

## Viel Feind — Viel Ehr ??

Diesen Artikel zu schreiben fällt uns nicht leicht: wir können uns Erfreulicheres vorstellen, als ausgerechnet in der BASIS die schmutzige Wäsche von bundesdeutschen Linken zu waschen.

Zumal einer der wesentlichsten Inhalte der Bewegung, die wir mit allen Freunden gemeinsam versuchen aufzubauen, der Wiederaufbau von Moral, von Zuneigung, von Vertrauen, von praktischer und gefühlsmäßiger Solidarität sein soll, an Stelle von Mißtrauen, Neid, Egoismus und Abgrenzung, die jahrelang das Verhältnis der Linken zueinander geprägt haben.

Im Moment stehen wir, die Arbeiterselbsthilfe in Frankfurt, im "Kreuzfeuer der Kritik" - und das ist eine sehr verhamlose Beschreibung des Sachverhalts. Gegen Kritik haben wir nämlich absolut nichts, im Gegenteil: daran kann man sich abarbeiten, das eigene Verhalten überprüfen, verändern ... nur über Kritik kann man weiterkommen.

Das Problem: Kritik in diesem Sinn ist das, was zur Zeit gegen uns läuft, nur sehr begrenzt. Das meiste ist Teil einer umfassenden Diffamierungskampagne.

Und da sind wir nun übel in der Klemme: reagieren wir öffentlich auf die Verdächtigungen, denen wir ausgesetzt werden - mit Leserbriefen in den entsprechenden "linken Medien" -, dann hat das immer den Geruch von Rechtferti-

gung. Unterschwellig bleibt beim "neutralen" Leser immer ein Teil der Verleumdung hängen, nach dem Motto: "wenn da nix dran wäre, dann würdet ihr euch doch nicht so dagegen empören".

Reagieren wir nicht, in der Hoffnung, die Leser der Anschuldigungen müßten doch selbst merken, wie hier diffamiert wird, so wird uns dieses Schweigen als Schuldeingeständnis ausgelegt.

Im Zweifelsfall immer gegen den Beschuldigten.

Wie das mit der linken Öffentlichkeit in Zukunft weitergehen soll, ist uns nicht klar. Klar ist aber, daß zumindest unsere Freunde - und als solche begreifen wir die Leser der BASIS - so umfassend wie möglich über den Hintergrund der Auseinandersetzungen informiert sein sollen.

hier im POVO-Teil möchten wir die Verleumdungskampagne beschreiben, die die "VINOC" in Neu-Isenburg gegen uns eingeleitet hat. Diese Kampagne wird soeben auf eine "qualitativ neue Stufe" gehoben durch einen Belieferungsboykott für okzitanischen Wein, den die "VINOC" speziell gegen die ASH organisiert ...

# MEINE BAUERN - DEINE BAUERN!

## ..... oder über die SCHWIERIGKEIT SOLIDARISCH ZU BLEIBEN !

Es beginnt, wie immer, ganz harmlos: wir hatten bei uns diskutiert, daß wir die Möglichkeiten der Krebsmühle, in die wir eben umgezogen waren, "politisch nutzen" wollten. Viel war damals nicht drin für uns, weil wir alle Hände voll zu tun hatten, das Projekt, dessen monatlich anfallende Kosten wir unterschätzt hatten, überhaupt halten zu können. Immerhin müßte es trotzdem möglich sein, per Wandzeitungen oder ausgelegten Flugblättern und Broschüren unsere Kunden mit mehr zu konfrontieren als mit uns selbst und unseren Möbeln. Von LIP hatten wir viel gehört: was lag näher, als deren Uhren bei uns mit zu verkaufen. Für die LIPs eine solidarische Aktion, für uns die Möglichkeit, die politisch Interessierten unter unseren Kunden kennenzulernen, mit denen in eine Diskussion zu kommen.

Soweit der Rahmen unserer Diskussion. Die Wolle vom Finkhof haben wir in dem Rahmen verkauft, LIP-Uhren, Tonwaren eines befreundeten Töpfers, Kerzen von einer Landkommune und anderes.

Irgendwann erfuhren wir vom Wein-Direkt-Verkauf der Neu-Isenburger. Beate und Rainer hatten die aktivsten Vertreter der "MIVOC" (Bewegung okzitanischer Winzer) kennen und schätzen gelernt. Diese hatten in den sehr vehementen und militanten Auseinandersetzungen gegen die Existenzbedrohung der okzitanischen Winzer durch den massenhaften Import billigen Verschnittweins eine führende Rolle gespielt und waren mittlerweile ökonomisch am Rand des Ruins. Die Idee wurde geboren, den Wein dieser Winzer teilweise auf Flaschen abzufüllen und nach Deutschland zu exportieren. Der Verkauf des Produkts war eine sehr wirksame Ergänzung der Öffentlichkeitsarbeit über die Situation in Okzitanien. Außerdem entwickelte sich daraus eine wirksame materielle Hilfe für die betroffenen Winzer.

Ursprünglich war das Konzept rein idealistisch: niemand sollte am Verkauf des Weins verdienen, verkaufen sollten nur die Leute, die auch im unmittelbaren Kontakt zu den Winzern standen. Das sollte gewähr-

leisten, daß sich aus dem Weinverkauf kein Weingeschäft entwickeln könnte.

Das hat sich in der Form natürlich nicht durchführen lassen. Als wir in Kontakt mit den Neu-Isenburgern kamen, hatten die neben dem "Verein zur Förderung der deutsch-okzitanischen Freundschaft" mittlerweile die "VINOC GmbH" gegründet, über die fast der gesamte Weinimport abgewickelt wurde. Es gab ein breitgefächertes Weinvertriebsnetz quer durch Deutschland von ca 100 Vertreibern, in der Regel Buch- und Bioläden und -Lädchen.

Von dem direkten Kontakt zu den Winzern war übriggeblieben ein loses Kontaktnetz der Vertreiber (im wesentlichen organisiert über den regelmäßig erscheinenden "Rundbrief" der Neu-Isenburger, mit dem zum "Verteilertreffen" eingeladen wird, zu dem sich in der Regel 10 bis 20 Personen aus dem Neu-Isenburger Raum (Marburg, Frankfurt, Wiesbaden) einfanden). Themen solcher Treffen (an denen wir regelmäßig teilgenommen hatten) etwa: wie kann man gewährleisten, daß der geforder-

te Einheitspreis für den Wein nicht überschritten wird? Oder: ist es statthaft, daß der "Lo Bartas" in Kneipen statt für 3.80 DM für wesentlich mehr verkauft wird bzw sollen Kneipen den Wein überhaupt kriegen (damalige Obereinkunft: ja, die sollen den Wein kriegen und das höhere Preisniveau ergibt sich aus den höheren Belastungen, denen eine Kneipe im Vergleich zu einem Buchladen etwa ausgesetzt ist).

Wir beschreiben dies deshalb, um zu zeigen, daß auch von der ursprünglichen Forderung, niemand dürfe an dem Wein verdienen, nicht mehr viel übrig geblieben ist: verdient wird an der Flasche Wein im Schnitt 1.30.- (und wir sind wirklich die Letzten, die diesen Verdienst kritisieren würden, weil wir genau wissen, daß sich ansonsten ein solches Netz nicht aufrechterhalten läßt).

Längst gibt es auch Zwischenhandel: die "Distel" (Bio-Laden in Frankfurt) verkauft den Wein an die "Batschkapp" (linke Kneipe in Frankfurt) und andere Scene-Kneipen und -Läden weiter. Andere Beispiele von anderen dem Verteilernetz angeschlossenen Gruppen sind uns bekannt. Bei einer Netzwerk-Veranstaltung im Sauerland z.B. hat sich der BIO-Laden Arnsberg vorgestellt. U.a. haben die dort den "Lo Bartas" verkauft - für 10 DM die Flasche. Bei einer Diskussion mit den Gruppenmitgliedern über den Wein und den Preis dafür stellte sich heraus, daß die 1. von der MIVOC in Okzitanien noch nie was gehört hatten, 2. über das Verteilernetz der Isenburger nichts wußten. Gewußt haben sie lediglich, daß der Wein biologisch angebaut sei. Bezogen haben sie ihn von einer Gruppe in Dortmund, die wiederum dem Isenburger Netz angeschlossen ist.

Wir wollen uns auf diese paar Beispiele beschränken. Deutlich werden sollte der doppelte Boden der Moral, mit der heute gegen uns polemisiert wird.

Die Struktur des Weinvertriebsnetzes ist jetzt einigermaßen ersichtlich: die kleinen Gruppen und Lädchen liefern ihre Bestellung an eine Sammeladresse ab, von dort geht die Order an die "VINOC" nach Neu-Isenburg; In Neu-Isenburg werden die diversen Bestellungen dann koordiniert; der Kontakt sowohl zu den Bauern als auch zum Spediteur läuft über die Zentrale in Neu-Isenburg.

Der Rainer lebt ständig in Okzitanien.

Die zentrale Position der Beate in dem von ihr aufgebauten Netz hat in der Vergangenheit schon mehrmals zu Schwierigkeiten innerhalb des Netzes geführt. Mehrmals wur-

den Transporte umdirigiert, wurden Bestellungen von Gruppen denen anderer Gruppen vorgezogen, obwohl die zeitlich später eingegangen waren; schon einmal - im Falle von "Unser Laden" in Münster (heute "TUWAS GmbH") - wurde mit Belieferungsstop gedroht.

Dies soll genügen als Hintergrundinformation über das bestehende Weinvertriebsnetz.

Beate und Rainer selbst - das muß an dieser Stelle eindeutig vermerkt werden - gehören zu den aktivsten Vertretern und Werbern für die Belange Okzitanien in der Bundesrepublik: das Erstellen von Artikeln und Broschüren, Reise zu Veranstaltungen wie auch die Organisation der "Tournée" der okzitanischen Gruppe "Perlompim" durch 5 Städte in Westdeutschland geht auf ihr Konto. Soeben bemühen sie sich redlich, einen Kredit von 20.000 DM für den Neubau des Weinkellers von Christian Barthe, einem der Lo Bartas-Winzer, zusammenzukriegen.

Die Aktivitäten der Beate brachten denn auch den Kontakt mit der ASH zustande. Eine Weinprobe mit Filmvorführung wurde organisiert: es kamen zwar nur etwa 20 Leute, aber wir waren begeistert: von der Beate, die ihre Sache wirklich gut vertreten hat, vom Kampf der okzitanischen Bauern, von der Idee der Unterstützung durch den Weinverkauf, vom Wein selbst ...

Gleich haben wir in Neu-Isenburg einen VW-Bus voll Wein geholt (Berechnung: Lo Bartas z.B. für 3.60 eingekauft und für 3.80 weiterverkauft); die Hälfte davon haben wir zwar selbst getrunken, was unsere gemeinsame Kasse damals ziemlich belastet hat, trotzdem konnten wir feststellen, daß sich der Wein auch bei uns ganz gut verkaufen läßt.

Also haben wir für die nächste Lieferung in Neu-Isenburg mitbestellt, gleich ein bisschen wagemutig 4 oder 5 Tonnen. Durch das Mitbestellen senkte sich für uns der Einkaufspreis - die Sache wurde noch mal interessanter dadurch.

Die nächste Lieferung betrug dann schon 12 Tonnen - die Hälfte des LKWs für die ASH.

Die Isenburger waren begeistert.

Das war im Sommer 1979. Damals stand an eine Informationsreise zu den okzitanischen Winzern: 2 von uns führen mit, die dort gewonnenen Eindrücke führten bei uns zu Diskussionen in die Richtung, daß man eigentlich mehr tun müsse für dieses bedrohte Gebiet.

Was könnte man tun?

Die ersten - sehr vagen - Vorstellungen über einen wirtschaftlichen Verbund von der Basis her zwischen Deutschland und Okzitanien wurden geboren. Es müßte doch möglich sein, das geplante Sterben dieses Landes durch Aktionen größeren Umfangs zu verhindern ...

Bei den Winzern, so erfuhren wir, herrscht die gleiche Rat- und Perspektivenlosigkeit, die konkret noch möglichen Formen des Kampfes betreffend, wie bei den deutschen Linken auch. Mit direkter Konfrontation, Straßenschlachten, LKW-Blockaden ist eben nichts mehr zu erreichen

Unser spezieller Neuanfang hier in Deutschland ist die langfristige politische Überzeugungsarbeit durch den Aufbau konkreter positiver Modelle.

Möglicherweise ließe sich mit den Winzern ähnliche neue Kampfformen entwickeln?

Mittlerweile hatten wir den großen Schritt gewagt: zum ersten Mal eine komplette LKW-Ladung okzitanischen Weins nur für uns.

Wir hätten nie gedacht, daß sich diese 25 Tonnen Wein innerhalb von 8 Wochen würden verkaufen lassen. Genau das aber ist passiert.

Andere Gruppen, die mit uns in engem Kontakt stehen, begannen sich für die Sache zu interessieren. Unsere Diskussion schien so unrealistisch nicht zu sein; denn wenn wir derart viel Wein ohne größere Anstrengungen verkaufen konnten, und wenn andere Gruppen sich dem anschließen würden, dann wäre das insgesamt schon ein beachtlicher wirtschaftlicher Faktor für die bedrohte Region. -

Bis dahin war unser Verhältnis zur VINOC und d.h. speziell zur Beate nach wie vor herzlich, eher noch besser geworden. Das wundert uns heute nicht weiter: wenn wir auch eigenständig den letzten LKW Wein bestellt, entzollt, entladen, verkauft hatten, so lief die Bestellung informell dennoch über die Beate: sie war es, die bei den Winzern vermittelte, sie war es, die mit dem Transportunternehmer den Termin ausmachte, sie konnte den Winzern und dem Spediteur gegenüber die gesamte Ladung auf ihr politisches Erfolgskonto buchen - denn die ASH war nach wie vor (wenn auch binnen ganz kurzer Zeit die absatzstärkste) eine der Gruppen des VINOC-Verteilernetzes.

Ja, und dann ist uns dieser entscheidende "Fehler" (?) unterlaufen: parallel zu der positiven Entwicklung im Wein"geschäft" haben wir in unseren Diskussionen Erfahrungen aus Erwitte, von LIP, aus Sizilien u.a. zur Idee einer politischen Offensive, erstmalig zur Idee des Aufbaus eines Verteilersystems für Produkte aus selbstverwalteten und besetzten Betrieben verarbeitet. Die Idee der POVO entstand - ein Diskussionsprozess über mehrere Monate, den wir hier auch nicht nachvollziehen wollen, wir können nur nochmal die POVO-Broschüre zur intensiveren Information empfehlen. Der entscheidende Punkt für den vorliegenden Konflikt: wir gedachten, beides miteinander zu verknüpfen, den Weinvertrieb mit den zugrundeliegenden politischen Vorstellungen bezogen auf Okzitanien und den Aufbau des POVO-Verteilernetzes. Gerade über den Umstand, daß sich der Wein sehr gut verkaufen ließ, wäre das in unseren Augen die optimale Verbindung gewesen: Produkte aus selbstverwalteten Betrieben neigen dazu, beim Vertrieb eher Geld zu kosten als welches einzubringen (jedenfalls meistens und zunächst mal), die Verbindung von beiden Diskussionsansätzen machte beide erst realistisch.

Die POVO-Idee brachten wir zum erstenmal - sehr, sehr vage - in einem Flugblatt zu der vom Sozialistischen Büro im Rahmen der Gegenbuchmesse organisierten Diskussionsveranstaltung über "Arbeiterbewegung und 'Alternativbewegung'" - als möglichen Verknüpfungspunkt zwischen beiden "Bewegungen". Der "Pflasterstrand", anwesend auf der Veranstaltung, wollte einen Artikel zu der Idee.

Der wurde geschrieben; bevor er jedoch abgeliefert wurde, entstanden in der Gruppe Bedenken, die Idee zu forcieren, ohne sie mit der VINOC abzusprechen - schließlich war der Wein mit im Spiel und wir wollten niemand auf den Schlips treten.

Es gab einen Termin mit dem Carlo von der VINOC, der fand weiter nichts auszusetzen an der POVO - so erschien der Artikel. Ein zweiter - in der "express" - folgte.

Und ab da begannen sich die Ereignisse zu überstürzen: auf der einen Seite kamen Gruppen aus Pforzheim und Hagen vorbei, um konkrete Details zur Aufnahme der POVO-Arbeit zu besprechen, im Allgäu begann die dortige POVO-Gruppe zu arbeiten (die Schäferereignossenschaft Finkhof war an der Entwicklung der Idee eigentlich von anfang an beteiligt gewesen und also zu der Zeit schon in der Lage, praktisch zu arbeiten), weitere Interessenten aus vielen Orten der Bundesrepublik und aus Westberlin meldeten sich für weitere Informationen, wurden von uns auf den Erscheinungstermin der POVO-

## Leserbriefe

### Zum "POVO" der ASH in Nr. 65

WIR BRAUCHEN KFENEN ALTERNATIVEN GROSSHANDEL SONDERN EINE ALTERNATIVE ZUM GROSSHANDEL von Wolfram aus der Distel (Biomkramer aus Frankfurt)

Im PS 65 kündigte die ASH die Geburt ihres nächsten Kindes an: POVO soll es heißen (POZ-tausend in die Vollen). Mit vielen linken Schnörkeln wird das ein Projekt entworfen, das bei näherem Hinschauen nichts anderes ist als ein gewöhnlicher Großhandel mit anderen Produkten, nämlich aus selbstverwalteten Betrieben.

Und um den armen Embryo 1,2,3 im Sauseschritt auf Vordermann zu bringen - "nicht kleckern sondern klopfen" - wird einer der bestehenden Markenartikel, der okzitanische Rotwein, zum Laufpaten erkoren. Ist alle Verwandten aus der großen Weinfamilie erfahren von dem bevorstehenden Ereignis erst aus der Presse (siehe oben) und waren darüber etwas verstimmt.

Nun hat sich das aber weithin herumgesprochen und viele wohlmeinende Verwandte und Freunde raten zur Abtreibung. Aber warum, mag der erstaunte Leser fragen, schließlich wird hier endlich mal mit Zoff was aufgezeigt, und eine gute Sache ist es doch auch, selbstverwalteten Betrieben den Absatz zu erleichtern.

Ja, aber wie, und dazu will ich etwas sagen über die Erfahrungen, die ich seit einem Jahr in der Distel gemacht habe.

Der Nachschub auf dem alternativen Lebensmittelmarkt funktioniert auf drei verschiedene Arten: Da gibt es zum einen die traditionellen Reformgroßhändler, die sich ökonomisch in nichts unterscheiden von irgendwelchen anderen Großhändlern. Die zweite Kategorie nenne ich mal die "neuen Großhändler". Das sind Leute, die vor einigen Jahren von der antiautoritären Bewegung erfaßt wurden und in der Phase der

'Politik in erster Person', als es vielen von uns wichtig wurde, ein neues Verhältnis zum eigenen Körper und den Gefühlen zu entwickeln, als sich Frauen-, Männer-, Selbsterfahrungs- und Therapiegruppen bildeten, auf den Gedanken kamen, daß es für unseren Körper wohl auch nicht ganz unwesentlich sein kann, was wir tagtäglich so alles in uns reinstopfen.

Entsprechend ihrer Herkunft geben sich die "neuen Großhändler" freakiger und ihre Firmen funktionieren nach innen teilweise egalitär, zum Beispiel ist die Bezahlung für alle gleich. Nach außen allerdings, von der etwas freakigen Geschäftsatmosphäre einmal abgesehen, unterscheiden sie sich von den klassischen Großhändlern nicht. D.h., sie kaufen ein, was sie bei ihren Kunden für gut absetzbar halten, kalkulieren aber ihrer Arbeit das Absatzrisiko, die Kosten für die Vorfinanzierung und evtl. vorgesehene Lagervergrößerungen mit ein, und verkaufen dementsprechend. Oft benutzen sie das Wort 'alternativ' für sich, sie sind es auch, was die Produkte angeht, mit denen sie handeln, sie sind es aber sicher nicht, was den ökonomischen Mechanismus angeht, den sie benutzen.

Die dritte Kategorie sind die Sammelbestellungen. Sie werden zum Großteil vom Schwarzbrot-Laden in Hamburg organisiert. Für eine ganze Reihe von Waren können die Laden ihre Bestellungen nach Hamburg schicken, dort werden sie gesammelt und später werden die Sachen wieder auf die Laden verteilt. Für die Arbeit bekommt Schwarzbrot 6% der Rechnungssumme und dabei bleibt's dann auch. Da wird nur zwischenfinanziert, ja wird nur eingekauft, was die Laden bestellt haben. Die konkrete Arbeit des Großhändlers wird getan, ohne daß irgendjemand nach dessen ökonomischem Mechanismus funktioniert muß.

In vielen Laden wird in letzter Zeit darüber diskutiert, regionale Warenlager einzurichten, die nach dem Prinzip der Sammelbestellungen arbeiten sollen. Die ersten zwei gibt es schon.

Der okzitanische Weinvertrieb war von Anfang an nach diesem Prinzip organisiert. Es ging nie alleine darum Wein von politisch aktiven Winzern zu kaufen. Genauso wichtig ist das was dann hier mit dem Wein geschieht. Wir haben dafür zeitweise den Begriff 'Direktverkauf' benutzt. Das ist natürlich weit übertrieben, denn wir selbst sind ja der erste Umweg, den der Wein vom Produzenten zum Trinker gehen muß. Wir waren uns aber immer darüber einig, daß hier kein Wein-großhandel entstehen soll. Stattdessen haben wir uns immer wieder getroffen, haben diskutiert und derweil kamen immer neue Gruppen dazu. Jetzt sind es etwa hundert und keine hat bisher den Großhändler vermisst.

Die ASH macht sich mit ihrem Projekt zu einem der "neuen Großhändler". Das sind zwar oft ganz nette Menschen, aber das Prinzip, nach dem sie arbeiten, funktioniert immer von oben nach unten. Zwischen den belebteren Gruppen entsteht kein Kontakt mehr, es gibt keine Diskussionen, man kennt sich nicht. Von dem Produkt weiß man diffus, daß es ganz sinnvoll ist, es unter die Leute zu bringen. Mehr nicht.

Ich bin sicher, daß es schwierig ist, mit einer Ware einen politischen Inhalt zu vermitteln. Er geht dann endgültig verloren, wenn die Methode, nach der sie verkauft wird, die gleiche ist wie im normalen Großhandel. Das beigelegte Flugblatt ist dann nur noch linke Verzerrung.

Diese Kritik richtet sich also nicht gegen die Idee der ASH, selbstverwalteten Betrieben andere Absatzmöglichkeiten zu schaffen, sondern gegen das wie. Über die bestehenden Sammelbestellernetze (Schwarzbrot oder Weinvertrieb) wäre das ja vielleicht auch möglich. Die ASH hat das bis jetzt jedenfalls dort nie eingebracht. Und wenn nicht, dann könnte sie versuchen ein drittes Netz dieser Art aufzubauen. Aufbauen meine ich wörtlich. Klötzen ist nämlich was anderes. Vor allem dann, wenn es den erklärten Zielen einer seit längerem

bestehenden Zusammenarbeit von anderen Gruppen in den Rücken fällt.

Ein solches Netz aufzubauen ist wahrscheinlich schwieriger und langwieriger, aber es ist der einzige Weg, wie wenigstens ein Teil des politischen Inhalts erhalten bleiben kann. Ist Siemens ein Alternativbetrieb, nur weil dort Sonnenkollektoren gebaut werden? Oder ein selbstveraltetes Atomkraftwerk etwa? Beides ist absurd. Was man macht und wie, das läßt sich nicht ganz trennen.

Das Auftreten der ASH hat am Ende eine fatale Konsequenz. Nachdem sie erst kurz das Umfeld ihres neuen Engagements beschnuppert hat, schlägt sie voll zu. Sie zeigt diesen alternativen Mickerlingen, wie man so was richtig anpackt.

Wir haben aber keine Lust, von der 'alternativen Ökonomie' der ASH vereinnahmt zu werden. Wir wollen's ganz anders.



REAKTION AUF UNSERE ERSTE POVO- VERÖFFENTLICHUNG IM FRANKFURTER "PFLASTERSTRAND" - Liest sich doch gut, oder?

Broschüre vertröstet.

Auf der anderen Seite schien es beim bestehenden Verteilernetz für den Wein plötzlich Schwierigkeiten zu geben: der Wolfram vom BIO-Laden "Distel" in Frankfurt rief uns an - ein Diskussionstermin wurde vereinbart. Drittens ... ging uns der Wein aus. Die Bestellung war jetzt schon drei Wochen unterwegs, nichts passiert. Unsere Überzeugungsarbeit für den Wein muß recht gut gewesen sein - immer mehr unserer Kunden kamen speziell wegen dem Wein und waren zunehmend frustriert, wenn wir sie immer wieder ver-

trösten mußten. Es wurde unangenehm, zum Telefon zu gehen, wenn's klingelte: jeder dritte Anruf war eine Nachfrage nach Wein.

Das streßt.

Die Bedenken von Beate und Wolfram liefen ungefähr darauf hinaus, daß wir innerhalb der POVO praktisch eine Großhändlerfunktion wahrnehmen würden. Wir versuchten klarzustellen, daß dies effektiv nicht der Fall ist, weil nach dem POVO-Konzept jede regionale Gruppe völlig autonom arbeitet, Waren bestellt, Öffentlichkeitsarbeit macht usw und alle Zusammenhänge oder Ver-

einbarungen freiwillige, bewußte Entscheidungen jeder Gruppe sind - keine organisatorischen Zwangszusammenhänge. Es gelang wohl nicht, die Bedenken gänzlich auszusräumen; immerhin konnte man sich darauf einigen, daß wir erstmal weitermachen sollten mit der POVO - über auftretende Schwierigkeiten würde man sich sicher verständigen können.

Wir haben die ganze Zeit über, bis zum Eklat vor 5 Wochen, regelmäßig am Verteilertreffen in Neu-Isenburg teilgenommen, auch die vereinbarten Beiträge an den Verein zur Unterstützung der deutsch-okzitanischen Freundschaft (10 Pfennig pro Flasche) gezahlt - dieser Beitrag wurde auf Vorschlag der Beate hin sogar auf 5 Pfennig/Flasche gekürzt, weil wir sehr große Mengen Wein vertrieben haben.

Die Stimmung auf den einzelnen Verteilertreffen war jeweils unterschiedlich - für uns waren die Hintergründe der jeweiligen Stimmung am Ende nicht mehr durchschaubar, wir konnten uns schließlich des Eindrucks auch nicht mehr erwehren, daß da irgendwie ein falsches Spiel mit uns getrieben wurde. Vorhandene Vorwürfe, soweit sie als Kritik formuliert wurden, versuchten wir auszusdiskutieren, was auch immer mal wieder gelang. Dann gabs mal wieder ein Treffen, wo wir uns alle ganz prima verstanden, "POVO? - kein Problem"; öfters aber hatte man den Eindruck, daß da ganz einfach Aggressionen bestanden, daß es ganz gleich war, wer von uns was sagte, daß der Punkt einfach der war: die sind von der ASH - und das genügte dann schon, um von vornherein jede Diskussionswilligkeit im Keim zu ersticken. Dieses Verhalten können und werden wir nicht speziell dem Neu-Isenburger Kreis anlasten, es hat zu tun mit den generellen Vorurteilen gegen die ASH in Teilen der linken Szene.

Unabhängig aber von der unterschiedlichen Stimmung auf den Verteilertreffen passierte eins: der bestellte Wein kam nicht. Wir haben das Problem auf den Verteilertreffen immer wieder angesprochen, haben drauf hingewiesen, daß wir gegenüber den anderen POVO-Gruppen (denen wir versprochen hatten, zur Erleichterung ihres Starts Kontingente unseres eigenen Weins abzugeben) und gegenüber unseren Kunden unglaublich würden - Standardargumentation der Beate, die als einzige den Kontakt nach Okzitanien hatte, war der Hinweis auf Lieferschwierigkeiten, bedingt durch mangelhafte Möglichkeiten der Lagerhaltung; das alles werde sich demnächst ändern usw.

Als wir geschlagene zwei Monate gewartet hatten und uns einfach nicht mehr vorstel-

len konnten, daß dies mit rechten Dingen zugehe, haben wir über französisch sprechende Freunde den direkten Kontakt zu den Winzern und zum Transportunternehmer aufzunehmen versucht. Das erwies sich von Frankfurt aus als sehr schwierig. Es gelang uns nicht, ein Bild über die wirklich vorliegende Situation zu gewinnen.

Also beschlossen wir, baldmöglich eine Fahrt nach Okzitanien zu organisieren. Wir hatten uns vorgestellt, daß evtl der Transportunternehmer eigenmächtig Lieferungen verzögert oder verschlampt hätte, sodaß sie ihm selber besser in die Planung (Auslastung der LKW) passten.

Etwa zu der Zeit wurde endlich die POVO-Broschüre fertig. Endlich würden sich die Vorwürfe von wegen Großhändlertum etc in Wohlgefallen auflösen lassen. Wir planten eine Übersetzung in's Französische, damit die Winzer sich ausführlicher mit der Idee auseinandersetzen könnten (gesprochen hatten wir mit ihnen darüber bei dem okzitanischen Weinfest bei uns mit der Gruppe "Perlimpimpim"). Bei dem Treffen in Okzitanien würde es vielleicht möglich sein, mit den Winzern konkrete Perspektiven im Rahmen der POVO zu entwickeln. -

Und dann kamen die Hämmer.

Die Beate hatte scheinbar mitgekriegt, daß wir uns direkt mit Okzitanien telephonisch in Verbindung gesetzt hatten und war stinksauer. Wir sollten nicht so Druck machen, andere Gruppen müßten ebensolange warten wie wir, außerdem hätten wir irgendeiner anderen Gruppe (den Dortmundern?) den "Wein weggenommen" (???)

Wir haben nicht kapiert, was damit gemeint war, aber uns schwante Böses. Irgendwas schien da grundfalsch zu laufen. Die Telephondrähte nach Okzitanien liefen heiß,

wir wollten genau wissen, was jetzt da eigentlich los sei. Der Spediteur war ganz verwundert, meinte irgendwas von Verwechslung und "LKW unterwegs", dann aber noch was von Dortmund ... wir haben überhaupt nicht mehr durchgeblickt, aber so langsam was geahnt: da war ein Transport "umgeleitet" worden ...

So langsam sind wir an dem Punkt sauer geworden. Zweieinhalb Monate warteten wir jetzt schon auf die bestellte Lieferung, und jetzt sowas - die Fahrt nach Okzitanien wurde für den übernächsten Tag festgelegt: so konnte das Spiel nicht weitergehen. Wenn die POVO funktionieren sollte, dann mußten die Grundbedingungen dafür funktionieren; wenn die Beate nicht mehr mitspielen wollte, dann mußten wir uns eigene Verhandlungspositionen schaffen.

In der Gruppe setzte sich die Meinung durch, daß man es trotzdem nicht zum Eklat in Neu-Isenburg kommen lassen sollte; einige bei uns haben freundschaftliche Beziehungen zur Beate; wenn da also jetzt einiges falsch läuft, dann kann da nur ein Mißverständnis vorliegen; das muß doch zu klären sein, wir sind doch erwachsene Menschen und wollen doch das Gleiche!

Zwei von uns fuhren zur good-will-tour nach Neu-Isenburg zum Verteilertreffen.

Die waren kaum zur Tür rein, da gings los: die totale Anmache, wir sind die "Absahner", Großhändler, Kleinkapitalisten, man werde eine bundesweite Kampagne gegen uns in Gang setzen. Aus, basta. Ungeheure Aggressivität, Diskussion unmöglich. Die Beate hat immerhin zugegeben, daß sie den für uns bestimmten Transport nach Dortmund umgeleitet hat.

Nach diesem Treffen war für uns klar, daß wir hier keine Verständigungsbereitschaft mehr zu erwarten hatten. Auslöser des

#### AUS DEM VERTEILERBRIEF DER "VINOC", ANFANG MÄRZ:

*Die Lage zwischen den Verteilergruppen im OC-Verein und der ASH ist: Die ASH treibt ihre POVO-Idee, ungehindert aller Diskussionen, die mit dem bestehenden Verteilernetz gelaufen sind, massiv voran. Wir haben auch ihr neues Heft "POVO", die Weinproblematik betreffend, kopiert. Zwei Stellungnahmen von Weinverteilern geben den Kern der Problematik, wie sie am letzten Verteilertreffen diskutiert wurde, wieder. Die Entwicklung der Diskussion ging dahin, daß ein Großteil der anwesenden Verteiler die ASH aufforderte, die Weine des bestehenden Netzes nicht als Pilot-Produkt ihrer POVO-Idee zu mißbrauchen. Sie sollen sich um eigene Pilotprodukte aus Okzitanien kümmern. Das bestehende Netz läßt sich von der ASH seine dreijährige Arbeit nicht als "gute Vorarbeit" bezeichnen - das ist die Sprache der Absahner!*

*Die beiden Vertreter/in der ASH fanden es richtig, daß wir diese Gegensätze mit den Verteilergruppen noch einmal diskutieren und dann im großen Rahmen mit ihnen. Dann verließen sie das Verteilertreffen ... um umgehend die Lo-Bartas-Winzer anzurufen und ihren Besuch für den nächsten Tag bei ihnen anzukündigen. Dies erfuhren wir - bis heute nicht von ihnen selbst - sondern von Christian Barthe und auch, daß sie das bestehende Netz unheimlich diffamiert haben. Diese "Kooperationsbereitschaft" lehnen wir ab; gegen solche Methoden setzen wir uns zur Wehr!*

*Kommt bitte zahlreich zum nächsten Verteilertreffen!*

Genzen - welche Ironie! - war ausgerechnet die POVO-Broschüre: wir hatten es da "gewagt", die Pioniertat der VINOC, Öffentlichkeitsarbeit mit dem Verkauf von Produkten zu verbinden und dadurch wirkungsvoller zu machen, eben als solche, nämlich als Pioniertat zu beschreiben und die Effektivität der Arbeit mit dem Etikett "unheimlich gut" zu versehen. Im neuesten Rundbrief (Beginn der Hetzkampagne) wird diese Aussage zur "guten Vorarbeit" runtergespielt - und dies sei die Sprache der Absahner!



Mit einem bisschen mehr (= ganz klein wenig mehr) gutem Willen hättet ihr, liebe Freunde aus Neu-Isenburg, diese Passage der POVO-Broschüre auch anders verstehen können, stimmt's? Aber der eben scheint euch abzugehen, und dies macht uns abwechselnd traurig und sauer und resigniert und kopfschüttelnd und wieder sauer (ohnmächtig sauer) und wird uns möglicherweise dazu bringen, euren ganzen Verein mit seinem kleinkarierten, gehässigen Denken zum Teufel zu wünschen.

Wir "sahnen ab", sagt ihr. Was, bitte, kann man denn "absahnen": den Rahm vom Produkt eurer Arbeit vielleicht? Vom Produkt, das euch "gehört"? - Uns scheint - um noch eine Minute auf der Ebene zu bleiben -, der Begriff "absahnen" gehört in den Sprachschatz der Kleinbürger - und so weit runter sind wir allerdings noch nicht!

Und was "das Produkt" selbst angeht: da blicken wir vielleicht bis heute noch nicht ganz durch, was das eigentlich für euch ist. Öffentlichkeit über das Problem Okzitanien herzustellen, hatten wir gedacht, sei's, und wir denken schon, daß wir unser gerüttelt Maß dazu tun, dies gemeinsame (?)

Ziel zu erreichen. Aber wir haben nie einen Hohl daraus gemacht, daß wir weitergehen wollen, nicht stehenbleiben beim Problem darstellen, sondern selbst Wege zu suchen - und möglicherweise zu finden -, das Problem auch zu lösen.

Das könnt ihr für unrealistisch halten oder was auch immer - wir werden schlimmstenfalls mit diesem Anspruch scheitern, da wir nicht versuchen, euch den aufzuzwingen - wo also hätten wir euch behindert? Ihr reagiert aber, als wolle man euch was wegnehmen - wovon habt ihr Angst?

Und wir sind sicher, wenn wir da ein bisschen nachbohren, dann kommen Dinger raus, die nicht in euren schönen Papieren stehen, die ihr sauber in euren Hinterköpfen versteckt und mit Phrasen kaschiert über "Zusammenarbeit, die in die Tiefe geht".

**OKZITANIEN**

Vom okzitanischen Wein haben wir gehört über die VINOC - Verein zur Förderung der deutsch-okzitanischen Freundschaft. Die Freunde von der VINOC sind damals in Kontakt zu denjenigen Weinbauern Okzitanien gekommen, die sich sehr offensiv gegen die Europa-Planung, die für ganz Okzitanien die Funktion als Touristenzentrum vorsieht (mit einigen "Nebeneffekten"), gewehrt haben. Um diesen Kampf in Deutschland zu veröffentlichen, und um dies auf eine wirkungsvollere Art als gewohnt zu machen, entstand damals die Idee, okzitanischen Wein auf Flaschen zu ziehen (bis dato wurde der gesamte Wein an Großhändler verkauft) und unter einem eigenen Namen in Verbindung mit Berichten über den Kampf der Winzer in Deutschland zu verkaufen. Eine Solidaritätsaktion also, die allerdings nach wie vor voll läuft, und die - vom Gedanken her mehr ein Nebeneffekt - mittlerweile für einen Teil der Winzer eine echte materielle Unterstützung darstellt. Das fanden wir sehr gut und wollten da mitmachen. Mittlerweile - und dies ist eindeutig das Verdienst der VINOC, die damit eine unheimlich gute Pionierarbeit geleistet hat - ist der okzitanische Wein in Deutschland sozusagen "zum Begriff" geworden - ein Markenartikel. Saugut und vergleichsweise billig.

Was wir dann nicht verstanden haben: wieso ist nicht versucht worden, das Verkaufsnetz konsequent zu erweitern und - in weiter Perspektive zwar - aus diesem Ansatz einen echten ökonomischen Faktor für diese ganze Region Okzitanien zu machen? Es ist ja so, daß in dem Maß, wie der Wein in Deutschland (und anderswo?) die Runde macht, daß in dem Maß niemand von denen, die ihn kennenlernen, verstehen wird, wieso der Weinanbau in dieser Region kaputtgemacht werden soll, und daß dies - wie auch die ökonomische Seite - den Winzern in Okzitanien zunehmend Argumente und Stärke für die Fortsetzung ihres Kampfes liefert.

Die VINOC hat dafür ernstzunehmende politische Argumente, warum sie das nicht machen will: sie will keinen normalen Verkauf machen, sondern der Akt des Weinkaufs bzw. -verkaufs selbst soll eine bewußte politische Entscheidung und Aktion sein: um Wein über die VINOC zu beziehen, muß man mitbestellen, muß an den regelmäßigen Treffen teilnehmen, in denen Informationen über Okzitanien, die gegenwärtige Lage, ausgetauscht werden, muß den Prozeß der Entzollung mittragen usw. usw.

Wir finden dies - wie gesagt - einen ernstzunehmenden politischen Ansatz. Allerdings wird darüber eine schnelle Ausweitung des Weinverkaufs verhindert.

Und da scheiden sich die Geister: wir finden wichtiger, die Region wirkungsvoll ökonomisch zu unterstützen und nehmen dafür - wenn's so ausschließlich taufen muß - eher das "normale" Konsumverhalten in Kauf.

**WIRKUNGSVOLLE HILFE ZUR ERHALTUNG DER INFRASTRUKTUR**

Für uns gehts drum, über Diskussion und Geldmittel, Einflüsse, Verbindungen und Gelegenheiten, den Okzitanern Möglichkeiten zu verschaffen, die Infrastruktur ihrer Region auch ohne Europa-Subventionen erhalten und ausbauen zu können. Neben wirkungsvollem Wein-Verkauf heißt das: intensive Diskussion mit den aktiven Okzitanern darüber, was in der Region not tut, wo wir helfend eingreifen können. Das könnten bestimmte Maschinen sein, die für den Aufbau von weiterverarbeitenden Kleinindustrien notwendig und hier über Konkursmassen etc. relativ leicht und billig zu beschaffen sind. Oder anderes. Das mal nur, um anzudeuten, in welche Richtung die Überlegungen unserer Meinung nach gehen müßten. Es ist müßig, an dieser Stelle zu spekulieren - was ansteht wird man im Kontakt mit den Winzern und anderen erst erfahren und erarbeiten.

Dafür gibt es schon ein konkretes anderes Beispiel: die Kooperative in Allia, entstanden aus der Situation der Emigration der meisten Männer des Ortes; dort wird über das reine Funktionieren der existierenden Kooperative hinaus über das Entstehen einer neuen Wirtschaft nachgedacht. Beispielsweise wird dort versucht, landwirtschaftliche Produkte in kleineren Mengen in Büchsen oder Gläser zu verpacken und damit einen neuen Erwerbszweig zu eröffnen. Und: von hier aus erreichen uns Anfragen nach Druckmaschinen, die dort nicht zu beschaffen sind und irrsinnig teuer und die dringend benötigt werden: wieder ein neuer Bereich, der angesiedelt werden soll.

POVO - DAS MÜSSTE HEISSEN EINE SEHR ENGE ZUSAMMENARBEIT MIT DEN KOOPERATIVEN IN SOLCHEN REGIONEN; EINE ZUSAMMENARBEIT, DIE WEIT ÜBER DEN REINEN VERTRIEB DER IN SOLCHEN KOOPERATIVEN HERGESTELLTEN PRODUKTE HINAUSGEHT.

WENN DIE GESAMTEUROPÄISCHE PLANUNG DER HERREN AM GRÜNEN TISCH HINHAUT - DARÜBER MUSSEN WIR UNS KLAR WERDEN - DANN IST DAS RESULTAT WEDER EIN OKZITANISCHES NOCH EIN SIZILIANISCHES ODER SAARLÄNDISCHES ODER SONSTWIE PROBLEM: DAS IST EINE GESAMTPLANUNG UND DAVON SIND IN IRGENDWEINER FORM WIR ALLE BETROFFEN. WAS GUTES KOMMT FÜR NIEMAND BEI RAUS. UND: AN DER WIRTSCHAFTLICHEN UND POLITISCHEN MACHT, DIE DA ZUSAMMENGEBALLT WIRD, WIRD HINTERHER NUR NOCH SEHR SCHWER IRGENDWAS ZU ÄNDERN SEIN.

SELBSTVERWALTUNG - DIE EINZIGE MÖGLICHE MENSCHLICHE FORM ZU ARBEITEN UND ZU LEBEN - IST NICHT DENKBAR IN 50.000-LEUTE-"KOMBINATEN".

SELBSTVERWALTUNG IST NUR DENKBAR ALS DER KOOPERATIVE ZUSAMMENSCHLUSS AUTONOMER, ÜBERSCHAUBARER EINHEITEN.

ORIGINALTON POVO- BROSCHÜRE ("Zitat" unterstrichen)

Aber keine Sorge: wir werden nicht weiter nachbohren, weil uns mittlerweile diese ganze kleinkarierte Anmache auf die Eier geht und wir unsere Zeit und unsere Nerven nicht mehr mit der Frage kaputtmachen wollen, wie wir euch endlich klarmachen können, daß wir euch euren geliebten Lo Bartas nicht wegnehmen wollen.

Die Linken im Sandkasten im Streit um das Spielzeug, und drüber das große Kapital und hält sich den Bauch vor Lachen - nein danke! -



Jetzt sind uns doch glatt die Pferde durchgegangen.

Zurück also zur nüchternen Berichterstattung: die Winzer in Okzitanien schienen sich bei unserem Besuch (ein Vertreter der Allgäuer POVO-Gruppe war noch dabei und eine Übersetzerin aus Frankfurt, auf die schon vorher von der Beate Druck ausgeübt worden war, doch nur nicht mit uns zusammenzuarbeiten) merkwürdig unbehaglich zu fühlen: kein Wunder, denn im selben Haus lag der Rainer von der VINOC im Bett und ließ sich pflegen und Berichterstaten, war aber nicht bereit, in die direkte Diskussion mit einzusteigen und ebensowenig kundzutun, daß er überhaupt vorhanden war. (Bitte an dieser Stelle kein Szenenapplaus; wir können nichts dafür, daß die Tragödie auch ihre komischen Seiten hat).

Brief vom Wolfram aus der "Distel":

Offener Brief an die ASH/POVO. Anmerkungen zu Eurem Konzept und Versuch, Euch meinen Ärger zu erklären.

Hochfliegende Ideen und schöne Utopien verschaffen Legitimation in Hülle und Fülle. Wer skeptisch bleibt und Kritik äußert, scheint meist selbst Schuld und unbelehrbar. Trotzdem will ich versuchen, zu erklären, was mir nicht gefällt an der schönen neuen Welt der POVO, und nach dem letzten Treffen in Neu-Isenburg scheint mir, daß ich mit meiner Kritik nicht alleine dastehe.

Vor etwa einem Jahr habt ihr angefangen, den okzitanischen Wein zu verkaufen, inzwischen seid ihr die umsatzstärkste Gruppe in Deutschland. Ihr wollt alternative Warenhäuser aufmachen, um Absatzwege zu öffnen für selbstverwaltete Betriebe. "Nicht kleckern, sondern klotzen" ist eure Devise, und nur so lässt es sich erklären, daß ihr heute, da sich über hundert Gruppen am Weinverkauf beteiligen, meint, es sei "nicht versucht worden das Verkaufsnetz konsequent zu erweitern"!

Ein Netz wie ihr es euch vorstellt, muß schon ein "echter ökonomischer Faktor für die ganze Region Okzitanien" werden. Abgesehen davon, daß ihr anscheinend nicht die geringste Ahnung davon habt, um welche Größenordnung es dabei geht, wird an diesem Punkt aber auch deutlich, was uns trennt.

Die Zusammenarbeit mit Christian Barthe und Pierre Delhon ist für uns nicht exemplarisch. In unserer ganzen Arbeit sind sie und die ganze "Mivoc" nicht auswechselbar, weil sie mit ihrem politischen Selbstverständnis radikale Repräsentanten der okzitanischen Autonomie-Bewegung sind. Deshalb haben wir Kontakt mit ihnen, und deshalb verkaufen wir ihren Wein, und nicht, weil wir dadurch den Weinexport Okzitanien und soundsoviel 100stel vergrößern. Ihr habt bei unseren letzten Diskussionen gesagt, in Okzitanien ginge es fast allen Winzern dreckig, es wäre also fast überall gleich wirkungsvoll, Wein einzukaufen. Ökonomisch gesehen habt ihr da wohl sogar recht, aber diese Scheuklappen der Ökonomie laß ich mir nicht aufsetzen. Uns geht es nicht in erster Linie darum, möglichst viele Millionen Hektoliter okzitanischen Weins unter die Leute zu bringen, daß werden die Betriebswirte von Karstadt und Jaque's Weindepot immer besser können als wir, mit denen wollen wir nicht konkurrieren. Der Wein ist aber einfach das ideale Vehikel bei dem Versuch, den Kampf der Okzitanier gegen das schöne neue Europa von Giscard und Schmidt bekannt zu machen, daß für sie keine Verwendung mehr hat.

Der Weinverkauf ist eine Chance, gleichzeitig aber auch ein Problem. Er ist nämlich immer eine konsumierbare Ware, und das ist sicher auch der Grund dafür, daß zwar ungeheuer viele Leute etwas über Okzitanien wissen, aber eben oft nur ein paar diffuse Fetzen. Dieses Problem wird auf jeden Fall noch viel größer, wenn man den Weinverkauf auf Teufel komm raus forciert, wie ihr das vor habt. Der politische Erfolg unserer Arbeit läßt sich jedenfalls nicht in der Anzahl der verkauften Flaschen messen. Das ist nämlich genau die ökonomische Scheuklappe. Ich habe andere Vorstellungen vom Wachstum unseres Projektes.

Zu all dem kommt noch eure Ignoranz und Überheblichkeit den schon bestehenden Gruppen gegenüber. Da macht ihr in Wiesbaden eine Bundschuh-Veranstaltung und verkauft Wein. Die Wiesbadener Gruppe erfährt nichts davon, kann sich also auch nicht einbringen. Die Schäferei-Genossenschaft Finkhof, einer der ersten POVO-Gruppen, gibt in einer überregionalen Zeitung (das war der "Motzer", Leserzeitung für Oberschwaben, d. Sezzler) eine Anzeige auf, in der sie dazu aufruft bei ihr okzitanischen Wein zu bestellen. Kein Wort davon, daß es fast schon überall Okzitanien-Gruppen gibt, mit denen man zusammen arbeiten könnte. Die Zusammenarbeit und die Kommunikation führt ihr stets im Mund, wenn ihr euer Konzept vorstellt, oder wenn Kritik kommt. Die Realität sieht dann ganz anders aus. Ihr seid dabei, ein zweites Weinvertriebsnetz aufzubauen. Ein Netz, in dem der okzitanische Wein das "Pilotprodukt" ist, wie ihr das nennt. Was soll er für euch auch anderes sein, schließlich sind die Höfe von Christian und Pierre oder die Winzergenossenschaft in Ribbaute nicht unbedingt Prototypen selbstverwalteter Betriebe, um die es euch eigentlich geht.

Euch kommt es auf ein breit gefächertes Vertriebsnetz für viele Produkte an. Uns dagegen auf eine Zusammenarbeit mit den "Mivoc"-Winzern, die in die Tiefe geht. Wir haben einen anderen Anspruch als ihr, aber den müßt ihr erstmal akzeptieren. Ihr sagt, wir hätten gute Vorarbeit geleistet. Was soll das heißen? Haben wir jetzt unsere Schuldigkeit getan? Ist jetzt die Zeit gekommen, daß ihr die Sache in die Hand nehmt? Oder wie oder was? Mir scheint, ihr habt anderen Projekten gegenüber die Sensibilität einer Dampfwalze.

In eurer Haltung steckt einerseits Anmaßung, darüber hinaus aber auch der Irrtum, die Zeit für den großen ökonomischen Sprung unserer Projekte sei jetzt reif. Ich vermute aber, die Ökonomie wird es nicht sein, die uns auf die Sprünge hilft. Im Gegenteil.

Nach alledem bleibt die Frage wie es weitergehen soll. Tatsache ist, daß ihr ein zweites Netz aufbauen wollt, in dem zumindest auf längere Sicht der okzitanische Wein eine völlig andere Funktion hätte, als in dem Bisherigen. Der Begriff "Pilotprodukt" läßt für die Zukunft dieses Artikels in eurem Warenhaus nicht allzuviel erhoffen. Es geht hier aber nicht nur um die inhaltliche Auseinandersetzung mit eurem Konzept, sondern erstmal darum, daß ihr den erklärten Willen einer großen Zahl von Projekten akzeptieren müßt, die lange vor euch angefangen haben, und die eine bestimmte Form vom Umgang mit Okzitanien und der "Mivoc", den Winzern und dem Wein gefunden haben. Der "Lo Bartas" ist ein Produkt unserer Form von Zusammenarbeit mit den Winzern. Dieses Produkt in ein Verkaufsnetz mit anderem Charakter einzuschleusen, ist Etiketten-Schwindel. Deshalb gibt es nur zwei Möglichkeiten: Entweder die POVO-Gruppen integrieren sich, was den Verkauf des "Mivoc"-Weins angeht, in die bestehenden regionalen Netze und arbeiten dort mit, oder sie lassen die Finger von diesem Wein.

Überlegt's euch noch mal. Und daß ihr einen Tag, nach dem wir diese Forderung an euch gestellt haben, losgefahren seid zu den Winzern, um gut Wetter zu machen und um Gesprächen zwischen ihnen und uns zuvorzukommen, ohne irgendjemandem davon was zu sagen, ist ja wohl das genaue Gegenteil von der Offenheit, die ihr immer fordert. Aber auch mit Geschäftsmännischem Taktieren und Geheim-Diplomatie könnt ihr der weiteren Diskussion und der Entscheidung aller Beteiligten nicht aus dem Weg gehen.

VERTEILERBRIEF DER "VINOC", ANFANG MÄRZ

Es war auch nicht möglich, mit allen Winzern zu sprechen. Immerhin wurde die Bereitschaft bekundet, in Zukunft dafür Sorge zu tragen, daß die Lieferungen sich nicht mehr so lange hinauszögern.

Der Spediteur war ganz verwundert: zwei Monate lang hatte die Beate ihm von Neu-Isenburg immer wieder versichert, für Eile bei unserer Lieferung läge nun wahrlich kein Grund vor; er solle nur mal in Ruhe planen, vor allem auch wirklich darauf achten, daß wirklich aller bestellte Wein vollzählig vorhanden sei und nicht etwa auf den abwegigen Gedanken verfallen, den Wein, der schon weit über einen Monat bei ihm lagerte evtl als Beiladung schon vorher nach Frankfurt auf die Reise zu schicken.

Merkt ihr was?

Jedenfalls wars dann überhaupt kein Problem, die 12 Tonnen Wein, die schon sehr lange dort lagerten, innerhalb von 3 Tagen nach Frankfurt zu transportieren.

Alles schien soweit in Butter, wir konnten unsere Kunden davon überzeugen, daß tatsächlich die okzitanischen Winzer doch nicht selbst an ihrem Elend schuld sind (dieser Eindruck wäre fast entstanden über die doch offenkundige Tatsache, daß diese Winzer noch nicht mal in der Lage wären, lächerliche 25 Tonnen ihrer Millionen Hektoliter innerhalb von 2 Monaten zu verpacken und zu versenden), die neuen POVO-Gruppen konnten endlich mit ihrer Arbeit anfangen, 2 weitere komplette LKW-Ladungen waren bestellt und zugesichert, aber wir müßten "pünktlicher zahlen".



Pünktlicher zahlen? Merkwürdig - wir waren doch nicht im Rückstand mit unseren Zahlungen? - Aber vielleicht hatten wir da auch was falsch verstanden oder uns in der Überweisungsdauer bei den Banken verschätzt, das war jedenfalls keine Schwierigkeit.

Dann kamen die 12 Tonnen Wein in Frankfurt an, und eine Woche später flatterten von den beiden liefernden Winzern Eilbriefe ins Haus: zwar nett geschriebene, aber immerhin doch Mahnungen.

Wir verstanden zunächst mal die Welt nicht mehr, was da plötzlich wieder los sei, und dann fiel es uns wie Schuppen von den Augen: die hatten überhaupt keine Ahnung davon, daß ihr Wein 2 Monate lang in Okzitanien blockiert worden war, waren der Meinung, der sei längst in Frankfurt und mit Recht sauer, daß das Geld dafür nicht rückkam.

Wieder liefen die Telephone heiß, unsere Übersetzerfreunde wurden zwischengeschaltet, um die Situation zu klären - ob die uns aber den Sachverhalt abgenommen haben, bleibt dahingestellt.

So langsam fingen wir an, hinter die Dimensionen des falschen Spiels, das da gespielt wurde, zu blicken: nicht nur wir wurden ausgetrickst, nein, auch die Winzer selbst, die "Freunde", um die es doch angeblich geht und die - wie jeder weiß und immer wieder betont wird - doch von Lieferung zu Lieferung jedesmal neu kurz vorm Bankrott stehen - auch die Winzer wurden mal eben zum Objekt gemacht im "Spiel" (noch mal die Frage: um was geht es eigentlich bei diesem Spiel, was muß da mit den faulsten Tricks erhalten werden? Sollte das gemeint sein mit der "Tiefe der Zusammenarbeit", um die es angeblich geht - oder hatten die beiden Winzer einfach das Pech, nicht zum erlauchten Kreis derer zu gehören, mit denen diese "tiefe Zusammenarbeit" gesucht wird? Sind die andern, die "tiefen", vielleicht mit drin im faulen Spiel, gehört das jetzt zur internen Politik innerhalb der MIVOC, verdammt, was ist das dann für ein Haufen geworden, wir wollen da endlich durchblicken!)



Nun gut: interpretieren können wir später. Erstmal weiter im Text (ja, ja - nicht wundern, es geht wirklich noch weiter).

Die Richtung ist ja jetzt schon festgelegt, trotzdem hat es uns dann geschockt, als vor gut einer Woche der Uli vom Finkhof die erste selbständige Lieferung direkt aus Okzitanien bestellen wollte. Nicht die Tatsache selbst, natürlich, darüber haben wir uns gefreut, beweist sie doch die Tragfähigkeit des POVO-Konzepts: zweimal "Zwischenhandel" zum Selbstkostenpreis durch uns, jeweils 4 Tonnen Wein, und schon ist eine regionale POVO-Gruppe in der Lage, selbstständig zu planen und zu handeln - wie schnell könnte ein tragfähiges Netz quer durch die Bundesrepublik entstehen!! -

Kurz nach Ulis Anruf in Okzitanien erreicht ihn ein Rückruf vom Carlo von der VINOC etwa folgenden Inhalts: sie würden den Wein nur unter der Bedingung kriegen, daß sie uns, der ASH, nichts davon abgeben. Die ASH nämlich würde ab sofort boykottiert.

Zunächst mal haben wir das, ehrlich gesagt, für'n Witz gehalten. Einen schlechten zudem. Denn was sollte das bedeuten: entweder wehrt sich das bestehende Netz gegen die - wie auch immer verstandene "Konkurrenz"

durch die POVO (verlangt nicht von uns, daß wir den Begriff der Konkurrenz an diesem Punkt klären, wir fühlen's nicht so und verstehn's bis heute nicht) - oder man arbeitet zusammen. Aber Boykott gegen ein Projekt? Wo sollte da der Sinn drin liegen?

Wir haben's mittlerweile fast aufgegeben, nach dem Sinn dessen, was da so alles passiert, zu fragen (ein kleinlicher Racheakt? Aber warum denn? Eine neue, breit angelegte, deshalb noch nicht durchschaubare Strategie? - Achselzucken, Achselzucken): Tatsache ist: das mit dem Boykott stimmt!!!

Von der VINOC in Neu-Isenburg sind sämtliche Importeure des okzitanischen Weins angerufen worden mit der Drohung, der ASH nur ja keinen Wein zu liefern, ansonsten seien sie von dem Boykott ebenfalls betroffen.

Das dies eine so breit angelegte Aktion ist, hätten wir vielleicht noch lange nicht erfahren, wenn nicht der Hermann von TUWAS, der in der durch den Boykottaufruf angesprochenen Szene viel stärker durchblickt als wir, uns dies vermittelt hätte. Die TUWAS GmbH importiert seit längerem nicht nur den Wein, sondern etwa auch Uhren aus LIP, diverse Teesorten und makrobiotische Lebensmittel. Die zugrundeliegenden Gedanken sind ähnlich der der POVO. Und so wie wir mit der Idee der POVO, so hatte (und hat!) die TUWAS GmbH ihren Dauerclinch mit der VINOC, seit sie in Okzitanien direkt bestellt. Das Verhältnis zwischen ASH und TUWAS ist sicher bisher auch nicht das Herzlichste - trotzdem verurteilt die TUWAS den ausgesprochenen Boykott scharf; andere größere Importeure sprechen sich ebenfalls dagegen aus - aber das soll hier nur am Rande erwähnt sein.

Wir haben, nachdem sich die Boykott-Gerüch-

te bestätigt hatten, sofort in Neu-Isenburg angerufen, um im direkten Gespräch mit der Beate sie zu veranlassen, den jetzt endgültig beginnenden Wahnsinn zu stoppen.

Zu spät!

Wir erfuhren, daß die Beate soeben nach Okzitanien abgereist war. Damit war die Sache für uns klar. Um den Boykott wirksam zu machen, mußte sie sofort an die "Quelle" reisen, jetzt wurden also die Winzer beharkt.

Die Diskussion bei uns dauerte nicht lange: raus, nur ganz schnell raus aus dieser Scheiße.

Wir haben auf der Stelle ein Telegramm verfaßt an die Winzer mit dem Inhalt, daß wir keinen Wirtschaftskrieg auf dieser Ebene führen wollen, weil uns das politisch als viel zu heikel erscheint. Damit sie wiederum gegenüber ihren langjährigen Freunden nicht in Entscheidungszwänge kommen, steigen wir von uns aus eindeutig aus diesem zweifelhaften "Geschäft": wir werden keinen Wein mehr bei diesen Winzern bestellen.

Die VINOC soll sich glücklich schätzen: jetzt hat sie ihre Winzer wieder für sich ganz alleine.

Und damit könnten wir den Mantel des Schweigens über diese unglückselige Geschichte senken. Der Ärger bleibt aber leider. Und verstärkt sich, wenn wir zwischenzeitlich hören, mit welchen "Argumenten" Beate und Rainer (im Bund mit einigen Winzern?) gegenüber der Versammlung der MIVOC-Winzer operieren: wir seien Großhändler (!) und - jetzt kommts - wir würden unsere Rechnungen nicht pünktlich zahlen.

Nachtigall, ick hör dir trapsen ...

Liebe Freunde!

Mit der Idee der POVO sind wir in Konflikt mit den Genossen der "Vinoc" geraten. Das ist Euch bekannt. Der Vorwurf gegen uns ist, wir wollten den Produktvertrieb zentralisieren, wir wären neue Großhändler. Das Gegenteil ist der Fall, wie aus unseren Veröffentlichungen und unserer Praxis eindeutig hervorgeht.

Das haben wir in den Diskussionen mit den "Vinoc"-Genossen immer wieder klarzustellen versucht. Ebenso, daß die POVO kein Konkurrenzprojekt zur "Vinoc" darstellen soll.

Solange der Konflikt auf der politisch-argumentativen Ebene ausgetragen wurde, haben wir uns nicht geschämt, unsere Position offensiv zu vertreten und die POVO weiter auszubauen. Der Erfolg: Die ersten Bestellungen autonomer POVO-DEZENTRALEN gehen soeben bei Euch ein.

Gestern erfuhren wir, daß die Genossen der "Vinoc" angefangen haben, Lieferboykott für okzitanischen Wein gegen uns zu organisieren.

Für diese Ebene der Auseinandersetzung wollen wir die politische Verantwortung nicht mittragen. Wir immer in einem solchen Kampf zwischen linken Projekten auch "siegen" würde - lachender Dritter und echter Sieger wäre unserer gemeinsamer Feind, das Kapital und die politische Rechte in Deutschland.

Eure Situation dabei wäre völlig unhaltbar. Ohne die Hintergründe der Auseinandersetzung verstehen zu können, müßt ihr gezwungen, Euch zu entscheiden. Und jede denkbare Entscheidung wäre eine Entscheidung gegen Freunde.

Wir können und wollen Euch nicht zum Spielball typischer deutscher Streitforen zwischen Linken werden lassen. Wir haben daher diskutiert, von uns aus keinen Wein mehr bei Euch zu bestellen, mit zwei weinenden Augen, weil wir wissen, daß unser Vertrieb Eures Weins einerseits für Euch von großer Bedeutung war, andererseits unsere eigene Politik, die wesentlich auf Vernetzung von Projekten abzielt, durch den Weinvertrieb sehr wirkungsvoll unterstützt wurde.

Ob ihr die beiden bestellten Lieferungen noch ausführen wollt, stellen wir Euch frei. An dem Austausch von Informationen, den wir besprochen hatten, haben wir weiterhin großes Interesse.

Mut zum Kampf.  
Wir denken an Euch.

Venceremos!

ASH-Kreismühle, Joachim

UNSER TELEGRAMM AN DIE WINZER