

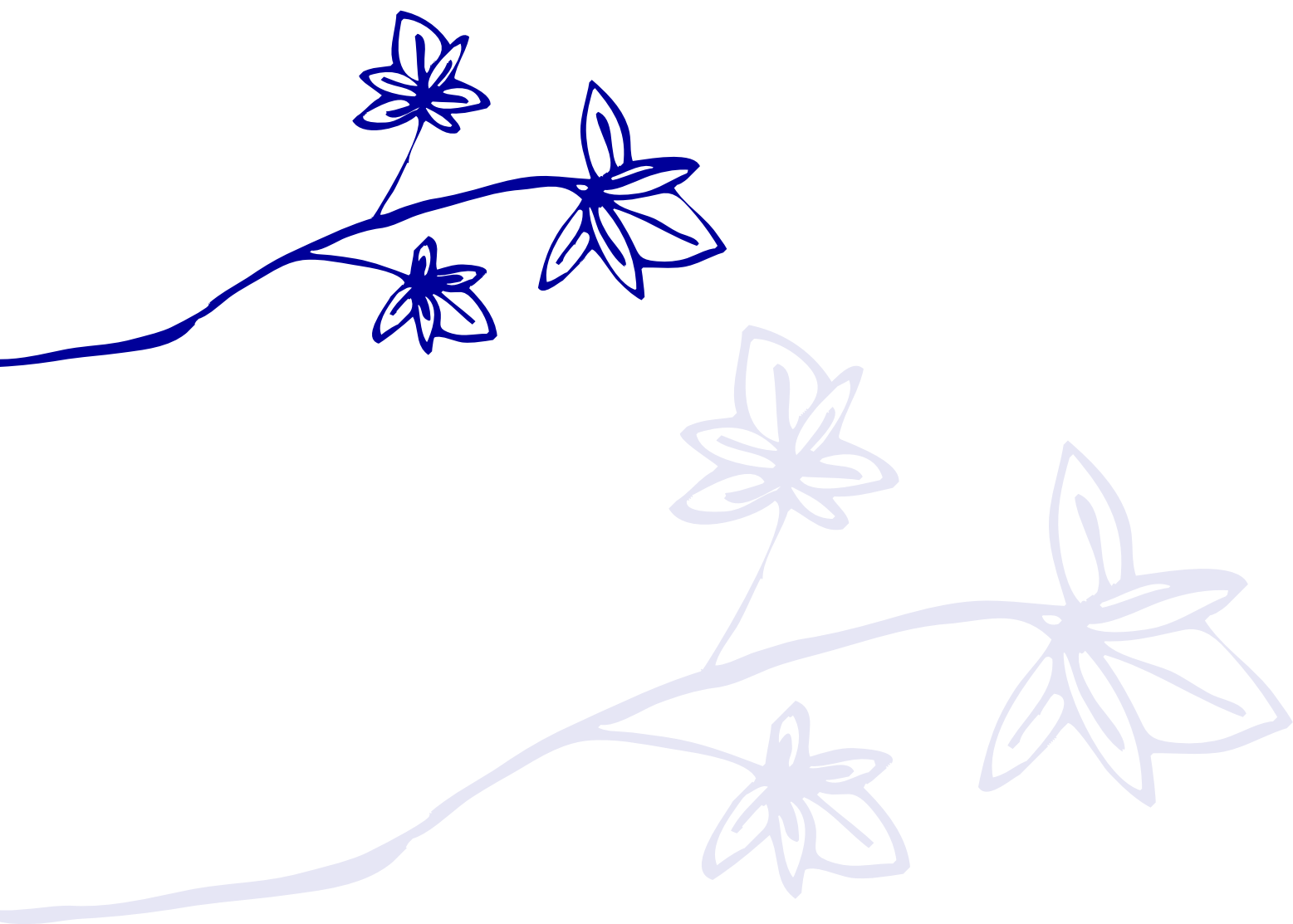
Interessenvertretung für  
Solidarische Landwirtschaft:  
Ein Leitfaden



Diese Broschüre wurde von Trainer\*innen und Teilnehmer\*innen eines Trainings im Rahmen des von Erasmus+ geförderten Projektes «Voices for CSA» (2018-2019) entwickelt. Das Hauptanliegen des Projektes war das Aufbauen von Kapazitäten in der Interessenvertretung für nationale und europäische Solawi-Netzwerke.

Redaktion: Siena Chrisman, Jocelyn Parot, Judith Hitchman, Jenny Gkiougki, Isabel Alvarez, Anouk Barcat, Gaëlle Bigler, Roberto Bossi, Denis Carel, Antonin Castel, Jolke de Moel, Monica di Sisto, Isabel Diez, Aurélie Dupré, Timothé Féodoroff, François Guiton, Sodeh Hamlouzyan, Veikko Heintz, Jule Hesse, Peter Kirch, Mathias Mirbach, Noémie Pennec-Amrane, Andrea Solyom, Ricardo Troisi, Anastasios Tsakalis, Johan Tyszler, Tomas Uhnak, Gabriela Vasquez, Mihaela Vetan.

Design and layout by Gribble Design: [gribbledesign@outlook.com](mailto:gribbledesign@outlook.com)



**URGENCI**



**ASAT**

ASOCIATIA PENTRU SUSTINEREA  
AGRICULTURII ŢĂRĂNEŞTI



Mouvement  
Inter-Régional  
des **AMAP**



**Solidarische  
Landwirtschaft**

sich die Ernte teilen



**ΑΓΡΟ  
ΟΙΚΟ  
ΠΟΛΙΣ**



**ecologistas  
en acción**

# Inhaltsverzeichnis

---

1. Einleitung.....	2
2. Wer ist Urgenci?.....	2
3. Was meinen wir mit Interessenvertretung? .....	3
4. Warum Interessenvertretung? .....	4
5. Allgemeine Prinzipien.....	5
6. Schritte für erfolgreiche Interessenvertretung .....	6
7. Verbunden bleiben mit deiner Basis: Gute Kommunikation.....	11
8. Taktiken und Aktivitäten.....	12
9. Zusätzliches Material und Anmerkungen .....	18
10. Anhang I: Unsere Prinzipien .....	22
11. Anhang II: Tipps für erfolgreiche Interessenvertretung bei Vertretern der EU .....	26
12. Anhang III: URGENCI Zugangsmöglichkeiten für die Interessenvertretung.....	28

# 1. Einleitung

---

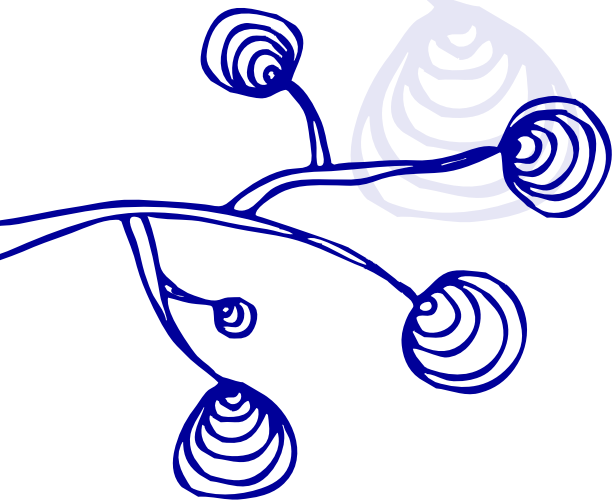
Du bist Mitglied einer Solidarischen Landwirtschaft (Solawi) oder Erzeuger\*in und finanzierst dich durch eine Solawi? Du möchtest die Solidarische Landwirtschaft wachsen sehen? Du hast Ideen um Hindernisse aus dem Weg zu räumen und die Möglichkeiten für Solawis und andere direkte Partnerschaften zu erweitern?

Wenn ja, dann bist du hier richtig! Dieser Leitfaden ist für Kernmitglieder, Erzeuger\*innen und alle Anderen, die in der Solidarischen Landwirtschaft mehr als nur eine Möglichkeit zum Kauf und Verkauf von Lebensmitteln sehen – nämlich eine Bewegung, die nachhaltige Lebensmittelsysteme ebenso kultiviert wie solidarische Erzeuger\*innen-Verbraucher\*innen-Beziehungen.

Weltweit bilden sich Interessenvertreter der Solawis weiter um sich für den Zugang zu Land, Rechte der Bäuer\*innen und eine Vielzahl anderer Themen einzusetzen – und das auf allen Ebenen, von der Lokal- und Nationalpolitik über die Europäische Union bis zu den Vereinten Nationen.

URGENCI, das internationale Netzwerk der Solidarischen Landwirtschaft, hat diesen Leitfaden entwickelt um die Idee der Interessenvertretung für Solidarische Landwirtschaft zu entmystifizieren und mehr Solawi-Mitglieder zum Mitmachen zu motivieren. Das Material basiert auf Erfahrungen, die von Interessengruppen an der Basis bei Voices for CSA ausgetauscht wurden, der ersten Schulung zum Aufbau von Kapazitäten für Solawi-Erzeuger\*innen, Verbraucher\*innen und Netzwerkmitarbeiter\*innen die 2018 in Rom stattfand.

Du bist der Meinung Solidarische Landwirtschaft ist mehr als eine Marketingoption, nämlich eine Bewegung mit einer Botschaft – und du willst sie verbreiten! – dann ist dieser Leitfaden für dich. Wir sind froh, dass du dabei bist.



## 2. Wer ist Urgenci?

---

Was wir heute Solidarische Landwirtschaft nennen (Community Supported Agriculture / CSA auf Englisch) begann in den 1960er in Japan als Teikei. Als sich die Bewegung in den frühen 2000ern nach Europa und Nordamerika ausbreitete, gründete sich Urgenci 2006 in Frankreich um Solawi-Interessengruppen aus aller Welt zusammen zu bringen. 15 Jahre später ist die Solidarische Landwirtschaft eine globale soziale Bewegung mit teilnehmenden Erzeuger\*innen, Verbraucher\*innen und Netzwerken in vielen Ländern und auf allen Kontinenten.

Urgenci fördert alle Formen direkter Partnerschaften zwischen Erzeuger\*innen und Verbraucher\*innen, vor allem Solidarische Landwirtschaft. Wir begegnen den Problemen intensiver landwirtschaftlicher Produktion und Distribution mit der Lösung, familiäre Erzeugerstrukturen mit gerechten und unterstützenden Märkten zu verbinden. Wir fühlen uns Partnerschaften, lokalem Austausch sowie direkten Beziehungen verpflichtet, wo Erzeuger\*innen fair bezahlt werden und Verbraucher\*innen sowohl die Risiken als auch die Erfolge nachhaltiger Landwirtschaft teilen und im Gegenzug ihren Anteil an gesundem, nährstoffreichem, regionalem Essen genießen. Wir fühlen uns ebenfalls der Agrarökologie und allen anderen Praktiken verpflichtet, die gesunde Böden und Biodiversität schützen und die Klimakrise bekämpfen.

Viel von Urgenci's Arbeit verbindet Menschen und Netzwerke über Grenzen hinweg, um durch Entwicklung und gegenseitigen Austausch von praktischem Werkzeug voneinander zu lernen. Diese praktische Arbeit ist durch unser Engagement in der internationalen Bewegung für Ernährungssouveränität und Solidarökonomie motiviert.

**Ernährungssouveränität:** Das Recht auf Zugang zu gesunden, kulturell angemessenem Essen, welches durch ökologisch vernünftige und nachhaltige Methoden produziert wurde, sowie die Kontrolle über die eigenen Lebensmittel- und Landwirtschaftssysteme.

**Economía solidaria: Solidarökonomie:** Ein auf Ethik und Werten basierender Ansatz von ökonomischer Entwicklung, der das Wohlergehen von Menschen und dem Planeten Erde über Profite und blinden Wachstum stellt.

### 3. Was meinen wir mit Interessenvertretung?

---

Interessenvertretung ist kein leichtes Konzept um es in verschiedene Sprachen zu bringen. Manchmal wird es mit verwandten Begriffen wie Lobbyarbeit oder Kampagnenarbeit verwechselt. Tatsächlich ist Interessenvertretung ein Überbegriff, der diese Aktivitäten beinhaltet. Alle drei Aktivitäten sind ähnlich, wenn auch ihre Prozesse verschieden sind.

**Interessenvertretung:** Jegliche Aktivität die zum Ziel hat, Einstellungen, Regelwerke oder Praktiken zu verändern.

**Lobbyarbeit:** Strategische, formale oder informelle Mittel um spezifische Entscheidungsträger\*innen in einer konkreten Angelegenheit zu beeinflussen.

**Kampagnenarbeit:** Aktionen, Events und Aktivitäten um Aufmerksamkeit zu bekommen und Wandel in einem Thema zu befördern indem man breiter mit organisierten Gruppen und Personen arbeitet.

Interessenvertretung ist weiter aufgestellt, während Lobby- und Kampagnenarbeit eher fokussierte Arten von Interessenvertretung sind. In manchen Sprachen besteht auch noch eine ethische Unterscheidung: Interessenvertretung bezieht sich auf Rechte (vor allem Menschenrechte) und Lobbyarbeit kümmert sich eher um (wirtschaftliche/ geschäftliche) Interessen.



# 4. Warum Interessenvertretung?

Jahrzehntlang haben Erzeuger\*innen allein die Risiken eines mehr und mehr skrupellosen globalen Landwirtschaftsmarktes geschultert. Millionen wurden aus der Landwirtschaft verdrängt, während ungezählte Tausende weiter Tag für Tag um ihr Überleben kämpfen. Für viele Erzeuger\*innen bietet die Solidarische Landwirtschaft eine der hoffnungsvollsten Alternativen. In der Tat ist es für einige der einzige Weg ihr Land zu behalten, da es das einzige Modell ist, in dem Verbraucher\*innen wissentlich dem Teilen der Risiken und Vorteile der Landwirtschaft zustimmen. Diese Alternative vorzuleben indem man Teil einer Solawi wird, ist wichtig. Doch der globale Markt ist geprägt von gezielten politischen Kräften und Machtverhältnissen die von industrieller Landwirtschaft dominiert sind. Um bedeutungsvollen Wandel in Gang zu bringen müssen wir aktiv einsteigen gegen diese Kräfte und für die Welt, die wir uns wünschen.

Viele Menschen sehen Solidarische Landwirtschaft lediglich als Zugang zu frischen Lebensmitteln und einer engeren Beziehung zu den Erzeuger\*innen. Also wofür soll man da kämpfen? Die überraschende Antwort: für Vieles! Regierungspolitik von der internationalen bis zur lokalen Ebene können eine immense Auswirkung darauf haben, wer Zugang zu Solawi hat, ob Erzeuger\*innen als Solawi arbeiten können, wie Land genutzt wird, und und und.

## Internationale und nationale Interessenvertretung

Die Folgen der EU-Politik können sich so ausbreiten, dass sie in örtlichen Gemeinden spürbar sind. Restriktive EU-Regularien können es extrem erschweren Solawi-Programme auf bzw. in den Boden zu bringen. Andererseits können wohlwollende Richtlinien Erzeuger\*innen, Mitgliedern und Anderen Möglichkeiten zum kreativen Austausch über das Wachstum von Solawi-Strukturen bieten.

Internationale und nationale Organisationen schaffen Rahmenbedingungen und definieren Sprache, was wiederum bestimmt wie Themen diskutiert werden. Sitten Solawi-Interessenvertreter\*innen nicht mit am Tisch, werden andere die Richtlinien gestalten oder die Bedingungen festlegen - und ihre Vorstellungen könnten ganz und gar entgegengesetzt sein.

### Zum Beispiel...

2012 hat sich der Ausschuss für Welternährungssicherheit, die entscheidungstragende Körper der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen in Rom getroffen und Richtlinien für nationale Gesetzgeber entwickelt, die sich mit Entscheidungen über Landnutzung und Landraub beschäftigen. Die daraus resultierenden Freiwilligen Richtlinien über verantwortungsvolle Führung von Landbesitz (Voluntary Guidelines on the Responsible Governance of Tenure - VGGT) wurden ein globaler Referenzpunkt in der Steuerung von Landbesitz, indem es Prinzipien und Praktiken anbietet auf die sich Regierungen beziehen können wenn sie Gesetze über Land-, Fischerei- und Forstrechte machen. Da sie in einem kollaborativen Prozess mit einem breiten Spektrum an Interessenvertreter\*innen und großer Beteiligung sozialer Bewegungen entwickelt wurden, sind diese Richtlinien ein Rechtsdokument, welches leicht in einem lokalen Kontext angewendet werden kann.

Die französische Regierung startete 2009 eine interdepartmentale Arbeitsgruppe darüber, wie kurze Lieferketten gefördert werden können. Beim ersten Treffen boten Vertreter\*innen großer Einzelhandelsgeschäfte und Hypermärkte eine Definition von kurzen Lieferketten, die zu ihren Geschäftsmodellen passte. Sie definierten kurze Lieferketten als solche, mit nur einer Zwischenhändler\*in. Für

die Interessenvertreter\*innen der Solawi und anderer direkter Partnerschaften, die keine Zwischenhändler\*innen einbeziehen, war das eine inakzeptable Definition. Indem sie mit am Tisch saßen, konnten diese Interessenvertreter\*innen eine alternative Vorstellung von kurzen Lieferketten verteidigen und den Begriff vor der Vereinnahmung schützen.

*Für spezifische Tipps zur Interessenvertretung bei der Europäischen Union, siehe Anhang II.*

## Regionale und lokale Interessenvertretung

Auch auf regionaler und lokaler Ebene gibt es viele Möglichkeiten sich für Solawifreundliche Politik einzusetzen. Manche Gesetze über Themen wie Landbesitz, Zugang zu Erbstücken oder nicht-genetisch modifiziertes Saatgut werden international und national gemacht, oft aber lassen sie Raum für regionale Interpretationen der Gesetze, wie beispielsweise beim VGGT.

Andere Themen für die man sich bei örtlichen Behörden einsetzen kann beinhalten:

- » Landnutzung durch Zonierung und Regeln über Arbeit in Landschaftsschutzgebieten.
- » Nutzung chemischer Mittel in der Landwirtschaft, da eine zunehmende Zahl lokaler Regierungen ihre Regionen als pestizid- und herbizidfrei deklariert haben.
- » Ausnahmen von beschwerlichen Lebensmittelsicherheitsbestimmungen für kleine Erzeuger\*innen.
- » Initiativen um einkommensschwache Anwohner\*innen zu unterstützen Solawi-Programmen beizutreten.

Viele Städte und Gemeinden haben einen Ernährungsrat eingerichtet, welcher lokale Akteur\*innen im Lebensmittelbereich zusammenbringt, um Politik zum Wohle der ganzen Gemeinde zu machen. Das kann ein guter Ort sein um Argumente vorzubringen und Verbündete zu finden.

Interessenvertretung muss außerdem nicht auf die Ebene von Regierungen und Behörden beschränkt sein. Sie kann auch zu Firmen, Universitäten und anderen Institutionen gebracht werden - vielleicht möchtest du es einfacher für Angestellte einer örtlichen Firma machen Solawi-Mitglied zu werden. Oder du möchtest erreichen, dass bestimmte Geschäfte ihren Kund\*innen Rabatte anbieten, wenn sie Mitglied werden. Die nachfolgenden Schritte für erfolgreiche Interessenvertretung treffen auch auf das Erreichen dieser Zielgruppen zu.

## 5. Allgemeine Prinzipien

---

Als Solawi-Mitglieder sind unsere Prinzipien der Ausgangspunkt, der unsere Arbeit leitet. Dies beinhaltet auch die Prinzipien von Teikei, die Europäische CSA-Deklaration und das Urgenci Versprechen. Der volle Text dieser Prinzipien können im Anhang I gefunden werden.

Teikei bedeutet «Zusammenarbeit» auf Japanisch. Die Teikei-Bewegung hat sich als Teil der Öko-Landwirtschaftsbewegung bereits in den 1960ern in Japan entwickelt. Damals wurde die Stärkung der Erzeuger\*innen-Verbraucher\*innen-Beziehung als entscheidender Teil für die Voranbringung der gesamten Bewegung und bei der Bekämpfung industrieller

Verschmutzung gesehen. Die zehn Prinzipien von Teikei wurden 1978 von Teruo Ichiraku, einem führenden ökologischen Bauern, formalisiert und seitdem als Rückgrat der globalen Solawi-Bewegung betrachtet.

Die zehn Prinzipien von Teikei

- » Gegenseitige Unterstützung
- » Absichtsvolle Produktion
- » Annahme der Erzeugnisse
- » Aufeinander Zugehen bei der Preisfindung
- » Vertiefung freundschaftlicher Beziehungen
- » Eigene Verteilung
- » Demokratische Verwaltung
- » Lernen innerhalb der Gruppen
- » Erhaltung einer angemessenen Gruppengröße
- » Ständige Weiterentwicklung

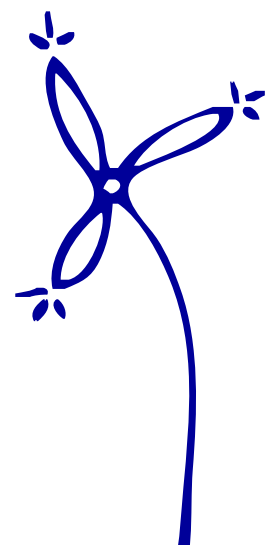
Die Europäische CSA-Deklaration ruft nach Stärkung der Solawi-Bewegung, dem Teilen von Wissen zwischen den Ländern, dem Ausführen partizipatorischer Forschung, Bestärkung der Menschen die Bewegung weiter zu entwickeln, die Gewinne und Vorteile von Solawis für die Gesellschaft zu zeigen, nach Engagement in lokaler Lebensmittelverwaltung, nach Unterstützung für die Nutzung von Agrarökologie sowie nach Zusammenarbeit mit der Ernährungssouveränitäts- und der Solidarökonomie-Bewegung.

Beim Treffen in Peking im Jahr 2015 hat das Urgenci-Netzwerk ein offizielles Versprechen gegeben, die nächsten zehn Jahre ihrer Arbeit dem Verbreiten der Botschaft über die Vorteile solidarischer Landwirtschaft, dem Aufbauen nährender persönlicher und organisatorischer Beziehungen und Verbindungen, der Unterstützung und Bestärkung von Solawi-Netzwerken auf der ganzen Welt, dem Teilen von Wissen, dem Feiern von Erzeuger\*innen und Gemeinschaften und der Unterstützung von Gärtner\*innen und Verbraucher\*innen, die sich um Land und Menschen kümmern, zu widmen. Diese und andere Prinzipien wurden offiziell in die Chartas der nationalen Solawi-Netzwerke von Frankreich, Großbritannien, Belgien, Norwegen und vieler weiterer Länder aufgenommen.

## 6. Schritte für erfolgreiche Interessenvertretung

---

Egal ob du eine offizielle Kampagne planst oder einen eher lockeren Infoabend, einige Schritte werden dir helfen deine Arbeit erfolgreicher zu machen. Je nach Situation werden diese Schritte unterschiedlich aussehen, vielleicht in anderer Reihenfolge sinnvoll sein oder teilweise einfach weniger relevant. Wir empfehlen dir, die Schritte zu Beginn deines Engagements vollständig durchzusehen. Sie werden dir helfen einen guten Plan auszuarbeiten und sicherstellen, dass du nichts wichtiges darin vergisst. Außerdem können sie dir helfen dein Vorhaben aus einer etwas anderen Perspektive zu betrachten oder dich zu neuen Ideen inspirieren.





## 6.1. Starte von einer starken Basis

Eine Interessenvertretung kann ein großes Projekt werden – oft viel größer als es anfangs scheint. Also solltest du vom stärksten Punkt aus starten, sodass du dir über die nötigen personellen Ressourcen sicher sein kannst. Andererseits stellst du mitten in der Kampagne vielleicht fest, dass dir eine entscheidende Fähigkeit oder Expertise fehlt.

Bevor du dich in einen Interessenvertretungs- oder politischen Entscheidungsprozess begibst, mache eine Bestandsaufnahme deiner Mittel: welche Fähigkeiten, Erfahrungen, Beziehungen und Kapazitäten brauchst du um dein Ziel zu erreichen? Was hast du bereits in deinem Team? Was fehlt? Wie kannst du das Fehlende finden?

Wie immer sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt: neue Allianzen bilden, Schulungen, jemand Neuen einstellen, die Jobbeschreibungen einiger Posten verändern, energiegeladene neue Freiwillige engagieren oder mit Student\*innen aus der Uni arbeiten. Gleichzeitig solltest du realistisch auf deine Kapazitäten blicken – manchmal braucht das Organisieren von Freiwilligen oder Mitarbeiter\*innen fast genauso viel Arbeit wie von ihnen erledigt werden kann. Außerdem ist es wichtig im Blick zu behalten, dass die benötigten Fähigkeiten auch entsprechend lang verfügbar sind. Beispielsweise indem du vielleicht zwei Menschen einstellst, falls jemand gehen sollte.

## 6.2. Formuliere deine Ziele

Jeder in deinem Team sollte bezüglich der Ziele und der ersehnten Veränderung auf der gleichen Seite arbeiten. Sich für das klare Formulieren des Vorhabens, der Vision und der konkreten Ziele Zeit zu nehmen wird dir helfen deine Arbeit zu fokussieren. Durch diesen Prozess zu gehen wird ebenso helfen die Bereiche zu finden, in denen es Meinungsverschiedenheiten innerhalb des Teams gibt und gleichzeitig die Möglichkeit bieten, diese zu lösen. Ein Ergebnis, welches aus dem Mitwirken aller Interessierter hervorgeht, wird nicht nur zu Eingebundenheit und Verbundenheit aller mit den Zielen führen, es wird es auch leichter machen die Ziele mit Neuankömmlingen zu teilen.

## 6.3. Sammle Daten und lerne die Umgebung kennen

Interessenvertretung muss von einer gut informierten Position kommen. Schon während du deine Ziele und Vision klärst, kannst du Informationen sammeln. Was genau ist das Problem, um das du dich kümmern willst? Was sind die Ursachen dafür? Was würde durch die angestrebte Veränderung verbessert werden? Haben Andere das schon früher versucht? Wenn ja, was haben sie erreicht und an welchen Hindernissen sind sie stecken geblieben?

Versuche die Umgebung, die Geschichte und die Akteur\*innen zu verstehen. Vor allem wenn du neu in dem Feld bist, nimm dir Zeit die Schlüsselorganisationen kennen zu lernen, ebenso die Menschen, die in diesem Bereich schon lange arbeiten. Wer sind die Gewinner\*innen und wer die Herausforderer\*innen? Ist das Problem zufällig oder durch einen Unfall entstanden oder wurde es durch gezielte Politik verursacht? Knüpfe Beziehungen mit den Akteur\*innen in Schlüsselpositionen und lerne von ihrer Erfahrung.

Vielleicht am wichtigsten aber ist, dass du verstehst wer von dem Problem am meisten betroffen ist und wie ihre Perspektive aussieht. Diese Menschen sollten bei allen Diskussionen dabei sein, ihre Stimme sollte an erster Stelle stehen. Die Lösungen, die du zu finden versuchst, sollten aus Diskussionen und Strategiebesprechungen mit ihnen stammen, ebenso wie sie an allen Entscheidungen teilhaben sollten.

## 6.4. Entwickle deine Strategie

Jetzt ist endlich die Zeit reif, alles was du in den bisherigen Schritten gelernt hast in einen Plan zu bringen, zusammen mit allen Zielen, Prozessen, Zeitplänen, Meilensteinen.

### Einschätzung der Stärken und Schwächen

Eine SWOT-Analyse ist ein guter Anfang. Setzt euch als Team zusammen und diskutiert offen (mit detaillierten Notizen) über:

- » Stärken: Was kann euer Team gut? Über welche Mittel und Vorteile verfügt ihr? Denkt an Expertise, Beziehungen, Reputation, etc.
- » Schwächen: Was sind eure Unzulänglichkeiten?
- » Chancen: Denkt an aktuelle Trends (beispielsweise die Popularität von Lebensmitteln mit extrem kurzen Transportwegen), Gesetzgebungskalender, lokale oder nationale Veranstaltungen die euch vorteilhafte Möglichkeiten bieten.
- » Bedrohungen: Was könnte Probleme verursachen? Denkt über potentielle Gegner und andere Faktoren nach, die euren Einsatz erschweren könnten. Was könnt ihr voraussehen und was könnt ihr umgehen?

Warnung: In der SWOT-Analyse geht es nicht nur darum eure Stärken/Strengths – Schwächen/Weaknesses – Chancen/Opportunities – Bedrohungen/Threats aufzulisten. Es ist als Gitter gedacht, in dem ihr diese Elemente kombiniert. Also Stärken und Schwächen auf einer Achse, Chancen und Bedrohungen auf der anderen Achse, sodass ihr die entsprechenden Lücken (wo Schwächen und Bedrohungen sich treffen) und Vorteile (wo Stärken und Chancen sich treffen) findet und daraus Strategien entwickelt.

### Bestimmt eure Zielpersonen

Wer hat die Macht die Veränderung zu bringen, die ihr euch vorstellt? Verschiedene Akteure besetzen verschiedene Machtebenen. Bedenkt für jede potentielle Zielperson: Welche Möglichkeit zu Veränderung hat dieser Mensch oder diese Einrichtung? Wem unterstehen sie?

Wenn ihr beispielsweise versucht ein neues Gesetz durchzubringen, versucht ihr vielleicht die Politiker\*innen direkt zu erreichen, egal ob Mitglied des Parlaments oder des Stadtrates. Aber wem unterstehen sie? Ihren Wähler\*innen. Es könnte sich als erfolgreicher erweisen, eine Kampagne auf diese Wähler\*innen auszurichten und eine breite Basis an Unterstützer\*innen aufzubauen, sodass die politischen Entscheidungsträger\*innen wenig anderes machen können als auf sie zu hören. Es wird auch hilfreich sein über die Abgeordneten zu recherchieren: gibt es Parlaments- oder Gemeinderatsmitglieder, die bei ähnlichen Themen bisher wohlgesonnen waren, zum Beispiel bei Umwelt- oder Landschaftsschutz?

### Arbeitet Strategien und Taktiken aus

Hier kommen die großen Entscheidungen. Nehmt euch Zeit die verschiedenen Strategien mit ihren möglichen Optionen und deren Auswirkungen zu durchdenken. Wollt ihr schnell ein kleineres Gesetz noch vor den örtlichen Wahlen durchbringen

oder ein ambitioniertes nach den Wahlen versuchen, obwohl der Wahlausgang noch ungewiss ist?

Bedenkt auch Fragen wie: Wollt ihr für Interessenvertretung auf gesetzgebender Ebene eine Innenstrategie (sich durch gesetzgebende Ebenen durcharbeiten) und eine Außenstrategie (Protest, Medienkampagne) fahren oder nur eine? Auf welche Art von Taktik reagiert eure Zielgruppe wohl am besten?

## Erstellt einen Zeitplan

Plant eure Strategie soweit wie möglich im voraus – für große Kampagnen idealerweise mehrere Jahre weit.

Wann wollt ihr eure Kampagne starten? Seht euch die Möglichkeiten an: gibt es ein bestimmtes Datum im Gesetzgebungskalender oder etwas anderes was als Meilenstein sinnvoll wäre? Es ist hilfreich eure idealen Meilensteine zunächst zu skizzieren und dann zurückrechnend die Taktiken auszufüllen, sodass die Meilensteine gegebenenfalls angepasst werden.

Nicht zuletzt ist das am wichtigsten einzuplanende: Flexibilität! Es wird Veränderungen geben, Unbekanntes, Treffen die nicht nach Plan laufen. Baut Puffer in euren Zeitplan ein ebenso wie in eure Köpfe – und erwartet das Unerwartete.

## 6.5. Finde Verbündete

Der Schlüssel zu effektiver Interessenvertretung liegt im Bilden von Beziehungen und Bündnissen auf allen Ebenen, von der eigenen Basis bis zu Zielpersonen. Eine Schlüsselwählerschaft sind eure Verbündete: Menschen oder Gruppen die nicht direkt in eure Arbeit involviert sind, aber das Thema unterstützen oder sich damit identifizieren. Bündnispartner können Türen öffnen, deine Basis stärken und deine Sache auf Weisen voran bringen, die du allein nicht geschafft hättest – und du wiederum kannst ihnen helfen. So viele Themen hängen zusammen und indem wir uns gegenseitig unterstützen werden wir alle stärker.

Während du das Umfeld studiert und deine Strategie entwickelt hast, sind einige Namen von Verbündeten vermutlich immer wieder aufgetaucht. War das nicht so, überlege wer bestimmte Fähigkeiten, Netzwerke oder Zugang zu Machtebenen hat, die deiner Arbeit helfen würden. Interessenvertreter\*innen für die Umwelt, Agrarökologie, gesunde Lebensmittel und Ernährung, nachhaltige Lebensmittelsysteme, ländliche Entwicklung oder den Klimaschutz sind naheliegende Verbündete. Mitarbeiter\*innen im öffentlichen Beschaffungswesen, Gesundheitswesen oder in der Infrastruktur sind weniger naheliegend, könnten aber interessiert an einer Partnerschaft in einem spezifischen Thema sein. Denk an Chef\*innen, Lehrer\*innen, Lokalkünstler\*innen und andere Mitglieder der Gemeinschaft die interessiert sein könnten deine Sache zu unterstützen.

Ziehe auch unkonventionelle Partner\*innen in Betracht. Zum Beispiel könnte eine Schule vor Ort überzeugt werden ihren Spielplatz als Verteilstation nutzen zu lassen, wenn genug Familien der Schule Solawi-Mitglieder sind.

Bei jeder einzelnen Partner\*in und jeder Bündnisgruppe, sei dir im Klaren darüber, worum du bittest. Hättest du gerne ein öffentliches Statement von ihnen in dem sie deine Sache befürworten und unterstützen? Sollen sie ihre eigenen Mitglieder als Unterstützer anwerben oder (im Falle von politischen Entscheidungsträgern) helfen ein Gesetz einzubringen?

Sei unmissverständlich darüber, was du im Gegenzug anbieten kannst, egal ob jetzt oder zukünftig.

Vor allem beachte, dass das Aufbauen und Pflegen von Beziehungen mit Verbündeten Zeit und Kraft braucht. Priorisiere diese Zeit in gleicher Weise wie du mit deiner Strategieentwicklung und deinem Nachrichtenaustausch machen würdest.

## 6.6. Entwerfe deine Botschaft

Wenn du nun dein Ziel und deine Strategie klar formuliert hast, ist es an der Zeit deine Botschaft zu finden. Wie willst du dein Anliegen einkleiden – was ist das Narrativ?

In der Geschichte der Solidarischen Landwirtschaft gibt es ein enormes Potential für Positivität. Fokussiere dich in Worten und Bildern auf die Landschaft, die Güte der Produkte, Freude der Beziehungen, Wiederverbindung mit dem Land, den appetitlichen Weg die Klimakrise zu bekämpfen und die Stadt-Land-Partnerschaft. Präsentiere deine Vorschläge als Lösungen.

Entwickle einfache Gesprächsthemen und vielleicht einen Slogan oder einen griffigen Spruch, der das Problem und die Lösung in klaren Worten erklärt. Lass Menschen von außerhalb deines Kreises ihn lesen – verstehen sie gleich worum es geht und was du von ihnen willst? Wenn nicht, vereinfache weiter.

Du wirst Material entwickeln müssen um über dein Thema zu sprechen. Je nach Strategie und Taktik kann das Postkarten, Schilder, Social Media Posts, Leserbriefe, Informationsblätter, Poster, T-Shirts, Aufkleber, etc. beinhalten. (Siehe auch Abschnitt «Strategie und Taktik» weiter unten für mehr.) Manches aus diesem Material wird detaillierter sein als anderes, aber alles sollte sprachlich und im Design konsistent sein. Benutze die gleichen Narrative, Gesprächsthemen, Schriftarten, Farben und Fotos – deine Botschaft soll auf allen Plattformen wieder erkannt werden.

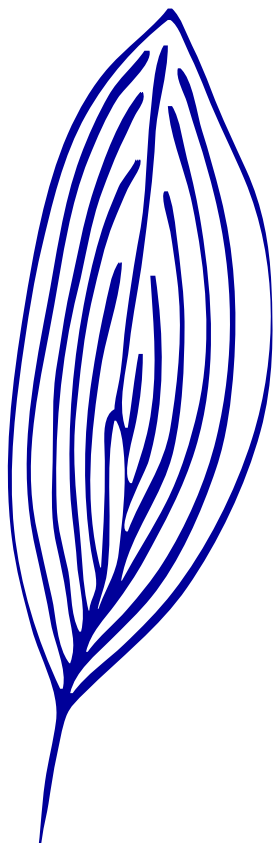
Solidarische Landwirtschaft ist fotogen! Sammle qualitativ hochwertige, hoch aufgelöste Fotos aus deinem Netzwerk und verwende sie so viel wie möglich in deinen Materialien. Fotos machen den Druck teurer, aber die Wirkung kann die Kosten wert sein. Priorisiere Bilder vor allem online und an anderen Stellen, wo ihre Kosten keine Rolle spielen.

## 6.7. Gib Alles!

Du hast hart daran gearbeitet alles vorzubereiten – jetzt kann es endlich losgehen! Jetzt ist Zeit all das zu TUN was du bisher geplant und besprochen hast.

Ein paar letzte Hinweise bevor du loslegst:

» Entwickle ein System von Verantwortungsbereichen und Projektmanagement für das Arbeitsteam. Das können reguläre Treffensein oder ein Onlinesystem um den Arbeitsfluss zu dokumentieren. Jetzt ist es besonders wichtig, dass sich alle klar über die Aufgaben und Zeitpläne sind und niemand das Gefühl hat zufällig Teammitglieder aufzuspüren, die ihre Arbeit nicht machen. Es gibt viele freie Projektmanagement-Werkzeuge online. Mitglieder des Urgenci-Netzwerkes haben erfolgreich mit verschiedenen Werkzeugen von NextCloud gearbeitet, aber auch mit Asana, Trello und Basecamp, die auch alle das Zuweisen von Aufgaben und Dokumentieren des Arbeitsfortschritts erlauben. Probiere ein oder zwei davon aus und finde heraus, welches



gut für dich und dein Team ist.

- » Wenn deine Kampagne einen langen Zeitrahmen hat, rotiert mit den Positionen die den größten Arbeitsaufwand haben und macht Pausen, sodass niemand ausbrennt.

## 6.8. Evaluiert und überprüft – und feiert!

Fürsprachearbeit ist am effektivsten wenn die Fürsprecher\*innen sich Zeit zum Reflektieren nehmen, vom Prozess lernen und das Gelernte nutzen um ihre weitere Arbeit zu verbessern. Baut Evaluation an einigen Stellen in eurem Zeitverlauf ein und nochmal am Ende des Prozesses. Verschiedene Fürsprachegruppen in der EU nutzen Tabellen und Grafiken um ihren Zeitplan und ihre Meilensteine zu verfolgen, ebenso wie die Ergebnisse ihrer Kampagnen; diese und ähnliche Mittel sind nützlich um den Prozess zu beobachten.

Bei einem kürzlichen Treffen beobachtete ein Mitglied des Urgenci-Netzwerkes, dass das Erstellen eines Berichts zu 30 Prozent aus Schreiben und zu 70 Prozent aus Nachbereitung besteht. Das gleiche gilt für Interessenarbeit. Du wirst unglaublich hart arbeiten um eine Veränderung zu bewirken (die auch noch unverhältnismäßig klein wirkt neben der dafür benötigten Arbeit, zum Beispiel wenn es um das Ändern eines Wortes in einem Vertrag oder einer Rechnung geht), dann wiederum wirst du wahrscheinlich ebenso hart dafür arbeiten müssen dass diese Veränderung implementiert, finanziert oder nicht ignoriert wird.

Aber hier sind die guten Nachrichten: Jeder Sieg bietet eine Chance zum Feiern! Sogar (oder erst recht) wenn du und dein Team wissen, dass es morgen wieder an die kräftezehrende Arbeit geht, nehmt euch Zeit zu feiern was ihr bisher erreicht habt. Es ist unglaublich wichtig für die Moral und Stimmung der Gruppe den Fortschritt anzuerkennen, Lob zu verteilen und gemeinsam Spaß zu haben, nachdem man sich richtig ins Zeug gelegt hat.

Die anderen guten Neuigkeiten sind, dass selbst die kleinsten Siege ziemlich große Auswirkungen in der Zukunft haben können. Es kann sein, dass sich Beziehungen aus einer Kampagne zu einer starken Partnerschaft entwickeln oder deine Interessenvertretung bei Politiker\*innen eine Idee entstehen lässt, die zu einem neuen Gesetz wird. Interessenvertretung bringt schrittweise Ergebnisse – es mag schwierig sein die Veränderung in einem Moment zu sehen oder die Langzeitauswirkung deiner Arbeit zu erkennen. Oft ist es erst nach fünf Jahren soweit, dass du zurück blickst und realisierst was du bewirkt hast!

## 7. Verbunden bleiben mit deiner Basis: Gute Kommunikation

---

Als Interessenvertreter\*in sprichst du im Namen anderer Menschen. Deine Basis ist wahrscheinlich eine Kombination aus Erzeuger\*innen, Solawi-Mitgliedern und anderen Interessierten. Es ist ein Privileg und auch eine Verantwortung, wenn andere dir vertrauen für sie zu sprechen und du solltest dieses Vertrauen würdigen. Bleibe in regelmäßigem Austausch mit deiner Basis um sie auf dem Laufenden zu halten. So kannst du sicherstellen, dass Entscheidungen ihr Wünsche ausdrücken und du ihre wichtigsten Themen richtig repräsentierst.

Zwischen all der täglichen Organisationsroutine kann es eine Herausforderung sein die Kommunikationskanäle offen zu halten für einen anhaltenden Austausch von Ideen und Feedback zwischen den Wurzeln und den politischen Entscheidungsebenen.

Glücklicherweise gibt es eine Menge Hilfsmittel um diese Verbindungen stark und intakt zu halten, wie zum Beispiel Messaging Apps, Emaillistenserver, Email, Social Media, Newsletter, sowie die guten alten Telefonate und Treffen.

Lass dich von der Suche nach dem perfekten Hilfsmittel nicht vom Ziel des Kontakthaltens ablenken. Inhalt, Timing, Sprache und eine persönliche Beziehung sind die Schlüssel für gute Kommunikation. Manchmal werden lange Hin-und-Her-Emails oder Whatsappnachrichten die sich aufheizen am besten gelöst, indem man den Telefonhörer in die Hand nimmt oder die Menschen an einem realen Ort zusammenbringt. Wenn du versuchst Menschen dazu zu bringen bei einer Veranstaltung dabei zu sein, kann ein persönlicher Anruf einen immensen Unterschied machen.

Schlüsselprinzipien für eine erfolgreiche Kommunikation:

- » Benutze eine klare Sprache und reduziere Akronyme auf ein Minimum. Sprich eher über erreichbare Ergebnisse und Vorteile als zu sehr auf den Prozess zu fokussieren.
- » Sprich über reale Beispiele und konkrete Konsequenzen statt zu spekulieren oder dir Dinge auszudenken.
- » Etabliere ein Protokoll für einen regelmäßigen Check-In um sicher zu stellen, dass der Prozess immer noch auf dem richtigen Weg ist. Richte dir eine Erinnerung im Kalender ein um ein wöchentliches Update zu mailen oder setze zweiwöchentliche Treffen an – was auch immer für dich und dein Team passt. Es kann hilfreich sein den Check-In im Kalender festzuhalten, damit er nicht vergessen wird.
  - » Nutze das Bewährte: bestehende Veranstaltungen und Kanäle sind der beste Weg um deine Botschaft zu verbreiten, besser als neue zu schaffen und Informationen zu duplizieren. Beispielsweise sind bestehende Organisationstreffen vermutlich der beste Ort um die meisten Mitglieder zu erreichen.
  - » Sei geflissentlich und umsichtig mit den Informationen, die du herum schickst um Belästigung (oder zu volle Postfächer) zu vermeiden. Teile die relevantesten und nützlichsten Informationen.
  - » Richte ein klares Protokoll darüber ein, wo du deine Informationen her hast und an wen du sie senden sollst.

## 8. Taktiken und Aktivitäten

---

Du hast Schwierigkeiten dir konkret vorzustellen wie Interessenvertretung für Solidarische Landwirtschaft aussieht oder brauchst Inspiration wie du beginnst über eine Kampagne nachzudenken? Hier sind einige Beispiele für Strategien, Taktiken, Aktivitäten und Hilfsmittel die erfolgreich von Mitgliedern des Urgenci-Netzwerkes genutzt wurden.

## 8.1. Demonstrationen

Vor nicht allzu langer Zeit war das Pariser Solawi-Netzwerk, Réseau Amap Île-de-France (Amap-IdF), zu fast zwei Dritteln ihres Budgets von der Regionalregierung abhängig. Als die Opposition zum ersten Mal in 12 Jahren die lokalen Wahlen gewann, erfuhren die Amap-IdF Mitarbeiter\*innen, dass die neue Regierung ihr Unterstützung kürzen oder beenden wollten, im Gegensatz zu einem Versprechen während des Wahlkampfes der neuen Präsidentin des Regionalrates.

Amap-IdF forderte die neu gewählte Präsidentin auf ihr Versprechen zu halten – schließlich hatte sie ihre Solawi-Deklaration auf einer Wahlkampftour unterzeichnet. Als sie das nicht tat, entschied das Netzwerk vor dem Regionalrat zu demonstrieren und ihre Wichtigkeit für die Region zu zeigen. Fast 150 Menschen aus dem Netzwerk kamen zur Demonstration, außerdem einige gewählte Mitglieder des Rates.

Sodeh Hamlouzyan, Vorstandsmitglied von Amap-IdF, beschrieb den Protest: «Wir sangen und diskutierten in einer friedlichen und freundlichen Atmosphäre.» Das Netzwerk erreichte ein Treffen mit dem Landwirtschaftsteam des Regionalrates, was keine Veränderung brachte. Also organisierte Amap-IdF eine zweite Demonstration. Diese führte zu Ergebnissen: das Budget des Netzwerkes wurde gesichert. «Nur Demonstrationen mit konkreten Forderungen haben positive Ergebnisse,» so Hamlouzyan.

## 8.2. Wohnwägen

Wohnwägen und Touren sind eine wunderbare Art um Menschen zu mobilisieren, Informationen und Praktiken zu verbreiten und Beziehungen zu knüpfen. 2014, auf dem Höhepunkt der Wirtschaftskrise in Griechenland, organisierte Jenny Gkiougi einen «Permakultur Wohnwagen», der sechs Wochen lang durch Griechenland fuhr und kostenlos nachhaltige Praktiken an ländliche und städtische Bewohner vermittelte.

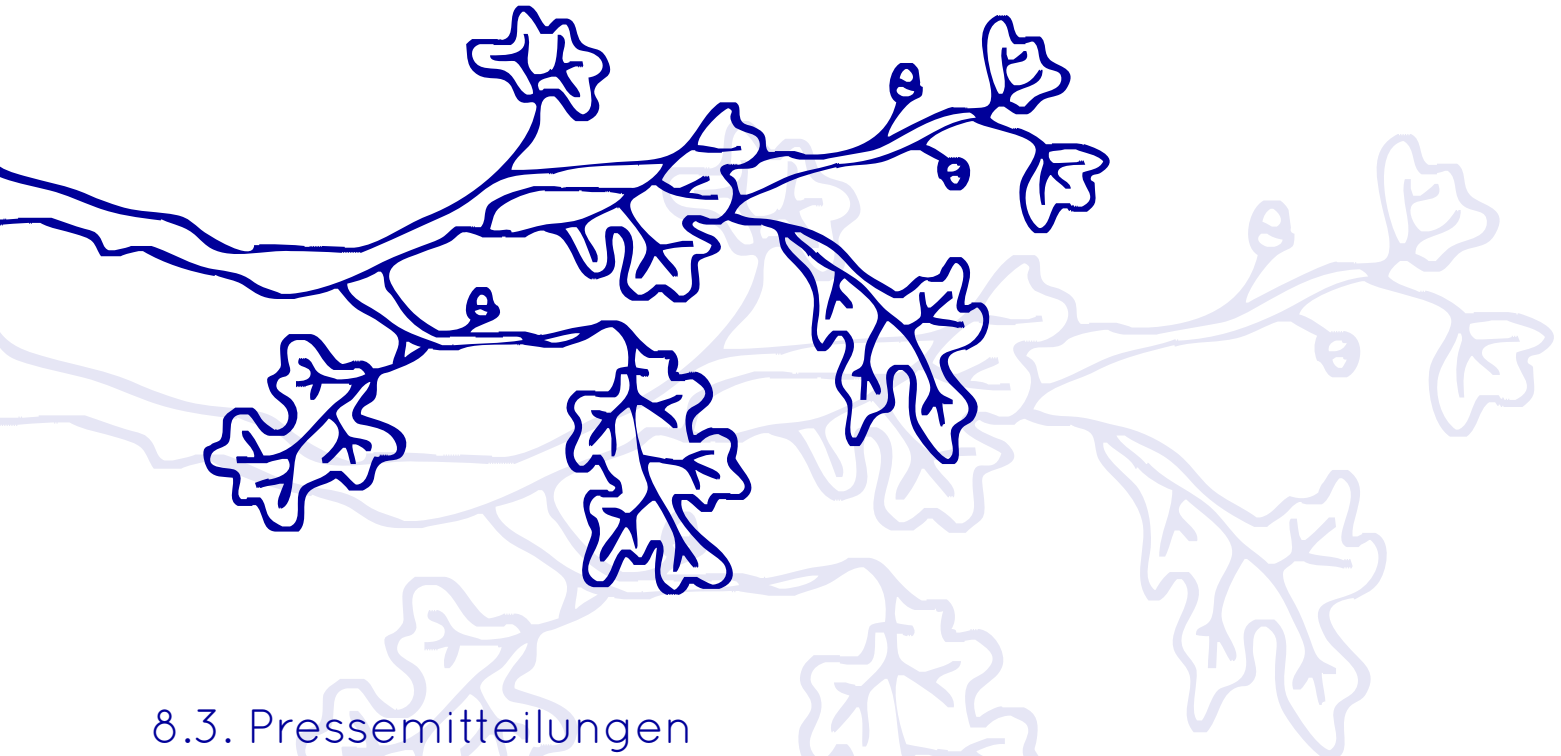
Die Stopps wurden sorgfältig und vielfältig geplant, vom Gemeinschaftsgarten über ein städtisches Apartment, zu einer landwirtschaftlichen Öko-Kooperative und so weiter. Der Wohnwagen fuhr tagsüber, hielt abends einen Vortrag über Permakultur und führte einen eintägigen «Permakulturtag» am darauffolgenden Tag, angepasst an die jeweilige Situation. Das Ziel des Permakultur-Wohnwagens war, Hoffnung zu verbreiten und Alternativen zu demonstrieren um zu zeigen, dass Veränderung möglich ist.

Erkenntnisse:

- » Wohnwagentouren brauchen EINE MENGE an Planung und Vorbereitung. Sich in den Wochen und Monaten vorher die Zeit zu nehmen, jedes mögliche Detail zu organisieren wird zum Erfolg beitragen. Wenn man einmal auf der Straße ist, läuft die Zeit!
- » Entscheidet über den Umfang und die Hauptaktivitäten, gründet die Kerngruppe für die Organisation und findet die Wohnwagenbesetzung. Die Gegenden und Veranstaltungsorte zum Stoppen auswählen, die passen Leute vor Ort zu finden (Einzelpersonen oder Gruppen, Hauptsache zuverlässig) und sie in die Arbeit einzubeziehen ist unerlässlich, da sie diejenigen sind, die die Events bekanntmachen und sich um die örtliche Logistik kümmern.
- » Seid vorbereitet und bereitet euch darauf vor flexibel zu sein! Ihr müsst allen Eventualitäten Platz einräumen können. Ein guter Kommunikationsfluss mit den Ortsteams hilft Missgeschicke vorzubeugen und Vorteile aus spontanen Möglichkeiten zu ziehen. Plant Puffertage ein, sowohl für mögliche Verspätungen als auch um regelmäßig Pause zu machen.
- » Macht gut PR und Media-Arbeit, vor, während und nach jedem Stopp. Nutzt

jeden Moment so gut ihr könnt – er wird nicht wiederkehren!

Davor, währenddessen und danach wird es viel zu tun geben bezüglich der Logistik, der Kommunikation, Media, Reichweite, dem Sammeln von Kontakten, Netzwerken etc. Plant mindestens eine Woche zum Nacharbeiten nach der Rückkehr ein – und dann einen schönen Erholungsurlaub!



### 8.3. Pressemitteilungen

Pressemitteilungen können ein effektiver Weg sein um deine Aktivitäten bekannter zu machen die Perspektive deines Netzwerkes in neue Kreise zu tragen. Vor allem in kleineren Gemeinden kann eine Pressemitteilung reichen um deine Meinung in die Zeitung zu bringen oder eine Reporter\*in über dein Event berichten zu lassen.

Pressemitteilungen können für einige Zwecke genutzt werden:

- » Ankündigung einer Veranstaltung: Schicke einige Tage vor einer Pressekonferenz, eines öffentlichen Forums, einer Demonstration oder eines anderen Events eine Pressemitteilung mit einer kurzen, fesselnden Beschreibung deiner Veranstaltung, warum sie dringend ist und allen nennenswerten Rednern raus. Sie sollte das Was, Wer, Wann und Wo enthalten. Das Ziel dieser Mitteilung ist es, Presse zu deiner Veranstaltung zu holen.
- » Kommentar zu einer Nachricht: Gibt es etwas in den Nachrichten auf das dein Netzwerk eine relevante Antwort zu geben hat, kannst du eine Mitteilung verfassen die kurz umreißt was passiert ist und eure Antwort darauf zusammen mit ein oder zwei Zitaten von Mitgliedern deiner Gruppe. Wenn zum Beispiel der Stadtrat einen Finanzplan vorschlägt der die Finanzierung der von die unterstützen Vorhaben nicht beinhaltet, kannst du eine Mitteilung herausbringen die eure Enttäuschung über die Nichtberücksichtigung ausdrückt und Hoffnung darauf, dass das finale Budget die Finanzierung doch noch inkludiert. Oder wenn ein führendes Gemeindemitglied die massive Entwicklung von Ackerland voranbringen will, kannst du eine Statement abgeben dass deinen starken Widerspruch beinhaltet sowie deinen alternativen Standpunkt. Das Ziel dieser Art von Mitteilungen ist es, Bekanntheit und Autorität für dein Netzwerk aufzubauen.



Es gibt online eine Reihe von Vorlagen für Pressemitteilungen, aber hier sind ein paar Tipps:

- » Sei direkt, eingängig und prägnant. Bleib bei einer Seite, komm direkt zur Sache und beantworte die grundsätzlichen journalistischen Fragen: wer, was, wo, wann, warum.
- » Arbeite eine fesselnde Überschrift, einen einleitenden Absatz der klarmacht was passiert und warum das wichtig ist sowie kurze unterstützende Abschnitte mit zusätzlichen Informationen ein. Wenn du Zitate einbaust sollte sie dir helfen deine Geschichte zu erzählen und von wichtigen Mitgliedern oder Expert\*innen deines Netzwerkes stammen.
- » Kleine Zeitungen und Andere mit wenig Mitarbeiter\*innen veröffentlichen deine Nachricht vielleicht einfach so wie du sie geschrieben hast – eine wichtige Überlegung in der schnellen digitalen Umgebung. Die Mitteilung kurz und knackig zu halten erhöht die Wahrscheinlichkeit hierfür.
- » Füge aktuelle Kontaktinformationen (Email und Telefonnummer) von jemandem aus deiner Gruppe hinzu, der zuverlässig auf Pressefragen antworten kann.
- » Während ihr eure Kontaktliste bei der Presse aufbaut und lokale Reporter\*innen kennenlernt, ist es manchmal gut eine Pressemitteilung mit einem persönlichen Anruf zu begleiten. Das richtet nicht nur mehr Aufmerksamkeit auf die eigentliche Mitteilung, es etabliert auch eine Beziehung zur Reporter\*in sowie dich und dein Netzwerk als zu konsultierende Quelle wenn es um ähnliche Themen geht.

## 8.4. Datensammlung

Wir leben in den Zeiten von Big Data. Der Historiker Yuval Noah Harari hat «Dataismus» sogar als aufkommende Ideologie beschrieben, in der Informationen der höchste Wert zugesprochen wird, höher als der von Menschen. Schreiben wir Datenerfassung und -austausch bisher eher großen TechFirmen zu, so sind vertrauenswürdige Daten doch ein signifikanter Posten für Interessenvertreter\*innen Solidarischer Landwirtschaft und anderer Initiativen, die sich um Menschen kümmern.

Entscheidungsträger\*innen auf politische Ebene werden wissen wollen, wie viele Wähler\*innen in mögliche Veränderungen die von Solawi-Fürsprecher\*innen vorgeschlagen werden involviert sind. Bestehende Solawi-Initiativen zu kartieren und eingebundene Gemeinden mit konkreten Zahlen zu versehen macht die Bewegung sichtbar und unvorhergesehene politische Auswirkungen haben.

2015 hat Urgenci eine Erhebung von Solawi-Programmen durchgeführt, die herausfand, dass eine Millionen Europäische Bürger\*innen für Solidarische Landwirtschaft einstanden. Das Ziel der Datenerhebung war anfangs lediglich Solawi-Aktivist\*innen über die Stärke der Bewegung zu informieren, aber die Daten zeigten sich weitaus nützlicher. Die Informationen wurden als Rahmenumgebung verschiedener Prozesse genutzt, inklusive eines Vorschlages des Internationalen Expertengremiums für Nachhaltige Lebensmittelsysteme (IPES-Food) für eine Gemeinsame Lebensmittelpolitik der Europäischen Union und des Nyeleni Europe Prozesses, der Unterstützung für Lebensmittelsouveränität überall in der EU aufbaut. Als Beweise für so einen starken Rückhalt der Solidarischen Landwirtschaft wurden diese Daten Teil des Diskurses der einen neuen Zugang zu Lebensmittelpolitik befürwortet, der auf Lebensmittelsouveränität und Agrarökologie basiert.

## 8.5. «Poireau trottoir» und andere kreative Aktionen

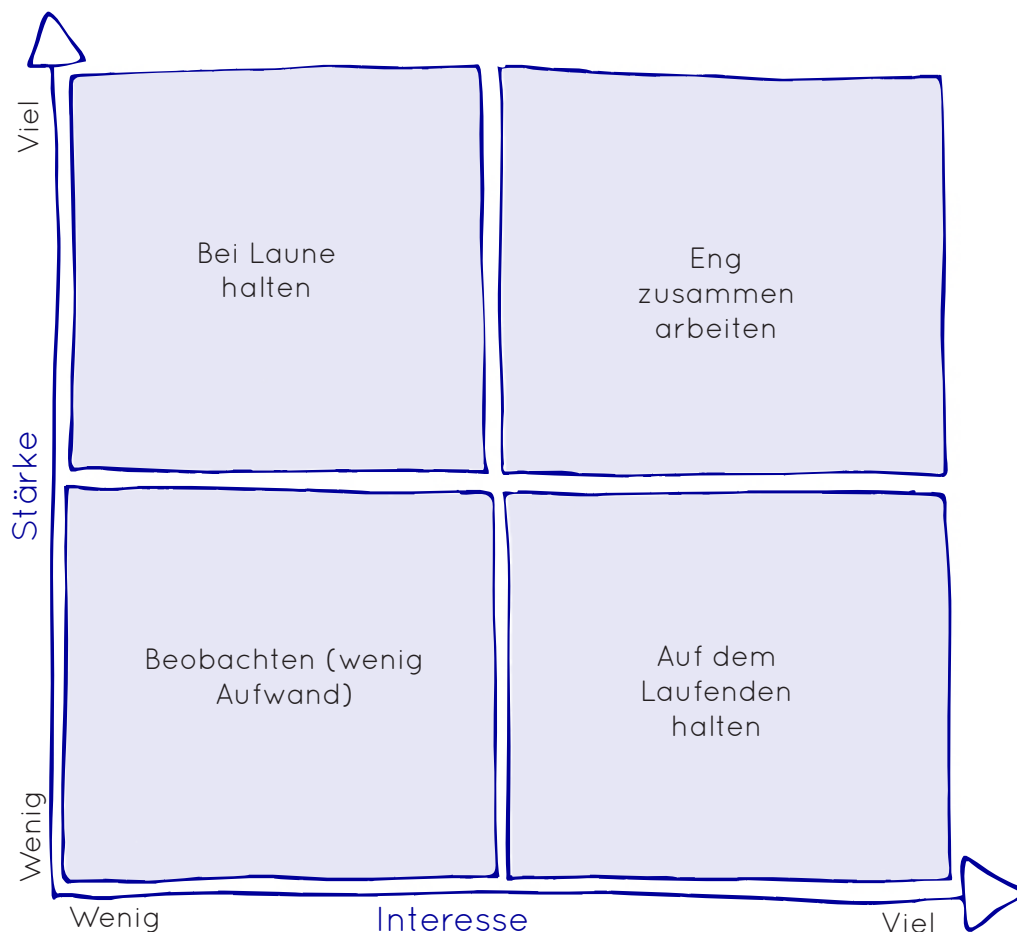
Im Vorfeld der Präsidentschafts- und Parlamentswahlen in Frankreich 2017 hat das Solawi-Netzwerk Miramap eine großangelegte Bewusstseinsbildungskampagne gestartet um die Stimme der französischen Solawi-Bewegung zu verstärken, die 250.000 amapiennes und amapiens (Solawi-Mitglieder) und 4.000 Erzeuger\*innen umfasst. Das Motto der Kampagne war «wir produzieren, wir essen, wir entscheiden!» Es zielte auf die Förderung «ökologischer, kleinbäuerlicher, bürgerlicher und freudvoller Landwirtschaft» und die Implementation von echter Lebensmittel- und Landwirtschaftsdemokratie.

Um das Thema stärker in den Fokus zu rücken nutzte Miramap verschiedene kreative Taktiken, inklusive der Organisation eines Festivals bürgerlicher Landwirtschaft und eines poireau trottoir, ähnlich Straßeninterviews, ebenso wie die Befragung von Präsidentschafts- und Parlamentskandidat\*innen zu ihren Positionen über Solawi-Themen.

Miramap entwickelte einen Werkzeugkasten mit all den Materialien, sodass andere diese Aktivitäten nachmachen können. Der Werkzeugkasten beinhaltet:

Ein Kampagnenmanifest, welches die Vision bürgerlicher Landwirtschaft entwirft und die Vorschläge zur Lebensmittel- und Landwirtschaftsdemokratie, die die Kandidat\*innen unterstützen sollten

- » Flyer und Poster
- » Werkzeuge wie man ein Festival der bürgerlichen Landwirtschaft und ein poireau trottoir organisiert
- » Eine Liste von Entscheidungsgremien im Lebensmittel- und Landwirtschaftsbereich
- » Wege um Kandidat\*innen anzuheuern



## 8.6. Analyse der Interessensgruppen

Wir haben bereits einige der Anhängergruppen deiner Interessenvertretungsarbeit diskutiert, vor allem Solawi-Mitglieder, Erzeuger\*innen und verschiedene Verbündete. Eine Analyse der Interessensgruppen (= Stakeholderanalyse) durchzuführen, kann dir zu einem besseren Verständnis verhelfen, wie du mit den verschiedenen Gruppen interagierst, sie organisierst und wo du deine Energie am sinnvollsten einsetzt.

Eine Stakeholderanalyse ist ein Abschnitt eines Prozesses namens Stakeholder Management, der im Ganzen die folgenden Schritte durchläuft:

- » Identifizierung aller Interessensgruppen
- » Dokumentation ihrer Bedürfnisse
- » Feststellen und Analysieren der Interessen und Einflüsse der Interessensgruppen
- » Managen der Erwartungen der verschiedenen Gruppen
- » Aktiv werden
- » Status überprüfen und wiederholen

Eine Analyse der Interessensgruppen ist ein Prozess des systematischen Sammelns und Analysierens qualitativer Informationen um zu bestimmen, wessen Interessen berücksichtigt werden sollten wenn es um die Entwicklung und/oder Einbringung einer Richtlinie oder eines Programms geht.

Stakeholder sind Menschen oder Organisationen mit einem eigenen Interesse am Voranbringen eines konkreten Programms. Sie können Solawi-Erzeuger\*innen und Mitglieder; örtliche Gemeindeführer\*innen und Aktivist\*innen, Firmen; gemeinnützige/ regierungsunabhängige Organisationen (NGOs); lokale oder nationale staatliche Stellen; gesetzgebende Körper; Forscher\*innen; Spender\*innen; Gewerkschaften und andere umfassen. In diesem Prozess ist es wichtig, sowohl die von einer Situation betroffenen Menschen als auch die Expert\*innen auf dem Gebiet einzubeziehen. Finde die Bedürfnisse deiner wichtigsten Stakeholder durch Interviews oder Fragebögen heraus, durch Presseberichte oder ihre eigenen öffentlichen Statements. Im Anschluss daran kannst du die folgende Methode zur Bewertung und Analyse der Stärke und Interessen jeder Art von Interessensgruppe nutzen.

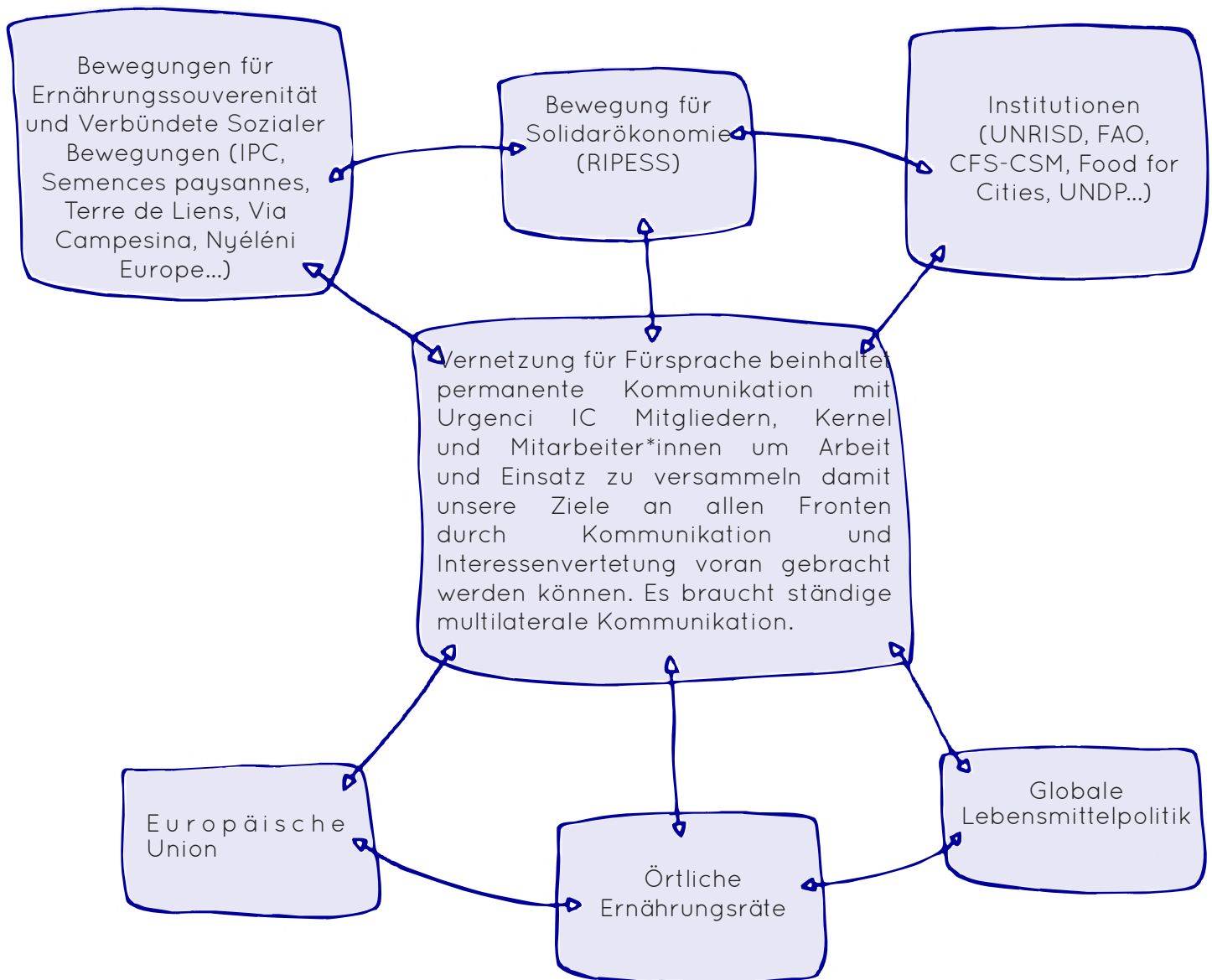
- » Viel Stärke, viel Interesse: Eng zusammen arbeiten. Die Menschen in diesem Quadranten solltest du voll einbeziehen, dir die größte Mühe geben sie zufrieden und engagiert zu halten.
- » Viel Stärke, wenig Interesse: Bei Laune halten. Bringe so viel Arbeit auf um diese Leute bei Laune zu halten aber nicht so viel, dass sie von dir und deiner Botschaft gelangweilt werden. Es kann hilfreich sein herauszufinden, welchen Aspekt deiner Arbeit sie am interessantesten finden und eure Zusammenarbeit auf diese Punkte zu fokussieren.
- » Wenig Stärke, viel Interesse: Auf dem Laufenden halten. Halte diese Gruppe(n) von Menschen gut informiert und prüfe regelmäßig, dass keine größeren Probleme auftauchen. Vielleicht kannst du sie später als Freiwillige mit ins Boot holen.
- » Wenig Stärke, wenig Interesse: Beobachten. Auch hier, beobachte diese Gruppe aber langweile sie nicht mit übertriebener Kommunikation.

Zahlreiche Beispiele über den Umgang mit der Stakeholderanalyse findest du online, zum Beispiel auf [MindTool.com](http://MindTool.com).

# 9. Zusätzliches Material und Anmerkungen

## 9.1. Das URGENCI network

Internationale Institutionen und die Rolle von Urgenci verstehen



## 9.2. Liste der Mitgliederorganisationen von Urgenci

Organization	Land	Contact
Agroecopolis Hellas	Griechenland	<a href="https://www.agroecopolis.org">https://www.agroecopolis.org</a>
Amap Togo	Gehen	<a href="https://www.facebook.com/pages/category/Agriculture/Amap-togo-503377056860790/">https://www.facebook.com/pages/category/Agriculture/Amap-togo-503377056860790/</a>
ASAT	Rumänien	<a href="http://asatromania.ro">http://asatromania.ro</a>
Asociace Ampi	Tschechische Republik	<a href="http://www.asociaceampi.cz">http://www.asociaceampi.cz</a>
Coopérative pour l'Agriculture de proximité écologique (CAPE)	Kanada	<a href="https://www.cape.coop">https://www.cape.coop</a>
Community Alliance for Family Farmers (CAFF)	Vereinigte Staaten	<a href="https://www.caff.org">https://www.caff.org</a>
CNABio	Burkina Faso	<a href="https://www.cnabio.net/">https://www.cnabio.net/</a>
Coordination nationales des organisations paysannes (CNOP)	Mali	<a href="https://www.cnop-mali.org/">https://www.cnop-mali.org/</a>
CSA Brasil, Comunidade que Sustenta a Agricultura	Brasilien	<a href="http://csabrasil.org">http://csabrasil.org</a>
CSA Ireland	Irland	<a href="http://wwwcommunitysupportedagriculture.ie">http://wwwcommunitysupportedagriculture.ie</a>
CSA Network Australia and New Zealand	Australien und Neuseeland	<a href="http://www.csanetworkausnz.org">http://www.csanetworkausnz.org</a>
CSA Netwerk Nederland	Niederlande	<a href="http://csanetwek.nl">http://csanetwek.nl</a>
DEAFAL	Italien	<a href="https://www.deafal.org/home-page-en/">https://www.deafal.org/home-page-en/</a>
Dogaal Besin, Bilinçli Beslenme Ağı (DBB)	Truthahn	<a href="https://dogalbilinçlibeslenme.wordpress.com">https://dogalbilinçlibeslenme.wordpress.com</a>

Ecological Agriculture Development Association of Shunyi District of Beijing 北京市顺义区生态农业发展协会	China	<a href="http://csanetwork.cn">csanetwork.cn</a>
Ecologistas en acción	Spanien	<a href="http://www.ecologistasenaccion.org/">http://www.ecologistasenaccion.org/</a>
FairShare Coalition	Vereinigte Staaten	<a href="https://www.csacoalition.org">https://www.csacoalition.org</a>
Fédération romande d'Agriculture contractuelle de proximité (FRACP)	Schweiz	<a href="http://www.acpch.ch/websites/acp/index.php.accueil">http://www.acpch.ch/websites/acp/index.php.accueil</a>
Fundacja Ekorozwju (FER)	Polen	<a href="http://fer.org.pl/en/">http://fer.org.pl/en/</a>
Réseau des Groupes d'achat solidaires de l'Agriculture paysanne (Gasap)	Belgien	<a href="http://www.gasap.be">http://www.gasap.be</a>
Japanese Organic Agriculture Association (JOAA)	Japan	<a href="http://www.joaa.net/english/index-eng.htm">http://www.joaa.net/english/index-eng.htm</a>
Just Food New York City	Vereinigte Staaten	<a href="https://www.justfood.org/">https://www.justfood.org/</a>
Kumppannuusmaatalous	Finnland	<a href="https://www.omamaa.fi/kumppannuusmaatalous-ry-csa-finland-on-perustettu-tavoitteena-muuttaa-ruokajarjestelmaa/">https://www.omamaa.fi/kumppannuusmaatalous-ry-csa-finland-on-perustettu-tavoitteena-muuttaa-ruokajarjestelmaa/</a>
Mouvement interrégional des Amap (Miramap)	Frankreich	<a href="http://miramap.org">http://miramap.org</a>
Nekasarea Ehne Biscaye	Spanien	<a href="http://www.ehnebizkaia.org/">http://www.ehnebizkaia.org/</a>
Okologisk Norge, Organic Norway	Norwegen	<a href="https://okologisknorge.no">https://okologisknorge.no</a>
Rede Portuguesa de Agroecologia Solidária (REGENERAR)	Portugal	<a href="http://amap.movingcause.org">amap.movingcause.org</a>
Solawi Netzwerk Solidarische Landwirtschaft	Deutschland	<a href="https://www.solidarische-landwirtschaft.org/de/startseite/">https://www.solidarische-landwirtschaft.org/de/startseite/</a>

Réseau des initiatives agroécologiques au Maroc (RIAM)	Marokko	<a href="http://reseauiam.org/fr/index">http://reseauiam.org/fr/index</a>
Soils Lebanon	Libanon	<a href="https://www.soils-permaculture-lebanon.com">https://www.soils-permaculture-lebanon.com</a>
Tavola RES	Italien	<a href="http://www.economiasolidale.net/tavolo-res">http://www.economiasolidale.net/tavolo-res</a>
Tudatos Vásárlók Egyesülete (TVE)	Ungarn	<a href="http://tudatosvasarlo.hu/english">http://tudatosvasarlo.hu/english</a>
Torba Collective	Algerien	<a href="https://fr-fr.facebook.com/pages/category/Community/Collectif-Torba-1579123399009220/">https://fr-fr.facebook.com/pages/category/Community/Collectif-Torba-1579123399009220/</a>
UK CSA Network	Großbritannien	<a href="https://communitysupportedagriculture.org.uk">https://communitysupportedagriculture.org.uk</a>
Voedselteams, Food Teams	Belgien	<a href="http://www.voedselteams.be">http://www.voedselteams.be</a>
Zambra Balladre	Spanien	<a href="http://www.coordinacionbaladre.org/asc">www.coordinacionbaladre.org/asc</a>
ZMAG Green Network of Activist Groups	Kroatien	<a href="http://www.zmag.hr/">http://www.zmag.hr/</a>

### 9.3. Liste der Bündnisse/ Partner:

Urgenci ist Mitglied des interkontinentalen Netzwerkes für Soziale Solidarökonomie RIPESS, des Internationalen Planungskomitees (IPC) für Ernährungssouveränität sowie der Nyeleni Europe Bewegung für Ernährungssouveränität. Urgenci ist außerdem Teil EU Koalition für Lebensmittelrichtlinien, die ins Leben gerufen wurde um die kollektive Arbeit an einer Gemeinsamen Lebensmittelpolitik (statt einer Gemeinsamen Landwirtschaftspolitik) fortzusetzen.

# 10. Anhang I: Unsere Prinzipien

---

## 10.1. TEIKEI Prinzipien

### Das Prinzip der gegenseitigen Unterstützung

Der Kern dieser Partnerschaft liegt nicht so sehr im Handel sondern in freundschaftlichen Beziehungen zwischen Menschen. Deshalb sollen sich die Erzeuger<sup>1</sup> und die Verbraucher auf der Grundlage gegenseitigen Einverständnisses helfen. Diese Beziehung soll darauf aufbauen, über gemachte Erfahrungen nachzudenken.

### Das Prinzip der absichtsvollen Produktion

Die Erzeuger sollen in Absprache mit den Verbrauchern versuchen, die größtmögliche Menge und Vielfalt von Produkten im Rahmen der Möglichkeiten ihres Hofes zu erzeugen.

### Das Prinzip, die Erzeugnisse anzunehmen

Die Verbraucher sollen alle Produkte die nach gegenseitiger Absprache hergestellt worden sind, akzeptieren. Ihre Ernährung soll so weit wie möglich aus diesen Produkten bestehen.

### Das Prinzip, bei der Preisfindung aufeinander zuzugehen

Wenn über einen Preis für die Produkte entschieden wird, sollen die Erzeuger berücksichtigen, dass sie Geld und Arbeitszeit einsparen weil wenig Auslese und Verpackung anfällt und weil alle ihre Erzeugnisse angenommen werden. Die Verbraucher sollen sich über den Wert von frischem, sicherem und leckerem Essen bewusst sein.

### Das Prinzip der Vertiefung der freundschaftlichen Beziehungen

Die fortwährende Weiterentwicklung dieser Partnerschaft erfordert die Vertiefung von freundschaftlichen Beziehungen zwischen den Erzeugern und den Verbrauchern. Dies kann nur dadurch erreicht werden, dass so viel Kontakt wie möglich zwischen den Partnern angestrebt wird.

### Das Prinzip der eigenen Verteilung

22 Der Transport der Produkte zu den Verteilerstellen soll entweder





durch die Erzeuger oder die Verbraucher erfolgen, ohne Abhängigkeit von professionellen Transporteuren.

### Das Prinzip demokratischer Verwaltung

Beide Gruppen sollen es vermeiden, in ihren Aktivitäten zu stark von einer geringen Zahl von Führungspersonen abzuhängen. Erstrebenswert ist es, eine demokratische Verwaltung zu praktizieren und Verantwortung auf alle zu verteilen. Die jeweilige Situation der Familien der Mitglieder soll hierbei berücksichtigt werden im Sinn des Prinzips der gegenseitigen Unterstützung.

### Das Prinzip des Lernens innerhalb der Gruppen

Sowohl die Erzeuger als auch die Verbraucher sollen dem Lernen in ihren Gruppen viel Bedeutung beimessen. Sie sollen vermeiden, dass ihre Aktivitäten nur noch der Verteilung sicherer Lebensmittel dienen.

### Das Prinzip, eine angemessene Gruppengröße zu erhalten

Die Umsetzung der oben genannten Prinzipien wird schwer, wenn die Mitgliedzahl oder das Gebiet der Gruppen zu groß werden. Aus diesem Grund sollen beide in einer angemessenen Größe gehalten werden. Die Entwicklung dieser Bewegung in Hinsicht auf Mitglieder soll durch mehr Gruppen und erweiterte Kontakte zwischen diesen angestrebt werden.

### Das Prinzip der ständigen Weiterentwicklung

In Normalfall werden weder die Erzeuger noch die Verbraucher solch gute Bedingungen wie oben angeführt von Anfang an genießen können. Deshalb ist es für beide Gruppen notwendig, vielversprechende Partner zu wählen und, selbst wenn die momentane Situation nicht zufriedenstellend ist, Anstrengungen zu unternehmen, die gegenseitige Zusammenarbeit voran zu bringen.

*Japan Organic Agriculture Association, 1978*

*(Übersetzung aus dem Englischen: PW, Die Agronauten, 2015)*

## 10.2. Europäische CSA Deklaration

### Präambel

In ganz Europa schließen sich Menschen zusammen, um die Kontrolle über die Erzeugung, Verteilung und den Verbrauch ihrer Nahrungsmittel zu erlangen. Wir schaffen Strukturen, in deren Mittelpunkt unsere lokalen Gemeinschaften stehen. Wir bündeln unsere Kräfte um Ernährungssouveränität zu erreichen, indem wir unser Recht beanspruchen unser Landwirtschafts- und Ernährungssystem selbst zu bestimmen. Die Zeit ist reif, um die verheerenden Auswirkungen der industriellen Lebensmittelproduktion auf Tisch zu bringen. Essen ist zu wichtig, um es bloß als Ware zu behandeln. Die CSA-Bewegung bringt

praktizierbare, ganzheitliche Lösungen in der Agrar-und Ernährungskrise. Wir sind viele, vielfältig und vereint. Wir stehen solidarisch zueinander – nehmen Verantwortung – um sozial inklusive, ökonomisch tragfähige und ökologisch nachhaltige Ernährungssysteme zu gestalten. Hunderttausende von Menschen haben bereits bewiesen, dass Community Supported Agriculture funktioniert, indem sie eine Vielzahl von Praktiken, Initiativen und Netzwerken auf gemeinsamen Wertvorstellungen aufbauen. Auf der Basis von bestehenden Statuten und Erfahrungen, möchte diese Erklärung den gemeinsamen Boden bereiten, diese CSA-Bewegung zum Blühen zu bringen.

## Definition

Community Supported Agriculture (CSA) ist eine direkte, auf persönlichen Beziehungen aufbauende Partnerschaft zwischen Verbrauchern und einem oder mehreren Produzierenden, so dass Risiken, Verantwortung und Erträge der Landwirtschaft durch langfristige, verbindliche Vereinbarungen geteilt werden.

## CSA Leitprinzipien

CSA ist kein in Stein gemeißeltes Model. Sie ist dynamisch, wie ein Garten: Sie entwickelt sich und wächst durch tägliche Fürsorge. Jede CSAPartnerschaft hat ihre Eigenständigkeit. Wir einigen uns auf diese grundlegenden Prinzipien, als unsere gemeinsame Basis , sodass die CSA Bewegung gedeihen kann:

- » Verantwortungsvolle Pflege von Boden, Wasser, Saatgut und anderen Gemeingütern mit agrarökologischen Prinzipien und Praktiken, wie in dieser und der Nyeleni Erklärung von 2015 beschrieben.
- » Essen ist Gemeingut, keine Ware.
- » Produktion nach menschlichen Maße, verwurzelt in lokalen Wirklichkeiten und Wissen.
- » Faire Arbeitsbedingungen und ein gutes Einkommen für alle Beteiligten.
- » Respekt für die Umwelt und Wohlergehen der Tiere.
- » Zugang zu frischen, lokalen, saisonalen, gesunden und vielfältigen Lebensmitteln für Alle.
- » Aufbau von Gemeinschaften durch direkte, langfristige Beziehungen, in denen Verantwortung,
- » Risiken und Erträge geteilt werden.
- » Aktive Teilnahme auf der Grundlage von Vertrauen, Verständnis,
- » Respekt, Transparenz und Kooperation.
- » Gegenseitige Unterstützung und Solidarität über Grenzen hinweg.

## Aufbauen – Entwickeln – Bestärken

Wir wollen eine starke Koalition von CSAs und CSA Netzwerken in Europa aufbauen, um:

- » die CSA-Bewegung zu stärken und die Entstehung neuer CSAs zu beflügeln.
- » Wissen und Fähigkeiten zwischen CSAs in verschiedenen Ländern zu teilen.
- » partizipatorische Forschung auf unseren Höfen und in unseren Netzwerken zu ermöglichen und zu fördern.

- » Menschen auszubilden und sie zu befähigen, die Bewegung tatkräftig zu unterstützen und weiter zu entwickeln.
- » die Vorteile von CSA für die gesamte Gesellschaft aufzuzeigen.
- » die Prinzipien der CSA-Gemeinschaften auf internationaler, europäischer und lokaler Ebene zu vertreten.
- » in lokalen Ernährungsräten aktiv zu werden.
- » mit der Bewegung für Ernährungssouveränität zusammenzuarbeiten und unsere Allianzen mit den Bewegungen der sozialen und solidarischen Ökonomie zu stärken.

Wir sind eine Graswurzelbewegung: Wir glauben, dass CSA ihre Kraft aus pragmatischem, alltäglichem Handeln und aus persönlichen Beziehungen schöpft. Wir verbinden uns miteinander, mit den Erzeuger\*innen in unseren Gemeinschaften und mit der lebendigen Erde unter unseren Füßen. Dies ist unser gemeinsamer Boden.

*Verabschiedet während des 3. europäischen CSA-Netzwerktreffens am 17. September 2016 in Ostrava (Tschechien)*

## 10.3. URGENCI Versprechen

### ALLGEMEINES VERSPRECHEN AN DIE BEWEGUNG COMMUNITY SUPPORTED AGRICULTURE / SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT

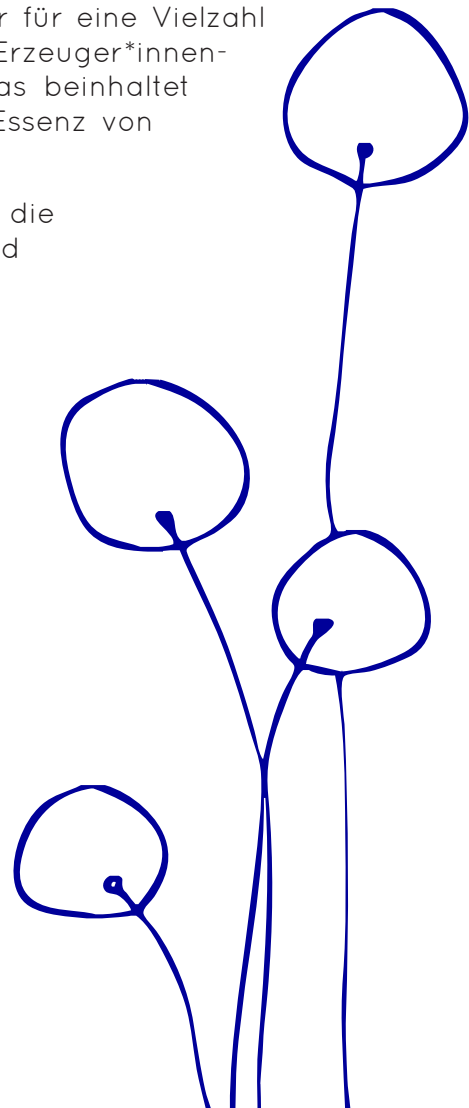
Solidarische Landwirtschaft ist das, was uns zusammen bringt. Community Supported Agriculture (CSA) ist der Name, den wir für eine Vielzahl von Ansätzen gewählt haben, die alle direkte Erzeuger\*innen-Verbraucher\*innen-Beziehungen stärken wollen. Das beinhaltet das Teilen von Risiken und Gewinnen. Das ist die Essenz von CSA.

Urgenci ist die internationale Organisation welche die Verknüpfungen zwischen bestehenden nationalen und örtlichen CSA-Netzwerken durch die gemeinsamen Überzeugung von den Grundwerten der Agrarökologie erleichtern möchte: Ernährungssouveränität, Solidarökonomie und Biodiversität.

Urgenci möchte CSA verbreiten und sich für dessen Interessen einsetzen. Urgenci unterstützt ebenfalls den Aufbau neuer regionaler und nationaler CSA-Netzwerke.

In den fast 10 Jahren des Bestehens hat Urgenci internationale Beachtung errungen und die CSA-Bewegung umfasst nun fünf Kontinente und 1,5 Millionen Menschen.

Wir sind Erzeuger\*innen, Verbraucher\*innen, Netzwerkrepresentative und Interessensvertreter\*innen von überall auf der Welt. Wir haben uns in China zum 6. Internationalen Urgenci Symposium getroffen, welche zusammen mit der 7. Chinesischen



CSA Konferenz organisiert wurde, um die Bewegung für Ländliche Regeneration zu unterstützen und unsere Initiativen weltweit zu stärken.

Aus unserem Austausch heraus, geben wir dieses Versprechen.

- » Wir versprechen die Vorteile von CSA zu verbreiten ebenso dessen essentielle Rolle in der radikalen Transformation der Lebensmittelsysteme.
- » Wir versprechen nährende persönliche und organisatorische Beziehung zu knüpfen, ebenso strategische Allianzen und CSA weltweit weiter zu entwickeln.
- » Wir versprechen lokale, nationale und kontinentale CSA-Netzwerke in all ihrer Vielfalt zu unterstützen und zu stärken.
- » Wir versprechen das Teilen von Wissen zwischen allen Akteur\*innen, vor allem zwischen Erzeuger\*innen, zu ermöglichen.
- » Wir versprechen Erzeuger\*innen und Gemeinschaften zu feiern.
- » Wir versprechen Erzeuger\*innen und Verbraucher\*innen in ihrer Sorge für Land und Menschen und ihr praktizieren von Agrarökologie zu unterstützen.
- » Wir tragen diese Versprechen heim in unsere Gemeinschaften mit der Überzeugung, dass die CSA-Bewegung weiter wachsen wird.

*Peking, November 2015*

## 11. Anhang II: Tipps für erfolgreiche Interessenvertretung bei Vertretern der EU

---

Oft scheint Lokalpolitik am relevantesten für Solidarische Landwirtschaft zu sein, aber auch EU-Regularien haben eine immense Wirkung darauf, was erlaubt ist und was nicht bezüglich der Nutzung von Land, Lebensmittelsicherheit und in anderen für Solawi relevanten Bereichen. Indem die Richtlinien standardisiert und in die Gemeinsame Agrarpolitik (GAP) implementiert wurden, wurden sie gleichzeitig verstärkt auf große Firmen und Vorhaben ausgerichtet, wodurch der Raum für alternative Lebensmittelsysteme geschrumpft ist.

Selbst kleine Veränderungen auf EU-Ebene können große Effekte erzielen. Zum Beispiel kann das Ändern von nur einem Satz oder Wort in der GAP eine ganz neue Welt an Möglichkeiten für Solawis in lokalen Gemeinden eröffnen. Und während dieser Leitfaden erstellt wurde, zeigt die EU steigendes Interesse und Unterstützung für direkte Lebensmittelketten wie Solawis, also ist jetzt ein guter Moment hier aktiv zu werden.

Lass dich nicht von der Vorstellung einschüchtern EU-Minister\*innen ins Visier zu nehmen - sie sind nicht wirklich anders als deine örtlichen Gemeinderatsmitglieder. Hier gibt es ein paar Tipps für Interessenvertretung auf EU-Ebene.

### Allgemeine Tipps

- » Behalte das Große ebenso im Blick wie das Kleine. Behalte einen klaren Blick auf den Entscheidungsprozess in der Angelegenheit die du beeinflussen möchtest, inklusive des Abschnitts auf dem du dich gerade befindest und wer die Schlüsselfiguren sind UND verliere das große Ganze und dein Langzeitziel

nicht aus den Augen. Versuche nicht zu sehr im institutionellen Morast zu versinken.

- » Lerne mit deinen Erwartungen umzugehen. Ergebnisse die relativ klein aussehen mögen (zum Beispiel die Veränderung eines Wortes) können eine Menge Zeit und Arbeit benötigen.
- » Sei zuversichtlich! Politiker\*innen suchen ständig nach neuen Ideen um die Aufmerksamkeit ihrer Wähler\*innen zu gewinnen. Viele Menschen begeistern sich heutzutage nicht nur für lokales Essen sondern auch dafür die Jobs nah am Zuhause zu halten und nachhaltig zu leben. Solidarische Landwirtschaft bietet all diese Vorteile. Du bietest Politiker\*innen als eine Idee an, die sich super verkaufen lässt.
- » Mitglieder des EU-Parlaments (MEP) und ihre Vertreter werden wahrscheinlich Interesse an Gesprächen mit dir haben, da du von der Basis kommst. Sofern möglich, bringe Jemand technisch sachkundigen oder mit vor-Ort-Erfahrungen, beispielsweise eine Erzeuger\*in oder Forscher\*in.
- » Arbeite mit Verbündeten: Finde heraus welche anderen Gruppen dieselben MEPs für ähnliche Ziele gewinnen wollen – zum Beispiel eine Erzeuger\*innen-Vereinigung – und arbeite mit ihnen ein einem gemeinsamen strategischen Ansatz, der all eure Forderungen enthält. Gruppen die sich mir deinem Anliegen verbunden fühlen – wie andere Solawi-Netzwerke – aus anderen EU-Staaten sind ebenfalls potentielle Verbündete. In diesem Fall könntet ihr kooperieren um eine multinationale Front in Brüssel zu präsentieren.

## Verbündete und Ziele in Brüssel

- » Während die Abgeordneten diejenigen sind, die Stimmen fangen, werden sie jedoch beraten von einem Team aus Expert\*innen und Assistent\*innen. Sei freundlich zu jeder Mitarbeiter\*in, von der Rezeptionist\*in zu den Anwält\*innen. Du weißt nie, wann ein extra Lächeln die helfen mag durch eine Tür zu gelangen.
- » Um deine nationalen MEPs zu erreichen, solltest du zuerst ihre Kabinett in der Heimat kontaktieren.
- » Beamte\*innen wie Wissenschaftler\*innen und Forscher\*innen in Komitees können sich langfristiges Denken eher leisten als Politiker\*innen. Diese Mitarbeiter\*innen können sogar noch bessere Kontakte darstellen als die Politiker\*innen selbst.
- » «Parteidisziplin» ist auf Europäischer Ebene oft weniger streng als auf nationaler. Versuche jenseits der üblichen politischen Bündnisse denken und schau ob deine Botschaft nicht so eingekleidet werden kann, dass sie ein unkonventionellen Partner\*in anspricht. (Zum Beispiel wirst du eher konservative MEPs nicht mit dem Niederwerfen großer Firmen anlocken können, aber der Gedanke an kurze Lieferketten kombiniert mit Arbeitsplätzen oder nationaler Identität könnte ihnen gefallen.)
- » Die DG Agri ist zwar die EU-Behörde, die zuständig ist für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung, aber andere Behörden sind ideologisch manchmal näher an den Zielen Solidarischer Landwirtschaft. Du wirst Möglichkeiten zu Partnerschaften zum Beispiel in Klimaschutz oder Umweltbehörden finden. Das Gemeinsame Forschungszentrum (Joint Research Centre), das Forschung und Recherche für Politiker\*innen zur Entscheidungsfindung anbietet, ist ein weiterer Zugang zu möglicher Unterstützung, vor allem für Themen die nicht als politisch brisant gelten.

## Veranstaltungen organisieren

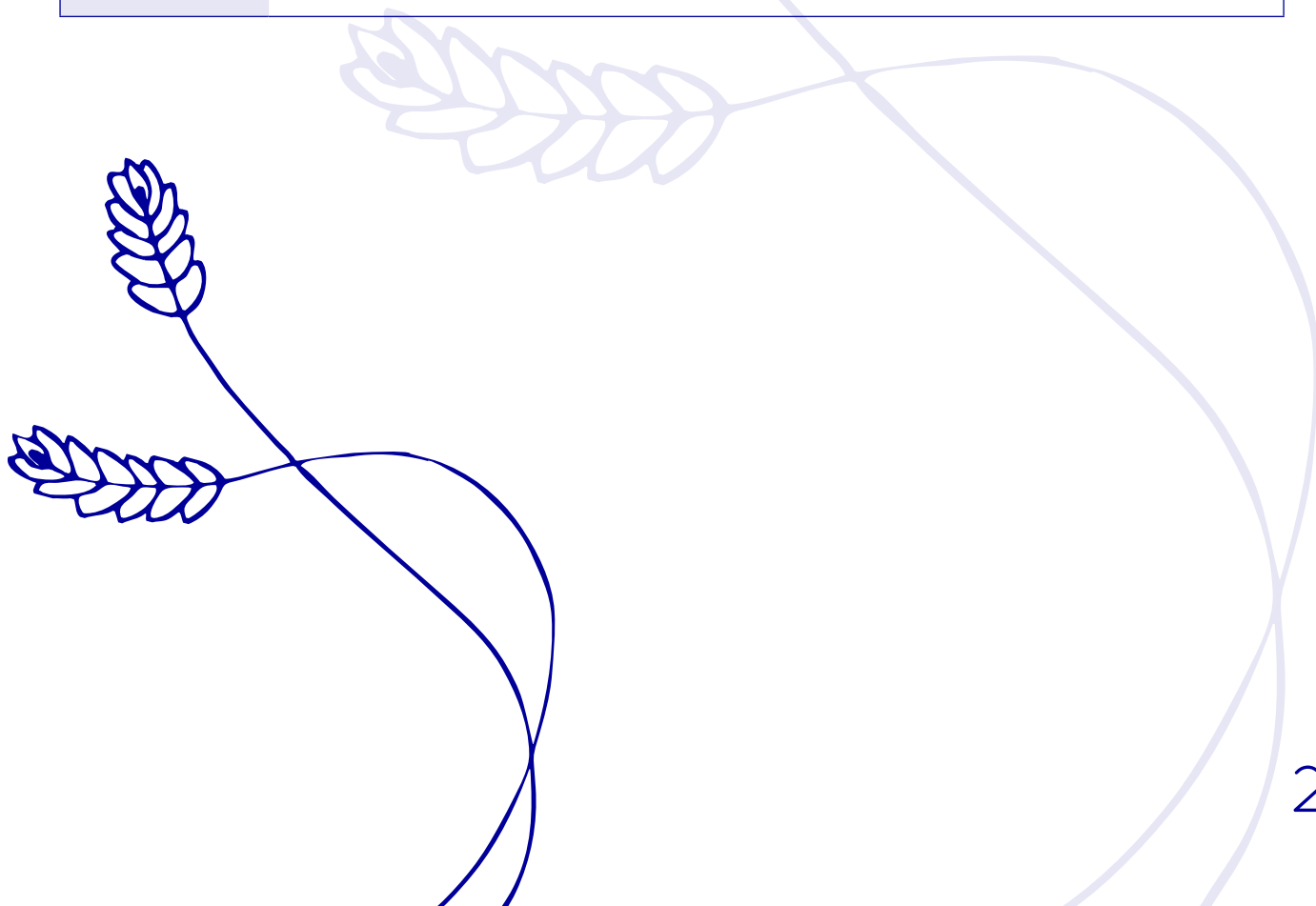
- » Plane deine Strategie wenn möglich einige Jahre im Voraus, sodass du nützliche Termine für Veranstaltungen herausfinden und Meilensteine antizipieren kannst. Das wird dir helfen deine Taktiken gründlich aufzubauen. Beginne zeitig und arbeite mit einer flexiblen Strategie.
- » Koordiniere deine Veranstaltungen mit deinen Verbündeten und anderen Bewegungen, sodass du diejenigen, die du beeinflussen willst, nicht überwältigst.
- » Um Aufmerksamkeit von Politiker\*innen zu bekommen überlegst du vielleicht eine Kundgebung oder Veranstaltung während einer Sitzung des EU-Parlaments zu halten oder wenn andere Weltpolitiker\*innen vor Ort sind. Das kann eine gute Strategie sein, aber es kann auch bedeuten, dass dein Vorhaben in der Menge untergeht. Ein Event dann anzusetzen, wenn wenig anderes stattfindet, kann dir mehr Presse einbringen und dadurch mehr Auswirkungen.
- » MEPs sind gut vernetzt mit anderen MEPs und Stakeholdern. Organisierst du eine Veranstaltung mit einem MEP, ziehe Vorteile aus dessen Netzwerk um deine Aktivitäten zu verbreiten.

## 12. Anhang III: URGENCI Zugangsmöglichkeiten für die Interessenvertretung

Einstiegspunkt und -zone für Interessen-vertretung: IPC Global	
Was tun wir (Urgenci) dort?	IPC ist global die strategische Schlüsselplattform für Ernährungssouveränität, wo das Vorgehensweisen zwischen den verschiedenen sozialen Bewegungen kollektiv geplant wird. IPCs Basis befindet sich in Rom und Crocevia heißt die Koordinationsorganisation. IPC und FAO haben eine Absichtserklärung über regionale und nationale Beratungen und Programme auf Länderebene gezeichnet. Seit dem Nyéléni Europe Forum in Cluj gibt es ein Förderkomitee mit der Zivilgesellschaft mit dem Ziel, die EU- und Zentralasienregion kollektiv zu entwickeln (die EU selbst wird als Spenderregion betrachtet und kann daher nicht gefördert werden). Alle Teile der sozialen Bewegungen sind präsent und unterstützen sich gegenseitig.
Mit wem arbeiten wir zusammen ?	Mit allen Mitgliedern sozialer Bewegungen: Bäuer*innen (Via Campesina), Fischer*innen (WFF, WFFP), Hirt*innen, indigenen Bevölkerungen. Wir repräsentieren Verbraucher*innengruppen. Wir sind Mitglieder der Agrarökologie-Arbeitsgruppe, weil wir da am besten hinein passen. <a href="http://www.foodsovereignty.org">www.foodsovereignty.org</a>
Warum ist das wichtig?	Es ist die Schlüssel-position um Strategien und Vorgehens-weisen für soziale Bewegungen kollektiv auf globalem und regionalen Level aufzubauen um Interessen zu vertreten, Politik mitzu-gestalten und vieles weiteres.

Bereits bestehende Ergebnisse und Herausforderungen	Die Entwicklung schlüssiger und kollektiver Positionen sozialer Bewegungen wurden hier systematisch ermöglicht. Es gibt systematische Vorbereitungstreffen für alle teilnehmenden sozialen Bewegungen vor allen wichtigen Besprechungen. IPC koordiniert regionale Beratungen zu Politik. URGENCI muss in einigen Regionen präsenter werden.
Was sollten wir noch tun und wie?	Größere internationale Beachtung der Wichtigkeit dieser Räume könnte erreicht werden.

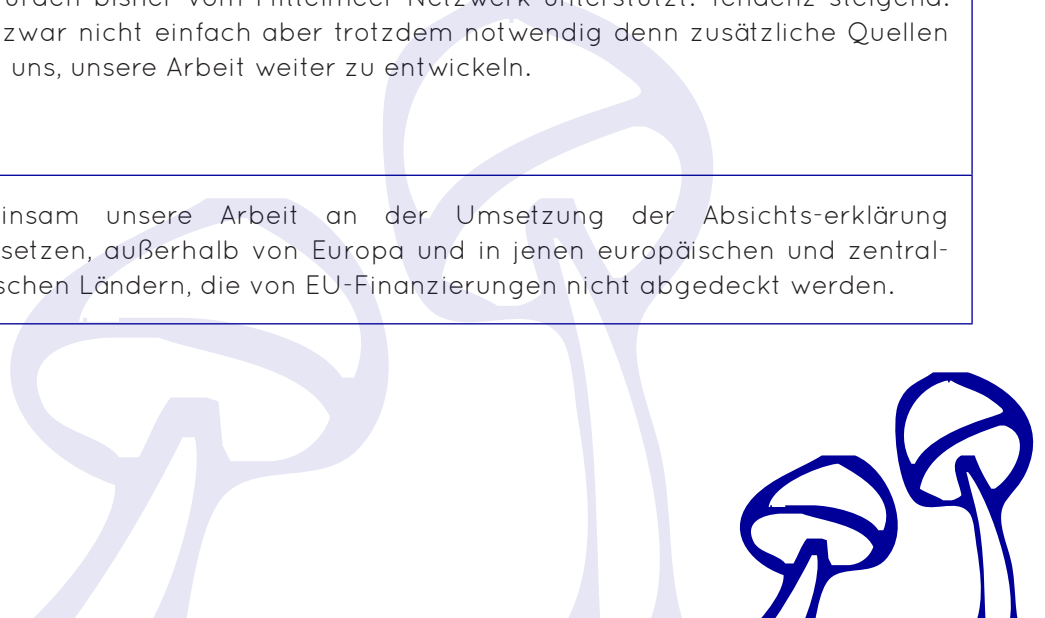
Einstiegspunkt und -zone für Interessenvertretung: CFS/CSM Global	
Was tun wir (Urgenci) dort?	<p>Das Komitee für Lebensmittelsicherheit und Ernährung (CFS) ist der strategieplanende Körper in allen Ernährungsthemen in der UN. Es ist einmalig, dass Civil Society Mechanism (CSM), welche aus einer Reform des CFS anlässlich der Lebensmittelkrise 2008 hervorging, tatsächlich gestaltende Befugnisse hat um Politik zu machen. <a href="http://www.csm4cfs.org/the-csm/">http://www.csm4cfs.org/the-csm/</a></p> <p>Urgenci vertritt Verbraucher*innen seit Anfang 2011. Das Mandat gilt für zwei Jahre, kann einmal verlängert werden. Wir haben bei diversen Arbeitsgruppen von CSM mitgearbeitet. Es gab einen planmäßigen Ruf an IC Mitglieder nach Input und verschiedene Urgenci-Mitglieder haben an Treffen und Veranstaltungen zur Gestaltung von Richtlinien teilgenommen.</p>
Mit wem arbeiten wir zusammen?	Wir arbeiten mit den jeweiligen Moderator*innen der jeweiligen Richtliniengruppe zusammen und je nach unseren Affinitäten und zeitlichen Kapazitäten.



Warum ist das wichtig?	Urgenci ist die einzige soziale Bewegung die legiti-miert be-ansprechen kann, Verbraucher*innen zu vertreten. Der andere Sitz für Verbraucher*innen wurde bisher von Consumers International repräsen-tiert, mit unterschied-lichen Ergeb-nissen. Da es einen definitiven "Soziale Bewegung Block" gibt und Vorgehens-weisen, ist dies eine Schlüssel-position die von Urgenci besetzt werden will.
Bereits bestehende Ergebnisse und Herausforderungen	Wir haben beachtliche Aufmerksam-keit und Wiederer-kennungswert für CSA und seine Wichtigkeit für Ernährungs-alternativen auf inter-nationaler Ebene erreicht. CSA wird außerdem in einem Richtlinien-dokument erwähnt, was bedeutet, dass sie Teil der "gemeinsamen Sprache" ist und der Begriff genutzt werden kann, um an anderer Stelle erwähnt zu werden.
Was sollten wir noch tun und wie?	Wir müssen unsere Reichweite vergrößern. Das beinhaltet oft Fallstudien. Wir müssen auch mehr kollektive Arbeit in laufende Diskussionen stecken, sodass unsere Beiträge reichhaltiger sind und nicht nur von Komiteemitglied abhängt.

### Einstiegspunkt und -zone für Interessen-vertretung: FAO Global (Food and Agriculture Organisa-tion der UN)

Was tun wir (Urgenci) dort?	CFS / CSM sind im FAO Gebäude untergebracht. Und auch wenn CFS ECOSOC untersteht (UN-Hauptquartier in NY), ist sie ein Kind der FAO. FAO implementiert CFS-Richtlinien, hat aber auch eigene Programme. Es besteht eine direkte Partnerschaft zwischen IPC und FAO, die zivilgesellschaftliche Partizipation in verschiedenen FAO-Beratungen und Veranstaltungen betreffen. Durch unsere Arbeit in Rom sind wir Stück für Stück mit weiteren Akteur*innen in der FAO zusammen gekommen und waren in der Lage die aktuelle Absichtserklärung zu verfassen.
Mit wem arbeiten wir zusammen?	IPC ist ebenso unsere ständige Referenz wie die Abteilung für Beziehungen zur Zivilgesellschaft in der FAO (OPCP).
Warum ist das wichtig?	Auch wenn die FAO offiziell keine Spenderorganisation ist, können sie Finanzierung in gezielten Ländern einwerben. Auf diese Weise ist es uns möglich, einige (aber nicht genügend) Spenden zu bekommen um außerhalb von EU-finanzierten Projekten zu arbeiten.
Bereits bestehende Ergebnisse und Herausforderungen	Wir wurden bisher vom Mittelmeer-Netzwerk unterstützt. Tendenz steigend. Es ist zwar nicht einfach aber trotzdem notwendig denn zusätzliche Quellen helfen uns, unsere Arbeit weiter zu entwickeln.
Was sollten wir noch tun und wie?	Gemeinsam unsere Arbeit an der Umsetzung der Absichts-erklärung fortzusetzen, außerhalb von Europa und in jenen europäischen und zentral-asiatischen Ländern, die von EU-Finanzierungen nicht abgedeckt werden.





### Einstiegspunkt und -zone für Interessenvertretung: Nyéléni Europe GAP (Gemein-same Agrar-politik) Gruppe

Was tun wir (Urgenci) dort?	Gegründet in Cluj-Napoca um Beiträge zusammen zu tragen und sich für den GAP 2020 Prozess einzusetzen. Verschiedene Urgenci-Mitglieder waren aktiv beteiligt.
Mit wem arbeiten wir zusammen?	Geführt von ECVC
Warum ist das wichtig?	Versuchen die zukünftige GAP zu Gunsten von kleinen Erzeuger-*innen und kleinbäuer-licher Landwirt-schaft zu beeinflussen.
Bereits bestehende Ergebnisse und Herausforderungen	
Was sollten wir noch tun und wie?	Wir haben schrittweise unsere kollektive Präsenz und Lobbyarbeit aufgebaut.

### Einstiegspunkt und -zone für Interessenvertretung: Global Network on the Right to Food and nutrition and FIAN

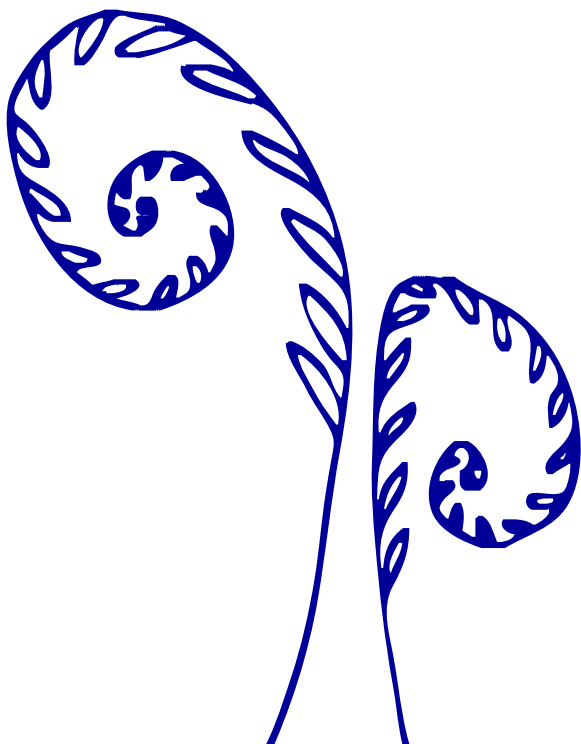
Was tun wir (Urgenci) dort?	Das GNRTF ist eine Koalition zivilgesellschaftlicher Organisationen und sozialer Bewegungen unter dem Banner von FIAN und arbeitet an der Verbesserung der Rechte auf Lebensmittel und gesunde Ernährung.
Mit wem arbeiten wir zusammen?	Wir haben eine gute, laufende Präsenz.
Warum ist das wichtig?	Das ist die Schlüssel-koalition die die Arbeit im Feld der Menschen-rechte anführt. FIAN ist eine führende Figur im globalen und europäischen Nyeéléni Prozess. Urgenci ist aktuell ein Mitglied des Vorstands.
Bereits bestehende Ergebnisse und Herausforderungen	Isa Alvarez, Vize-Präsidentin von URGENCI, hat eine führende Rolle in der CSM-Arbeitsgruppe über Ernährung gespielt.
Was sollten wir noch tun und wie?	Braucht mehr Beiträge und Kontinuität von Urgenci.

Einstiegspunkt und -zone für Interessenvertretung:  
Community Supported Fisheries (CSF) network / Solidarische Fischerei

Was tun wir (Urgenci) dort?	Es besteht ein starkes CSF-Netzwerk in Nordamerika: Local Catch. Zur Zeit des Herausgabe dieses Leitfadens arbeiten wie daran ein CSF-Projekt in der EU zu starten.
Mit wem arbeiten wir zusammen?	
Warum ist das wichtig?	Wir müssen unsere Verbindungen stärken und die Entwicklung eines CSF-Netzwerkes in der EU unterstützen.
Bereits bestehende Ergebnisse und Herausforderungen	Wir geben ein gemeinsames Webinar mit Local Catch, der führenden Organisation im nordamerikanischen Netzwerk und initiieren nun eine Kartierung und den Aufbau von Kapazitäten in Europa. Es ist eine Herausforderung!
Was sollten wir noch tun und wie?	Das Prinzip eine CSF als Schwester-netzwerks innerhalb von Urgenci aufzubauen, wurde 2015 in China gemeinsam beschlossen. Wir müssen auf europäischem Level weiter Fortschritte machen.

Einstiegspunkt und -zone für Interessenvertretung: RIPESS (Netzwerk für Solidar-ökonomie) Europe and Global

Was tun wir (Urgenci) dort?	Urgenci ist mittlerweile volles Vorstandsmitglied von RIPESS Intercontinental. Das gibt uns beträchtlichen Spielraum für die Stärkung der Verbindung zwischen Sozialer Solidarökonomie (Social Solidarity Economy SSE) und Ernährungssouveränität, was einen entscheidenden Aspekt für den nötigen Systemwandel darstellt.
-----------------------------	--



Mit wem arbeiten wir zusammen?	Es gibt eine Vielzahl an Menschen, die sich auf allen Ebenen der Schnittstelle zwischen CSA, Agrarökologie und SSE einbringen.
Warum ist das wichtig?	Es gibt eine Ernährungs-souveränität-Arbeits-gruppe innerhalb der REAS, des spanischen Solidaröko-nomie-Netzwerkes. Außerdem eine starke Präsenz sowohl von Ernährungs-souveränität als auch Solidar-ökonomie im spanischen Baskenland.
Bereits bestehende Ergebnisse und Herausforderungen	Urgenci ist eines der Gründungs-mitglieder von RIPESS Europe. Urgenci nimmt an fast allen Treffen des Koordinierungskomitees und an Besichtigung-en in verschiedenen Ländern teil.
Was sollten wir noch tun und wie?	Weiterhin an der Stärkung der Agrarökologie- und Solidarökonomieaspekte arbeiten. Die europäische und globale Arbeit fortführen und international sichtbarer werden lassen für zwei Ziele: die öffentliche Wahrnehmung des inklusiven Potentials von CSA erhöhen und intern die bestehenden erprobten Praktiken und verschiedenen Methoden verbreiten. Das schließt sich an das Recht auf Nahrung sowie an alternative Lebensmittelsysteme an.

### Einstiegspunkt und -zone für Interessen-vertretung: RIPESS Intercontinental

Was tun wir (Urgenci) dort?	Urgenci ist volles Vorstandsmitglied. <a href="http://www.ripest.org">www.ripest.org</a>
Mit wem arbeiten wir zusammen?	Folgende Arbeit wird im Auftrag von RIPESS getan um die Aspekte der Ernährungs-souveränität zu befördern, die mit Solidarökonomie verknüpft sind.  1) Die ressortsübergreifende Arbeitsgruppe der UN für Soziale Solidarökonomie (UNTFSSSE). RIPESS hat einen Beobachterstatus. FAO ist ein sehr aktives Mitglied der UNTFSSSE, also ist dies ein sinnvoller Zugangspunkt von Lobbyarbeit für einen stärkeren Fokus darauf, wie SSE die Rechte auf Nahrung und Lösungen auf Basis der Menschenrechte stärken kann. Es gibt einen starken Fokus auf die Ziele zur Nachhaltigen Entwicklung.
Warum ist das wichtig?	Möglichkeit-en konkreter Beispiele und Fallstudien, die beweisen, dass SSE zur allgemeinen Logik der Ernährungs-souveränität beitragen können. Das geht weit über CSA hinaus.
Bereits bestehende Ergebnisse und Herausforderungen	Verweise auf CSA und weitere SSE-basierten Lösungen in den Ergebnissen der Arbeitsgruppe. Erhöhte Beachtung von CSA und anderen auf Ernährungssouveränität basierenden Möglichkeiten in allen UN-Behörden. Verknüpfte Beiträge zum Habitat III Prozess und zur New Urban Agenda sind in Implementierung begriffen. SSE ist Teil des gemeinsamen UN-Wortschatzes, wird mehr und mehr von verschiedenen sozialen Bewegungen verwendet und häufiger von UN-Behörden als alternative ökonomische Antwort verstanden (siehe weiter unten).

Was sollten wir noch tun und wie?	Die Stärkung der Beziehungen zwischen SSE und Ernährungs-souveränität fortführen und Aufmerksamkeit dafür in anderen sozialen Bewegungen und UN-Behörden erhöhen. Solidarökonomie ist eines der zehn Elemente der Agrarökologie in den FAO-Dokumenten.
-----------------------------------	--

Einstiegspunkt und -zone für Interessen-vertretung: Habitat III/New Urban agenda	
Was tun wir (Urgenci) dort?	Teilnahme an verschiedenen Beratungen und Treffen
Mit wem arbeiten wir zusammen?	Der HIII-Prozess war ein jahrlanger internationaler Konsultations-prozess in dem RIPESS als Mitglied der globalen Plattform für das Recht auf Stadt teilgenommen hat. RIPESS ist Mitglied dieser Plattform, ebenso wie FIAN und HIC (Habitat International Coalition), die wiederum beide Mitglieder von IPC sind und alle von FPH unterstützt werden. Das bedeutet, dass ein kohärenter Ansatz, basierend auf den Menschenrechten besteht. Urgenci hat systematisch Beiträge für RIPESS über die verknüpften Aspekte von Solidarökonomie und Ernährungs-souveränität, speziell von Agrarökologie erstellt. Hierbei lag die Betonung auf CSA, aber auch in einer breiteren Perspektive, die Zugang zu Land durch die Nutzung des Community Land Trusts und anderer gemeinschaftlicher Lösungen, die Spekulation mit Land und Saatgut bekämpfen, beinhalten. Wir haben zusammen mit Via Campesina und Fischern an diesen Themen gearbeitet.
Warum ist das wichtig?	Dieser Prozess ist ein wichtiger Einstiegs-punkt für einen allgemeinen Prozess, der unsere Arbeit in CSM mit der Solidarökonomie generell verbindet. Es führt direkt zum Prozess der Ziele für Nachhaltige Entwicklung (SDGs), der SDG und Stadt-Land-Verbindungs-arbeits-gruppen innerhalb von CSM sowie zu UNTFSSE. Es bedeutet, dass wir die Relevanz von Solidaröko-nomie, Agraröko-logie und CSA als entschei-dende Teile einer Lösung ökonο-mischer, sozialer und Umwelt-fragen in den weiteren Weg und in einen an Sozialbeweg-ungen orientierten Ansatz der Umsetzung der SDGs einbringen können.
Bereits bestehende Ergebnisse und Herausforderungen	Wir haben die ausdrückliche Erwähnung der Solidar-ökonomie in der New Urban Agenda erreichen können, ebenso eine größere Hingabe für Lösungen aus der Agrarökologie in der Umsetzung sowohl der New Urban Agenda als auch der SDGs. Das umfasst auch die Betonung von Erzeuger-*innenrechte, Verbraucher-*innenrechte, Zugang zu Land, Beendigung von Landspekulation, Schutz von urbanen/ halburbanen und ländlichen Gebieten zur Lebensmittel-produktion, Entwicklung lokaler Lebensmittel-systeme, welche die gemeinsame, örtliche und öffentliche Auftragsvergabe beinhalten. All dies wird verstärkt in Texten erwähnt.
Was sollten wir noch tun und wie?	Sicherstellen, dass tatsächlich all das auf der Basisebene umgesetzt wird und stärker mit Gemeinden zusammen arbeiten um öffentliche Auftragsvergabe und die Ein-richtung von Ernährungs-räten, die wie in Brasilien CSA umfassen, zu gewähren.

## Einige Kommentare, neueste Ergebnisse und Perspektiven:

Die Ziele zur Nachhaltigen Entwicklung sind ein Leitmotiv im gesamten UN-System. Sie sind produktivistisch inspiriert und in einigen Fällen müssen die bestehenden Indikatoren geprüft werden. Wir verfügen jedoch über evidenzgestützte Beweise und Forschung das zu verändern und müssen die SDGs strategisch nutzen um CSA und SSE zu verbreiten. Es wird von strategischer Wichtigkeit sein dies zusammen mit fortschrittlichen Gemeindeverwaltungen. Einige Elemente sind auf lokaler Ebene schon stark vertreten und organisiert und es sollte leicht sein, sich dazu mit anderen Menschen in der SSE/ Ernährungssouveränitäts-Bewegung zusammen zu tun.

# Interessenvertretung für Solidarische Landwirtschaft: Ein Leitfaden



**URGENCI**



Mouvement  
Inter-Régional  
des **AMAP**

 **Solidarische  
Landwirtschaft**  
*sich die Ernte teilen*



**ASAT**  
ASOCIATIA PENTRU SUSTINEREA  
AGRICULTURII ȚĂRĂNEȘTI



**ΑΓΡΟ  
ΟΙΚΟ  
ΠΟΛΙΣ**

