

Zusammenfassung der Arbeitsgruppe „Solidarische Ansätze stärken“

1. Was ist eine Solawi?

Die Idee der Solawi basiert vor allem auf lokalen und regionalen Ansätzen. Eine Gruppe von Konsumentinnen und Konsumenten tut sich zusammen, um gemeinsam die Kosten für die Bewirtschaftung eines Bauernhofs zu tragen. Diese werden in sogenannte "Ernteanteile" aufgeteilt. Ich bezahle bspw. 1/1000 der Kosten und erhalten somit auch 1/1000 der Ernte. Das kann mal mehr und mal weniger Obst, Gemüse etc. sein. Auch die Zusammensetzung wird sich unterscheiden. In einem Jahr gibt es vielleicht mehr Möhren, im anderen mehr Kohlrabi. Oft werden die Ernteanteile auch in sogenannten "Bieterrunden" vergeben. Dann entscheidet jedes Solawi-Mitglied nach Selbsteinschätzung, wie viel er für seinen Anteil zu zahlen bereit ist. Es wird so oft geboten, bis die erforderliche Gesamtsumme zur Bewirtschaftung des Hofes zusammenkommt. Das Ernterisiko wird auf viele Schultern verteilt und die Produzentinnen und Produzenten haben die Sicherheit, dass ihre Kosten gedeckt sind.

2. Was unterscheidet den Ansatz vom klassischen Fairen Handel? Wo gibt es Überschneidungen?

Es geht nicht mehr darum, den Preis für 1 kg Ware zu ermitteln. Stattdessen steht die Frage im Mittelpunkt, wie viel Geld benötigt wird, um eine landwirtschaftliche Produktion nach den gewünschten ökologischen und sozialen Kriterien zu realisieren.

3. Solawi mit Kaffeebauern in Nicaragua: Wie soll das gehen?

Eine Solawi mit Produzentinnen und Produzenten in Nicaragua funktioniert etwas anders als die Gemüse-Solawi vor Ort: Wir interessieren uns hier schließlich nur für den Kaffee und möchten nicht die sonstige Obst- oder Gemüseproduktion über den Ozean verschiffen. Daher muss bei der Kalkulation versucht werden, die Kosten für den Kaffeeanbau von den Kosten für andere Produktionsbereiche zu trennen. Das klappt nicht immer, da viele Dinge ja mehrere Effekte haben und sich somit auch auf den Kaffeeanbau auswirken. Für die Produzentinnen und Produzenten ist es ein spannender, aber auch herausfordernder Empowerment-Prozess. Denn sie emanzipieren sich vom Preisdiktat des Weltmarktpreises für Kaffee bzw. des Fairhandelspreises und kalkulieren nun selbst ihren Finanzbedarf: Produktionskosten, Lebenshaltungskosten inkl. Bildungs- und Gesundheitsausgaben etc. Dies geschieht gemeinsam mit dem Personal der Kooperative und auf Basis der "Living-wage"-Kalkulationsmatrix der WFTO.

4. Neues Modell = Kritik am bestehenden?

Nein, es ist einfach ein anderer Ansatz, der weder für alle Konsumentinnen und Konsumenten noch für alle Produzentinnen und Produzenten geeignet ist. Die Planungssicherheit wird von vielen sehr positiv bewertet und kann viel Ruhe in den Lebens- und Arbeitsalltag bringen. Andere wiederum schätzen den Wert der eigenen Flexibilität als sehr hoch ein und möchten sich nicht an ein solches Modell "binden".

5. Wie läuft es in Deutschland? Was bedeutet der Ansatz für die Kaffeequalität? Was ist die Herausforderung?

Wir stehen mit dem Projekt noch am Anfang und erwarten dieses Jahr die dritte Ernte. Bislang was es so, dass die Erntemengen sehr stabil waren und die Qualität sich stetig verbessert hat. Denn die Produzentinnen und Produzenten möchten nicht mehr auf Kosten der Qualität die Erntemengen maximieren (da es für sie keinen finanziellen Vorteil hat). Stattdessen beschäftigen sie sich intensiver mit einer Verbesserung der Kaffeequalität, indem bei der Ernte besser selektiert wird und wirklich nur die reifen und guten Früchte in die Weiterverarbeitung gehen.

6. Kann man mit dem Modell als Weltladen neue Kundengruppen gewinnen?

Im Idealfall verkauft der Weltladen den Kaffee nicht "wie jeden anderen" im Regal, sondern versucht auch ganz aktiv, komplette Ernteanteile an Kundinnen und Kunden zu verkaufen. Dies können Privathaushalte sein oder auch Haus- und Bürogemeinschaften, Firmen etc. Die Anteilsnehmer holen ihre vorfinanzierten Anteile dann im Weltladen ab und werden

vermutlich fast jedes Mal zusätzlich zum Kaffee auch noch eine andere Kleinigkeit im Laden kaufen.

7. **Was kommuniziert ein Weltladen, der sich an dem Projekt beteiligt?**

Die Solawi ist auch ein Statement. Ein Statement dafür, nicht nur den bestehenden Handel verändern zu wollen, sondern auch über Alternativen zum aktuellen Handels- und Wirtschaftssystem nachzudenken und diese erproben zu wollen.

8. **Wie kann man sich beteiligen bzw. wer ist Anteilsnehmer?**

Café Chavalo sichert den 15 Familien der aktuellen Solawi-Gruppe die Abnahme aller Ernteanteile zu. Wir suchen hierzulanden nun nach Läden, Bestellgemeinschaften etc., die von uns Ernteanteile erwerben und im Vorfeld finanzieren. Sie erhalten dann in mehreren Lieferungen pro Jahr die entsprechende Menge an Kaffee/Espresso (in 250g Beuteln gemahlen oder ungemahlen sowie im Pfandeimer ungemahlen).

9. **Preismodell enthält keine Margen für Einzel-/Großhandel**

Das Preismodell enthält keine Handelsmargen für den Großhandel oder den Laden. Daher sind die Ernteanteile trotz deutlich höherer Einnahmen der Bäuerinnen und Bauern vielfach günstiger als andere Kaffees. Weltläden kaufen die Anteile bei uns somit zum gleichen Preis ein wie andere Bestellgemeinschaften. Daher sind die Weltläden gefordert, für ihren Aufwand als "Verteilstation" einen eigenen Aufschlag einzupreisen. Das lässt sich gut und transparent kommunizieren, da mit diesem Aufschlag ja der Aufwand des Ladens für Zwischenlagerung des Kaffees, Kommunikation mit uns etc. finanziert wird.

10. **Was passiert, wenn Kaffee feste Abnehmer hat?**

Die Planbarkeit sorgt für viele positive Effekte und eröffnet eine Vielzahl von Möglichkeiten. Denn die Solawi-Mitglieder können bspw. selbst darüber entscheiden, ob ihr Kaffee bspw. per Segelschiff transportiert werden soll. Auch eine Röstung im Ursprungsland, eine andere Aufbereitungsart (gewaschen, Honey, natural) oder andere Verpackungsgrößen sind möglich. Alles ist planbar. Denn wir als Importeur müssen nicht prognostizieren, was sich verkaufen könnte. Stattdessen haben wir die Gewissheit, den Kaffee genau so zu transportieren, zu rösten, zu verpacken, wie es die Solawi-Mitglieder haben möchten. Das wirkt sich nicht zuletzt auch positiv aufs Klima aus, da keine Ressourcen für Marketing oder Fehlproduktion verschwendet werden. Wir arbeiten exakt nach Bedarf - Effizienz im besten Sinne.

11. **Solawi als Ausweg aus der Wachstumsspirale**

Außerdem kann die Solawi ein wichtiges Instrument beim Ausstieg aus der Wachstumsspirale sein. Produzentinnen und Produzenten sowie wir als Importeur können die eigenen Bedürfnisse ermitteln und kalkulieren, wie viele Solawi-Mitglieder es braucht, um diese zu decken. Ein ungebremstes Wachstum für höhere Rücklagen oder Ernteüberschüsse zur Deckung der Verluste in Zeiten niedriger Kaffeepreise, schlechter Dollarkurse o.ä. braucht es nicht mehr, wenn das Solawi-System gut funktioniert. Im Endeffekt ist somit auch die Wachstumsfrage eine Frage, die innerhalb der Solawi-Gemeinschaft entschieden werden kann.

Wer darüber hinaus weitere Informationen zur Teilnahme an der Solawi oder auch zum Beitritt zu unserer Genossenschaft haben möchte:

--



Café Chavalo eG | Theresienstraße 10 | D-04129 Leipzig
Mobil: +49-(0)175-9490562 | Fax: +49-(0)341-94089057
E-Mail: jens@cafe-chavalo.de | Web: www.cafe-chavalo.de
Sitz der Genossenschaft: Leipzig | GnR 538 beim AG Leipzig | DE-ÖKO-037
Vorstand: Jens Klein, Sven Börner | Aufsichtsratsvorsitzende: Anna Gompelmann