

Es lebe Naksi Kanta!

Design Report 03/05
S. 39, 3076 ZEICHEN
www.design-report.de

In Bangladesch lebt die Hälfte der Bevölkerung unterhalb der Armutsgrenze. Es gibt keine nennenswerte Industrie. Design im Verbund mit traditionellem Handwerk indes verhilft inzwischen zahllosen Armen zu einer würdigen Existenz.

Stolz präsentiert Salma Shebokh ihre Hütte in einem Dorf bei der Hauptstadt Dhaka. Dass die 47-jährige Witwe einmal ein eigenes Dach über dem Kopf haben würde, hätte sie nie gedacht. Wie zahllose Witwen und allein erziehende Mütter in Bangladesch lebte auch sie viele Jahre in bitterster Armut auf der Straße. Heute jedoch sichert Salma Shebokh den Lebensunterhalt für sich und ihre vier Kinder, indem sie regelmäßig ihre Handarbeiten an Aarong verkauft.

Aarong (Dorfladen) wurde Mitte der siebziger Jahre von der amerikanischkanadischen Entwicklungsorganisation Mennonite Central Committee (MCC) ins Leben gerufen. MCC hatte erkannt, dass Bangladeschs Frauen auch ohne Ausbildung gewinnbringende Qualifikationen besitzen – sie können nämlich fast alle sticken, weben und schneidern. Um dieses Potential zu nutzen, präsentierte MCC ein Selbsthilfe-Konzept, das Bereitstellung der Rohstoffe, Abnahme und Bezahlung bei Lieferung garantierte. Nach intensiver Recherche über heimische Materialien und traditionelle Techniken, über Produkte und Absatzmöglichkeiten entwarf der Gestalter Chandra Shekhar Saha diverse Artikel, die zunächst als Souvenirs für Ausländer gedacht waren. Traditionelle Muster und Dekore übertrug er auf neue Produkte. So entstanden Taschen, Körbe und Souvenirartikel aus Bambus, Gras, Schilfrohr oder Ton sowie aufwendig bestickte und bedruckte Textilien.

1978 verkaufte MCC das Konzept an das Bangladesh Rural Advancement Comitee (BRAC), die größte gemeinnützige Nichtregierungsorganisation im Land. BRAC intensivierete die Nachforschung über traditionelles Kunsthandwerk und ließ mit Naksi Kantha eine alte, fast schon vergessene Stickkunst wieder aufleben. Dafür werden abgetragene Kleidungsstücke zu Garnen versponnen, mit denen phantasievolle Motive auf Taschen, Decken oder Buchdeckel gestickt werden.

Aarong ist inzwischen zu einem Vorzeigeunternehmen mit rund 30000 Produzenten – davon rund 85 Prozent Frauen – geworden. Allein in der Verwaltung, der Qualitätskon-

Hochschule für Gestaltung Ulm – Teil 2

Design Report 03/05
S. 39, 3076 ZEICHEN
www.design-report.de

trolle und im Verkauf arbeiten rund 300 Mitarbeiter. In der Entwurfsabteilung sind zurzeit 30 Designer angestellt. Sie entwickeln die Produkte, die von acht nationalen Filialen in ganz Bangladesch vertrieben werden. Das Sortiment findet insbesondere seit der Erweiterung der Produktlinien um Heimtextilien und Kleidung Anklang – bei Einheimischen wie Ausländern. Sogar international hat Aarong auf sich aufmerksam gemacht.

Neben einer Filiale in London präsentiert sich das Fair-Trade-Unternehmen ebenfalls auf der Frankfurter Messe Ambiente. Heute ist der ursprüngliche Gedanke der Arbeitsbeschaffung nur noch ein Nebenaspekt der umfangreichen Entwicklungsmaßnahme, die national immer mehr Nachahmer findet. Denn Aarong symbolisiert nicht nur für Salma Shebokh zweierlei: Selbstbewusstsein und eine erfolgreiche Zukunft für Bangladesch.

Hochschule für Gestaltung Ulm – Teil 3

Artikel mit Hinweis
auf die Ausstellung
De:Bug
25.07.2005