mission och *vision* är att utveckla en entreprenörmässig kultur och ett positivt tänkande bland ungdomar och vuxna samt att stödja skapandet av entreprenörer och effektiva företag och på detta sätt motarbeta fattigdomen. South African Institute for Entrepreneurship utvecklar innovativt material som använder originella, kreativa metoder och tränar lärare och samhällsbaserade organisationer. Detta för att de kan ge vidare deras affärsfärdigheter, upptäcka entreprenörskapskvaliteter och möjliggöra en hållbar ekonomisk utveckling samt skapandet av välfärd. SAIE är en icke-profit, Section 21 icke-regeringsorganisation (NGO) med Section 18a status som grundades i 1996 ut av Triple Trust Organisation (TTO). *Man insåg att det fanns ett kritiskt behov för lätt tillgängliga träningsmaterial för finansiell alfabetisering för både småföretagssektorn och skolor.* De arbetar i alla provinser in Sydafrika i samarbete med flera sydafrikanska NGOs och med utbildningsdepartementet men också över hela världen. Deras arbetsmaterial har använts i mer än 75 länder och översatts till 18 språk.

¹⁰ <http://www.waterfront.co.za/index.php>

Våra besök

Vi tog kontakt med producenterna vi tänkte besöka på uppdrag av Ann-Cathrin på the House of Fair Trade via telefon och rekommendationer på plats. Därutöver hade vi information från deltagarna i 2006 års rättvis handelskurs.

På önskemål av Ann-Cathrin på The House of Fairtrade besökte vi alltså följande producenter:

- Little Reminder box
- Combrinck
- Warnyenga Trading

Dessa producenter har överlämnats till Ann-Cathrin från David Söderlund för att ta reda på företagets verksamhet och utreda om det är rättvis handel. Dessutom besökte vi Riverside, enligt rekommendationer av Bertil Höglund. På eget initiativ besöktes även Get Wired och Ilala Weavers.

Warnyenga Trading

Den 21.6.07 begav vi oss på en uppsökningstur av företaget Warnyenga Trading som sedan visade sig bestå av två marknadsstånd. Bakom Warnyenga Trading står Isabelle Ngandu som ursprungligen kommer från Kongo-Kinshasa och nu är bosatt i Kapstaden sedan hon flyttade till Sydafrika för 17 år sedan. Idag tillverkar och säljer företaget smycken (halsband, örhängen, armband), kuddfodral, väskor, tallriksunderlägg, m.m. med olika motiv. De köper tyg, batikbonader med traditionella tryck och musikinstrument (djembetrummor) i Kongo för återförsäljning. Populära motiv är "the big five", motiv från afrikansk kultur, folk och tradition i byar, etc. Företaget har ytterliggare en sidoverksamhet, det är produkter som Isabelle tillverkar av djurhud. Isabelles make resar ofta till grannländerna för att köpa in tyg och material som Isabelle sedan omarbetar till produkter. Han befann sig på en affärsresa till Zimbabwe under tiden som vi var i Kapstaden. Isabelle säljer sina produkter tillsammans med sin bror på två marknader: The Green Market Square i centrum av Kapstaden och på the Hout Bay, en turistort på vägen till Cape Point.

Combrinck

Combrinck är ett företag som tillverkar lampor i metall med olika motiv framför allt "The Big Five" (motiv med leopard, lejon, elefant, buffel och zebra). Andra populära motiv är solen och mönster från zulukulturen. Företaget ägs av Johan Combrinck som anställer fyra män varav tre arbetar i verkstaden som ligger i en businesspark i närheten till Stellenbosch och en person i affären på the Waterfront. Företaget har ytterliggare två sidoverksamheter:

- Lampfötter i olika sorters trä som tillverkas av nedre delen av stammen med rötter. Detta råmaterial hämtar han själv i skogen. Stammarna som han tar är redan döda och torra.
- Tillverkning av köksskåp och lådor som är den nyaste verksamheten. Han har ett dataprogram som han använder för köksplanering och tillverkar helt själv lådor, luckor och innerskåpet.

Get Wired

Företaget tillverkar med hjälp av ett 10 tal anställda olika smycken, inredningsdetaljer och accessoarer i tyg, pärlor och ståltråd. Företaget ägs och startades av Gelda 1996. Alla hennes anställda utför sina arbetsuppgifter i hemmet. Luvui, en av Geldas huvudansvariga utbildar nybörjare på xhosa. Cornelia hjälper till med det administrativa och redovisning.

Get Wired har inhemsk försäljning på bl.a. the Red Shed och exporterar till Irland, USA, Tyskland, Sverige och Belgien, ibland även till Nya Zeeland.

Ilala Weavers

Ligger i Hluhluwe i Kwazul-Natal provinsen.

Det startades för 30 år sedan för att stötta och bibehålla den gamla traditionen inom Zuluhantverket som då var starkt hotat att försvinna. Idag stödjer projektet mer än 2000 hantverkare som väver korgar och gör smycken.

Ilala Weavers har det största utbudet av Zulukorgar under ett och samma tak. Alla hantverkare, kvinnor och män, arbetar hemifrån. Deras alster säljs sedan i affären. Det finns även ett museum som visar zulukulturen historiskt sett och man kan även köpa nytillverkad typisk zulukonst. För att få en bättre insikt över hantverket från zulufolket kan man besöka deras "Workshop-by" **THEMBALETHU CRAFT VILLAGE** som ligger direkt i anslutning till museet.

Diskussion

För att påminna er om huvudfrågeställningen tar vi upp den igen här: *Hur kan småföretag och hantverkare växa med hjälp av olika stöd? En relaterade fråga är: På vilket sätt försöker man förbättra kompetensen inom företaget för de anställda? Är det realistiskt i dagens läge att överlämna ett ägande till de anställda?*

Ann-Catrins lista - Producenter som i flesta fall aldrig hade hört talas om rättvis handel

Förbereda som vi var innan resan om den oklara statusen hos de överlämnande producenterna inriktade vi våra frågeställningar så gott som vi kunde till deras situation. Dessa anpassades sedan igen nere i Kapstaden på grund av ökad insikt och vi la vår huvudsakliga fokus på frågor om de handelsrelationer de hade upplevt och deras föreställningar om möjliga förändringar och fördelar med rättvis handel. Detta betydde samtidigt att alla frågor angående förändringsprocessen med IFAT medlemskap och frågan om ”före-efter” var irrelevanta.

Ett bestående intryck hos oss var den förvåning vi blev bemötta med av flera personer när det gällde vår kännedom om support av företagsverksamhet i Sydafrika. Det verkade som ett pussel för oss då vi fick se att framför våra öppna ögon fanns det uppenbara stödmöjligheter. I tidningen läste vi att det fanns möjlighet att få finansiellt stöd från regeringen i olika former. Vi antar att det som saknas är en ”intermediary”, en mellanhand som skulle kunna agera mellan statliga enheter, (beredda att dela ut offentliga pengar till projektinitiativ) med de personerna som vill söka detta stöd. Vid våra besök försökte vi så gott det gick att informera om de institutionerna som erbjuder rådgivning och stöd. Informationen anpassades utefter företagets behov. Många gånger blev de helt förvånade. Ett ex. är detta ganska rörande citat av en ungefär 55 år gammal företagsledare:

”You have been here only a few days and you already now of all those organisations and possibilities we never had crossed our way with in the last 10 years.”

Genom den uppfinningsrikedom vi mötte i människorna vi träffade blev huvudfrågan slutligen ”Entreprenörskapande i Sydafrika”, vilket också kommer att utgöra vårt huvudämne i föreläsningen på Rättvishandelsforumet i Norrköping i oktober 2007.

Vi upplevde i våra möten med småskaliga producenter att de alla verkade ha någonting gemensamt, nämligen ”drivkraften”, en tydlig entreprenöranda. Även om de arbetade för att närma sig målet på olika sätt.

Spektrumet gick från ett en-mans företag till ett mellanstort företag med över 100 medarbetare (e.g. Streetwire). Bishop, som har en affär på the Blue Shed på Waterfront i Kapstaden, grundade sitt företag för att kunna tillverka sin egen design i ”Beads and Wire” utan att vara beroende av ett av de större företagen inom beads and wire. Detta var ett klart val för honom just för att kunna skapa fritt. Att vara hantverkare och anställd betyder att man som designer inte får rättigheterna att äga sin egen design. Medan Bishop valde att ingå ett arbetsförhållande med en mentor, (Streetwire) anställda som var ansvariga för strategiutvecklingen just i rättvis handelsriktning. I mellan dessa två poler finns det familjföretag där en person huvudsakligen driver affärsverksamheten och familjemedlemmarna hjälper till så gott de kan eller småföretag med 3-4 anställda/medarbetare.

Då vårt besöksunderlag är allt för litet kan vi inte dra några slutsatser. Men vi kan ändå säga att den småskaliga **hantverkaren i Kapstaden** ofta består av en eller två personer. När det är ett registrerat företag börjar man i

”the Red Shed Craft Workshop” på Waterfront och får här tips och råd hur man ställer ut sina alster, hur man betar sig mot kunder, hur man skriver kvitton osv. Går det bättre ekonomiskt och man visar intresse för att lära sig mer hamnar man sedan på the ”Blue Shed Craft Market”. Där säljs produkter till betydligt högre priser och man når en helt annan kundkrets. De personer som startar eget för att överleva dag från dag brukar i regel sälja sina alster via olika marknader, på gatan eller på olika turistplatser.

Tillverkning av produkter är mycket bred. Produktionen består av allt från smycken och accessoarer, artiklar till hus och hem till kontorsmaterial. Detta tillverkas med hjälp av inköpt material som inte kräver stor kapitalinsats, som till ex. ståltråd, gräs, pärlor och tyg. Materialet kan också vara återvinningsmaterial såsom aluminiumburkar, tepåsar, papper eller flaskor. Ex. är djur, helikoptern gjord av en Fantaburk, lampor av PET-flaskor och skålar av tidningspapper.

Där finns också många kvinnokooperativ. Det finns många fördelar att arbeta ihop. Man kan dela på gemensamma kostnader. Erfarenheter byts och idéer skapas. Behöver man dyrare realkapital kan man tillsammans skaffa det som behövs utan att låna pengar. Är det många i kooperativet kan man köpa ihop. Det är lättare att nå en större marknad.

Några viktiga faktorer för entreprenörskap

Faktorer som man kunde hävda vara viktiga för en framgångsrik affärsverksamhet inom hantverkssektorn i Sydafrika är för tillfället att ha en **tydlig affärsinriktad karaktär** och förmågan till att skapa sig ett **nätverk**. **Ledningen** måste vara **kommunikativ** och **informera på ett konkret sätt**. Många gånger saknas **kunskaper i marknadsföring**. Det krävs att man **sätter sin prägel på hantverket, utvecklar sin kreativitet**, att man hela tiden **förbättrar kvaliteten** på produkterna och **följer utbud och efterfrågan**.

Med hänvisning till dessa faktorer försöker vi nu analysera våra besök med syftet att kunna ge tips och förmedla information (i andra ord: food for thought) till de producenter vi besökte. Vi försöker också se på vilket sätt de institutioner som vi framställde i förra kapitlet kunde användas som resurs av hantverkare.

Analys

De små hantverksproducenterna har det mycket tufft. Oftast saknar de **utbildning** och **kapital** för att satsa. Det lever oftast ur hand i mun vilket gör det svårt att **vidareutveckla sitt företag**. Har man inget kapital kan man inte våga ta risker och det blir inga **investeringar**. De medelstora företagen har oftast mer pengar att röra sig med och mer kompetens vilket gör det möjligt att investera i realkapital. Här tänker vi för tillfället på Street Wire, ett företag i Bead and wire branschen.

I ett familjeföretag där ledningen består av vita sydafrikaner, verkade det inte finnas speciellt stor brist på kompetens. Här brottades man med helt andra problem. Företaget vi besökte hade som mål att få **deras anställda mer engagerade i verksamheten**. Företagsledningen upplevde dock detta som **mycket svårt**. En anledning är det tydliga skillnaderna inom jämlikhet mellan kvinnor och män, såväl i arbetet som privat. I Joint Body på the Riverside Farm i Fort Beaufort sitter en kvinna tillsammans med många män och ett mindre antal kvinnor. Denna kvinna är ansvarig för kommunikation. Det tillsattes en kvinnlig medlem som skulle ha tagit över en stor del av ansvaret inom the Joint Body. Men efter en del ”mobbing attacker” från andra män och kvinnor på det dagliga arbetet sa hon upp sig från sitt uppdrag i Joint Body. Kvinnor och män har inte samma status och därför uppstod avundsjuka hos båda könen.

Detta är ett exempel inom livsmedelsproduktionen och med FLO i bakgrunden. Det gäller att ledamöterna i the Joint Body också är kreativa, engagerade och företagsamma. Det krävs mycket entreprenörskickligheter. Tillsammans ska man bestämma vad bonuspengarna skall användas till, komma med förslag till projekt, sätta upp budget, projektledning och genomföra projektet. Detta är en bra chans för arbetarna att lära sig någonting om projektarbete, demokratiskt tänkande och öka medvetenheten för jämlikhet mellan kvinnor och män.

Ett annat exempel, familjeföretag som till huvuddelen sysslar med tillverkning av lampor av metall. Nuvarande chefen Johan Combrinck, önskar att hans fyra anställda skulle ta över företaget när han en dag kommer att gå i pension. Detta visste de anställda dock inte om. Efter vår fråga till Johan Combrinck om arbetarna fick möjlighet att ha inblick i de strategiska och administrativa processerna inom företaget, sa han att det fanns ingen tid till detta. Fokus ligger tydligen helt på produktionen. De administrativa arbetsuppgifterna utfördes av hans fru. **Transfer av know-how från ledningen till anställda och delegering av administrativa uppgifter** verkade i det här exemplet inte anses som en mycket viktig aspekt. Även om önsksningen fanns att kunna överlämna hela verksamheten till de anställda någon gång i framtiden.

Sedan märkte vi i fler situationer, att **ledningen har ofta svårt att nå fram med sina budskap**. Detta på grund av språksvårigheter, rester av apartheid, kulturella skillnader och att utvecklingsnivåerna mellan anställda och arbetsgivare är allt för stor. Några ex på Get Wired:

- En arbetare kom till kontoret för att lämna sitt resultat, vilket tyvärr hade blivit fel. Detta inträffade är mycket vanligt då språkskillnaderna är ett dagligt problem.
- Get Wired ville öka kompetensen bland sina anställda. De ville visa hur ett företag är uppbyggt och ge deras produktionstillverkare en större förståelse för företagandet. När det erbjöds möjlighet att gå på intern kurs var det väldigt få som visade intresse. Ledaren annonserade till och med att hennes företag var till salu för sina anställda. Det var ingen som nappade.

Den **finansiella supporten från Staten (BBBEE) upplevdes som diskriminerande** hos företagare som tyckte att på grund av deras vita hudfärg var det svårare att få finansiell support. Enligt några av våra intervjuade är de första som gynnas av BBBEE svarta kvinnor, sedan vita kvinnor, svarta män och till slutet vita män. BBBEE skapades med tanken för att öka kompetensen hos den svarta befolkningen och därmed öka det svarta ägandet av företag, vilket i för sig verkar en bra sak. Som vi såg det innan, betyder ett högre finansiellt stöd för svarta hantverkare eller företagare inte nödvändigtvis att "knowledge transfer" främjas genom vit ledning.

Generellt kan man nog säga att viljan att göra något är stor men kompetensen saknas både i ledning, marknadsföring och ekonomi. Däremot saknas inge brist på idéer inom skapandet.

Slutsatser

Det faktum att vi på uppdrag av en importorganisation i Sverige besökte producenter som uppenbarligen inte var med i rättvis handelsrörelsen och en enda producent som är det, tillåter inte att dra slutsatser om IFAT-medlemskap är att föredra eller inte. Jämförelseunderlaget i vår analys är allt för litet för att generalisera någon typ av slutsats.

Generellt sett kan hävdas att återkommande av motiv som the big five visar att hantverkssektorn i Sydafrika är bärare av nationella symboler och tradition som man är stolt över. På det här sättet syns en ganska tydlig förbindelse till turismindustrin som kunde dras nytta av i redan existerande initiativ som Fair Trade in Tourism eller i nya former av samarbete mellan de två ekonomiska sektorerna. Vi ska naturligtvis ge er ett svar på frågan ”hur kan små hantverksproducenter växa med hjälp av olika former av stöd?” och detta genom att presentera er resultatet från analysen av de olika stödmekanismer och institutioner.

För att svara på frågan ”hur man kan förbättra kompetenser inom företaget för de anställda” kan man säga att det är mycket svårt att överlämna företagets ägande till personer som inte ens gått i skolan. Det är svårt att nå ut till varandra då misstänksamheten om apartheid fortfarande finns kvar. Man har inget förtroende för varandra och ser vita som översittare och svarta som ointelligenta då de inte har någon utbildning. Så sett är det, i alla fall i dem situationer vi möts, inte realistiskt i dagsläget att överlämna ett ägande till de anställda.

Förslag till rekommendationer inför framtiden i ovan nämnda fallen skulle vara vidareutbildning inom specifika yrken. Johan Combrinck till exempel skulle kunna skicka sina anställda i kurser för svetsare så att de kunde förbättra sina kunskaper och lära om säkrare arbetsförhållanden. Stefanie med ”little reminder boxes” skulle kunna gå en kurs i produktutveckling på CCDI för att anpassa hennes design till de dominanta marknadsfaktorerna. Glenda på Get wired kunde lära sig något om hur att förmedla hennes budskap till arbetarna på ett mer effektivt sätt i en kurs i kommunikation och personalutveckling för tillfället. Isabelle på Warnyenga Trading skulle dra mycket nytta av kurser i marknadsföring, vilket skulle visa henne att bättre fördela risker på olika kunder, etc. Ilala Weevers som kooperativ kunde förbättra sin marknadsföring genom att nätverka med FACSA och att utställa produkter från sina medlemmar på regionala hantverksforum som FACSA organiserar.

FACSA och CCDI anser vi som institutioner som kunde vara en resurs för alla producenter vi träffades. Samtidigt måste tas hänsyn till faktum att FACSA ställer stora krav i relation till de förhållanden vi har anträffats hos de besökta producenterna. Producenterna kunde förstås också välja att använda märket Proudly South African en label som inom turism-hantverksbranschen är välkänd. Kostnader för medlemskap mellan FACSA och Proudly South African i en jämförelse visar att det är billigare speciellt för unga företag eller småproducenter att gå med FACSA som har skalade registreringsavgifter istället för att betala R500 i NGO kategorin på Proudly South African, oavsett beloppet på försäljning och omsättning man gör.

Konceptet på the Red Shed verkar bjuda producenterna som vill starta eget en lämplig plattform till att testa deras produkter i en ofarlig omgivning. Den enda institution som vi tycker små producenter inte har lätt att få hjälp av direkt är the South African Institute for Entrepreneurship. För det första inriktar sig institutet till förmedlingen av visserligen spännande och viktig information i skolan och utbildning och gynnar så sett andra målgrupper och sedan är de ”kits” som används i lärande ganska kostsamma.¹¹

¹¹ Kolla för mer information på: http://www.entrepreneurship.co.za/page/business_ventures

Källor

Publikationer

CCDI (2006). *Fairtrade Registration Pilot Project*. Författare: Catherine Wijnberg, Market Development Manager, Hannah Barnet, Marquette University Intern

SAIE (2005/2006). *Annual Report 2005/2006*, South African Institute for Entrepreneurship

Hemsidor:

CCDI: <http://www.capecraftanddesign.org.za/>

Departement of Arts and Cultures: <http://www.dac.gov.za>

Environmental Monitoring Group (EMG): <http://www.emg.org.za/>

National Arts Council South Africa: <http://www.nac.org.za/>

Om section 21: <http://www.usig.org/countryinfo/southafrica.asp#Relevant>

South African Government Information: <http://www.info.gov.za/aboutsa/artscult.htm#crafts>

South African Institute for Entrepreneurship: <http://www.entrepreneurship.co.za/>

Sydafrika på Wikipedia: http://en.wikipedia.org/wiki/South_Africa

The V&A Waterfront: <http://www.waterfront.co.za/index.php>