

DER MANIOKMARKT IN SÜDMOSAMBIK

DAS BIER VON UNSEREN FELDERN

Seit fünf Jahren kauft das Unternehmen Dutch Agricultural Development & Trading Company BV (DADTCO) Maniok in den Provinzen Nampula und Inhambane auf, um dieses für die Bierproduktion weiterzuverkaufen. Die Autorin analysiert die Vor- und Nachteile für die lokale Bevölkerung vor dem Hintergrund der Ernährungssouveränität und hinsichtlich marktwirtschaftlicher Aspekte.

Von Naira Dehmel

Dona Albertina ist Gemeindeleiterin einer Gemeinde im ländlichen Zavala, in der Provinz Inhambane. Vor 15 Jahren brachte sie ihre Gemeindemitglieder dazu, eine Bauernorganisation zu gründen. Seitdem bestellen sie gemeinsam fünf Hektar Land, zumeist mit Maniok. Hiervon profitiert nicht nur ihre Gemeinde, wenn sie zu Festtagen zusammen kochen. Seit fünf Jahren verkaufen sie ihre Ernte und teilen den Erlös unter sich auf.

Mana Anastácia ist Ende 20 und lebt mit ihren drei Kindern an der Hauptstraße EN1. Eigentlich sollte ihr Mann, der in Südafrika arbeitet, der Familie Geld schicken. Der hat sich allerdings schon seit einigen Jahren nicht mehr blicken lassen. Ab und zu ruft er an, um mit den Kinder zu sprechen. Dann erklärt er, das Geld würde nicht reichen, um etwas davon nach Hause zu schicken. So muss die Familie von der Landwirtschaft leben. Um ihren großen Traum, sich ein neues Badezimmer aus Zementblöcken zu bauen, trotzdem voranzubringen, verkauft Mana Anastácia seit fünf Jahren einen Großteil ihres angebauten Manioks.

Senhor Francelino ist 55 Jahre alt und erwirtschaftet seit fünf Jahren gute Gewinne mit seinem Auto, einer Caixa aberta (Pick-up). Sein erstes Auto kaufte er, als er zum letzten Mal als Minenarbeiter aus Südafrika nach Hause kam und sein erspartes Geld in einen alten Toyota-Pick-up investierte. So wurde er zum Dienstleister für NachbarInnen und Verwandtschaft, um deren landwirtschaftliche Erträge, an die Hauptstraße EN1 zum Verkauf zu bringen. Seit fünf Jahren, vor allem während der Monate der Maniokernte, ist sein Auto mehr in Betrieb als je zuvor.

Alle drei BewohnerInnen des Distrikts Zavala in der Provinz Inhambane profitieren seit fünf Jahren von der Ankunft der holländischen Social Enterprise Dutch Agricultural Development & Trading Company BV, kurz DADTCO¹.

¹ Im Laufe der Redaktion ist DADTCO mit der südafrikanischen Firma Philafrica Foods der Afagri Group Holdings fusioniert und wurde zu DADTCO Philafrica umbenannt. Dieser Artikel bezieht sich auf die Situation vor diesem Zusammenschluss.

DADTCO verarbeitet Maniok. In Zavala wird seit Ende des 19. Jahrhunderts Maniok als wichtigstes Nahrungsmittel angebaut. Aufgrund seiner besonderen Eigenschaften – Maniok benötigt wenig Pflege, keinen besonders fruchtbaren Boden, ist relativ dürreresistent und im Boden lange haltbar – wurde der Anbau von Maniok zu Kolonialzeiten gefördert. Seither baut in Zavala wohl jeder Haushalt Maniok als Reserve für schlechte Zeiten an. So ist Maniok auch bekannt als das „Essen der Armen“ – nur wer sich keinen Reis leisten kann, isst täglich Maniok. In weiten Teilen Afrikas ist Maniok jedoch bisher schwer zu vermarkten: nach der Ernte sind die stärkehaltigen Wurzeln nur noch etwa 48 Stunden haltbar, bevor sie verrotten. Ihr großer Wasseranteil bringt hohes Gewicht und teuren Transport. Dies macht den Handel zu Großstädten riskant und teuer. Auf dem lokalen Markt ist die Nachfrage zu gering.

MANIOK-REVOLUTION

DADTCO jedoch verspricht die „Maniok-Revolution“. Mit ihrer innovativen Autonomous Mobile Processing Unit (AMPU) scheinen sie eine Lösung gefunden zu haben, die eine Kommerzialisierung der Wurzel erleichtert. Anstatt die Maniokwurzeln hunderte von Kilometern durchs Land zu transportieren, kommt DADTCOs mobile Fabrik (AMPU) in die Nähe der Felder. Die AMPU verarbeitet die Wurzeln, schält, wäscht, zermahlt und presst sie. Die entstehende Masse ist nicht nur leichter und effizienter zu verpacken, sondern auch länger haltbar. In dieser Form wird der Maniok an den Hauptauftragsgeber, Cervejas de Moçambique (CDM), der mosambikanischen Tochterfirma des multinationalen Großkonzerns SABMiller, verkauft. SABMiller, der drittgrößte Brauereikonzern weltweit, braut seit 2011 das erste industriell hergestellte Maniokbier. 70 Prozent der normalerweise importierten Gerste werden durch Maniokstärke ersetzt. Vermarktet wird

es in Mosambik als lokales, erschwingliches Bier mit dem Branding IMPALA. In zahlreichen Zeitungsartikeln ist von der Motivation zu lesen, auch der ärmeren Bevölkerung Mosambiks Zugang zu formell zertifiziertem Alkohol als Alternative zu Selbstgebrautem zu schaffen, sowie die Versteuerung des Alkoholkonsums zu gewährleisten.

DADTCO geht es um etwas Anderes: Einen Platz für mosambikanische BäuerInnen in der nationalen Nahrungsmittelindustrie zu schaffen. Mit dem Ziel, internationale Nahrungsmittelimporte zu ersetzen, die sowohl für MosambikanerInnen teuer sind, vor allem aber das Florieren eines nationalen Marktes verhindern und es für einheimische Ware schwer machen zu konkurrieren. DADTCO will Wertschöpfungsketten fördern und dabei „KleinbäuerInnen“ einen Anschluss an die landwirtschaftliche Industrialisierung bieten. Statt einseitiger, bemitleidender „Entwicklungshilfe“ wird das Ziel des „Business auf Augenhöhe“ verfolgt.

Maniok galt bis zur Jahrtausendwende bis in internationale Agrargremien wie der IFAD oder FAO als nicht vermarktbar. Mit technologischen Innovationen der letzten 15 Jahre hat sich dieses Image gewandelt – Maniok soll zukünftig nicht nur primär in der Subsistenzlandwirtschaft der Nahrungssicherheit dienen, sondern auch industriell weiterverarbeitet werden, z.B. zu Mehl, Stärke, Sirup und Glukose für Backwaren oder eben Bier. Maniok wird auch bereits zur Gewinnung von Ethanol, etwa für Haushaltskoche, verwendet. Die hierfür notwendige Kommerzialisierung landwirtschaftlicher Erträge wiederum verspricht eine neue Einkommensquelle für „KleinbäuerInnen“ und somit ländliche Entwicklung.

ZWEI STANDORTE

DADTCO hat in Mosambik zwei AMPUs, in Nampula und Inhambane. Täglich können an einem Standort bis zu 100 Tonnen



Zubereitung von Xiguiha, dem "Zavala-Gericht", das auf Maniok basiert.

Foto: Luca Döninghaus



Plakat auf der Anlage von DADTCO in Zavala.

Foto: Naira Dehmel



Maniok aufgekauft und verarbeitet werden. Wöchentlich wird die variierende, von CDM bestellte Menge nach Nampula transportiert. Wenn das Maniokangebot an einem Standort abschwächt, zieht die AMPU von einem Distrikt zum nächsten. Die Beziehungen zwischen DADTCO und den ProduzentInnen, sowie Absprachen zu Lieferungen werden in Inhambane von sechs MobilisatorInnen verantwortet. Täglich liefern ca. 15 ProduzentInnen Teile ihrer Maniokernte und erhalten zwischen 500 und 6.000 Meticais (7 bis 85 Euro). Die große Mehrzahl der DADTCO-MitarbeiterInnen im Land sind MosambikanerInnen, sowohl studierte Fachkräfte als auch GelegenheitsarbeiterInnen.

Trotz vieler positiver Erfahrungen und großem Elan wächst zunehmend Misstrauen und Enttäuschung - sowohl unter den LandwirtInnen im Distrikt Zavala, als auch in der nationalen Presse.

Der Sozialforscher Momade Ibraimo der mosambikanischen Organisation „Observatorio do Meio Rural“ forschte im Frühjahr 2018 im Distrikt Zavala, um die Erfolge und Schwierigkeiten der Zusammenarbeit zwischen DADTCO und den ManiokbäuerInnen zu erkunden. Er stellt eine wichtige Frage: Ist es den ProduzentInnen möglich, die steigende Kommerzialisierung ihres Hauptnahrungsmittels mit ihrer Subsistenzwirtschaft und Nahrungssicherheit zu verbinden? Die mögliche Entwicklung eines Grundnahrungsmittels zu einer „Cash Crop“ beunruhigt den Sozialforscher. Er beobachtete folgende Entwicklung: Zur Intensivierung der Maniokproduktion verteilt DADTCO in Partnerschaft mit landwirtschaftlichen NGOs jährlich

verbesserte Maniokkulturen und gibt Fortbildungen zu produktiveren Anbautechniken. Dies führt zu einer leichten Erhöhung der Erträge und zu steigenden Verkaufsmengen. Allerdings weisen die neuen Sorten andere Eigenschaften auf und die Bevölkerung hält sie nicht geeignet für den eigenen Konsum. Ob der Anbau der neuen Kulturen bedeutet, dass weniger traditionelle Arten für den Haushaltskonsum angebaut werden, hat Ibraimo nicht analysiert.

Ein wichtiges Thema für die ProduzentInnen ist ihr Gewinn: die meist verbreitete Beschwerde lautet, DADTCO zahle nicht genug. Im Bewusstsein dieser Unzufriedenheit wurde bereits 2016 der Kilopreis von ein auf zwei Meticais (MT) erhöht². Dennoch fühlen sich die ProduzentInnen weiterhin ausgebeutet. Laut Ibraimos Berechnungen ergibt sich bei einer jährlichen Ernte von etwa drei Tonnen je ProduzentIn ein Ertrag von 6.000 MT (ca. 100 €). Mit 500 MT Ertrag im Monat liegt dies erheblich unter der Armutsgrenze der Weltbank, definiert als 1,90 USD am Tag, oder ca. 3.450 MT im Monat.

DIE ZWICKMÜHLE

DADTCO jedoch steckt in der Zwickmühle – während die ProduzentInnen auf höhere Preise drängen, geben die mächtigere CDM und SABMiller vor was sie zahlen. DADTCO versucht zu argumentieren: Unter anderem stamme die Unzufriedenheit der BäuerInnen

aus ihrer bisherigen Gewohnheit, ihren Maniok an informelle HändlerInnen zu verkaufen. Diese kaufen frische Maniokwurzeln in Säcken zum Weiterverkauf in Maputo zu einem deutlich höheren Kilopreis³. Allerdings sind die HändlerInnen sehr wählerisch, sie kaufen nur besonders süße Varietäten angemessener Größe und Form. Bei DADTCO hingegen zählt allein das Gewicht – Form, Größe und Geschmack spielen keine Rolle. So wird ein/e ProduzentIn bei DADTCO die gesamte Ernte los, während er/sie beim Verkauf an HändlerInnen meist auf mehr als der Hälfte sitzen bleibt. Außerdem sind die HändlerInnen in der Regel nicht bereit direkt zu zahlen, sondern versprechen, dies nach dem Verkauf in Maputo zu tun. Nicht selten kommt es vor, dass ein/e ProduzentIn nie bezahlt wird. DADTCO hingegen zahlt sofort in bar. Trotz niedrigerem Einzelpreis kann der Verkauf an DADTCO laut eigenen Angaben in vielen Fällen mehr Gewinn bringen als der alternative Verkauf an HändlerInnen.

Damit ihre ProduzentInnen tatsächlich Gewinne erwirtschaften können, konzentriert DADTCO sich auf die Steigerung der Produktivität. Dazu investiert DADTCO in landwirtschaftliche Beratungsprojekte mit Seminaren zu produktiveren Anbautechniken und resistenten, produktiveren Kulturen.

Mich persönlich beschäftigt eine andere Problematik: Die Innovation einer mobilen Verarbeitungstechnologie, bei der DADTCO zum Ankauf von einem Ort zum nächsten zieht, beruht auf der Annahme einer nicht

² Bei diesen Preisen kommt DADTCO für den Transport auf. Der Preis bei Eigentransport liegt bei 2,5MT/kg.

³ 1000MT/Sack, ca. 75 kg



Foto: Naira Dehmel

saisonalen Maniokernte. In der Tat ist Maniok unter der Erde bis zu drei Jahre haltbar und die Ernte theoretisch an keine spezielle Zeit gebunden. Zum eigenen Konsum wird so der Maniok auch rund um das Jahr geerntet, flexibel nach Bedarf. DADTCO jedoch agiert in Gegenden, wo Maniok schon seit Ende des Kriegs im Jahr 1992 zur informellen Kommerzialisierung angebaut wird. Maniok zum Verkauf wird hier zwischen Juni und August angepflanzt, aufgrund der idealen Niederschlagsverhältnisse. Zur Optimierung der Erträge ist es im Interesse der BäuerInnen, jährlich kurz vor Neuanpflanzung zu ernten. Viele ProduzentInnen bauten nach DADTCOs erstmaliger Anwesenheit in Zavala erheblich mehr Maniok an, mit der Erwartung, diesen im Folgejahr an die Firma verkaufen zu können. Zu der erwünschten Erntezeit war die AMPU jedoch nicht mehr vor Ort, weitergezogen zu einem anderen Distrikt, und nicht in der Lage, Maniok aus Zavala anzukaufen. Die Enttäuschung unter den ProduzentInnen war groß und der Ruf von DADTCO angeknackst. Gleichzeitig bedeutet der saisonale Anbau von Maniok, dass es einen Großteil des Jahres eine Maniokknappheit gibt, während es von Juni bis August zum Überangebot kommt. Zu dieser Zeit möchte jede/r ProduzentIn verkaufen. CDM bestellt jedoch nur eine gewisse Menge und die AMPU bleibt gebunden an ihre limitierte Kapazität. So bleiben einige BäuerInnen auch trotz DADTCOs Anwesenheit auf ihrem Maniok sitzen, machen nicht den erwarteten Gewinn müssen ihren Anbau verzögern und können dadurch auch langfristig nicht verlässlich ihr Einkommen erhöhen.

HERAUSFORDERUNGEN

Unterm Strich bietet DADTCO eine Innovation, die in der Theorie das fehlende Puzzlestück zum ersehnten Aufblühen des Maniokmarktes darstellt: Maniok, welcher unter geringen Inputkosten und Anbaurisiken im Überfluss angebaut wird, Potential zur nachhaltigen Intensivierung durch „KleinbäuerInnen“ hat und somit ein Hoffnungsträger dafür ist, dass Importe durch kleinbäuerliche Produktion substituiert werden können. So profitieren in Zavala bereits viele BäuerInnen vom neuen Geschäft, u.a. Dona Albertina, Mana Anastácia und Senhor Francelino. Die Hoffnung, durch DADTCO einen modernen und nachhaltigen Anschluss zur ersehnten Industrialisierung gefunden zu haben, ist weiterhin groß. Jedoch verläuft die Umsetzung nicht reibungslos: saisonales Über- und Unterangebot, Logistik und technische Kapazität in Einklang zu bringen, Preiserhöhungen gegenüber dem mächtigen Konzern durchzusetzen und traditionelle mit effizienteren Anbautechniken zu verbinden, stellen momentan erhebliche Herausforderungen dar. Diese verhindern bisher das erhoffte Ergebnis erheblicher Einkommenssteigerungen und somit sichtbarer Verbesserung der Lebensbedingungen der ländlichen Bevölkerung.

DADTCO ist sich dessen bewusst und arbeitet an der Optimierung ihrer Innovation: ständig sind IngenieurInnen auf der Suche nach Möglichkeiten, die Kapazität der AMPU zu erhöhen und durch Entnahme von Fasern und Flüssigkeiten Transportkosten weiterhin zu senken. DADTCO verspricht, die Vermarktungskette weiter auszubauen zur Herstellung

von Maniokmehl zwecks Substitution von Weizenmehl in Backwaren. Als Nebenbewegung des wachsenden Bäckereigewerbes in ländlichen und suburbanen Regionen ist dies besonders spannend. Vielleicht wird so tatsächlich noch der Wunsch der BäuerInnen erfüllt, die heute noch darauf warten, dass DADTCO auch in ihre Nachbarschaft kommt.

Naira Dehmel machte 2016 bei DADTCO ein Forschungspraktikum und schrieb im Anschluss ihre Bachelorarbeit über die Dynamiken der Maniokkommerzialisierung im Süden Mosambiks. Mit Grundstudium in Entwicklungsökonomie und Sozialanthropologie, macht sie zurzeit ihren Master in Methoden der Sozialforschung an der London School of Economics.

Bibliographie

🔗 <https://dadtco-philafica.com/>
 Ibraimo, M., 2018. *Destaque Rural N° 34: Reflexões sobre a comercialização da mandioca para a produção de cerveja*. Maputo: Observatorio do Meio Rural.

🔗 <http://omrmz.org/omrweb/publicacoes/dr-34-mandioca-cerveja/>

IFAD, & FAO. (2001). *The global cassava development strategy and implementation plan*. Rome: FAO, IFAD. Retrieved from 🔗 <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/006/y0169e/y0169e00.pdf>