



SOLAWI

WAS IST DAS UND WIE FÄNGT MAN ES AN?



10. Oktober 2023

WER ICH BIN

- Von Haus aus Maschinenbauer und Demeter-Landwirt (ohne Hof...)
- Gründer einer der ersten Solawi in Deutschland
- Mitglied Netzwerk Solawi im Arbeitskreis Beratung
- Seit 2014 freiberuflicher Berater zu Solawi, Hofübergabe und Organisationsentwicklung



WAS IST SOLAWI?

- Ein Boden wird landwirtschaftlich genutzt.
- Durch die Nutzung entstehen Kosten und Lebensmittel.
- Beides teilen sich die Menschen, die der Boden ernähren kann.

Beispiel:

1 ha Gemüseanbau reicht für 120 Menschen.

Für die Bewirtschaftung werden 120.000 €/Jahr benötigt.

Das sind 1.000 € im Jahr oder 83 € im Monat pro Person.

STATUTEN DES NETZWERKS

Gemeinsames landwirtschaften bedeutet...

- Teilung von Risiko und Verantwortung
- solidarische Gestaltung des Wirtschaftsprozesses
- Einigung in Anbaumethoden



WARUM SOLAWI?

Diese Frage gehört von jedem Betrieb gut beantwortet. Argumente dafür gibt es:

- auf den Netzwerktagungen/Regionaltreffen
- in der Literatur
- bei Solawi in der Region

STARTCHECK 1: WAS WIRD PRODUZIERT?

Nach dem persönlichen
Entschluss zur Solawi:
Welche Produkte
(Getreide, MoPro, Fleisch,
Gemüse, Obst u.a.) sind in
welcher Menge
produzierbar?

UMFRAGE

?

Was würden Sie produzieren?

STARTCHECK 2: WELCHE KOSTEN TRETEN AUF?

Mit Produktmengen lässt sich ein Zielbetrieb rechnen. Der ist am besten auf „in ca. 5 Jahren“ ausgelegt, auch wenn das nicht das Ziel ist.

So lassen sich die „echten Kosten“ am besten ermitteln, auch wenn neben Solawi noch weitere Vermarktungswege bestehen.

Mehr Details am 27. November



SOLAWI UND STEUER

Einnahmen aus Solawi sind Einnahmen aus Produktverkäufen und werden in der Einnahmenüberschussrechnung (EÜR) angegeben.

Wenn es kein Verein ist, bitte nichts von „Mitgliedsbeitrag“ o. ä. z. B. auf eine Rechnung schreiben, das irritiert das Finanzamt evtl.



STARTCHECK 3: VERTRÄGE

Es gibt viele Möglichkeiten, wie die Vergabe der Ernteanteile geregelt wird:

- Abholzeiten /// Mengen /// Splittbare Buchungen /// Geldtransfer /// Teilnahmelänge

Darüber braucht es eine klare schriftliche Absprache.

Viele Beispiele auf der Netzwerk-Homepage und bei den Solawi

- **Mehr Details am 27. November**



FRAGEN?

?

WIE SAG ICH'S MEINEM KUNDEN?

Nach dem Startcheck kann die frohe Kunde verbreitet werden!

Als Material ist eine Homepage o. ä. und ein Printflyer praxiserprobt und gut.

Dazu Infoveranstaltungen (vlt. mit Externen und Mitgliedern anderer Solawi)

Eine besonders gute Kommunikation braucht in einer bereits bestehenden Direktvermarktung: Warum endet das Alte, warum ist es gut, in das Neue zu gehen?



UMFRAGE BLE 2021:

GRÜNDE BEIM EINKAUF VON LEBENSMITTELN

- Regionalität 82%
- Saisonalität 78%
- Preis 48%

TYPISCHES MITGLIED

„zwischen **30 und 49 Jahren** alt,
eher mit **Hochschulabschluss**,
wohnt eher im **städtischen Raum**.
Die Mehrheit ist **weiblich**,
lebt in einer **durchschnittlichen Haushaltsgröße
von 4 Personen**.“

(vgl. Bietau et al. 2013, S. 83-85).

ZUFRIEDEN/UNZUFRIEDEN IN SOLAWI

Mitglieder sind häufig zufrieden mit

- der Qualität der Produkte
- der Quantität der Produkte
- der Frische der Lebensmittel
- der Länge der Saison
- der Verbindung zum CSA-Betrieb

Mitglieder sind häufig unzufrieden mit

- der Variation und Menge
- der Bequemlichkeit
- sozialen/gemeinschaftlichen Aspekten
- der Kommunikation mit den Landwirten

(Cone und Myhre 2000; Connor 2003; Oberholtzer 2004; Perez et al. 2003)



FRAGEN

?

SOLAWI UND HOFLADEN O. Ä.: ANBAUPRAXIS

Am besten: Solawi-Beete oder -Kühe anbauen/halten. So ist das Prinzip des gemeinsamen Risikos am besten umgesetzt.

Wenn das nicht möglich ist, angemessene Anteile ausgeben.

In knappen Zeiten gut überlegen, ob die Solawi weiterhin üppig bedient wird oder der Hofladen. Das Ergebnis klar kommunizieren.

Mehr Details am 27. November



BETRIEBSTEILNEUGRÜNDUNG

Für lw. Betriebe mittelfristig
Gemüseanbau wichtig: große
Nachfrage

Achtung: Fachkräftemangel = Wer
macht's?

Richtiges Konzept wählen (Market
Gardening, Traktor, Pferd)

Gute Planung senkt Lohnkosten

Dann gute Wertschöpfung möglich =
Win/Win für Betrieb und
Ernteteiler*innen

FRAGEN

?

LANDWIRTSCHAFTLICHE BETRIEBE FÜR EINE KURZUMFRAGE ZUM THEMA DIREKTVERMARKTUNG DURCH SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT GESUCHT

- Das Ziel: mehr über die Einstellung landwirtschaftlicher Betriebe zu Direktvermarktung durch Solidarische Landwirtschaft zu erfahren. Die Umfrage dauert rund 10 Minuten. Die Umfrage ist Teil des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Projektes nascent-SolaRegio
- Weitere Informationen zum Projekt: <https://www.nascent-transformativ.de/nascent-solaregio/>.
- Link zur Umfrage: <https://umfragen.uni-siegen.de/index.php/394433>



VIELEN DANK



Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e. V.
Stammheimer Str. 154
50735 Köln

Ansprechpartnerin
Stefanie Schulze Schleithoff
sschulze-schleithoff@solidarische-landwirtschaft.org
www.solidarische-landwirtschaft.org
Tel. +49 30 2000 5021-1



info@klaus-strueber.de
www.klaus-strueber.de
Tel. +49 4363 825 4400



Bundesanstalt für Landwirtschaft und
Ernährung
Deichmanns Aue 29
53179 Bonn

Ansprechpartnerin
Natascha Orthen und Isabelle Hirsch
Natascha.Orthen@ble.de
Isabelle.Hirsch@ble.de
www.praxis-agrar.de
Tel. +49 228 6845-3268 / -2821