Von Kerala nach Madiswil : wie das Startup Crowd Container auf dem Boden der Schweizer Landwirtschafts-Realität angekommen ist

Autor(en): **Fojtu, Nicolas**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge**

Band (Jahr): **74 (2019)**

Heft 3

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-976428

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Von Kerala nach Madiswil

Wie das Startup *Crowd Container* auf dem Boden der Schweizer Landwirtschafts-Realität angekommen ist

Nicolas Fojtu.[1] Vor rund drei Jahren entstand die verrückte Idee in Südindien. Wertvolle, aber für den Grosshandel zu wenig standardisierte und nicht immer verfügbare Agroforst-Produkte sollen von der Schweiz aus per Sammelbestellung direkt bei Bäuerinnen und Bauern in Kerala bezogen werden können. Gesagt, getan: Ein erster Container mit alten Pfeffersorten, getrocknetem Kurkuma, Nelken, Ingwer, Cashews, Kaffee und Kokosfett sowie alte, in unseren Breiten gänzlich unbekannte Reissorten sorgten bei den 530 Päckli-Empfängern für strahlende Gesichter. Ein Verein wurde gegründet, weitere Sammelbestellungen folgten und neue Ursprünge und Produkte kamen dazu.

Durch die direkte Vermarktung mit Crowd Container ist die Ernte von Hochstamm-Tafelobst für den Produzenten Vincent Delley vom Quellenhof in Madiswil wirtschaftlich interessant. Foto: Autor

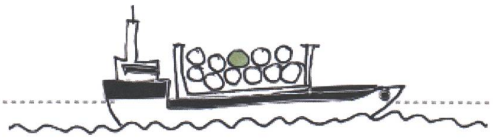
Zum Kaffee gibt es Äpfel

Fünfzehn importierte Container mit Lebensmitteln aus drei Kontinenten und über 6000 ausgelieferte Kundenbestellungen später steht Tobias Joos, Gründer des jungen Startup mit Sitz in Zürich, unter einem Hochstamm-Apfelbaum im Oberaargau. Genau wie damals in Südindien – nur diesmal in seiner Muttersprache – spricht er mit Bauern über den Anbau, Sorten, Preise, fehlende Absatzmöglichkeiten und die bevorstehende Ernte: Die damalige, exotische **Idee aus Kerala ist auf dem Boden der Schweizer Landwirtschafts-Realität** gelandet, ohne dabei die ursprünglichen Werte aus den Augen zu verlieren.

Doch der Weg nach den ersten Erfolgen hin zu einer sich selbständig finanzierenden Organisation ist steinig. Das war den Gründern der mittlerweile als Aktiengesellschaft registrierten Unternehmung jedoch von Anfang an klar: «Nach dem ersten Erfolg machten wir uns noch Illusionen», meint Tobias. Dazu beigetragen hatten auch Anfragen aus verschiedenen Ländern, die das Modell nach dem ersten erfolgreichen Container kopieren wollten. «Als ich den Interessenten aus den USA dann im Gespräch erläuterte, dass es für das Entscheidende in diesem Modell, interessierte Kunden zu finden, kein Wundermittel gäbe, sondern ganz einfach sehr viel ‹Knochebüez› dahinter stecke, wurden die Stimmen dann leiser.»

Für Werte Abnehmer finden

Um das noch agile, aber durchaus auch verletzliche Gefährt «Crowd Container» in der ‹Knochebüez› der direkten Vermarktung zu unterstützen, sprang ich vor rund einem Jahr als ‹Geschichtenerzähler› bei Crowd Container an Bord. Meine Hauptaufgabe liegt im Grunde darin, den wertvollen Produkten einen Wert zu geben. Das klingt sinnfrei, doch ist wichtig, weil in unserer schnellen und oft nicht sehr tiefschürfenden Gesellschaft meist nicht das Sein, sondern der Schein stärker ist. Das gilt zumindest in der Bewerbung von Produkten. Wer viel Budget hat, der kauft sich Aufmerksamkeit und lädt seine Produkte auf diese Weise auf. Crowd Container macht das Gegenteil. Wir haben zwar kaum Budget für Marketing, dafür aber ehrliche Produkte fern von industrieller Massenware. Und genau darum geht es: **Wir schaffen einen Absatzmarkt für agrarökologische Produkte, denen es an kostendeckenden Vermarktungsmöglichkeiten fehlt.** Sei es aus Gründen der nur begrenzten Mengen oder fehlender Industriestandards. Dabei bauen wir nicht auf Labels und Zertifizierungen, sondern auf Beziehungen. Wir möchten wissen, wer die Tomaten für unsere Tomatenpassata auf Sizilien anbaut, wie viel die Erntehelfer verdienen und welche Hilfsmittel und Zusatzstoffe zum Einsatz kommen. Auch müssen wir wissen, wie viel der Anbau und die Verarbeitung wirklich kosten, denn alle unsere Produktpreise sollen transparent sein. Wir kennen alle Produzent(inn)en persönlich und können uns mit ihren Geschichten und Anbaumethoden

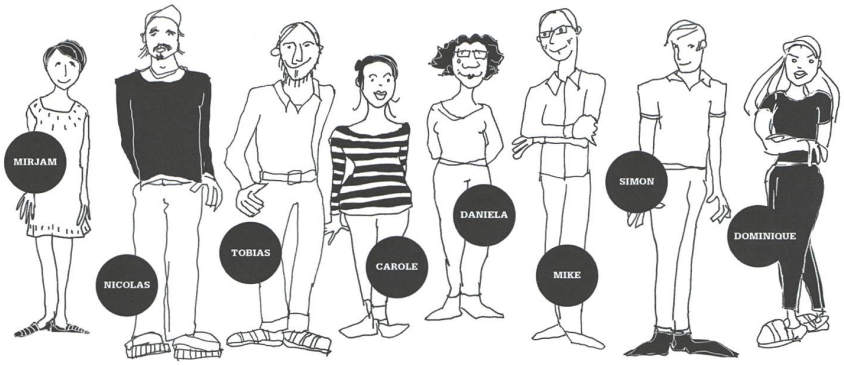


identifizieren. Alle Kooperativen, mit denen wir zusammenarbeiten, versuchen so gut es geht die natürlichen, vorhandenen Ressourcen zu nutzen, um intakte Ökosysteme zu schaffen oder zu erhalten und Kreisläufe zu schliessen.

Konkret wird so zum Beispiel auf dem **Quellenhof in Madiswil** das ganze Futter für die Kühe aus dem eigenen Betrieb gewonnen, auf jegliche Pestizide und Kunstdünger verzichtet und Mischkulturen gefördert. «Es ist erstaunlich, dass wir nur das Vorhandene nutzen, es nach unseren Bedürfnissen gestalten und dabei etwas Verwertbares – Produkte wie tierisches Eiweiss, Getreide, Kartoffeln oder Obst – abgeworfen wird», so Vincent Delley vom Quellenhof. In unserem Kaffee-Ursprung, dem peruanischen Bergregenwald der Region Amazonas, leisten die Urwaldriesen eine zentrale Aufgabe im Ökosystem. Statt den Primärwald zu roden und neue Kaffeefelder anzulegen, die dann einfacher bewirtschaftet werden könnten, schützt und erhält die Kooperative CAFHU die alten Bäume und baut in deren Schatten in einer Agroforstwirtschaft verschiedene Sorten Arabica-Kaffeesträucher zusammen mit Zitrusfrüchten und anderen Kulturen an. Auch wird so verhindert, dass die Holzindustrie in die Region dringt und den Regenwald rodet.

Mit dem Wald bauen auch die rund 4500 Kleinbauern der indischen Kooperative «Fair Trade Alliance Kerala» ihre vielfältigen Felder an. **Als Permakultur würden wir wohl am treffendsten bezeichnen,** wie dort die Kulturen in den Waldgärten wachsen. Ein besonders vielfältiger und schonender Anbau im sensiblen Nilgeri-Biosphärenreservat ist dabei zentral. Der Austausch und Zusammenhalt unter den Bauern, und so die Sicherung der eigenen Nahrungsgrundlage, spielen dabei eine genauso wichtige, wenn nicht noch grössere Rolle wie der Erlös aus dem Exportgeschäft. Und auch auf Sizilien sind es alte Traditionen, wie zum Beispiel der unbewässerte Anbau alter Tomatensorten, die der kommerziellen Massenproduktion in Süditalien Kontrast bietet.

Und trotzdem: Egal ob in Kerala, Sizilien, Peru oder seit 2018 auch in der Schweiz – alle Kooperativen klagen das gleiche Lied: **fehlende Wertschätzung** ihrer qualitativ hochstehenden Produkte, marginale eigenen Absatzmöglichkeiten und die zunehmende Herausforderung durch die sich verändernden klimatischen Bedingungen. Wenn dabei äussere Faktoren, zum Beispiel fehlende Niederschläge, Kälte oder heftige Unwetter wie in Kerala letztes Jahr, die Balance der Kreisläufe stören, trifft es die Produzent(inn)en besonders hart.



Selbstdarstellung auf www.crowdcontainer.ch/ueber-uns.

Handel aufgrund Gesamtkostenrechnung

Doch macht Crowd Container mit den Kooperativen keine Vertragslandwirtschaft, sondern versucht vielmehr, mit seinen Handelspartnern eine reale Gesamtkostenrechnung zu machen. Viele machen das zum ersten Mal – und sind erschrocken, wie viel ein Produkt eigentlich kosten müsste. Doch gibt die Erfahrung unserem Modell recht. So sind unsere Kund(inn)en gerne bereit, für ein Kilogramm Äpfel ein oder zwei Franken mehr zu bezahlen, wenn sie dafür wissen, dass es ein echter Hochstamm-Baum war, wo die Früchte reifen durften, und es womöglich auch noch eine sonst nur selten anzutreffende alte Sorte ist. **Dank der Sammelbestellungen und kurzen, transparenten Handelswegen sind die Endpreise vollständig nachvollziehbar.** Bei genauerer Betrachtung leuchtet es ein – hoffen wir zumindest – dass eine Flasche Bio-Tomatenpassata im Grosshandel unmöglich 1.70 CHF kosten kann, ohne dass dabei jemand oder etwas leiden musste: seien es die Böden, die Gewässer oder die Menschen vor Ort. Und genau darum ist es wichtig, diese Geschichten zu erzählen, von den 10 Rappen, die Zwischenhändler in Süditalien für ein Kilo Tomaten zahlen, oder den knapp 3 USD Weltmarktpreis für ein Kilogramm Arabica-Rohkaffee. Für bewusste KonsumentInnen ist es darum relevant zu wissen, dass diese Tiefstpreise eng mit dem Abbau natürlicher Ressourcen, mit der Ausbeutung von Menschen und mit der Industrialisierung unserer Lebensmittel und so auch der Entfremdung von etwas vom Zentralsten in unserer Leben zu tun haben: der Nahrung.

Mit dieser Überzeugung konnten wir über unseren eigenen **Online-Marktplatz** letzten Herbst rund 600 kg Hochstamm-Äpfel, Kartoffeln, Dinkelmehl und Apfelmost direkt vom Quellenhof im Oberaargau an Kundschaft in der ganzen Schweiz vermitteln. Doch sind wir noch lange nicht am Ziel und müssen noch viel mehr Abnehmer glücklich machen, um unseren Partnerhöfen und -kooperativen einen rege genutzten, direkten Vertriebskanal anbieten zu können. Darum werden wir hoffentlich noch auf vielen Schweizer Höfen mit vielfältigen Kreislaufwirtschaften unter Bäumen mit den Anbauenden diskutieren. Wir freuen uns darauf! ●

[1] *Nicolas Fojtu ist bei der Betriebsgesellschaft Crowd Container für die Kommunikation zuständig. https://crowdcontainer.ch.*

Kurzdarstellung des Handelsweges auf der Homepage.