

Jenseits von Morgen

GESCHICHTEN DES GELINGENS

Motivierende Erfahrung No. 1



**Allianz der
kurzen Wege**

WIR HABEN GERADE ERST BEGONNEN

Der bewusste Konsum von Nahrungsmitteln, die von Kleinbauern in Familienbetrieben angebaut und über ein Solidaritätsnetzwerk vermarktet werden, führte zu einer Allianz zwischen Land und Stadt, Produzent/innen und Konsument/innen.



Nilson, einer der Pioniere proaktiver Konsumenten

Engativá, einstmals eine ländliche Gemeinde, hat sich durch das ständige Wachstum von Bogotá inzwischen in einen Stadtteil dieser 9 Millionen-Metropole verwandelt. Auf Grund seiner Einwohnerzahl verzeichnet Bogotá die landesweit grösste Konzentration von Konsument/innen. Die Versorgung mit Nahrungsmitteln liegt in den Händen von Zwischenhändler/innen und Supermarktketten, welche Kleinproduzent/innen regelrecht ausschliesst. Dies führt zu einem besonders in Grossstädten verbreiteten Dilemma: In der Stadt lebende Familien, die ökologische Nahrungsmittel bevorzugen, finden kaum entsprechende Angebote, oder nur zu sehr hohen Preisen, die für sie nicht erschwinglich sind. Auf der anderen Seite kommen die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, die ökologisch produzieren, nur schwer an diese potenziellen Kund/innen in der Stadt heran.

Vor drei Jahren entschlossen sich deshalb neun Familien, die Wert auf bewussten Konsum legen, die Vermarktung natürlicher Nahrungsmittel

selbst in die Hand zu nehmen. Dafür suchten sie die Zusammenarbeit mit ökologisch produzierenden Kleinbauern aus dem Umland. Dabei entschied sich das kleine Kollektiv von Anfang an gegen einen Ladenverkauf, sondern orientierte sich mehr an der tatsächlichen Nachfrage und organisierte einen Lieferdienst von Warenkörben mit Frischgemüse und anderen natürlichen Lebensmitteln auf Bestellung.

Nilson Morales war von Anfang an Teil der Initiative «Agrosolidaria Engativá» und Abnehmer der ökologischen Produkte. «Zur Zeit sind wir insgesamt 100 Haushalte, die beim Solidaritätsnetzwerk mitmachen und wöchentlich einen Warenkorb beziehen. Indem wir ausser Privatkunden auch Grosskunden wie Krankenhäuser, Uni- und Schulmensen, Eventcatering-Unternehmen etc. angesprochen haben, haben wir es geschafft, unseren Kundenstamm zu erweitern», erklärt Nilson Morales.

Bei einer Analyse des Konsumentenverhaltens stellte sich heraus, dass ein beachtlicher Teil von potenziellen Kund/innen ihr Essen oft nicht selbst

zubereitet, sondern auf Fertiggerichte zurückgreift. Agrosolidaria Engativá begann daraufhin, eine Produktlinie von Fertiggerichten auf der Basis von natürlichen Zutaten aufzubauen. Man kann mittlerweile auswählen zwischen kleineren Gerichten (Teigtaschen, Tacos, Wraps Crepes), Keksen und Kuchen, Quiches und Käseplatten bis hin zu kompletten Menüs (Reis, Suppen, Salate, Huhn, Fisch, vegetarisches Fleisch) und Getränken (Kaffee, Kakao, Tee, Joghurtgetränke auf Quinoa oder Bananenbasis, verschiedene Fruchtsäfte).

Bewusster Konsum

Eine stärkere soziale Nachhaltigkeit, eine horizontale Produzenten- und Konsumentenbeziehung und ökologisch ausgewogene Produktionsbedingungen sind die prinzipiellen Bausteine der angestrebten Solidarwirtschaft und dem Land-Stadt-Fair-Trade. Es geht darum, agrosolidarische Märkte aufzubauen und das Solidaritätsnetzwerk zwischen städtischen Familien und ländlichen Kleinbauern zu festigen. Neben den 100 Konsumentenfamilien und mehreren Grosskunden nehmen mittlerweile 475 Produzentenfamilien am Solidaritätsnetzwerk teil. Die Produzent/innen gehören verschiedenen Gruppen und Sektionen

von Agrosolidaria an, welche sich teils im Umland von Bogotá befinden (beispielsweise Gemüseproduzenten), teils in anderen Landes- und Klimaregionen (Kaffeeproduzenten etc.). Wegen der bisher geringen Anzahl teilnehmender Konsument/innen können die Produzenten bisher aber nur einen Teil ihrer Ernte über das Solidaritätsnetzwerk absetzen.

Eins der Hauptziele des Solidaritätsnetzwerks ist es, Familien mit mittlerem Einkommen den Konsum von gesunden Nahrungsmitteln zu ermöglichen. Normalerweise sind ökologisch produzierte Lebensmittel drei Mal so teuer wie konventionell produzierte, was zur Folge hat, dass eine gesunde Ernährung nur für wohlhabende Konsument/innen erschwinglich ist. Gleichzeitig wird aber den Produzent/innen nur ein geringer Preis bezahlt. Den Grossteil des Gewinns streichen die Zwischenhändler/innen ein.

Am Solidaritätsnetzwerk von Agrosolidaria teilnehmen

- Check der Angebotsliste, welche per Mail oder Facebook ins Haus kommt
- Bestellung des gewünschten Warenkorbs für die kommende Woche bis spätestens Mittwoch per Mail
- Bestätigung der Bestellung, des Preises und der Zustellung bis Freitag
- Auslieferung des Warenkorbes am Samstag

(Text eines Flyers von Agrosolidaria Seccional Engativá - Bogotá)



Asociación de Prosumidores Agroecológicos
agrosolidaria
Seccional Engativá - Bogotá

Das Solidaritätsnetzwerk versucht, diese Spielregeln neu zu ordnen, zu bewusstem Konsum anzuregen und den Produzenten faire Preise zu zahlen. Hier setzt Agrosolidaria an. Indem mehr Konsument/innen am Solidaritätsnetzwerk teilnehmen, können die natürlich produzierten Nahrungsmittel zu einem für beide Seiten akzeptablen Preis verkauft werden. Das Langzeitziel von Agrosolidaria ist es indes, dass auch einkommensschwächere Familien in den Genuss gesunder Nahrungsmittel kommen. Um dies zu erreichen, muss jedoch die Zahl der mitmachenden Konsument/innen stärker wachsen, um durch grössere Volumen Preissenkungen zu ermöglichen. Derzeit klappert Agrosolidaria öffentliche Einrichtungen ab, da diese gesetzlich dazu angehalten sind, mindestens 10 Prozent ihrer Anschaffungen lokal zu tätigen und, falls es sich um Nahrungsmittel handelt, prioritär ökologisch produzierte Produkte zu kaufen, so z. B. das staatliche Institut für Familienfürsorge ICBF.

Durch den erleichterten Zugang zu gesunden Nahrungsmitteln in Bogotá und der steigenden Nachfrage wird der ökologische Anbau schritt-

«Das Solidaritätsnetzwerk zielt darauf ab, einen verantwortungsbewussten Konsum anzuregen, bei dem den Produzenten gerechte Preise bezahlt werden»

An Herausforderungen fehlt es nicht: Die bisherige Bilanz des Solidaritätsnetzwerks ist vielversprechend.

- Marktpositionierung der Nahrungsmittelmarke Agrosolidaria
- Weiterverarbeitung und Herstellung von Fertiggerichten
- 2000 Mitglieder im Solidaritätsnetzwerk
- Erhöhung der Nachfrage an Produzenten durch steigende Teilnahme von Konsument/innen
- Registrierung entsprechend den Nahrungsmittelgesetzen und sehr gute Weiterverarbeitungs- und Produktionsabläufe
- Eliminierung von Plastikabfall während des gesamten Prozesses

(Auszug aus dem institutionellen Profils von Agrosolidaria Sektion Engativá - Bogotá)

weise rentabler. Agrosolidaria wird heute von vielen als einer der wichtigsten solidarischen Vermarktungsringe für ökologische Nahrungsmittel in der Millionenstadt Bogotá wahrgenommen.

Licht und Schatten

An Herausforderungen fehlt es Agrosolidaria jedoch nicht: Noch ist die finanzielle Tragfähigkeit recht begrenzt, doch das neue Marktsegment der Grosskunden sowie die Aufnahme von Fertiggerichten in das Angebotssortiment hilft diesbezüglich. Die verfügbare Infrastruktur sowie die Gehälter der Mitarbeiter/innen sind sehr bescheiden. Noch ist der erzielte Einfluss auf den Markt eher gering, und vielen Konsument/innen scheint eine gesündere, ökologisch- und sozialverträglichere Ernährung kein dringliches Anliegen zu sein. Die Produzentenvereinigungen brauchen eine intensivere Begleitung. Diese Situation hat das Kollektiv als Ausgangspunkt gewählt, um eine angestrebte Zukunftsvision zu erstellen, der es an Mut nicht fehlt.

Der Prozess der Hinführung zum Solidaritätsnetzwerk ist von pädagogischer Relevanz, da der konventionelle Konsument daran gewöhnt ist, eine einseitige Beziehung einzugehen bei der der Kunde König ist. Agrosolidaria versucht, durch die Teilnahme am Solidaritätsnetzwerk diese Einseitigkeit aufzubrechen: Die Konsument/innen übernehmen mehr Verantwortung, stellen ihre Konsumgewohnheiten um auf gesunde Ernährung, Vermeidung von Verpackungsabfall

sowie einem kleinstmöglichen ökologischen Fussabdruck bezüglich Transport. Derzeit ist man bei Agrosolidaria damit beschäftigt, ein digitales Verkaufsportal einzurichten, um einerseits das Bestellen der Wochenwarenkörbe zu vereinfachen und andererseits die Abstimmung zwischen Nachfrage und der (zeitlich früher erfolgenden) Produktion zu optimieren.

Don Rodrigo, stellvertretend für viele der agrarökologischen Kleinproduzent/innen, welche Agrosolidaria angeschlossen sind, wartet darauf, dass über das Solidaritätsnetzwerk ein grösserer Markt für natürlich produziertes Gemüse in Bogotá erschlossen werden kann.

Ausweitung des Angebots

Anfangs bot Agrosolidaria acht agrarökologisch angebaute Produkte an, darunter Kaffee, Quinoa, Salate, Speisepilze, organisches Gemüse und Honig. Heute sind es rund 40 Produkte, die meisten aus dem ökologischen Landbau. Ein Grundprinzip bei Agrosolidaria ist, dass mit den Produzent/innen nicht um den Preis gefeilscht wird. Die Herausforderung besteht für Agrosolidaria darin, über die Ausweitung der Vermarktung die Preise für die Konsument/innen senken zu können.



Perspektive auf kurze und mittlere Sicht

In 10 Jahren erreichen wir mehr als 200.000 Familien, welche am Solidaritätsnetzwerk teilnehmen. Durch die erhöhte Nachfrage stärken wir den ökologischen Anbau. Dadurch leisten wir einen Beitrag zur Ernährungssicherheit und -souveränität Bogotás. Wir konsolidieren ein Solidaritätsnetzwerk, das Konsumenten, Produzenten und Vermarkter miteinbezieht. Wir nehmen die Produkte aller im Stadtumland von Bogotá angesiedelten und Agrosolidaria angeschlossenen agrarökologischen Produzentensektionen ab

(Auszug aus dem institutionellen Profil von Agrosolidaria Sektion Engativá - Bogotá)

Das Ziel Agrosolidarias auf lange Sicht ist es, Familien mit geringeren Einkünften den Zugang zu gesunden Nahrungsmitteln zu ermöglichen



Überlegungen von Don Rodrigo, der in Usme, am Stadtrand von Bogotá, ökologisch produziert

«Ich baue Erdbeeren, Zwiebeln, Mangold und andere Gemüsesorten an. Es handelt sich um eine saubere Produktion, frei von Chemikalien, und davon kann ich leben. Bevor ich bei Agrosolidaria mitgemacht habe, habe ich meine Produkte über eine andere Organisation verkauft. Aber es dauerte immer recht lange mit der Bezahlung. Jetzt vermarkte ich den grösseren Teil meiner Produktion über das Solidaritätsnetzwerk, und mit dem Rest beliefere meine kleine feste Kundschaft. Die Lage für uns natürlich produzierende Bauern ist recht kompliziert. Da es schwierig ist, bewusste Konsument/innen zu erreichen, bauen wir oft weniger an als wir könnten. Wenn wir einen sicheren Absatzmarkt hätten, könnten wir unsere Milch zu Käse oder Joghurt weiterverarbeiten. Aber das Problem besteht darin, dass man zuerst den Absatz sichern muss, wenn man in grösserem Umfang produzieren möchte. Und dies ist derzeit noch nicht der Fall.»

Richard Doughman, Konsument des Solidaritätsnetzwerks in Bogotá:

Ich lernte Agrosolidaria über eine befreundete Organisation kennen. Es ist eine grosse Herausforderung, gesunde Nahrungsmittel für ärmere Bevölkerungsgruppen erschwinglich zu machen. Fastfood ist billig, erweist sich aber auf lange Sicht als sehr kostspielig, da er die Gesundheit aufs Spiel setzt. Es ist bedauerlich, dass die öffentliche Politik kein Interesse daran hat, die kleinen Produzenten zu unterstützen. Vielmehr subventioniert man die monopolisierten Vermarktungsstrukturen, allen voran die Supermärkte. Als Hochschuldozent bekomme ich aber mit, dass sich bei den Jungen etwas tut. Sie werden sich über die Wichtigkeit von gesunder Ernährung stärker bewusst. Es ist wichtig, ökologische Nahrungsmittel anzubieten, aber noch wichtiger ist eine Informations- und Aufklärungsarbeit, die dabei hilft, ein stärkeres Interesse an gesunder Ernährung sowie solidarischem und bewusstem Konsum zu wecken.



«Als Ziel gilt, die Verantwortung bei den Konsument/innen zu wecken, beim Kauf gesunde Nahrungsmittel zu bevorzugen, und Vermarktungsstrukturen mit Null Müllaufkommen und minimalem ökologischen Fussabdruck in Sachen Transport zu favorisieren.»

Quintessenzen in Richtung Zukunft

- Konsument/innen verändern die Spielregeln, indem sie sich mit Kleinbauern zusammentun, um den Zugang zu gesunder Nahrung zu erreichen und gleichzeitig ein gerechteres und umweltverträgliches Verteilungssystem zu schaffen.
- Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Nahrungsmittelproduktion kann nicht weiterhin Monopolstrukturen überlassen werden (Produktion, Zwischenhandel, Endvermarktung). Die Wiederherstellung von reziproken Beziehungen zwischen Konsument/innen und Produzent/innen ist ein wichtiger Schritt in Richtung Ernährungssicherheit und -souveränität.
- Die möglichst weite Verbreitung von gesundem und verantwortungsbewusstem Konsum, welcher die Prinzipien der Solidarwirtschaft und des Fair-Trade akzeptiert, erlaubt es auch ärmeren Familien, gesunde Lebensmittel zu kaufen.



Der Text, der auf Besuche und Gespräche vor Ort basiert, wurde von Jorge Krekeler (Berater Misereor) erstellt, zunächst jedoch mit den Interviewpartnern konsensfähig gemacht. Besonderen Dank gilt stellvertretend Nilson Morales von Agrosolidaria Engativá.

Jenseits von Morgen

GESCHICHTEN DES GELINGENS

www.almanaquedelfuturo.wordpress.com

Originaltitel "Alianza del Prosumidor"

Experiencia Motivadora N° 1 Almanaque del Futuro

Autor: Jorge Krekeler, jorge.krekeler@scbbs.net

Berater Misereor als AGEH Fachkraft

Übersetzung: Jorge Krekeler

Layout: Diana Patricia Montealegre

Bildmaterial: Agrosolidaria Engativá, Jorge Krekeler

Kontakt zur Geschichte des Gelingens: Nilson Morales

email: engativabogota@agrosolidaria.org

www.agrosolidaria.org

Ausgabe: Oktober 2015

Text und Fotos dürfen in Print- und Onlinepublikationen unter Angabe des Autors sowie des Fotografen verwendet werden. Vervielfältigung oder Abdruck von gekürzten Versionen nur in Absprache mit dem Autor.

Mit Unterstützung durch

MISEREOR
● IHR HILFSWERK