

Der Ordnungspolitische Kommentar

Nr. 12/2015

01. Dezember 2015

Verschenken oder verkaufen? – Wie gemeinnützige Organisationen mit den Kleiderspenden umgehen

Von Sandra Hannappel

Im Zuge der Flüchtlingskrise und gerade auch in der Weihnachtszeit haben viele Menschen das Bedürfnis, etwas Gutes zu tun. Kleiderspenden sind dabei ein beliebtes Mittel. Über neun Kilogramm spendet jeder Deutsche durchschnittlich pro Jahr. Dabei scheinen die meisten davon auszugehen, dass zumindest Hilfsorganisationen die gesammelten Kleider direkt an Bedürftige verschenken. Dem ist nicht so: Auch gemeinnützige Organisationen verkaufen einen Großteil der Kleiderspenden an kommerzielle Verwerter. Viele Menschen reagieren verunsichert, wenn sie vom Weiterverkauf erfahren, und stellen sich die Frage, ob sie mit ihrer Spende überhaupt etwas Gutes tun. Wäre es nicht besser, wenn die Organisationen die Spenden verschenken? Oder sollte man sogar lieber ganz auf die Spende verzichten?

Warum Kleider gespendet werden

Welche Motive hinter den Spenden liegen, mag von Spender zu Spender unterschiedlich sein. Die einen spenden zurzeit möglicherweise, um den Flüchtlingen in Deutschland oder Menschen in Entwicklungsländern zu helfen. Die anderen wollen vielleicht Ressourcen schonen oder spenden ihre Kleidung einfach aus Gewohnheit. Es ist jedenfalls verständlich, wenn es die Menschen beunruhigt, dass bspw. das Deutsche Rote Kreuz 2013 nur etwa 5 % der gesammelten Kleider kostenlos an Bedürftige verteilt hat. Es ist zwar anzunehmen, dass sie durch den höheren Bedarf der Flüchtlinge zurzeit mehr Kleidung kostenlos abgeben. Einen Großteil der Spenden verkaufen jedoch sowohl kommerzielle als auch gemeinnützige Organisationen an Verwertungsunternehmen. Diese sortieren die Altkleider zunächst und verkaufen die tragbaren Kleider (schätzungsweise 30 - 60 %) anschließend weiter, u. a. in afrikanische Länder. Der Rest geht z. B. an Recyclingunternehmen. Der Unterschied zwischen gemeinnützigen Organisationen und kommerziellen Kleidersammlern besteht somit hauptsächlich in der Verwendung der Gewinne.

Der Verkauf der Kleiderspenden ist effizient

Aus Sicht der Spender muss es jedoch nicht unbedingt verwerflich sein, dass auch Hilfsorganisationen nur einen

kleinen Teil der abgegebenen Kleidungsstücke kostenlos verteilen. So ist zum einen die Spendenbereitschaft so groß, dass Flüchtlinge oder andere Hilfsbedürftige in Deutschland nur einen Bruchteil der Kleidung benötigen. Zum anderen entsprechen die gespendeten Kleidungsstücke nicht immer dem Bedarf der Hilfesuchenden, da z. B. Kleidergrößen nicht übereinstimmen. Für den Überschuss müssten die Organisationen daher auf jeden Fall andere Verwendungsmöglichkeiten finden.

Nun könnte man argumentieren, dass die gemeinnützigen Organisationen die Altkleider, die in Deutschland nicht gebraucht werden, direkt an Bedürftige in Entwicklungsländern verteilen sollen. Aber auch hier stellt sich die Frage, ob die Menschen in Syrien oder in den Flüchtlingslagern die Kleidung überhaupt brauchen. Vielleicht wären die Menschen zwar dankbar über die Kleidung. Wenn sie jedoch die Wahl hätten, würden sie etwas anderes bevorzugen (z. B. sauberes Wasser oder Hygieneartikel). Bei einem Verkauf können die Organisationen die Einnahmen theoretisch gezielter für das verwenden, was die Menschen tatsächlich benötigen. So hat das Deutsche Rote Kreuz 2013 durch den Verkauf der Kleiderspenden einen Überschuss von 13,5 Millionen Euro erzielt. Mit dem Erlös und sonstigen Spendengeldern finanziert es dann bspw. die Verteilung von Hilfspaketen an ankommende Flüchtlinge auf den griechischen Inseln. Es kann somit durchaus effizient sein, wenn die Organisationen die Kleidung verkaufen. Im Unterschied zu der direkten Verwendung von Kleiderspenden, können die Spender allerdings nicht mehr selber entscheiden, wem sie womit helfen. Wenn ein Spender eigentlich den Flüchtlingen in seinem Heimatort mit einem warmen Mantel helfen will und zusätzlich mit anderen Projekten der Organisation nicht einverstanden ist, wird er den Verkauf der Kleiderspenden nicht befürworten.

Auswirkungen des Altkleiderimports auf die Konsumenten in Afrika

Zusätzlich ist es für die Spender relevant zu wissen, welche Auswirkungen der Verkauf der Spenden auf die Länder hat, die die Altkleider importieren, z. B. afrikanische Staaten. Vielleicht schadet der Verkauf ja sogar den Menschen, denen ein Teil der Spender eigentlich helfen will. Aus Sicht der Konsumenten von Altkleidern in afrikanischen Ländern ist diese Befürchtung zunächst zu verneinen. Da die Altkleider bei den Konsumenten sehr

beliebt sind und sie sich somit freiwillig für den Kauf entscheiden, ist in einem ersten Schritt davon auszugehen, dass sie von dem Verkauf profitieren. Im Umkehrschluss bedeutet ein geringeres Angebot an Altkleidern, dass die Konsumenten attraktive Angebote verlieren und somit ein Großteil der Bevölkerung negativ betroffen wäre.

Neben dem Argument der effizienteren Verwendbarkeit der Erlöse aus dem Verkauf der Spenden, gibt es noch eine weitere Begründung, die gegen eine kostenlose Verteilung der Kleiderspenden an die afrikanischen Bevölkerungen sprechen könnte. So wird befürchtet, dass zumindest eine dauerhafte und massenhafte Verteilung der Kleidung eine schädliche Erwartungshaltung der afrikanischen Bevölkerungen an den Westen fördert. Diese Erwartungshaltung könnte zum einen das ohnehin bestehende Abhängigkeitsgefühl vieler Afrikaner gegenüber den westlichen Ländern stärken und zum anderen könnte es die Handlungsanreize der Beschenkten verringern. Dies wäre z. B. der Fall, wenn sich die Menschen darauf verlassen, Kleidung geschenkt zu bekommen und sich nicht mehr selbst für den Erwerb verantwortlich fühlen – auch wenn sie die Möglichkeiten dazu hätten.

Auswirkungen auf die Textilproduzenten in Afrika

Sowohl der Verkauf als auch das kostenlose Verteilen der Altkleider hat jedoch nicht nur Einfluss auf die Konsumenten der importierenden Länder, sondern auch auf die Textilproduzenten und die dort potenziell beschäftigten Arbeitnehmer. Denn die importierte gebrauchte Kleidung steht in Konkurrenz zu den heimischen Erzeugnissen. Aus diesem Grund haben mehrere Länder in Afrika den Import von Altkleidern verboten bzw. diskutieren solche Verbote. Grundlage für dieses Handeln ist der Zusammenbruch der afrikanischen Textilindustrie in den 1990er Jahren, welcher hauptsächlich auf die Erlaubnis des Imports von Altkleidern und auf die gleichzeitige Liberalisierung des Handels mit Neuware zurückgeführt wird. Vor diesem Hintergrund stellt sich somit erneut die Frage, ob der Import der Kleiderspenden schädlich ist (egal, ob diese verkauft oder verschenkt werden) und ob die Spender somit besser von ihrer Spende absehen sollten.

Auswirkungen eines Importstopps

Vermutlich würde sich die Textilindustrie nicht automatisch erholen, wenn Deutschland und andere westliche Länder keine gebrauchten Kleider mehr in die afrikanischen Staaten verkaufen. Denn nur weil kein Altkleiderhandel mehr stattfindet, steigt nicht automatisch der Verkauf von Kleidung aus einheimischer Produktion. Falls z. B. der Import von neuwertiger Kleidung weiterhin

erlaubt ist, könnte es auch zu steigenden Importen aus Asien kommen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die Produzenten in Bangladesch oder Indien aufgrund besserer Rahmenbedingungen (z. B. niedrigere Löhne und Stromkosten) günstiger produzieren als die afrikanische Konkurrenz. Gewinnen würden dann nicht die afrikanischen Produzenten und Arbeitnehmer, sondern die Anbieter aus Asien.

Wenn daher einige Länder das Ziel haben, ihre Textilindustrie zu fördern, hilft ein Importstopp von Altkleidern alleine vermutlich nicht. Zusätzlich müssten die Staaten Importverbote oder höhere Zölle auf Textilimporte einführen. Um zukünftig erfolgreich zu sein, müssten sich in einigen Ländern vermutlich auch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen verbessern. Denn das Ziel solcher Schutzmaßnahmen ist es, die Industrie eines Landes nur so lange vor internationaler Konkurrenz abzuschirmen, bis diese wettbewerbsfähig ist. Ob solche Maßnahmen von den afrikanischen Ländern ergriffen werden und inwieweit dieses Vorgehen tatsächlich erfolgsversprechend wäre, lässt sich nicht ohne weiteres abschätzen. Jedenfalls haben die Spender in Deutschland darauf keinen Einfluss. Kleidung nicht mehr zu spenden, um die afrikanische Textilindustrie zu fördern, ist somit nicht zielführend. Es entzieht aber den Organisationen bedeutende Mittel zur Finanzierung von humanitären Hilfsaktionen.

Fazit

Ob die Spender den Verkauf abgegebener Kleidungsstücke durch gemeinnützige Organisationen gutheißen, hängt daher vor allem davon ab, wem sie mit ihrer Spende wozu helfen wollen. Solange die Spender mit der Verwendung der Erlöse durch die Organisationen einverstanden sind, erscheint der Verkauf in vielen Fällen die effizienteste Art die Spenden einzusetzen. Mit den Gewinnen können die Hilfsorganisationen zusätzliche Projekte umsetzen und ihre Aufgaben besser erfüllen. Um Irritationen zu vermeiden, wäre es jedoch förderlich, wenn sie den Umgang mit den Kleiderspenden und die Verwendung der Einnahmen kommerzieller Verwertung deutlicher kommunizieren. Kleidung an Hilfsorganisationen zu spenden, die andernfalls weggeworfen werden würde, bleibt jedenfalls die sinnvollste Verwendung dieser Kleidungsstücke. Dagegen ist die Spende von Kleidung, die man ansonsten selber noch eine Zeitlang tragen würde, nicht immer die zielführendste Möglichkeit zu helfen. Stattdessen sollte man sich dann vielleicht überlegen, ob eine Geldspende nicht hilfreicher wäre.

9.253 Zeichen

Dieser Ordnungspolitische Kommentar reflektiert die Meinung der Autorin, nicht notwendigerweise die des Instituts für Wirtschaftspolitik oder des Otto-Wolff-Instituts für Wirtschaftsordnung. Der Inhalt kann vollständig oder auszugsweise bei Erwähnung der Autorin zu Publikationszwecken verwendet werden. Für weitere Informationen und Rückfragen zum Inhalt wenden Sie sich bitte direkt an die Autorin.

Sandra Hannappel ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Wirtschaftspolitik. Kontakt: Tel.: 0221/470 5902 oder E-Mail: hannappel@wiso.uni-koeln.de