



LOCURA EG, KÖLN

# Spagat zwischen Idealen und Überleben

Das Kölner Kollektiv »Locura« produziert argentinische »Empanadas« – gefüllte Teigtaschen. Sie wurden auf Festivals und als Catering bei Veranstaltungen verkauft. Während der Corona-Krise ist der Absatz dramatisch eingebrochen. CONTRASTE-Redakteurin Ariane Dettloff sprach mit Ianna Gundert über das etwas andere Unternehmen und dessen Umgang mit der Krise.

**CONTRASTE:** Kannst du zunächst schildern, was die Idee von »Locura« ist?

**Ianna Gundert:** »Locura« ist spanisch und bedeutet »Verrücktheit«, und so empfanden es die Gründungsmitglieder, unter ihnen auch eine Argentinierin, als sie 2014 parallel zum Studium an der Alanus Hochschule bei Bonn ihr Empanadas-Kollektiv gründeten. Sie hatten verschiedene Berührungspunkte zu Argentinien, vor allem von ihrem Freiwilligendienst dort, und sie liebten die leckeren Empanadas und dachten, das müsste es doch auch hier in Deutschland geben. Es war von Anfang an klar, dass es etwas Selbstorganisiertes ohne Hierarchien sein soll.

**Du bist dann 2016 dazu gekommen?**

Ja, ich war auch in dem Studiengang »Wirtschaft neu denken« und hatte neben meiner Bachelor-Arbeit beim »Empanada«-Foodtruck mitgeholfen. 2018 haben wir dann unsere Genossenschaft gegründet.

**Warum habt ihr euch für eine Genossenschaft entschieden?**

Wir wollten vor allem vom Einzelunternehmertum weg. Da hätte Mario privat für alles gehaftet. Auch strukturell ist das eine hierarchische Sache. Wir fanden die Genossenschaft am sinnvollsten für uns. So können wir auch finanzierende Mitglieder integrieren.

**Wie habt ihr eure Löhne geregelt?**

Wir hatten verschiedene Lohnmodelle. 2018, als ich im Restaurant mitgearbeitet habe, das wir mittlerweile aufgegeben haben, hatten wir das bedürfnisorientierte Einkommen. Das heißt, alle konnten ihr Minimal- und Maximal-Bedürfnis angeben. Das haben wir dann wieder über Bord geworfen, weil wir plötzlich das Gefühl hatten, dass die Arbeitsbereitschaft nachlässt und der Lohnbedarf steigt (ganz vereinzelt, es waren nur eine oder zwei Personen). Es war auch schwierig, die Kultur von Verantwortlichkeit für sich, aber auch für die Gruppe zu entwickeln, auch wegen der ständig hohen Arbeitsbelastung.

**Wie ist denn die Arbeitszeit?**

Wir hatten noch vor kurzem von Montag bis Sonntag Dauerbetrieb an drei verschiedenen Standorten und da bleibt wenig Raum für kulturelle Arbeit. Jetzt haben wir folgendes Lohnmodell: Wir zahlen 35 Prozent vom Monatsumsatz als Lohn aus und teilen das durch die Stunden (es können aber auch mal bis zu 45 Prozent sein). Da wir auch den Mindestlohn zahlen müssen, obwohl wir alle Eigentümer\*innen sind, aber auch angestellt, arbeiten wir die restlichen Stunden ehrenamtlich. Jetzt bei Corona sind wir oft bei fünf oder sieben Euro pro Stunde gewesen.

**Was macht ihr mit dem Rest eurer Einnahmen?**

Der dient dem Wareneinkauf, da rechnen wir mit 15 bis 20 Prozent. Außerdem gibt es ja Fixkosten, Miete, Strom usw.

**Aber jetzt habt ihr kein Restaurant mehr...**

Nein, aber wir haben noch den Ort. Wir stellen dort unseren Teig her – wir machen ja alles selbst und von Hand. Wir kochen unsere Füllungen und die Chimichurri, das ist eine Knoblauchsauce. Wir haben dort unser Lager und unseren Foodtruck parken wir dort. Auch ein anderer Foodtruck, Los Carnales, hat da seinen Stellplatz und ein Lager. Zudem gibt es einen georgischen Verein, der das Restaurant betreibt. Wir nehmen von denen Miete ein, wobei es natürlich während Corona keine Einnahmen gab. Das heißt, wir mussten das erst mal tragen, bis sie die staatliche Unterstützung bekommen. Das hat uns natürlich



▲ Das Kölner Kollektiv »Locura« produziert argentinische »Empanadas«.

Foto: Locura eG

auch Schwierigkeiten bereitet: Wenn irgendwer nicht zahlen kann, dann müssen wir trotzdem unsere Kosten decken. Jetzt hoffen wir, dass es nicht nach Corona, aber mit einem gedämpfteren Corona wieder ein bisschen angenehmer läuft. Wir gehen davon aus, dass sie staatliche Unterstützung bekommen und dann ihre Schulden bezahlen können.

Zusätzlich haben wir eine solidarische Lohnrunde. Wir können der Person, die die Löhne bearbeitet, eine Email schicken und sagen: »Ich brauche noch soundsoviel« oder »Ich kann soundsoviel noch abgeben«. Dann wird das verrechnet und das Geld wird noch mal ein bisschen hin und her geschoben, wenn das notwendig ist.

**Seid ihr dadurch gerade in Corona-Zeiten besser aufgestellt als herkömmliche Betriebe?**

Ja, dadurch dass wir uns selbst verwalten, unseren Lohn selbst bestimmen und finanziell solidarisch sind, uns gegenseitig sichern, haben wir eine viel höhere Resilienz. Wir haben viel mehr Ideen, die integriert werden. Es ist auch manchmal schwierig, aber es gibt eine viel höhere Kreativität dadurch, dass mehrere Leute mitdenken und entscheiden können.

**Habt ihr denn durch Corona mehr Zeit für die Kommunikation gewonnen?**

Wie man's nimmt – alles was wir ausprobiert haben, braucht ja auch wieder viel Zeit. Dann suchen wir Orte, wo man Mittagessen anbieten kann, dann recherchieren wir da; für Chimichurri bauen wir das Verkaufssystem auf, sprechen mit Läden und so weiter. Also Dinge neu zu entwickeln, braucht ganz viel Zeit. Wenn wir Caterings haben, ist es ein klarer Ablauf. Wenn wir etwas neu entwickeln, muss man immer wieder etwas umstellen und ausprobieren und dann wieder umplanen und so. Wir haben uns also nicht gelangweilt.

**Ihr seid ein Kollektiv und arbeitet solidarisch – habt ihr noch weitere Ideale? Auf eurer Webseite steht, dass ihr mit Idealen wirtschaftet...**

Das eine ist die Selbstorganisiertheit. Außerdem ist es uns wichtig, uns selbst auch weiterzubilden und zu fördern in den persönlichen Ichs, so dass dadurch ein starkes Wir entsteht. Was uns auch wichtig ist, ist der ökologische Aspekt. Seit einer Weile sind wir 100 Prozent bio-zertifiziert. Wir setzen außerdem auf Kooperation statt Konkurrenz mit anderen Firmen. So haben wir zum Beispiel eine Kooperation mit »Himmel un Ääd« – das ist ein ganz junges Unternehmen. Sie bieten

Biokisten mit E-Lastenrädern an. Und sie bieten nichts an, was von weiter weg als 300 Kilometer kommt. Noch viel näher, gleich hier in unserer Nachbarstadt Hürth liegt der Demeterhof »Kräuterkind«. Von denen beziehen wir regelmäßig unsere Petersilie, so dass wir ihnen durch eine gewisse Abnahme eine Stabilität mit ermöglichen.

**Welche neuen Ideen habt ihr in der Corona-Krise entwickelt?**

Wir haben vieles überlegt. So wollen wir eine Kooperative im Verbund mit anderen Kleinunternehmen mit ähnlichen Gedanken und Idealen auf Augenhöhe gründen, so dass sich für alle Rationalisierungseffekte ergeben.

**Welche Änderungen habt ihr eingeführt, seit die Corona-Krise euch getroffen hat?**

Als Corona angefangen hat, haben wir uns überlegt: Wie können wir weitermachen? Unser Hauptgeschäft waren Streetfood-Festivals oder generell Festivals und Catering. Das ist alles weggebrochen. Wir hatten Umsatzeinbußen von 90, 95 Prozent. Wir hatten aber immerhin noch den Foodtruck und haben dann angefangen, damit auch ins Mittagsgeschäft zu gehen. Wir haben angefangen, die Chimichurri in Bioläden reinzubringen.

Wir haben vor dem Clubbahnhof im Stadtteil Ehrenfeld einen festen Standort für einen zweiten, gemieteten Foodtruck bekommen. Aber das bringt noch lange nicht den Umsatz, den wir brauchen. Da haben wir uns überlegt, unsere Empanadas auch als Tiefkühlkost anzubieten, auch für Bioläden. Wir hatten Schachteln bedrucken lassen, aber das hat sich wieder ein bisschen verloren, weil wir gemerkt haben: Der Aufwand ist zu groß. Das ist auch zu viel Arbeit für uns und die Ökobilanz ist schlecht. Wir haben vieles ausprobiert: da mal probiert und da mal und immer versucht, uns über Wasser zu halten. Noch ist es gelungen. August und September liefen ganz gut, weil wir wieder Festivals hatten und Catering-Aufträge zurückkamen. Jetzt hoffen wir auf den Weihnachtsmarkt.

**Das erinnert mich an John Holloway, der in »Kapitalismus aufbrechen« die kleinen Risse im profitorientierten System hoch hält (das haben wir in unserem September-Schwerpunkt auszugsweise nachgedruckt) – seid ihr also auch so ein kleiner Riss?**

Ja, wir setzen auf Solidarität, Kooperation, Selbstorganisation, Regionalität, Biodiversität, Ressourcenschonung statt Profitmaximierung. Wir haben ein Statut verfasst, in dem festgelegt wird, dass wir Gewinne nicht an uns selbst

ausschütten, wenn es dazu kommt. Wir haben darin bestimmt, dass wir uns maximal das Durchschnittseinkommen in unserer Region auszahlen werden und sobald dann Geld übrig bleibt, wird es anhand einer Liste ausgeschüttet, die unsere Prioritäten darlegt. Wir werden die Kosten senken, so dass unser Produkt günstiger wird, wir wollen Lieferanten mehr für die Zutaten bezahlen, oder wir spenden das Geld an gleichgesinnte Projekte.

**Ihr habt in eurem Profil die Attribute regional, nachhaltig, international hervorgehoben. Das Internationale hast du noch nicht beschrieben?**

Damit meinen wir eine internationale Kulturalität, im Sinne von: Wir bringen die argentinische Esskultur hierher, und vor allem: Unser Team (zur Zeit zehn Kollektivmitglieder plus vier weitere Mittuende) ist sehr divers. Wir sind momentan dreisprachig – deutsch, spanisch und englisch. Menschen aus unterschiedlichen Ländern kommen bei uns zusammen. Wir haben eine Diversität in Sachen Herkunft, haben auch eine Diversität in Sachen Geschlecht und so weiter.

**Wollt ihr denn wachsen oder eher nicht?**

Wir sind gerade dabei, uns wieder zu verkleinern. Wir wollten Anfang des Jahres wachsen, wir wollten neue Produkte machen: Passata, Aufstriche... Das hätte zwangsläufig dazu geführt, dass wir hätten wachsen müssen. Wir hätten mehr Leute gebraucht. Wir waren zwischenzeitlich schon zwanzig. Da haben wir gemerkt, dass es schwer ist, mit so vielen unsere Kultur zu halten und haben entschieden: Nein, wir müssen uns auf uns fokussieren, auf unser Kerngeschäft. Wir machen es auch immer noch so, dass wir unsere Chimichurri nur in inhabergeführten Bioläden verkaufen.

**Aber es gibt immer weniger davon...**

Ja, was machen wir da? Ich habe mich immer sehr stark dagegen gewehrt, in Alnatura reinzugehen, aber ich muss sagen, seit den letzten Wochen und Monaten habe ich immer wieder mit dem Gedanken gespielt... da gibt es dann wieder das Gegenargument: Naja, wenn wir mehr Reichweite haben, werden mehr Leute auf uns aufmerksam und bekommen auch viel mehr von der Idee mit... Aber ich bin jetzt mit dieser Kooperation mit Himmel un Ääd, mit dieser regionale-Produkte-Entwicklung zuversichtlich, dass wir einen gemeinsamen Vertriebsweg finden, der unabhängig ist von so Alnatura-Geschichten. Es wird sich zeigen.

Link: [www.locura.de](http://www.locura.de)