



Natascha, Angelos und Tassos von der Kooperative Messinis Gea sowie Giorgos von der Vertriebsgenossenschaft SoliExpo

Olivenöl und Solidarität

Drastische Sparmaßnahmen als Reaktion auf die Finanz- und Wirtschaftskrise haben viel Armut in Griechenland verursacht. Verschiedene Projekte treten in einem Solidarnetzwerk dagegen an.

TEXT & FOTOS: MANFRED KRENN

In Dáras auf dem Peloponnes prüft der Olivenbauer Panagiotis im April mit fachgerechtem Blick den Zustand seiner Bäume. In der weiten, vom Grün der Olivenhaine dominierten Hügellandschaft erscheint er von den Spitzen der sie begrenzenden kahlhäuptigen Berge aus wie ein winziger, solitärer Punkt.

Mehr als zweihundert Kilometer nordöstlich sind in Athen Kathrin und andere Mitarbeiter:innen der Straßenzeitung

Shedia (griech.: Floß) gerade damit beschäftigt, 2.000 Kilo an eingesammelten wilden Bitterorangen zu Marmelade zu verarbeiten, um Zusatzeinnahmen für das Projekt zu generieren.

Das sind nur zwei Fäden eines überaus bemerkenswerten Solidarnetztes, das sich über ganz Griechenland und darüber hinaus erstreckt. Dahinter steckt eine Geschichte, die erzählt werden will.

Soziale Katastrophe. An ihrem Beginn steht ein Desaster. Eine ökonomische und soziale Katastrophe, die einem ganzen Land im Süden Europas von außen in Form von Austeritäts- und Sparprogrammen zur Rettung der Gläubiger:innenbanken aufgezwungen wurde. Die Rede ist von Griechenland und der Troika aus EU-Kommission, Europäische Zentralbank und Internationaler Währungsfonds. Die Sparprogramme hatten verheerende Folgen. Um das an einem Beispiel zu verdeutlichen: Ein Bestandteil des ersten Memorandums 2012 war, dass alle Arbeitslosen

aus dem Sozialversicherungssystem geworfen wurden: Kolportiert 2,8 Millionen Griech:innen in der ohnehin schon prekären Situation der Arbeitslosigkeit verloren den Zugang zum öffentlichen Gesundheitswesen. Binnen weniger Jahre sank das BIP Griechenlands um 25 Prozent. Beträchtliche Teile der Bevölkerung rutschten unter die Armutsgrenze bei gleichzeitig starken Kürzungen im Gesundheits- und Bildungswesen sowie bei den Sozialausgaben. Diese Entwicklung mündete in eine soziale Katastrophe.

Die erstaunliche Antwort auf diese neue Situation war jedoch eine riesige Welle der Solidarität in der Bevölkerung. 2013/14 entstanden auf verschiedenen Ebenen sehr viele Initiativen zur Unterstützung der Menschen, die in die Armut gerutscht waren. Es kam zur Gründung von Solidarkliniken, in denen Ärzt:innen und anderes Personal eine kostenlose Gesundheitsversorgung sicherten. Es wurden Lebensmittel- und Medikamentensammlungen organisiert. Die

Solidaritätswelle schwappte bis nach Mitteleuropa (Deutschland, Österreich, Belgien) über, wo die in Griechenland entstandenen Strukturen mit medizinischen Geräten, Medikamenten und Geldspenden unterstützt wurden.

Diese Dynamik war auch die Geburtshelferin von Mazi (griech.: gemeinsam, zusammen), jenem feingesponnenen Netz aus Solidarbeziehungen, dessen Geschichte hier kurz erzählt werden soll. Es ist eine Geschichte, die nur aus diesem allgemeinen Kontext heraus verständlich wird. Statt sich, was durchaus naheliegend gewesen wäre angesichts der umfassenden Katastrophe, Gefühlen der Verzweiflung und Ohnmacht hinzugeben oder Rette-sich-wer-kann-Haltungen zu entwickeln, handelt diese Geschichte von Widerstand, Selbstorganisation, Erfindungsreichtum und Durchsetzungswillen.

Genossenschaften als Ausweg. Bei Mazi kam es zum Zusammentreffen zweier Entwicklungen bzw. Ideen. In Dáras, einem kleinen Dorf auf dem Peloponnes, diskutierten 2016 und 2017 einige Olivenbäuer:innen, unter anderem Panagiotis, über Wege, dem Preisdruck und dem Profitstreben der Großhändler:innen, die ihnen einen Spott für ihr hochwertiges Öl zahlten, zu entkommen. In Athen entstand etwa zur selben Zeit die Idee, die Unterstützung griechischer Solidarstrukturen über die Direktvermarktung genossenschaftlich produzierten Olivenöls auf nachhaltige Beine zu stellen. Es kam zur Gründung der sozialen Logistikgenossenschaft

Beträchtliche Teile der Bevölkerung rutschten unter die Armutsgrenze bei gleichzeitig starken Kürzungen im Gesundheits- und Bildungswesen

SoliExpo, die sich wiederum auf die Suche nach Produktionsgenossenschaften machte. Sie wurde in Dáras fündig, wo die Direktvermarktung den praktischen Ausweg zur Umgehung der Großhändler:innen bot und den entscheidenden Anstoß zur Entwicklung der Produktionsgenossenschaft Messinis Gea lieferte.

So entstand das Produktions- und Liefernetzwerk Mazi. Und an dieser Stelle führt ein Faden des Netzes zur Straßenzzeitung *Shedia*, zu Kathrin und den obdachlosen Zeitungsverkäufer:innen. Im Zuge des Mazi-Prozesses setzte sich nämlich die Idee durch, einen Teil des durch die Direktvermarktung nunmehr höheren Verkaufserlöses der Bäuer:innen zur Unterstützung anderer Solidarinitiativen in Griechenland zu verwenden. Neben Kliniken, Flüchtlings- (etwa auf Lesbos)

In diesem Hügelland am Peloponnes gedeihen die Koroneiki-Oliven von Messinis Gea

und Seenotrettungsinitiativen kam auch *Shedia* in den Genuss von Teilen des Soli-Euros, der für jeden verkauften Liter Olivenöl eingehoben wird. Von 2017 bis 2022 wurden auf diese Weise diverse Projekte mit insgesamt 113.000 Euro unterstützt. Dieses Ausmaß an Unterstützung war und ist möglich, weil durch die ehrenamtliche Direktvermarktung in Deutschland und Österreich, vor allem in Form von Kampagnen, jährlich rund 30 Tonnen des extra nativen Mazi-Olivenöls in Bioqualität abgesetzt werden – zu einem fairen Preis für Produzent:innen und Konsument:innen.

Perspektive. Und das zeichnet dieses Projekt auch aus: Es ist viel mehr

als eine reine Direktvermarktung von griechischem Olivenöl. Denn verändert man die Perspektive, ist der Olivenbauer Panagiotis nicht mehr ein winziger, solitärer Punkt in der peloponnesischen Hügellandschaft, sondern Teil eines feingesponnenen internationalen Solidaritätsnetzes. Und die Produktion von Olivenöl bekommt plötzliche eine zutiefst politische Dimension. Insofern ist es keineswegs eine romantische Verklärung, das Produkt als den «Geschmack von Solidarität» zu bezeichnen.

Dieses Netz hat viele Dimensionen und Aspekte. Einer davon ist, dass es Menschen auf vielfache Weise miteinander verbindet. «Wir haben das erste Mal gesehen, wo unser Produkt landet. Und beim Kampagnenverkauf sehen wir die Endverbraucher und sprechen mit ihnen, auf

Augenhöhe», erzählt Natascha, Olivenbäuerin und Mitglied von Messinis Gea, im Gespräch.

Am 8. Juni gibt es im Albert Schweitzer Haus in Wien nicht nur die Gelegenheit, im Rahmen der Wiener Kampagne das Mazi Olivenöl zu erwerben (Vorbestellung: www.mazioli.at) sondern auch mit Natascha und Panagiotis zu sprechen, die Produzent:innen persönlich kennenzulernen und so selbst zum Teil dieses erstaunlichen Netzwerkes zu werden. ■

www.albert-schweitzer-haus.at



Café der Straßenzzeitung *Shedia*: Die Schiffchen stehen für Verkäufer:innen, die reguläre Arbeit gefunden haben