

Institut für  
Entwicklung  
und Frieden



UNIVERSITÄT  
DUISBURG  
ESSEN

*Offen im Denken*

*Karin Gaesing, Mamadou Koumaré,  
Yacouba Koné und Arne Rieber*

## **Sozialunternehmen in der kleinbäuerlichen Landwirtschaftsförderung**

Das myAgro Modell in Mali

**AVE-Studie 28/2022**

## **BIBLIOGRAPHISCHE ANGABE:**

Gaesing, Karin / Koumaré, Mamadou / Koné, Yacouba / Rieber, Arne (2022): Sozialunternehmen in der kleinbäuerlichen Landwirtschaftsförderung – Das myAgro Modell in Mali. Institut für Entwicklung und Frieden (INEF), Universität Duisburg-Essen (AVE-Studie 28/2022, Wege aus Armut, Vulnerabilität und Ernährungsunsicherheit).



Impressum

### **Herausgeber:**

Institut für Entwicklung und Frieden (INEF)  
Universität Duisburg-Essen

Logo design: Carola Vogel

Layout design: Jeanette Schade, Sascha Werthes

Cover design: Shahriar Assadi

### **© Institut für Entwicklung und Frieden**

Lotharstr. 53      D - 47057 Duisburg  
Phone +49 (203) 379 4420      Fax +49 (203) 379 4425

E-Mail: [inef-sek@uni-due.de](mailto:inef-sek@uni-due.de)

Homepage: <https://www.uni-due.de/inef/>

**ISSN 2511-5111**



*Karin Gaesing,  
Mamadou Koumaré,  
Yacouba Koné,  
Arne Rieber*

**Sozialunternehmen in der kleinbäuerlichen  
Landwirtschaftsförderung – Das myAgro Modell in  
Mali**

**AVE-Studie 28/2022**

**Wege aus Armut, Vulnerabilität und Ernährungsunsicherheit**

Universität Duisburg-Essen  
University of Duisburg-Essen

Institut für Entwicklung und Frieden (INEF)  
Institute for Development and Peace

## **AUTORINNEN:**

**Dr. rer. pol. Karin Gaesing**, Geographin und Raumplanerin; wissenschaftliche Mitarbeiterin am INEF, Universität Duisburg-Essen; langjährige Erfahrung in der EZ, u.a. für die GTZ in Äthiopien und der Côte d'Ivoire sowie als freiberufliche Gutachterin in Afrika und Indien. Expertise in Regionalplanung, Gender, Partizipation, Landnutzungsplanung.

E-Mail: [karin.gaesing@uni-due.de](mailto:karin.gaesing@uni-due.de)

**Dr. Mamadou Koumaré**, Dozent und Forscher an der Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako (USSGB), Mali; Promotion an der Université Catholique de Louvain (UCL) in Belgien in Entwicklungssoziologie/Entwicklungsstudien; Lehre, Forschung und Gutachtertätigkeit in Raumentwicklung, territoriale Governance, Planung, Verwaltung und Evaluierung von Entwicklungsprojekten und -programmen, Armutsbekämpfung, Land Governance, Sozial- und Solidarökonomie und Ernährungssicherheit.

E-Mail: [koumaresdses@hotmail.fr](mailto:koumaresdses@hotmail.fr)

**Yacouba Koné**, M.Sc., Bevölkerungs- und Entwicklungsforschung, spezialisiert auf Entwicklung mit dem Schwerpunkt Management von Entwicklungsprojekten und -programmen; Experte für Projektanalyse und -aufbau bei der Regionalen Entwicklungsagentur von Kayes (Mali); gute Erfahrung im Bereich der Gemeinschaftsentwicklung und der Unterstützung von Gebietskörperschaften im Bereich der lokalen Regierungsführung in Afrika und insbesondere in Mali; Expertise im Bereich der lokalen Planung unter Berücksichtigung von Genderaspekten, Klimawandel und der Resilienz von Kleinbauern.

E-Mail: [koneya\\_81@yahoo.fr](mailto:koneya_81@yahoo.fr)

**Arne Rieber**, M.Sc. Geographische Entwicklungsforschung, B.A. Integrierte Europastudien; wissenschaftlicher Mitarbeiter am INEF, Universität Duisburg-Essen, Forschungserfahrung in Indien und Kenia; Forschungsschwerpunkte: Ernährungssicherung, Resilienz, Livelihoods unter Landverknappung und Zugang zu Land.

E-Mail: [arne.riever@uni-due.de](mailto:arne.riever@uni-due.de)

Projekthomepage: [https://www.uni-due.de/inef/projekt\\_ave.php](https://www.uni-due.de/inef/projekt_ave.php)

© Alle Fotos von Karin Gaesing.

**Das Projekt wird aus Mitteln des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) im Rahmen der Sonderinitiative „EINEWELT ohne Hunger“ (SEWOH) finanziert.**

# Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung .....	6
<b>1. Hintergrund und Ziele des Forschungsvorhabens .....</b>	<b>8</b>
<b>2. Definition und Rolle von Sozialunternehmen in der entwicklungspolitischen Landwirtschaftsförderung .....</b>	<b>10</b>
2.1 Definition von Sozialunternehmen.....	10
2.2 Wirkungsmessung im Bereich der Sozialunternehmen .....	12
2.3 Gebergestützte Sozialunternehmen.....	13
<b>3. Das myAgro Modell vor dem Hintergrund der sozio-ökonomischen Situation in Mali .....</b>	<b>15</b>
3.1 MyAgro als Modell .....	15
3.2 Aktivitäten von myAgro in Mali.....	16
3.3 Sozio-ökonomische Situation und Armut in Mali.....	17
<b>4. Methodik der Studie .....</b>	<b>20</b>
<b>5. Ergebnisse der Untersuchung .....</b>	<b>23</b>
5.1 Die Lebenssituation der Menschen im Untersuchungsgebiet .....	23
5.2 Die Beziehungen zwischen myAgro und ihren KundInnen .....	28
5.3 Wirkungen auf die Einkommens- und Ernährungssituation.....	32
5.4 Herausforderungen für myAgro .....	36
<b>6. Schlussfolgerungen und Empfehlungen im Kontext von Sozialunternehmen in der Landwirtschaftsförderung.....</b>	<b>38</b>
6.1 Zusammenfassende Schlussfolgerungen hinsichtlich der Forschungsfragen .....	38
6.2 Empfehlungen für myAgro .....	39
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>41</b>

## Abkürzungsverzeichnis

AVE	Wege aus extremer Armut, Vulnerabilität und Ernährungsunsicherheit
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
BNDA	Banque Nationale du Développement Agricole
CMDT	Compagnie Malienne pour le Développement des Textiles
EZ	Entwicklungszusammenarbeit
FAO	Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen
FCFA	Franc de la Coopération Financière en Afrique (Wechselkurs Nov. 2021 : 1 Euro = 656 FCFA)
FGD	Fokusgruppendifkussion
ha	Hektar
hh	Haushalt(e)
INEF	Institut für Entwicklung und Frieden
IPPC	International Plant Protection Convention
KfW	Kreditanstalt für Wiederaufbau
kg	Kilogramm
MFI	Mikrofinanzinstitution(en)
NGO	Nichtregierungsorganisation
OAF	One Acre Fund
PRA	Participatory Rural Appraisal
SDG	Sustainable Development Goals
SEWOH	Sonerinitiative EINEWELT ohne Hunger
SROI	Social Return on Investment
TLU	Tropical Livestock Unit
VE	Village Entrepreneur(s)
WSK	Wertschöpfungskette

## Zusammenfassung

Die vorliegende Studie untersucht das von der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) geförderte Sozialunternehmen myAgro in Mali. Hierbei wird über die Bewertung der sozialen Wirkung hinausgehend das Sozialunternehmen auch als entwicklungspolitischer Akteur verstanden und analysiert. Im Rahmen einer Feldstudie wurden in einer Tandemforschung mit malischen Forschern eine quantitative Haushaltserhebung, sowie Fokusgruppendifkussionen und Intensivinterviews mit myAgro KundInnen sowie anderen Schlüsselpersonen durchgeführt.

MyAgro ist ein 2012 nach amerikanischem Recht gegründetes und in Kalifornien / USA als NGO registriertes Sozialunternehmen im Bereich der Landwirtschaftsförderung. Die Mission von myAgro ist es, Bauern und Bäuerinnen aus der Armut zu helfen. Dies soll durch einen ganzheitlichen Ansatz mit der Bereitstellung von verbessertem Saatgut und Düngemitteln mittels eines Sparansatzes, landwirtschaftlicher Beratung sowie dem Verkauf von landwirtschaftlicher Gerätschaft erfolgen. MyAgro achtet in ihrer Produktpalette auf nährstoffreiche Anbauprodukte und gibt damit Erdnüssen und Okra den Vorzug vor Mais.

Das Prinzip des myAgro Ansatzes ist es, dass Bauern und Bäuerinnen sich zunächst für den Kauf eines der verschiedenen Angebotspakete (*paquet*) entscheiden und dann die für dessen Kauf erforderliche Geldsumme über das sukzessive Sparen kleiner Geldbeträge zu Beginn der Anbausaison erstehen. Die Sparbeträge werden auf Mobiltelefonen eingezahlt und verzeichnet. Die KundInnen kaufen dazu Rubbelkarten (*scratch cards*), die auch für kleinste Geldbeträge erhältlich sind. Die Erreichung der bäuerlichen Bevölkerung erfolgt über ein weit verzweigtes Netz von *Village Entrepreneurs* (VE), Personen aus den Dörfern, in denen myAgro agiert oder agieren möchte.

MyAgro agiert dabei in Mali in einem Umfeld, in dem 47,2% der über 20 Mio. EinwohnerInnen unterhalb der Armutsgrenze leben und 19% der Bevölkerung unter Ernährungsunsicherheit leiden, in Konfliktregionen etwa 30%.

Die Menschen in den beiden vom AVE-Team im November 2021 untersuchten Regionen leben überwiegend von der Landwirtschaft und verbinden den Anbau von hauptsächlich Erdnüssen, Reis, Mais, Okra und Sorghum mit Viehhaltung. Ausgelaugte Böden stellen ein großes Problem in der Landwirtschaft dar. Ihre Motivation, myAgro-KundInnen zu werden, begründen die Befragten damit, dass sie dort einen besseren Zugang zu landwirtschaftlichen Inputs wie Kunstdüngemittel und Saatgut hätten, welches darüber hinaus, im Gegensatz zum von den staatlichen Stellen gelieferten Inputs, verlässlich zu Saisonbeginn und dezentral ins Dorf oder in Dorfnähe geliefert wird. Zudem spornen Erfolge, die man bei myAgro-KundInnen im Dorf sieht, zur Mitgliedschaft in der nächsten Anbausaison an.

Die Hauptklientel von myAgro sind Bäuerinnen. Diese bebauen im Durchschnitt 0,25 ha Land mit myAgro-Produkten. MyAgro bietet die Organisation in Spargruppen an, was besonders Frauen schätzen, da diese Form des Sparens sich an ihre traditionellen *tontines* anlehnt.

An Projektwirkungen begrüßen die myAgro-KundInnen insbesondere das durch die gesteigerten landwirtschaftlichen Erträge erzielte höhere Einkommen. Dieses wird in der Reihenfolge der Prioritäten für den Kauf von Nahrungsmitteln, für Investitionen in die Landwirtschaft (zu denen auch die myAgro-Pakete zählen), für Investitionen in die Viehhaltung sowie für Schulgebühren ausgegeben. Im Vergleich zur Referenzgruppe geben die myAgro-KundInnen an, ihre sozio-ökonomische Situation habe sich, im Vergleich zu vor fünf Jahren, wesentlich verbessert. Hinsichtlich der Ernährungssituation verzehren die

myAgro-KundInnen nach eigenen Angaben proportional mehr Gemüse, Obst, Milch und Milchprodukte als Haushalte der Referenzgruppe.

Das Empowerment von Frauen ist eine beabsichtigte Wirkung von myAgro. Zum einen wird die Position von Frauen durch ihren Beitrag zur Ernährung und zum Einkommen des Haushalts gestärkt, zum anderen erfahren sie Unterstützung in vielerlei Hinsicht durch die im Rahmen von myAgro gebildeten Gruppen. Darüberhinaus schafft myAgro durch das weitverzweigte Netz, der von ihr beschäftigten VE, für junge Menschen Arbeitsplätze im ländlichen Raum, darunter auch eine beträchtliche Anzahl von Frauen.

MyAgro-KundInnen kritisieren zum einen die steigenden Preise für die myAgro-Pakete, die auf die allgemein steigenden Düngemittelpreise zurückzuführen sind. Zum anderen beklagen vor allem Frauen, dass die arbeitsintensiven Kulturtechniken schwierig umzusetzen seien.

MyAgro steht der Anwendung von agro-ökologischen Methoden positiv gegenüber und hat diese auch in ihren Trainingsmodulen verankert. Jedoch konnte eine Umsetzung in die Praxis bislang nicht festgestellt werden. Prinzipiell würde eine teilweise Abkehr vom Einsatz von Kunstdünger allerdings auch den Geschäftsinteressen von myAgro entgegenstehen, falls sich nicht im Gegenzug andere Produkte für die KundInnen entwickeln ließen oder die Beratungskomponenten von Dritten subventioniert würden. MyAgro ist als Sozialunternehmen darauf angewiesen, Produkte zu verkaufen.

MyAgro hätte auch durch die Finanzierung der KfW und die Zusammenarbeit mit dieser die Gelegenheit, neue Produkte (z.B. Saatgut für Gemüse oder *mucuna*) anzubieten und Beratungsinhalte zu identifizieren, daraus Pakete zu entwickeln und diese bereitzustellen.

## 1. Hintergrund und Ziele des Forschungsvorhabens

Vor dem Hintergrund, dass die Zahl der extrem armen Menschen in vielen Entwicklungsländern trotz vielfacher Bemühungen nicht rückläufig ist, führte das Institut für Entwicklung und Frieden (INEF) der Universität Duisburg-Essen mit Förderung durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) von Oktober 2015 bis März 2020 das Forschungsprojekt „Wege aus extremer Armut, Vulnerabilität und Ernährungsunsicherheit“ (AVE) durch. Ziel des Projektes war es, Empfehlungen für die deutsche staatliche Entwicklungszusammenarbeit (EZ) hinsichtlich der besseren Erreichbarkeit von extrem armen, vulnerablen und ernährungsunsicheren Bevölkerungsgruppen und der nachhaltigen Verbesserung ihrer Lebenssituation zu entwickeln.

Der Fokus der Forschung des INEF-Teams lag dabei auf der Untersuchung von Projekten, die schwerpunktmäßig vor allem innerhalb folgender Themenbereiche arbeiten:

- Zugang zu Land und Rechtssicherheit bei Landbesitz sowie dessen Nutzung,
- Landwirtschaftliche Wertschöpfungsketten (WSK) und
- Soziale Sicherung.

Als übergreifende Querschnittsthemen wurden soziokulturelle Aspekte von Entwicklung, Partizipation der Bevölkerung an Entscheidungen und Gender-Gerechtigkeit stets mitberücksichtigt.

Seit Oktober 2020, mit geplanter Laufzeit bis Anfang 2023, wird das Forschungsvorhaben mit einer leicht veränderten Zielgruppe fortgesetzt: d.h. arme, vulnerable und ernährungsunsichere Menschen. Anders als während der ersten Phase, wo es auch und gerade um extrem arme Haushalte und Personen ging bzw. um Ultra-Arme, die über keinerlei Selbsthilfekapazitäten verfügten und die im Rahmen der EZ oftmals „übersehen“ wurden, stehen jetzt Personengruppen im Mittelpunkt, die zumindest etwas Land bewirtschaften und damit bei EZ-Vorhaben durch klassische Ansätze der Agrar- bzw. ländlichen Entwicklung erreicht werden können.

Wie bisher geht es um die Suche nach *Good Practices* für erfolgreiche Armutsbekämpfung und die Aufarbeitung der jeweiligen Erfolgsbedingungen. Dabei stehen nunmehr die Untersuchung der Agrarfinanzierung in ländlichen Räumen generell sowie von ganzheitlichen Förderansätzen von kleinbäuerlichen Haushalten, also Förderansätzen, die Finanzdienstleistungen mit Beratungsleistungen und der Bereitstellung von produktiven Gütern verbinden, im Mittelpunkt der Untersuchungen. Ein Sonderthema der Agrarfinanzierung ist der Nexus zwischen der Kreditvergabe an kleinbäuerliche Haushalte und der Nutzung von Landtiteln als Sicherheit für diese Kredite. Bei allen drei Untersuchungsbereichen wird die erfolgreiche Berücksichtigung der Querschnittsthemen soziokulturelle Aspekte von Entwicklung, Partizipation und Gender als Kriterien für gute EZ-Ansätze beibehalten.

Die vorliegende Studie zu einem Vorhaben der deutschen Finanziellen Zusammenarbeit (FZ), implementiert durch die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) in Mali im Rahmen der Sonderinitiative EINEWELT ohne Hunger (SEWOH) des BMZ stellt die ganzheitliche Förderung von kleinbäuerlichen Haushalten in den Mittelpunkt der Untersuchung. Der Begriff „ganzheitlich“ wird in diesem Zusammenhang verstanden als die landwirtschaftliche Produktion mitsamt den der Produktion vorgelagerten und nachgelagerten Aspekten. In diesem Rahmen soll diskutiert werden, inwieweit Sozialunternehmen zur

Armutsbekämpfung und Reduzierung der Vulnerabilität in kleinbäuerlichen Familien nachhaltig beitragen können.

Die übergeordneten Fragestellungen, denen die vorliegende Untersuchung nachgeht, sind folgende:

- Wie stellen sich Wirksamkeit und Effizienz des Ansatzes von Sozialunternehmen, wie myAgro, im Vergleich zu den staatlichen landwirtschaftlichen Beratungsdiensten oder zu Vorhaben der staatlichen Entwicklungszusammenarbeit (EZ) dar? Ist das untersuchte Vorhaben auf soziale, ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit ausgerichtet?
- Wird bei der Arbeit von myAgro der Armutsbezug deutlich, d.h. werden durch das Vorhaben kleinbäuerliche Betriebe erreicht und sind die Leistungen von myAgro an die Bedürfnisse von Kleinbauern und Kleinbäuerinnen angepasst?
- Berücksichtigt das Vorhaben Genderaspekte in seiner Planung und Durchführung?
- Besteht für die lokale Bevölkerung die Möglichkeit der aktiven Partizipation über die Teilnahme an den vom Projekt angebotenen Leistungen hinaus? Nehmen VertreterInnen der Bevölkerung an Entscheidungsprozessen teil oder gibt es Beschwerdemöglichkeiten?
- Ist das Vorhaben an die sozio-kulturellen Gegebenheiten im Projektgebiet angepasst und bezieht diese bei der Konzeption und Durchführung von Maßnahmen mit ein?

## 2. Definition und Rolle von Sozialunternehmen in der entwicklungspolitischen Landwirtschaftsförderung

Für eine entwicklungspolitische Bewertung von sozialunternehmerischen Ansätzen, aber auch zur Entwicklung von Kriterien für die Förderung mit öffentlichen Mitteln ist die Entwicklung einer klaren Definition von Sozialunternehmen notwendig, insbesondere auch als Abgrenzung zu Ansätzen der Privatwirtschaftsförderung. Je nach Perspektive auf den Sektor nutzen Sozialunternehmen marktbasierende Ansätze zur Erreichung einer sozialen Wirkung, Geld wird investiert für eine soziale Wirkung statt für einen Profit. Diese Ansätze bilden eine Reaktion auf die Erkenntnis, dass es durchaus vulnerable Gruppen gibt, die in der Lage sind, für gewisse Dienstleistungen oder Waren, welche eine positive soziale Wirkung mit sich bringen, zu zahlen und somit zu KundInnen statt EmpfängerInnen werden. Hierdurch wird die Rolle der Zielgruppe insofern gestärkt, dass KundInnen stets die Wahl haben zu partizipieren oder Dienste bzw. Waren anderweitig zu beanspruchen sowie gegenüber dem Unternehmen als Verbraucher mit gewissen Rechten ausgestattet zu sein. Unweigerlich muss ein Sozialunternehmen daher auf die Bedürfnisse und Wünsche der KundInnen eingehen, da es sein zentrales Ziel der möglichst hohen sozialen Wirkung über eine hohe und bestenfalls wachsende Kundschaft erreicht. Durch diesen stetigen Prozess der Anpassung ist es jedoch schwerer, Sozialunternehmen in klassische Monitoringprozesse der EZ einzubetten.

### 2.1 Definition von Sozialunternehmen

Sozialunternehmen beschreibt ein Unternehmen, welches unternehmerische Mittel nutzt, um ein soziales oder ökologisches Ziel zu verfolgen und entsteht in der Regel als Reaktion auf ein Marktversagen. Marktversagen bedeutet in diesem Kontext, dass es keinen Markt gibt, nur begrenzt ein Markt existiert oder dieser sich nicht profitabel bedienen lässt (vgl. Wale-Oshinowo et al. 2019). Wale-Oshinowo et al. sehen dies durch die hohe Armutsrate in vielen Sektoren Afrikas als gegeben, wo KundInnen aber auch UnternehmerInnen nicht ausreichend zahlungsfähig sind. Entsprechend füllen Sozialunternehmen eine wichtige Lücke und können ein Antrieb für soziale aber auch wirtschaftliche Entwicklung in Ländern des Globalen Südens sein (ebd.).

Definitiv wird das „Soziale“ in Sozialunternehmen oftmals durch ein Narrativ begründet, z.B. durch die Ausrichtung der Geschäftstätigkeit des Unternehmens auf eine bestimmte Zielgruppe, wie besonders arme KundInnen. Diese Narrative sind schwer von den unzähligen privatwirtschaftlichen Unternehmen abzugrenzen, die ein Geschäftsmodell entwickelt haben, welches auf ärmere Personen zugeschnitten ist, jedoch nicht zwingend einen sozialen Nutzen verfolgt oder auslöst. Gerade durch den Verkauf geringster Mengen von Produkten erreichen viele Hersteller und Händler ärmere Zielgruppen mit Produkten des alltäglichen Bedarfs. Definitiv ist es entsprechend äußerst schwierig, die soziale Wirkung eines Produktes zu bewerten. Unausweichlich entstehen hier Graubereiche. Bei Betrachtung verschiedener Definitionen<sup>1</sup> zu Sozialunternehmen vermischen sich immer wieder objektive mit subjektiven Kriterien (Whitley et al. 2013). Es wird eine Absicht der sozialen oder ökologischen Wirkung in der Definition aufgenommen, welche nicht zwingend den Fokus der

---

<sup>1</sup> Zur Wandlung des Begriffes und seiner Definition in den letzten Jahrzehnten vgl. Addae (2018) und für verschiedene Verständnisformen nach Ländergruppen vgl. Hoyos / Angel-Urdinola (2019) sowie Liu (2019).

Geschäftstätigkeit darstellen muss und nicht messbar ist. Hiermit öffnet die Definition die Tür, beinahe jedes Unternehmen im Globalen Süden als ein Sozialunternehmen zu begreifen, da alle z.B. dringend benötigte Arbeitsplätze schaffen. Im Hinblick auf eine Förderung durch finanzielle Mittel der Entwicklungszusammenarbeit (EZ) mit Blick auf die Sustainable Development Goals (SDG) ist dies jedoch nicht dienlich. Die Weltbank-Autorinnen Tinsley und Agapitova (2018) nutzen eine Definition, die soziale Wirkung in den Mittelpunkt stellt: „Social enterprises are defined as private for-profit, nonprofit, or hybrid organizations that use business methods to advance their social mission“.

Eine prägnante und hilfreiche Definition für diese Studie bietet der US-Ansatz, welcher Sozialunternehmen als „organizations that advances their primary social or environmental missions using business methods“ (Social Enterprise Alliance 2013 *in* Liu 2019) definiert. Das Unternehmen besteht zum Zweck, eine soziale (oder ökologische) Mission umzusetzen und verfolgt damit keine privaten Profitziele. Überschüsse werden in erster Linie für soziale Zwecke reinvestiert, anstatt der Gewinnmaximierung für Aktionäre und Eigentümer zu dienen (vgl. Bull / Ridley-Duff 2019). Nach Tsai, Hung / Yang (2020) verschwimmen mit der Zunahme von Sozialunternehmen die Grenzen zwischen Gesellschaft und Wirtschaft, da soziale Innovationen und Sozialunternehmen das Konzept der gemeinnützigen Organisation verändern. Dies liegt vor allem daran, dass Sozialunternehmen eine Balance oder ein Abwägen zwischen der Erzielung von Gewinnen und sozialen Zielen herstellen (Murphy / Kornetsky / Nixon 2021).

Ein Aspekt, der in den Definitionen weitestgehend ausgelassen wird, ist die Unternehmensform. Im Hinblick auf eine entwicklungspolitische Förderung, ist die Eigentümerstruktur und auch die mögliche Beweglichkeit der Unternehmensanteile jedoch zentral. Ist es für einzelne Personen oder Anteilseigner möglich, diese frei zu veräußern und damit durch die Investition einen Gewinn zu verzeichnen, so gibt es solide Gründe, ein solches Unternehmen, so sozial die Ausrichtung auch sein mag, in den Bereich der Privatwirtschaftsförderung zu verorten. Andernfalls verhelfen öffentliche Mittel zur Skalierung und zum Aufbau weitläufiger Vertriebsnetzwerke eines Unternehmens, welches potenziell später den Besitzer wechselt und damit ggf. auch seine soziale Orientierung abbaut. Sozialunternehmen haben im Vergleich zu profitorientierten Unternehmen größere Möglichkeiten an Finanzierung zu kommen, da sie neben klassischen Investoren und Finanzdienstleistern auf öffentliche Mittel oder Zuschüsse von entsprechenden Stiftungen zurückgreifen können und oftmals darüber hinaus bessere Konditionen erhalten (vgl. Liu 2019). Damit entsteht das Risiko, dass Sozialunternehmen diesen Status ausnutzen.

Für den folgenden Bericht und im Hinblick auf die Landwirtschaftsförderung im Rahmen der EZ werden weitere Kriterien hinzugezogen, um die Fallauswahl klarer einzugrenzen und Sozialunternehmen besser zu kategorisieren. Smith / Darko (2014) nutzen dabei vier Abweichungen zu einem klassischen Unternehmen, von welchen mindestens eine zutreffen sollte, um ein Sozialunternehmen als solches zu betrachten:

1. Überschüsse mit der Zielgruppe teilen, indem diese zu MiteigentümerInnen werden
2. Überschüsse bewusst geringhalten, um niedrigere Preise, höhere Löhne, bessere Einkaufspreise etc. zu ermöglichen
3. Querfinanzierung einer bestimmten Kundengruppe, um bei dieser eine soziale Wirkung zu erzielen
4. Langfristige Zuschüsse von Regierungen, Gebern, NGOs etc. beanspruchen, um ein Geschäftsmodell zu etablieren, welches andernfalls nicht profitabel wäre.

## 2.2 Wirkungsmessung im Bereich der Sozialunternehmen

Für die entwicklungspolitische Bewertung ist eine Analyse der sozialen Wirkung zentral. Rogerson et al. (2013) nutzen hierfür zwei Indikatoren, Reichweite (*reach*) und Tiefe (*depth*). Diese werden für die vorliegende Studie um zwei weitere Punkte – Qualität und Externalitäten – ergänzt. Diese Erweiterung ist notwendig, da bestehende Literatur im Bereich Sozialunternehmen mehrheitlich auf Sozialunternehmen mit einer privaten Eigentümerstruktur konzentriert ist. Da myAgro als NRO registriert ist und durch eine Vielzahl von Gebern gefördert wird, sollten Kriterien zur Bewertung des Modells weitreichender sein und die soziale Wirkung noch stärker fokussieren, da durch die Förderung mit EZ-Mitteln auch die Rechenschaftspflicht steigt. Der Indikator Qualität lässt die Bewertung des Ansatzes zu, insbesondere für die Einordnung in entwicklungspolitische Debatten der Landwirtschaftsförderung. Der Indikator Externalitäten erlaubt es, den gebergestützten Ansatz im Hinblick auf eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung zu beleuchten und Sozialunternehmen sowohl als entwicklungspolitische-, wie auch als Marktakteure zu verstehen.

### Reichweite

Eine Stärke von Sozialunternehmen im Gegensatz zu klassischen entwicklungspolitischen Vorhaben ist die Skalierbarkeit über einen unternehmerischen Ansatz. Hiermit können in der Regel vor allem im landwirtschaftlichen Bereich deutlich mehr Menschen erreicht werden. Neben der Gesamtzahl umfasst Reichweite aber auch die Zielgruppe mit der Frage, werden auch Arme und Ärmste einer Gesellschaft von den Aktivitäten eines Sozialunternehmens erreicht? Da Sozialunternehmen der Logik folgen, dass vulnerable Gruppen durchaus in der Lage sind, teilweise kleinere Beträge für notwendige Dienstleistungen aufzubringen, sollte die Kundschaft dies auch widerspiegeln:

*„It should also ideally contain at least the same share of poor people as the region or country as a whole, a measure that helps identify how well the SE [social enterprise] focuses on supporting the most disadvantaged group“ (ebd.)*

### Tiefe

Da Sozialunternehmen ein wirtschaftliches Modell anstreben, ist es für sie deutlich schwieriger, so tiefgehende Unterstützungsleistungen anzubieten wie NGOs oder ein EZ-Vorhaben. Bei der Bewertung der sozialunternehmerischen Modelle ist es daher von besonderem Interesse, inwiefern die Kundschaft die ökonomischen und sozialen Schwierigkeiten positiv beeinflussen kann und ob ein Sozialunternehmen die Graduierung, also die nachhaltige Befreiung aus der Armut, unterstützen kann. Dieser Anspruch hängt sicherlich sehr stark vom Produkt und den Leistungen eines Sozialunternehmens ab und inwiefern ein Sozialunternehmen einen ganzheitlichen Unterstützungsansatz für sich beansprucht. Im Bereich der Landwirtschaft ist hierbei sicherlich auch entscheidend, wie stark der Ansatz in die bisherigen Strukturen, Wertschöpfungsketten, Organisationsformen etc. eingreift.

### Qualität

Den vorigen Punkt aufgreifend ist es bei der Bewertung von sozialunternehmerischen Ansätzen, sollte neben der Quantifizierung der Wirkung diese auch qualitativ betrachtet und untersucht werden, relevant, mit welchen Strategien die vulnerablen Gruppen unterstützt werden. Im Bereich der Landwirtschaftsförderung hat jeder Akteur eine Verantwortung sowohl auf der Haushalts- als auch auf der sektoralen und gesellschaftlichen Ebene. *Quick gains* auf der Haushaltsebene können langfristige negative Konsequenzen sowohl auf der

Haushaltsebene als auch auf der gesellschaftlichen mit sich bringen, beispielsweise Anreize zur Umstellung auf eine input-intensivere Landwirtschaft. Dieser Punkt erfordert sehr kontextbezogene Analysen und auch immer ein Abwägen zwischen den drei genannten Ebenen, welche ggf. nicht immer Hand in Hand gehen.

### **Externalitäten**

Gerade die sektorale Betrachtung der Tätigkeiten eines Sozialunternehmens bringt ggf. Externalitäten mit sich. Sozialunternehmen bilden, unabhängig des Marktes in dem sie präsent sind, eine Konkurrenz zu privaten (lokalen und nationalen) Unternehmen. Die Marktmacht eines Sozialunternehmens, welches ggf. nur bedingt profitabel arbeiten muss und gebergestützt wirtschaftliche Schocks abfedern kann, kann andere Akteure aus dem Markt drängen.

Statt der aufgeführten (qualitativen) Kriterien nutzen Sozialunternehmen vielfach den Wert des *Social Return on Investment* (SROI), um ihre soziale Wirkung messbar zu machen und gegenüber Investoren und Gebern Rechenschaft abzulegen. Der SROI beschreibt dabei, wie viel soziale, ökonomische Wirkung für jeden investierten Dollar auf Ebene der Zielgruppe entsteht. Problematisch hierfür ist die mangelnde Vergleichbarkeit zwischen Sozialunternehmen und uneinheitliche Monitoringsysteme und Indikatoren, die am Ende den gleichen Wert ausgeben (vgl. Arvidson et al. 2013). Einkommenssteigerungen auf Haushaltsebene sind mit einer gewissen Genauigkeit zu erfassen, die Bereitstellung von Produkten, im Bereich der Landwirtschaft z.B. Gerätschaften, kreieren jedoch keinen direkten, sondern indirekten sozialen oder ökonomischen Nutzen. Zur Bewertung dieser Wirkung gibt es keine klaren Kriterien, entsprechend ist der Spielraum für die Sozialunternehmen groß, diese großzügig zu berechnen (vgl. ebd.). Diese indirekten Wirkungen zu berechnen und in den SROI einfließen zu lassen ist legitim und in gängigen SROI Ansätzen vorgesehen (vgl. Arvidson et al. 2013), macht den SROI aber zu einem künstlichen Wert. Qualitative Aspekte können in einen einzelnen Indikator nicht einfließen.

Bei einer Konzentration auf den SROI, vor allem auch bei der Bewertung der Förderwürdigkeit eines Sozialunternehmens, werden unprofitable Geschäftsbereiche problematisch für ein gebergestütztes Unternehmen. Geht es darum, den SROI möglichst hoch zu halten, um gegenüber den Gebern eine möglichst hohe Wirkung darzustellen, werden Sozialunternehmen kaum unprofitable Geschäftsbereiche wie z.B. die landwirtschaftliche Beratung, unabhängig von ihrem sozialen Nutzen aufrechterhalten. Im Bereich der Landwirtschaft spielen beispielsweise Versicherungen eine bedeutende Rolle, ganz besonders zur Resilienzsteigerung von Haushalten. Diese jedoch profitabel zu etablieren ist äußerst schwierig, gerade für kleinbäuerliche Haushalte (vgl. Surminski et al. 2016). Damit sind holistische Ansätze in der Landwirtschaftsförderung potenziell benachteiligt, da sie sehr wahrscheinlich einen kleineren SROI aufweisen als Unternehmen, welche sich auf eine bestimmte Wertschöpfungskette konzentrieren und innerhalb dieser ggf. nur einen kleinen Teil abdecken (z.B. Zulieferung von Betriebsmitteln), obwohl im Sinne der SDG der holistische Ansatz potentiell unterstützenswerter ist.

## **2.3 Gebergestützte Sozialunternehmen**

Bei einer Analyse der geförderten Sozialunternehmen durch Entwicklungsbanken, internationale Institutionen und Entwicklungsorganisationen aus dem Globalen Norden zeigen Hoyos / Angel-Urdinola (2019), dass Sozialunternehmen in der Regel durch eine

Mischung aus Krediten und Zuschüssen unterstützt werden. Die Sozialunternehmen sind vielfach im Bereich Beratung und Training, vor allem jedoch in der Bereitstellung von Finanzdienstleistungen in Südasien oder Afrika aktiv und damit in den Regionen mit den höchsten Armutsraten. Ein Großteil der untersuchten Sozialunternehmen sind NGOs, die bei der Umwandlung zum Sozialunternehmen unterstützt werden (ebd.). Auch wenn die Geschäftsmodelle dieser Sozialunternehmen sich stark von denen im landwirtschaftlichen Bereich unterscheiden, lassen sich generelle Schlussfolgerungen für die Förderung von Sozialunternehmen ziehen. Die Förderung von Sozialunternehmen, die Dienstleistungen für ärmere Bevölkerungsteile anbieten, ist finanziell riskant. Da Sozialunternehmen in der Regel in Geschäftsbereichen agieren, die privatwirtschaftliche Akteure scheuen, oder auf ein Marktversagen reagieren, ist Wirtschaftlichkeit sehr wahrscheinlich schwerer erreichbar. Durch die Förderung werden jedoch potentiell innovative Ansätze getestet, die der Privatsektor selbst nicht finanzieren würde (ebd.). Die soziale Wirkung der geförderten Sozialunternehmen kann nur schwer beurteilt werden, Evaluationen und Wirkungsanalysen fehlen. Es ist dabei unklar, ob dies an mangelnden Analysetools liegt oder das Interesse seitens der Kapitalgeber lediglich gering ist. Jedenfalls kann dadurch wenig über die Vorteile von Sozialunternehmensförderung im Vergleich zu klassischen Modellen der EZ festgestellt werden (ebd.).

Das Interesse an der Förderung von Sozialunternehmen liegt vor allem in der Annahme, dass Organisationen, die nach marktwirtschaftlichen Prinzipien arbeiten, besser auf Bedürfnisse der Zielgruppe eingehen und eine Marktinklusio n für diese Gruppe erreichen (vgl. Rogerson et al. 2014). Es erscheint zudem plausibel, dass die Förderung von Sozialunternehmen eine sehr kosteneffiziente Methode zur Implementierung bestimmter armutsorientierter Ziele ist, da die Zielgruppe einen Teil der Kosten selbst abdeckt, während bilaterale EZ Vorhaben oder NGOs vollständig finanziert werden müssen. Es sei daher nicht immer zwingend notwendig, dass sich ein Sozialunternehmen langfristig trägt, solange die Kosten für die Finanzierung geringer bleiben als das Beauftragen einer Durchführungsorganisation. Solange ein alternatives, vergleichbares Modell jedoch fehlt, ist diese Annahme nicht überprüfbar. Monitoringsysteme im öffentlichen Sektor unterscheiden sich stark von privatwirtschaftlichen Ansätzen des *continuous learning* (ebd.). Ohne vergleichbare Ansätze der Wirkungsmessung ist nur schwer zu identifizieren, ob der geförderte sozialunternehmerische Ansatz zum einen kosteneffizienter ist und zum anderen überhaupt den entwicklungspolitischen Leitlinien der fördernden Institution entspricht (ebd.).

### 3. Das myAgro Modell vor dem Hintergrund der sozio-ökonomischen Situation in Mali

#### 3.1 MyAgro als Modell<sup>2</sup>

MyAgro ist ein 2012 nach amerikanischem Recht gegründetes und in Kalifornien / USA als NGO registriertes Sozialunternehmen im Bereich der Landwirtschaftsförderung. Die Mission von myAgro ist es, Bauern und Bäuerinnen aus der Armut zu helfen. Dies soll durch eine Kombination aus der Bereitstellung von verbessertem Saatgut und Düngemitteln mittels eines Sparansatzes, landwirtschaftlicher Beratung sowie dem Verkauf von landwirtschaftlicher Gerätschaft erfolgen.

MyAgro wurde durch Frau Anushka Ratnayake gegründet, die zuvor in Kenia in einem anderen Sozialunternehmen, dem One Acre Fund tätig war<sup>3</sup>. Eine ihrer Einsichten durch die Arbeit in Kenia war, dass es Bauern und Bäuerinnen extrem schwerfiel, ihre landwirtschaftlichen Inputs mit einer einmaligen großen Zahlung zu begleichen. Wo die Menschen bei nahezu allen Waren des täglichen Gebrauchs kleine Stückzahlen für kleine Geldsummen kaufen konnten, war dies bei Saatgut und Düngemitteln nicht möglich, wodurch sich viele kleinbäuerliche Betriebe den teuren Dünger oft gar nicht erst leisten konnten.

MyAgro entwickelte daraufhin ein System, das es Bauern und Bäuerinnen möglich machte, die Zahlungen für Düngemittel und qualitativ hochwertiges Saatgut nach und nach zu leisten, und testete dies zunächst 2011 mit 240 kleinbäuerlichen Betrieben in Mali.

Das Prinzip des myAgro-Ansatzes ist es, dass Bauern und Bäuerinnen sich zunächst für den Kauf eines der verschiedenen Angebotspakete (*paquet*) entscheiden und dann die für dessen Kauf erforderliche Geldsumme über das sukzessive Einzahlen kleiner Geldbeträge zu Beginn der Anbausaison erstehen. Die KundInnen kaufen dazu Rubbelkarten (*scratch cards*), die über individuelle Identifizierungs-codes verfügen und auch für kleinste Geldbeträge erhältlich sind (siehe Abb. 1). So werden die sukzessive gesparten Summen auf das Konto des/r ProduzentIn eingezahlt und auf Mobiltelefonen registriert. Diese innovative Methode wird als *Mobile Layaway System* bezeichnet, was bedeutet, dass es eine Vereinbarung zwischen Verkäufer und Käufer gibt, nach der der Verkäufer einen Artikel für den Käufer reserviert, bis dieser alle dafür erforderlichen Zahlungen geleistet hat.

Ziel von myAgro ist es, im Jahre 2026 die Einkommen von einer Million Kleinbauern und Kleinbäuerinnen um 1,50 US\$ pro Tag zu erhöhen. Ein weiterer wichtiger Indikator ist die Sozialrendite, der SROI (*Social Return on Investment*), der es erlaubt zu berechnen, was jeder gespendete und investierte Dollar pro ProduzentIn bringt. Der SROI von myAgro liegt bei 4,90 \$ pro ProduzentIn.

MyAgro ist ebenfalls in Senegal und Tansania tätig. Dort sind Ansatz und Aktivitäten ähnlich wie in Mali, allerdings ist der Frauenanteil bei den KundInnen wesentlich geringer als in Mali und liegt beispielsweise in Tansania derzeit bei nur 30%.

---

<sup>2</sup> Informationen dieses Abschnitts basierend auf <https://www.myagro.org/gallery/> sowie <https://borgenproject.org/tag/mobile-layaway/>.

<sup>3</sup> Vergleiche hierzu AVE-Studie 29 von Rieber, Kiplagat und Gaesing (2022).

### 3.2 Aktivitäten von myAgro in Mali<sup>4</sup>

In Mali startete myAgro im Jahre 2012 mit seinen Aktivitäten. Der in Mali genutzte Name für myAgro ist ng'aSènè. Das Programm in Mali wird mit einer Summe von 12 Mio. Euro im Rahmen der Sonderinitiative des BMZ EINEWELT ohne Hunger (SEWOH) durch die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) gefördert. Diese Mittel erlauben eine Ausweitung und Skalierung der Geschäftstätigkeit von myAgro in Mali und potenziellen weiteren Ländern in Sub-Sahara Afrika.

Nach einer in 2020 von myAgro durchgeführten Wirkungsstudie<sup>5</sup> gab es in Mali etwa 54.000 myAgro KundInnen, von denen 80% Frauen waren. Die Bauern und Bäuerinnen bezogen mit 70% mehrheitlich das Erdnusspaket, zu 23% das Sorghumpaket und zu 5% das Maispaket. Nach Erhebungen der Organisation konnten sie ihr tägliches Einkommen, gegenüber Nicht-myAgro-KundInnen, durch myAgro-Aktivitäten um durchschnittlich 19% erhöhen und hatten 88% mehr Nahrungsmittel aus Eigenproduktion zur Verfügung. MyAgro achtet in ihrer Produktpalette auf nährstoffreiche Anbauprodukte und gibt damit Ernüssen und Okra den Vorzug vor Mais. Sie heben sich damit explizit von Sozialunternehmen wie beispielsweise dem One Acre Fund in Ostafrika oder Babban Gona in Nigeria ab, die einseitig die Maisproduktion fokussieren. Jedem Paket wird Gombo beigelegt, um das Einkommen der KundInnen zu erhöhen. In der Anbausaison 2021/22 wird bei manchen Paketen auch die Niébé-Bohne beigelegt, die gleichzeitig sehr nahrhaft ist und den KundInnen ein Zusatzeinkommen verschaffen kann<sup>6</sup>.

Zur Zeit unserer Untersuchung werden unterschiedliche Pakete von myAgro in Mali angeboten, als Beispiel seien hier die Preise für das Erdnusspaket angeführt

- 0,125 ha : 28 000 FCFA;
- 0,25 ha : 48 000 FCFA;
- 0,5 ha : 82 000 FCFA;
- 1 ha : 145 000 FCFA<sup>7</sup>.

Die Erreichung der bäuerlichen Bevölkerung erfolgt über ein weit verzweigtes Netz von *Village Entrepreneurs* (VE), Personen aus den Dörfern, in denen myAgro agiert oder agieren möchte. Die erfolgreichen BewerberInnen erhalten eine sechswöchige Fortbildung über die Beratungsansätze und -inhalte sowie die Angebote von myAgro. Im Jahre 2021 erhielten laut myAgro-Berichten 949 VE die Trainings. MyAgro verfügt zudem über ausgebildete landwirtschaftliche BeraterInnen, deren Rolle es ist, die myAgro-KundInnen in den Techniken, die von dem Unternehmen propagiert werden, fortzubilden. Diese Trainings beinhalten verschiedene Techniken wie Reihenaussaat, Mikrodosierung und Aufbringen von Düngemitteln sowie Kompostbereitung. Die Module für die Fortbildung geben auch an, dass Fortbildungen in Kompostnutzung und boden- und wasserkonservierenden Maßnahmen erfolgen. Die von uns befragten Bauern und Bäuerinnen erwähnten diese Techniken jedoch nicht oder kaum.

---

<sup>4</sup> Informationen basierend auf Interviews mit Verantwortlichen von myAgro sowie aus Berichten, die auf <https://www.myagro.org> zur Verfügung gestellt werden.

<sup>5</sup> MyAgro (2021): Quarterly Report FY 2021 Q1 & Q3, New York.

<sup>6</sup> Während der Feldforschung in Mali wurde dem Forschungsteam signalisiert, dass Niébé als Beigabe an diejenigen KundInnen verteilt würde, die ihre Fläche mit myAgro-Produkten im Vergleich zum Vorjahr aufstockten.

<sup>7</sup> Der Wechselkurs betrug im November 2021, also zum Zeitpunkt der Studie 1 Euro = 656 FCFA.



Abb. 1: Rubbelkarten für den Kauf von myAgro Paketen.

### 3.3 Sozio-ökonomische Situation und Armut in Mali

Das Sozialunternehmen myAgro agiert in Mali in einem Umfeld, in dem 47,2% der über 20 Millionen EinwohnerInnen<sup>8</sup> unterhalb der Armutsgrenze leben<sup>9</sup>. Nach dem Multidimensional Poverty Index sind es sogar 68,3%<sup>10</sup>. Nach Angaben der Weltbank lag die Armutsrate von 2011 bis 2015 aufgrund der angespannten Sicherheitslage bei 47,2%. Sie verbesserte sich um 2019 aufgrund von Rekordernten in der Landwirtschaft auf 42,3%, sank aber 2020 aufgrund einer politischen Krise wieder um 5%<sup>11</sup>.

Auch die COVID-19 Pandemie fordert in Mali ihren Zoll. So schätzt die Weltbank, dass sich die Armutsrate aufgrund von Corona im Jahre 2022 um 4,8% erhöhen wird. Etwa 900.000 Menschen seien aufgrund von reduzierten Rücküberweisungen (*remittances*) von MigrantInnen, gestiegenen Lebenshaltungskosten und Einkommenseinbußen wieder zurück in die Armut gefallen<sup>12</sup>.

Die *dependency ratio* ist mit 98,0 sehr hoch, wobei dies in Mali hauptsächlich durch die *youth dependency ratio* bedingt ist, die bei 93,1 liegt (CIA World Factbook 2020)<sup>13</sup>. Das

<sup>8</sup> Schätzungen der Weltbank zufolge liegt die Bevölkerungszahl in Mali 2020 bei 20.250.835 (<http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/MLI>).

<sup>9</sup> <https://www.worldbank.org/en/country/mali/overview#1>

<sup>10</sup> <http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/MLI>

<sup>11</sup> <https://www.worldbank.org/en/country/mali/overview#1>

<sup>12</sup> <https://gho.unocha.org/mali>

<sup>13</sup> Die *dependency ratio* bemisst, wieviele nicht arbeitende Menschen (Kinder bis zu 15 Jahren und ältere Menschen ab 65 Jahren) von der arbeitenden Bevölkerung abhängig sind. Je niedriger sie ist, desto weniger Menschen sind von der arbeitsfähigen Bevölkerung abhängig. Im Vergleich liegt im Jahre 2020 die Rate in Kenia bei 69,8, in Kambodscha bei 55,7 und in Deutschland, das einen hohen Anteil älterer Menschen hat, bei 55,4 (<https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/mali/#people-and-society>).

Bevölkerungswachstum mit 2,97% sowie die Fertilitätsrate von sechs Kindern pro Frau sind auch im afrikanischen Vergleich recht hoch (ebd.).

55,3% der malischen Bevölkerung leben heute in ländlichen Gebieten gegenüber 73% im Jahre 1998 (vgl. Les Editions Jeune Afrique 2001). Der größte Teil der Bevölkerung lebt in den südlichen Landesteilen zur Grenze nach Burkina Faso und Côte d'Ivoire hin, wo die landwirtschaftlichen Anbaubedingungen mit einem jährlichen Niederschlag von 1300mm an der ivoirischen Grenze, 1100mm in Bougouni und Sikasso, 900mm in Bamako und ca. 700mm zwischen Ségou und Mopti bei einer ausgeprägten Regenzeit im Jahr von Mai bis Oktober (südlich von Bamako bereits im März beginnend) recht gut sind (vgl. Les Editions Jeune Afrique 2001).

Mali steht im Jahr 2020 an 184. Stelle (von 188 Ländern) des Human Development Index<sup>14</sup>, was es zu einem der ärmsten Länder der Erde macht. Ernährungsunsicherheit ist eins der Hauptprobleme für die Bevölkerung in Mali. Nach Angaben des World Food Programme sind 19% der Haushalte ernährungsunsicher<sup>15</sup>. In den von Sicherheitsproblemen und internen Fluchtbewegungen geprägten Regionen wie Mopti und Gao liegt der Anteil der ernährungsunsicheren Bevölkerung mit 34% bzw. 28,4% allerdings noch höher. Andere Quellen sprechen sogar von einem Anteil von ernährungsunsicheren Haushalten von 63% im Mai 2020, wobei für 12% der Haushalte angegeben wird, sehr stark ernährungsunsicher zu sein (Weltbank 2021: 35). Das World Food Programme gibt an, dass 30,4% der Kinder unter fünf Jahren unter chronischer Unterernährung leiden, was zu *stunting* führt (vgl. Fußnote 14).

Landwirtschaft, Agropastoralismus und nomadische Viehwirtschaft bilden die Lebensgrundlage für 80% der Haushalte in Mali (FAO 2017: 4), wobei hauptsächlich Baumwolle als *cash crop* und Reis, Mais, Hirse und Sorghum als Nahrungsmittel angebaut werden. Die staatliche Baumwollgesellschaft *Compagnie Malienne pour le Développement des Textiles* (CMDT) fördert den Baumwollanbau durch subventionierte Düngemittel und die Vermarktung über die Bildung von Kooperativen. Nach Angaben der FAO (2017) liegen die Herausforderungen in der Landwirtschaft Malis hauptsächlich im Bereich der innovativen Technologien, der Bewässerung, der privaten Lagerungsmöglichkeiten und Infrastruktur sowie den Preisfluktuationen.

Ein großer Anteil der Böden ist durch Anbaupraktiken, die das Wasser nicht im Boden halten, degradiert. Dies verschärft Armut und Ernährungsunsicherheit<sup>16</sup>. Verstärkt werden die Übernutzung und das Auslaugen der Böden in Mali auch dadurch, dass jahrzehntelang die Ackerbaukulturen gegenüber dem Nomadismus bevorzugt wurden. Viele Nomaden wurden auch dazu gedrängt, sich sesshaft niederzulassen, was lokal den Druck auf Boden und Wasser erhöhte (vgl. Bliss / Gaesing 1992).

Der Zugang zu Finanzmitteln im ländlichen Raum wird vor allem von der CMDT angeboten. Nach Diamontene / Jatoe (2020: 462) beziehen 53,47% der KreditnehmerInnen ihre Kredite über die CMDT. Die anderen KreditnehmerInnen beziehen ihre Kredite in der Regel über informelle Finanzquellen (30,88%), darunter 13,65% von anderen Haushaltsmitgliedern, 1,79% über informelle Spar- und Kreditgruppen, im frankophonen Westafrika auch *tontine* genannt, 11,19% über Kooperativen und 4,25% über andere Quellen. Nur 10,96% der Kredite

---

<sup>14</sup> <http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/MLI>

<sup>15</sup> <https://www.wfp.org/countries/mali>

<sup>16</sup> <http://www.fao.org/3/ca9193en/ca9193en.pdf>

wurden von formalen Institutionen vergeben, darunter 8,72% durch Mikrofinanzinstitutionen (MFI) und ländliche Banken sowie 2,24% durch konventionelle Banken.

Lediglich die Banque Nationale du Développement Agricole (BNDA) ist auf den ländlichen Raum ausgerichtet. Nach Informationen von leitenden MitarbeiterInnen der BNDA in Bamako<sup>17</sup> verfolgt die BNDA zwei unterschiedliche Finanzierungsmodelle: Kredite über Kooperativen oder individuelle Kredite. Ihre Reichweite in den ländlichen Raum garantiert die BNDA über 46 Niederlassungen im ganzen Land. Die Filialleiter leiten derzeit Kreditanfragen an die Zentrale in Bamako zur Beurteilung weiter, sollen jedoch zukünftig lokal mit mehr Entscheidungskompetenz ausgestattet werden. Zudem verfügt die BNDA über einen Stab von ländlichen BeraterInnen, die Beratung und Kundenwerbung vor Ort machen und ggf. auch Felder, die als Sicherheit eingesetzt werden, inspizieren. Die BNDA berechnet 10% Zinsen für einen Kredit.

Informelle, rotierende Spar- und Kreditgruppen sind in ganz Afrika vor allem bei Frauen sehr verbreitet. Im Allgemeinen tun sich 10 bis 20 Frauen zusammen und legen nach eigener Absprache einen bestimmten Geldbetrag pro Woche oder Monat zur Seite, der von der durch die Gruppe bestimmte Kassenführerin aufbewahrt wird. Je nach Vereinbarung erhält ein Mitglied den gesamten Gruppenbetrag am Ende eines Monats und kann damit Ausgaben für den Haushalt oder für den Aufbau oder die Erweiterung einer einkommenschaffenden Tätigkeit bestreiten (vgl. Gaesing 2001).

Nicht zu vernachlässigen ist auch das durch die Gruppe entstehende Sozialkapital unter ärmeren Personen. Durch die regelmäßigen Treffen kennen die Mitglieder sich untereinander persönlich und stehen vielmals in Notsituationen füreinander ein. So können Mitglieder für den Krankheitsfall oder eine Beerdigung Geld aus dem Konto entnehmen oder bei Zahlungsschwierigkeiten einen Kredit auch ohne Konsequenzen um einige Wochen verlängern. Die situative Einschätzung und Empathie der Gruppe unterscheidet Spar- und Kreditmechanismen der bäuerlichen Selbstorganisation stark von formellen oder informellen Finanzdienstleistern. Dadurch bekommen die (Frauen)Gruppen eine ganz besondere Bedeutung für vulnerable Bevölkerungsteile (vgl. Bruchhaus 2016, Koumaré 2018, Wichterich 2015). Gaesing / Gutema (2019) berichten für Äthiopien, dass Gruppen explizit einen Teil der Sparsumme für soziale Zwecke beiseitelegen. Koumaré (2018) berichtet dasselbe für Mali.

---

<sup>17</sup> Interview am 9.11.2021.

## 4. Methodik der Studie

Die hier vorgestellte Untersuchung wurde als Tandem-Studie konzipiert und seitens des INEF von Karin Gaesing und Arne Rieber im November 2021 durchgeführt. Das Forschungsteam arbeitete dabei im Tandem mit den lokalen Gutachtern Dr. Mamadou Koumaré und Yacouba Zanga Koné. Gemeinsam wurden zunächst ExpertInneninterviews in Bamako durchgeführt, die Forschungsinstrumente getestet und verfeinert, InterviewerInnen trainiert und erste Untersuchungen in den Dörfern durchgeführt. Nach Abreise des INEF- Forschungsteams führten die beiden malischen Gutachter die Studie eigenständig fort.

Die Forschung umfasste drei Methoden, die einander ergänzend sowie zur Triangulation der Daten eingesetzt wurden. Mit Hilfe von sechs InterviewerInnen (drei Männer, drei Frauen) wurde eine Haushaltsbefragung mittels eines standardisierten Fragebogens durchgeführt. Die befragten Haushalte wurden nach dem Zufallsprinzip ausgewählt. Die Befragung richtete sich sowohl an solche Haushalte, die an myAgro Aktivitäten teilnehmen als auch an solche, die dies nicht oder nicht mehr tun. Die Themen des Fragebogens fokussierten die Haushaltszusammensetzung, Haushaltsausstattung (*assets*), Landbesitz und Viehbesitz, einkommensrelevante Tätigkeiten (vor allem Landwirtschaft), Gründe und Vorteile einer myAgro Teilnahme sowie Gründe für einen Austritt oder eine Nicht-Teilnahme, Spill-over Effekte der myAgro Aktivitäten sowie eine Einschätzung der sozio-ökonomischen und Ernährungssituation. Die insgesamt 586 Teilnehmenden an der Haushaltsbefragung sind in Tab. 1 nach den beiden Untersuchungsregionen Koulikoro und Sikasso aufgeschlüsselt aufgeführt.

Tab. 1: Teilnehmende an der Haushaltsbefragung nach Projektregionen

Untersuchungsregion	myAgro KundIn	Nicht-KundIn von myAgro	Gesamt
Sikasso	316	193	509
Koulikoro	42	35	77
Gesamt	358	228	586

Des Weiteren wurden insgesamt 15 Fokusgruppendifkussionen (FGD) in denselben Dörfern durchgeführt, in denen auch die Haushaltsbefragungen stattfanden. Es fanden neun FGD mit Frauen statt, vier FGD nur mit Männern und zwei FGD in gemischten Gruppen. Thematisch ging es bei den FGD um die Einschätzung der DorfbewohnerInnen zu den Herangehensweisen, Aktivitäten, Angeboten, positiven und negativen Wirkungen von myAgro. Außerdem wurden eine Einkommens- und eine Ausgabenanalyse aus dem Methodenschatz des Participatory Rural Appraisal (PRA) durchgeführt (siehe Abb. 2 und 3).

Abb. 2: Durchführung einer Einkommens- und Ausgabenanalyse im Rahmen einer FGD mit Frauen



Abb. 3: Ergebnis einer Einkommensanalyse



Die dritte angewendete Methode ist das leitfadengeführte Intensivinterview, welches mit 15 Frauen und 17 Männern durchgeführt wurde. Diese insgesamt 32 Interviews betrafen ausschließlich myAgro-Mitglieder und beinhalteten Fragen zum Hausstand, zu den Einkommensquellen und Haushaltsausgaben, wobei beides auf jährlicher Basis von den Befragten quantifiziert wurde. Ebenso wurde die persönliche Meinung zum Nutzen und den Herausforderungen von myAgro erfragt.

Weit mehr als die Hälfte der befragten Haushalte ist polygam. Für die Erfassung von Daten spielt dies insofern eine Rolle, als Ehefrauen in der Regel lediglich über ihr eigenes Einkommen und ihre eigenen Aktivitäten genau Auskunft geben können, nicht aber über die

Aktivitäten ihrer Mitehefrauen oder ihres Ehemannes. Ehemänner hingegen haben zwar den Überblick über das von ihnen und ihren Frauen bewirtschaftete Land, weil die Frauen in der Regel ein Stück Land vom Ehemann für den eigenen Anbau erhalten. Der Ehemann ist häufig aber nicht gut informiert über die anderen ökonomischen Aktivitäten seiner Frauen. Hier besteht innerhalb von Familien auch die Tendenz, eigenes Einkommen nicht gegenüber allen offenzulegen.

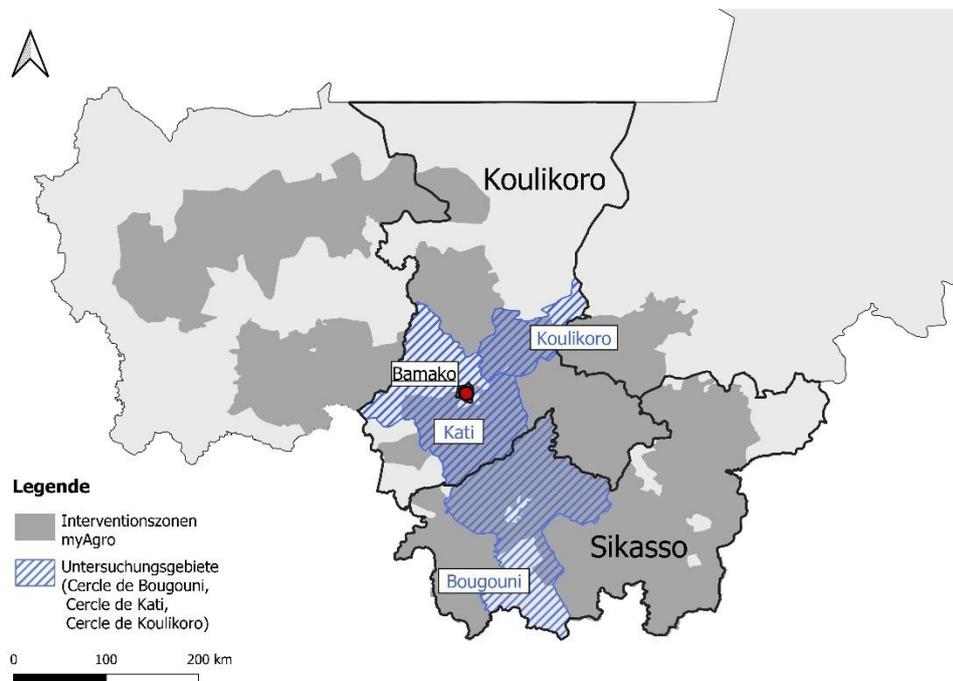
Durch die Triangulation der Daten mittels quantitativer Befragung, FGD mit Männern und Frauen getrennt sowie Intensivinterviews mit Männern und Frauen kann auch in der oben beschriebenen Situation ein relativ verlässliches Bild der ökonomischen Aktivitäten der Haushalte sowie der erzielten Erträge und Einkommen gezeichnet werden.

## 5. Ergebnisse der Untersuchung

### 5.1 Die Lebenssituation der Menschen im Untersuchungsgebiet

Die Feldforschung fand nach Beratung mit den Verantwortlichen der KfW und von myAgro über die Sicherheitslage und über die Projektaktivitäten in den Regionen Koulikoro und Sikasso statt. In der Region Koulikoro wurden Dörfer der *Cercles* Koulikoro und Kati (dort in der *Commune* de Bancoumana) aufgesucht, in der Region Sikasso waren Dörfer des *Cercle* Bougouni (dort in der *Commune* de Bougouni) Gegenstand der Untersuchungen (vgl. Abb. 4)<sup>18</sup>. Beide Regionen sind von den klimatischen Bedingungen her mit 900 bis 1100mm Niederschlag im Jahr vergleichbar, wobei in Bancoumana etwas mehr Regen fallen kann als in Bougouni. Der eigentliche Unterschied ist jedoch, dass die Region Sikasso, und damit auch Bougouni, zum Beratungsgebiet der CMDT gehört und damit der Baumwollanbau vor allem für die Männer einen wichtigen Platz einnimmt.

Abb. 4: Die Untersuchungsgebiete der Studie in Mali



Quelle: Karte erstellt im Juni 2022 durch Fabio Pruß

Die durchschnittliche Größe der befragten Haushalte liegt bei 10,92 Personen. Die Haushalte von myAgro-Mitgliedern sind mit 11,54 Personen etwas größer als die von Nicht-Mitgliedern mit 9,95 Personen (siehe Tab. 2). Dazu kommt, dass der Anteil der polygamen Haushalte mit 68% bei den myAgro Mitgliedern größer ist als bei den Nicht-Mitgliedern mit 49%.

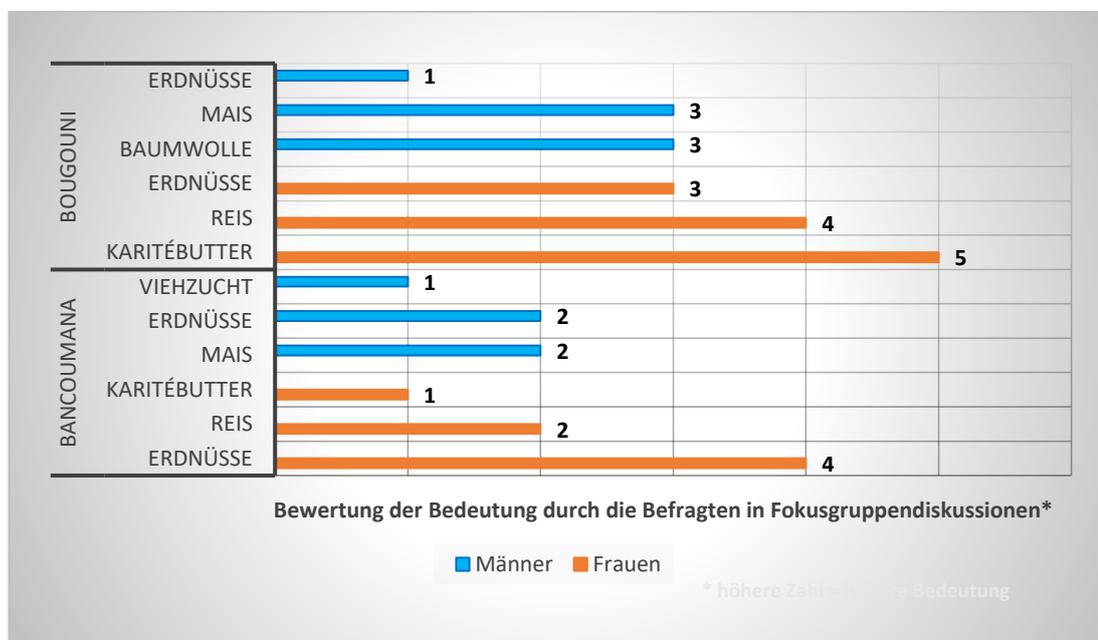
<sup>18</sup> In Mali ist die Region die höchste administrative Ebene nach der Nation. Darauf folgt der *Cercle*, darauf die *Commune*.

**Tab. 2: Charakteristika der Haushalte im Vergleich**

	myAgro KundInnen (N=358)	Referenzgruppe (N=227)
Ø Personen je Haushalt	9,95	11,54
Ø Landbesitz in ha	12,36	9,99
Median Landbesitz in ha	10	8
Ø Landbesitz in ha/Person	1,23	1,19
Sekundäre Schulbildung oder höher des Mannes	7,0%	8,8%
Sekundäre Schulbildung oder höher der Frau	3,6%	5,7%
Haushalte mit Fernseher	56,9%	50,2%
Haushalte mit Pflug	84,9%	80,0%
Ø Tropical Livestock Unit (TLU) <sup>19</sup>	9,65	6,69
Median TLU	4,45	3,17
Ø TLU pro Person	0,97	0,79
Median TLU pro Person	0,46	0,37

Die Menschen in den beiden Untersuchungsregionen leben überwiegend von der Landwirtschaft und verbinden diese mit Viehhaltung. Die Menschen beklagen, dass ihre Böden ausgelaugt seien („*nos terres sont fatiguées*“). Die Anbaufrüchte sind in beiden Regionen die gleichen, ihre Gewichtung unterscheidet sich jedoch etwas, wie aus Abb. 5 deutlich wird.

Abb. 5: Einkommensquellen von Frauen und Männern nach Untersuchungsregionen



<sup>19</sup> Für die Studie wird ein vereinfachter Tropical Livestock Unit (TLU) Wert angegeben, welcher den Viehbestand pro Haushalt zusammenfasst. Für Rinder wird dabei ein Wert von 0,7 je Tier eingesetzt, 0,1 für Ziegen und Schafe sowie 0,01 für Hühner.

In Bougouni prägt die Präsenz der CMDT die Bedeutung der Anbaukulturen. Sie fördert den Baumwollanbau, der traditionell eher von Männern betrieben wird. Über die CMDT, die subventionierten Dünger an die Bauern verkauft, können auch Düngemittel für den Maisanbau erworben werden. Daher steht dort der Mais nach der Baumwolle an zweiter Stelle der Einkommensquellen für Männer.

Erdnüsse, Reis und Mais spielen die wichtigste Rolle sowohl für den Eigenbedarf der Familien als auch für deren Einkommen. Einige Haushalte erzielen auch mit dem Verkauf von Mangos, Wassermelonen sowie Gemüse aus dem Bewässerungsanbau ein Einkommen. Vor allem bei Männern kommt der Verkauf von Vieh hinzu. Frauen erzielen einen beträchtlichen Teil ihres Einkommens aus dem Verkauf von Karitébutter, die aus den gesammelten und verarbeiteten Nüssen des auf den Feldern und in der Savanne weit verbreiteten Karitébaums erzeugt wird<sup>20</sup>. Außerdem sind Frauen in der Goldwäscherei, der Töpferei und dem Kleinhandel tätig.

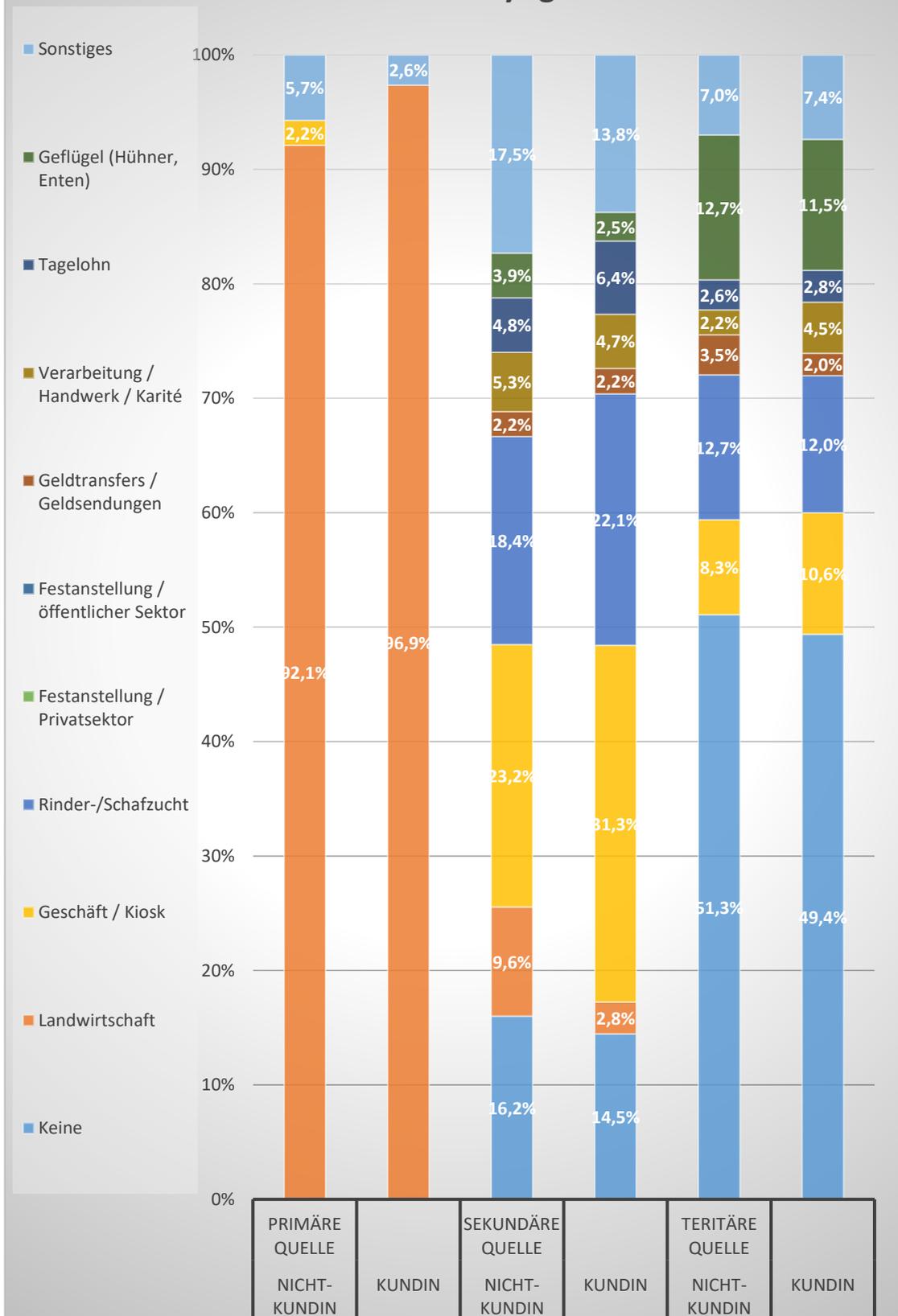
Abb. 6: Das Schälen der Erdnüsse wird gemeinschaftlich organisiert



---

<sup>20</sup> Vgl. zu Karitéverarbeitung auch Gaesing / Herold 2019.

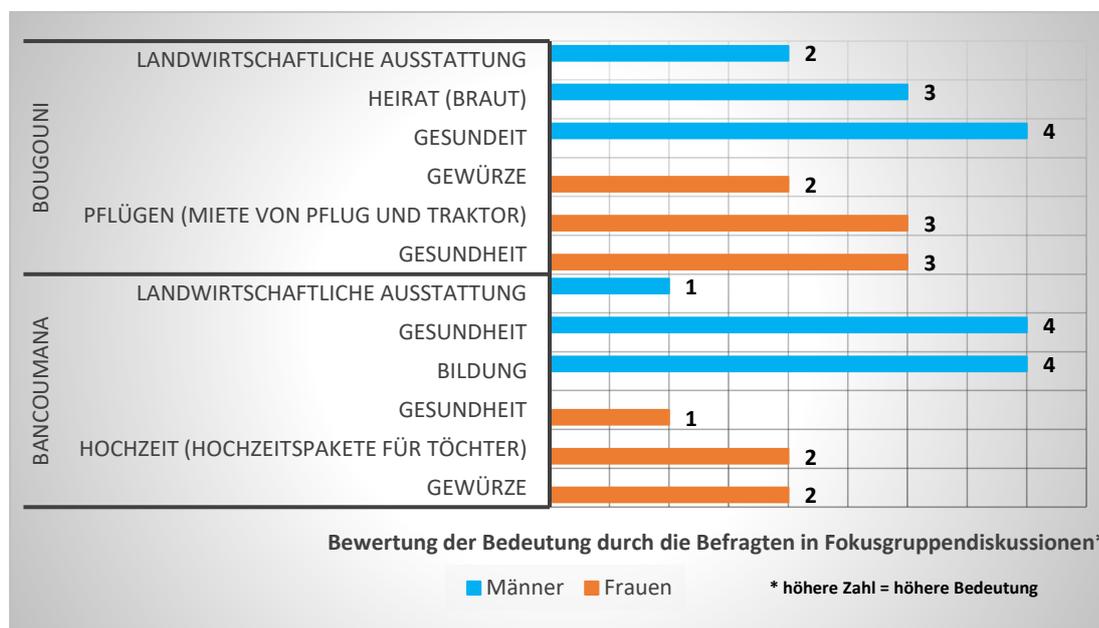
**Abb. 7: Einkommensquellen (in %) von myAgro-KundInnen und Nicht-myAgro-KundInnen**



Die Haushaltsbefragung ergab hinsichtlich der Einnahmequellen der Haushalte, dass 96% der myAgro Haushalte als primäre Einkommensquelle die Landwirtschaft nannten, wohingegen dies bei den Referenzhaushalten nur 91,1% sind (siehe Abb. 7). Eine Diversifizierung der Einkommensquellen erfolgt erst bei den sekundären und tertiären Aktivitäten. Hierbei tritt deutlich die Bedeutung von Viehhaltung und Handel hervor, wobei beide Aktivitäten bei den myAgro-Haushalten einen größeren Beitrag zum Haushaltseinkommen leisten als bei denjenigen, die nicht mit myAgro zusammenarbeiten. Im Zusammenhang mit den Informationen aus den FGD und den Intensivinterviews kann man dies dahingehend interpretieren, dass myAgro Haushalte ihr zusätzliches Einkommen in die Viehhaltung und den Aufbau eines Handels investieren, dadurch Sicherheiten bilden und ihre Einkommensquellen gezielt diversifizieren.

Bei den Haushaltsausgaben stehen Ausgaben für die täglichen Soßenzutaten, medizinische Behandlung (hauptsächlich von Kindern mit Malariaerkrankung), Heirat und die landwirtschaftliche Produktion im Vordergrund (vgl. Abb. 8). Diese sind unter Männern und Frauen unterschiedlich gewichtet, wobei sich häufig die Eheleute untereinander helfen. Die Zuständigkeit für die tägliche Soße obliegt dabei in der Regel der Frau, Gesundheitsausgaben werden von beiden bestritten und bei den landwirtschaftsbezogenen Ausgaben investieren die Männer in der Regel in die Familienfelder, während die Frauen sich um ihre eigenen Felder kümmern. In Bezug auf Heiraten sind Frauen für die Aussteuer ihrer Töchter zuständig, während die Ausgaben der Männer in diesem Bereich die Heirat mit einer weiteren Ehefrau betreffen.

Abb. 8: Ausgabenstruktur der Haushalte nach Untersuchungsregion und Geschlecht



Monetär halten sich Ausgaben und Einnahmen etwa die Waage. Im Rahmen der Erhebung zeigte sich, dass die Befragten sich in der Regel recht frei über ihre Ausgaben äußerten, während sie in Bezug auf ihre Einnahmen sehr zurückhaltend waren. Dies ist kulturell bedingt. Zum einen haben Ehepartner zumeist keine genaue Kenntnis über ihre gegenseitigen Einnahmen, was Gaesing (2001) auch für Ghana bestätigt. Zum anderen würden die Menschen in Mali glauben, Auskünfte über die Anzahl ihrer Rinder oder das durch den Verkauf von Rindern erzielte Einkommen würde das Wachstum der Rinder bremsen.

Das durch die FGD und Intensivinterviews ermittelte Einkommen der Bauern und Bäuerinnen variiert zwischen 1 – 3 Millionen FCFA für Männer und 800.000 bis 2 Millionen FCFA für Frauen. Die Ausgaben werden von Männern und Frauen jeweils etwa gleich hoch eingeschätzt wie ihre Einnahmen.

Für einen Durchschnittshaushalt mit einem Mann, seinen zwei Ehefrauen und 7 Kindern (also ca. 10 Personen) bedeutet dies bei einem angenommenen Einkommen des Mannes von 2 Mio. FCFA, beider Frauen von je 1 Mio. FCFA ein Pro-Kopf Einkommen von 1,82 US\$ pro Tag. Die Haushalte der Projektregion würden somit unter der Grenze für extreme Armut von 1,90 US\$/Tag liegen. Auch wenn wir das Einkommen der Ehepartner aufgrund der bereits erwähnten Unwägbarkeiten als etwas höher einschätzen, können sicherlich nur wenige Haushalte die Armutsgrenze hinter sich lassen. Somit erreicht myAgro im Untersuchungsgebiet ihre Zielgruppe der armen Haushalte.

## 5.2 Die Beziehungen zwischen myAgro und ihren KundInnen

Bei mehr als der Hälfte (53,9%) der befragten myAgro-Haushalte ist eine Person Mitglied bei myAgro. Bei 27,1% der Haushalte sind zwei Personen Mitglied, bei 7,3 % sind es sogar drei oder mehr Personen. In 48 Haushalten sind beide Ehegatten myAgro-Mitglieder, in 197 Haushalten ist nur die Frau Mitglied und lediglich in 10 Haushalten ist nur der Mann Mitglied. Damit wird myAgro im Untersuchungsgebiet dem Ziel gerecht, Frauen als Hauptklientel zu erreichen.

Das Jahr, in dem die Befragten die Kundschaft bei myAgro begannen ist unterschiedlich, jedoch waren über 50% der Befragten in beiden Untersuchungsgebieten bereits seit 2017 oder früher regelmäßige KundInnen bei myAgro.

Als Grund für das Eingehen einer Geschäftsbeziehung mit myAgro wurde von 54,7% der Mitglieder der Zugang zu besseren Inputs genannt. 25,7% nannten als Beitrittsgrund, dass sie Erfolge bei anderen myAgro-KundInnen in ihrer Gemeinde gesehen hätten. 7% nannten die sichere Art des Sparens, 4,7% den Erhalt von Training und 7,8% gaben andere Gründe an. Die Gewichtung der Gründe ist bei Männern und Frauen leicht unterschiedlich, wie aus Tab. 3 zu ersehen ist.

Tab. 3: Beitrittsgründe zu myAgro

	Mann und Frau		Frauen		Männer	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Zugang zu besseren Inputs	42	51,2%	142	57,0%	12	44,4%
Erfolge von anderen in der Gemeinde	18	22,0%	69	27,7%	5	18,5%
Sichere Art zu sparen	8	9,8%	13	5,2%	4	14,8%
Training	3	3,7%	11	4,4%	3	11,1%
Andere	11	13,4%	14	5,6%	3	11,1%

Die überwiegende Mehrheit der KundInnen (78,7%) kaufte Dünger für den Erdnussanbau. Es folgt Okra mit 38,2%, wobei Okrasamen in der Regel als Beigabe zum Erdnussanbau gegeben wird. 14,3% erwarben Qualitäts-Saatgut und Dünger für den Reisanbau, 14,3% dasselbe für den Maisanbau und 4,5% für den Anbau von Sorghum (siehe Tab. 4).

Tab. 4: Von den befragten myAgro-KundInnen gekaufte Pakete

		Anzahl	Prozent der Fälle
Produkte	Erdnuss	280	78,7%
	Okra	136	38,2%
	Mais	51	14,3%
	Reis	32	9,0%
	Sorghum	16	4,5%
Gesamt		515	144,7%

Je nach Untersuchungsregion gibt es bei den Paketen, die die myAgro-KundInnen bevorzugt kaufen, leichte Unterschiede. So haben mehr KundInnen in Sikasso (80,1%) als in Koulikoro (67,5%) die Düngemittel für den Erdnussanbau gekauft, bei Mais ist der Prozentanteil in Koulikoro etwas höher. Mit 9,8% liegt Sikasso bei Reis klar vor Koulikoro mit 2,5% der KundInnen. Okra beziehen in Koulikoro 57,5% der KundInnen, wohingegen es in Sikasso nur 35,8% sind, was der Annahme widerspricht, dass Okrasamen generell im Zusammenhang mit dem Erdnusspaket vergeben wird.

Mit der Registrierung als myAgro-KundIn wählen die Bäuerinnen und Bauern ein Produktpaket, passend für die gewünschte Anbaufläche aus. Durch den Preis des Paketes ergibt sich bis kurz vor der Auslieferung ein Sparziel für die KundInnen. Erreicht eine Person das Sparziel nicht, wird das Paket automatisch auf die nächst kleinere Größe reduziert. Das angesparte Geld wird wieder ausbezahlt, wenn ein/e KundIn den Preis des kleinsten Pakets nicht erreicht. In diesem Fall behält myAgro jedoch 10% Bearbeitungsgebühr ein.

Im Untersuchungsgebiet geben 85% der myAgro-KundInnen an, dass sie in der letzten Anbausaison ihr Sparziel erreicht hätten, also die geplante Sparsumme, um ein bestimmtes Paket erwerben zu können, auch aufbringen konnten. Hierbei liegt die Erfolgsrate in Koulikoro mit 95,1% noch etwas höher als in Sikasso mit 84,3%. Wie erfolgreich Männer und Frauen jeweils sparen konnten, geht aus Tab. 5 hervor. Es zeigt sich, dass Haushalte, in denen nur die Frau Mitglied ist, etwa doppelt so häufig ihr Ziel nicht erreichen wie Haushalte, in denen beide Ehepartner Mitglieder sind. Von den 26 Männern, die allein Mitglied sind, erreichte lediglich einer sein Sparziel nicht.

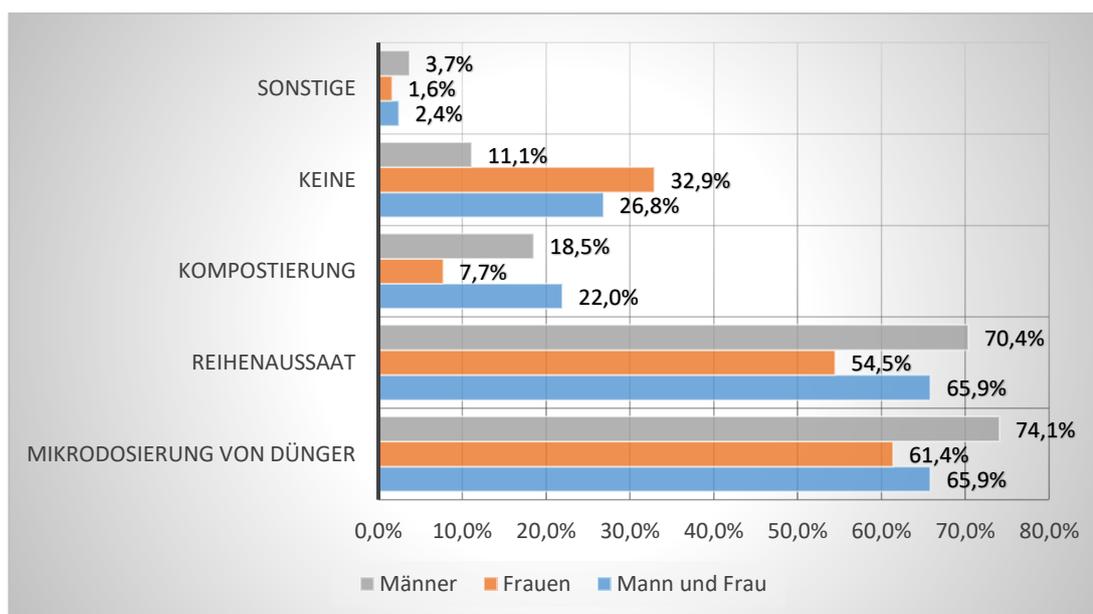
Tab. 5: Erreichung der selbst gesetzten Sparziele in der letzten Anbausaison

MyAgro KundInnen	Mann und Frau		Frauen		Männer	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Sparziel erreicht	75	91,5%	203	82,5%	25	96,2%
Sparziel nicht erreicht	7	8,5%	43	17,5%	1	3,8%

Von den befragten myAgro-KundInnen haben mit 27,4% bereits etwa ein Drittel einmal eine Anbausaison mit dem Kauf von Inputs aussetzen müssen. In 54,5% der Fälle wurde dabei als Grund Geldmangel angegeben. Eine schlechte Ernte gaben 2% der Aussetzenden an und 43,4% nannten andere Gründe wie mangelnde Gesundheit, Schwangerschaft, Reisen und mangelnde Arbeitskraft.

Neben dem Kauf von Qualitäts-Saatgut und Düngemitteln ist für die myAgro-KundInnen die Beratung in landwirtschaftlichen Kulturtechniken wichtig, wie aus Abb. 9 hervorgeht.

Abb 9: Von myAgro KundInnen angewendete landwirtschaftliche Beratungsinhalte



Die gezielte Dosierung von Düngemitteln sowie die Reihenaussaat werden dabei am häufigsten angewandt, wobei Männer die Beratungsinhalte insgesamt deutlich mehr anwenden als Frauen. Vor allem Frauen bemängeln, dass die Reihenaussaat sehr viel mehr Zeit in Anspruch nimmt, als das Saatgut mit der Hand breitwürfig auszuwerfen, wie es traditionell üblich ist. Aufgrund ihrer generell schon hohen Arbeitsbelastung sind Frauen weniger bereit als Männer, die neuen arbeitsintensiveren Techniken anzuwenden.

Die Bäuerinnen und Bauern begrüßen die von myAgro angebotenen Trainings zu angepassten Anbaumethoden, die jedes Jahr zu Beginn der Anbausaison durchgeführt werden. MyAgro vermittelt dabei neben der gezielten Anwendung von Düngemitteln die optimale Aussaattiefe, Saatmenge und Reihenaussaat. Während sich dies ertragssteigernd auswirkt, übersteigt es vielfach die zur Verfügung stehende Arbeitskraft in den Haushalten, da die Technik weit zeitaufwendiger ist. MyAgro reagierte auf diesen Umstand durch Mechanisierung und nahm eine Sämaschine in das Portfolio auf.

Die Befragung zeigt jedoch, dass nur 36 von 356 KundInnen (10,1%) sich diese Sämaschine auch anschafften. Die von myAgro vertriebenen Sämaschinen sind mit 150.000 FCFA (entspricht ca. 228 Euro im März 2022) relativ teuer. Von lokalen Handwerkern hergestellte einfachere Modelle kosten dagegen nur 40.000 FCFA (60 Euro).

Abb. 10: Ein myAgro-Mitarbeiter zeigt eine mit Markierungen für die Aussaat versehene Schnur



Es kann der Trend beobachtet werden, dass myAgro-KundInnen ihren Sparbeitrag und damit den Kauf von landwirtschaftlichen Inputs im Vergleich zum Vorjahr erhöht haben. Mehr als die Hälfte der KundInnen geben dies an. Dabei ist in Haushalten, in denen Mann und Frau Mitglieder sind sowie für männliche Mitglieder generell der Anteil derer, die in dieser Anbausaison mehr in Inputs über myAgro investieren, höher (siehe Tab. 6).

Tab. 6: Höhe der Sparbeträge im Vergleich zum Vorjahr

	Mann und Frau		Frauen		Männer	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Mehr gespart	54	65,9%	134	54,0%	16	61,5%
Gleiche Summe gespart	17	20,7%	94	37,9%	7	26,9%
Weniger gespart	11	13,4%	20	8,1%	3	11,5%

Wenn Mann und Frau in einem Haushalt myAgro-KundInnen sind, liegt die durchschnittliche mit myAgro-Produkten bearbeitete Fläche bei 0,61 ha, der Median bei 0,5 ha. Wenn in einem Haushalt nur Frauen Mitglied sind, dann bearbeiten sie durchschnittlich 0,36 ha mit myAgro-Produkten, der Median liegt bei 0,25 ha. Bei ausschließlich männlichen Mitgliedern liegt der Mittelwert bei 0,56 ha, der Median bei 0,5 ha. Männer bewirtschaften also generell größere Flächen mit myAgro-Produkten.

Die finanziellen Mittel, um bei myAgro für den Kauf von Produkten zu sparen, beziehen 46,5% der KundInnen aus dem Verkauf der Ernte des Vorjahres, 43,7% aus Einnahmen aus Handel und Gewerbe, 15,1% aus durch Gelegenheitsarbeiten erzielt Lohn, 7,3% aus dem sporadischen Verkauf von landwirtschaftlichen Produkten, 2,8% erhalten hierbei Hilfe von

anderen Haushaltsmitgliedern und 20,4% geben andere Geldquellen an. Mehrere Antworten waren bei der Frage möglich.

Wie aus Tab. 7 hervorgeht, spart die große Mehrheit der myAgro-KundInnen in unregelmäßigen Abständen, wenn sie also gerade über Geld verfügen und es erübrigen können. Frauen sparen häufiger in regelmäßigen Abständen, was dem Sparverhalten in der traditionellen *tontine* entspricht. Nur wenige Menschen – und hier mehr Männer als Frauen – können es sich leisten, die geforderte Geldmenge für ihr gewünschtes Produkt mit einer Einmalzahlung zu begleichen.

Tab. 7: Sparverhalten der myAgro-KundInnen

	Frau und Mann		Frauen		Männer	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Unregelmäßiges Sparen	64	78,0%	162	65,1%	22	81,5%
Einmal pro Woche	16	19,5%	76	30,5%	2	7,4%
Einmal pro Monat	1	1,2%	5	2,0%	0	0,0%
Einmalzahlung	1	1,2%	6	2,4%	3	11,1%

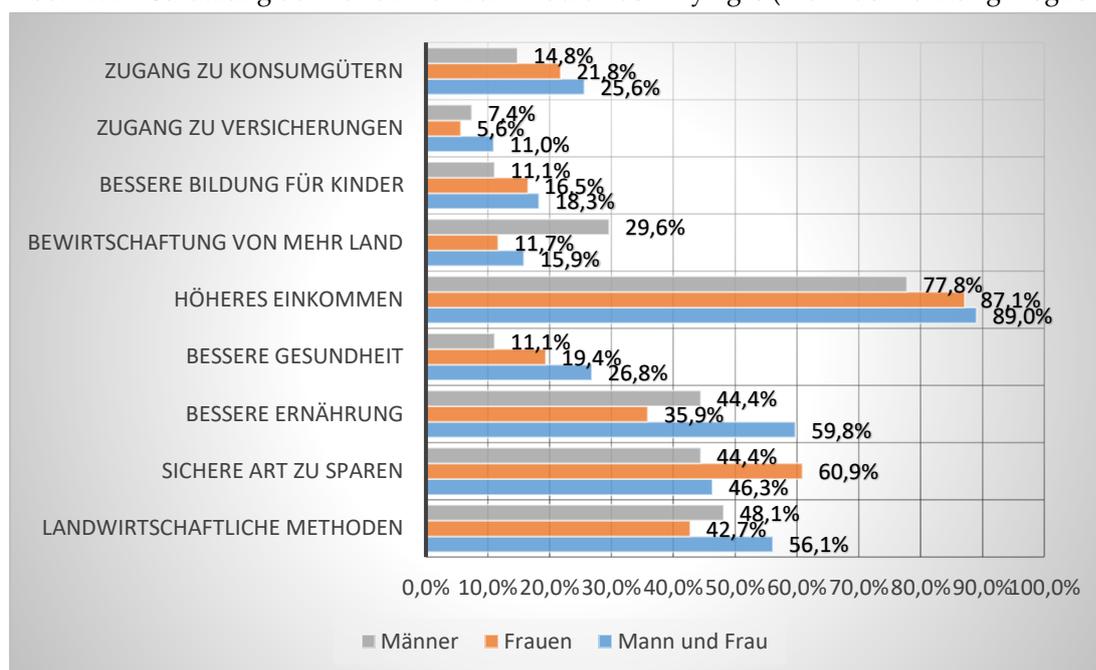
### 5.3 Wirkungen auf die Einkommens- und Ernährungssituation

Im Rahmen dieser Studie wurden keine Ertragsmessungen vorgenommen, sondern im Rahmen der FGD und Interviews erfragt. Jedoch führt myAgro regelmäßig Ertragsmessungen bei KundInnen und bei Kontrollhaushalten durch. Nach Angaben von myAgro konnten myAgro-KundInnen im Jahre 2020 durchschnittlich 88% mehr Ertrag durch die Nutzung von myAgro-Produkten erzielen. Der höchste Mehrertrag wurde hierbei im Erdnussanbau (94%) und im Anbau von Sorghum (85%), am wenigsten bei Reis (13%) und Mais (31%) erzielt<sup>21</sup>. Die Angaben der von uns befragten myAgro-KundInnen fielen teilweise sogar noch höher aus und gaben doppelte Ertragsmengen im Vergleich zum Anbau ohne myAgro-Produkte oder sogar mehr an.

Die Mehrzahl der myAgro-Mitglieder gibt als **Wirkung der Maßnahmen** höheres Einkommen an, das sie durch die Ertragssteigerung mittels Düngergabe und verbessertem Saatgut erzielen. Darauf folgt mit Abstand, dass die Menschen bei myAgro die sichere Form des Sparens schätzen. Beide Vorteile werden proportional von Frauen noch höher bewertet als von Männern. Eine verbesserte Ernährung wird an dritter Stelle genannt, gefolgt von der Anwendung verbesserter landwirtschaftlicher Methoden (siehe Abb. 11).

<sup>21</sup> [https://bscw.uni-due.de/bscw/bscw.cgi/d26486092/Kopie%20von%20myAgro%20FY-20\\_Impact%20Data.xlsx](https://bscw.uni-due.de/bscw/bscw.cgi/d26486092/Kopie%20von%20myAgro%20FY-20_Impact%20Data.xlsx)

Abb. 11: Einschätzung der KundInnen zum Nutzen von myAgro (Mehrfachnennung möglich)



Die Frage, ob ihre Teilnahme an myAgro ihre **Einkommenssituation verbessert** habe, beantworteten zwei Drittel mit einer leichten Steigerung und 28,4% sehen sogar eine bedeutsame Steigerung. Nur 3,9% der Mitglieder schätzen, dass sich nichts verändert hat und 0,6% geben eine verschlechterte Einkommenssituation an. 95,5% der myAgro-KundInnen sprechen also insgesamt von einer Verbesserung ihrer Einkommenslage. In den beiden Untersuchungsregionen Koulikoro und Sikasso treten dabei nur geringfügige Unterschiede auf. Unterschiede zeigen sich jedoch zwischen männlichen und weiblichen myAgro-KundInnen. Während bei den Männern 40,5% von einer bedeutenden Verbesserung ihres Einkommens sprechen, sind es bei den Frauen nur 26,3%. Eine moderate Verbesserung geben hingegen 68,4% der Frauen und 51,9% der Männer an. Die Antworten der Haushalte, in denen sowohl Männer als auch Frauen Mitglieder sind, entsprechen in ihren Aussagen etwa denen der Frauen.

Die überwiegende Mehrheit der myAgro-KundInnen nutzt ihr Mehreinkommen für den Kauf von Nahrungsmitteln, wie aus Tab. 8 hervorgeht. In der weiteren Reihenfolge werden die Mehreinnahmen ausgegeben für Investitionen in die Landwirtschaft, Schulgebühren, den Kauf von Tieren, den Kauf von Gütern (*assets*), Verbesserungsarbeiten am Haus oder Investitionen in einen Handel. Männer und Frauen setzen ihre Akzente dabei leicht unterschiedlich: Proportional investieren mehr Frauen in ihre landwirtschaftliche Produktion und in den Kauf von Gütern und Besitztümern, Männer hingegen geben tendenziell mehr für Schulgebühren und den Kauf von Nahrungsmitteln aus.

Tab. 8: Nutzung des zusätzlichen Einkommens durch die Aktivitäten mit myAgro

	Frau und Mann	Frauen	Männer
Kauf von Nahrungsmitteln	65,9%	69,1%	74,1%
Investitionen in Landwirtschaft	40,2%	41,8%	29,6%
Schulgebühren	35,4%	26,9%	37,0%
Investitionen in Viehhaltung	28,0%	17,7%	22,2%
Kauf von Gütern ( <i>assets</i> )	22,0%	34,9%	7,4%
Hausrenovierung	17,1%	4,0%	7,4%
Investitionen in Handel / Gewerbe	15,9%	14,5%	18,5%
Andere	32,9%	31,3%	14,8%

Bei der Haushaltsbefragung wurden die Befragten aufgefordert, zum einen ihre derzeitige sozio-ökonomische Situation und die vor fünf Jahren zu beurteilen sowie zum anderen ihre derzeitige Ernährungssituation im Vergleich zu vor fünf Jahren einzuschätzen.

Bezüglich ihrer **sozio-ökonomischen Situation** gaben generell die meisten Befragten an, dass sich ihre Situation im Vergleich zu vor fünf Jahren verbessert habe. Wenn man allerdings die myAgro-KundInnen und diejenigen, die nicht mit myAgro zusammenarbeiten, miteinander vergleicht fällt auf, dass die Situation der Nicht-myAgro-KundInnen mehr oder weniger gleichgeblieben ist, während sich die Situation der myAgro-KundInnen in dem Zeitraum von fünf Jahren wesentlich verbessert hat.

Anders stellt sich die **Ernährungssituation** dar. Hier zeichnet sich insgesamt eine nur leichte Verbesserung im Vergleich zu vor fünf Jahren ab, die sich aber über alle Haushalte verteilt. Die myAgro-Haushalte heben sich nicht ab. Allerdings unterscheidet sich die Zusammensetzung der täglichen Mahlzeiten bei beiden Gruppen etwas. So verzehrten die myAgro-KundInnen in der Woche vor der Befragung mehr Gemüse (92,2% zu 84,6%), Obst (66,2% zu 60,1%) sowie Milch und Milchprodukte (59,2% zu 53,1%) als die Nicht-KundInnen. Bei allen anderen Nahrungsmittelgruppen (z.B. Getreide, Knollen, Hülsenfrüchte, Fisch, Fleisch, Eier) bestehen keine oder nur minimale Unterschiede.

Wie aus Tab.2 (S. 24) hervorgeht, sind myAgro-Haushalte im Vergleich zu Referenzhaushalten in Bezug auf mehrere Charakteristika leicht bessergestellt. So verfügen sie mit durchschnittlich 12,36 ha über mehr Landbesitz als Referenzhaushalte mit 9,99 ha. Auch überwiegt leicht der Besitz von Fernsehgeräten, Pflügen und Vieh. Der höhere Viebesatz ist vor allem auf die größere Zahl an Rindern zurückzuführen.

Zu den Wirkungen von myAgro zählen auch **Spill-over Effekte** von myAgro-KundInnen auf andere DorfbewohnerInnen oder Bekannte. Es zeigt sich, dass andere Bauern und Bäuerinnen zu myAgro-KundInnen werden, weil sie Erfolge bei ihren Nachbarn und Bekannten gesehen haben. Konkret heißt das, dass sie gesehen haben, dass durch die Verwendung von Qualitätssaatgut und den durch myAgro vertriebenen Düngemitteln eine Ertragssteigerung beobachtet werden konnte.

Außerdem haben 13% der befragten Nicht-myAgro KundInnen von myAgro KundInnen im Dorf Kulturtechniken gelernt. Bei einer Kontrollfrage gaben 17% der Nicht-KundInnen an,

Kulturtechniken von myAgro Mitgliedern übernommen zu haben, davon 52% die Reihenaussaat, 42% die Mikrodosierung von Düngemitteln und 3% die Kompostbereitung.

Das Vorhaben unterstützt in mehreren Bereichen **lokale und regionale Wirtschaftskreisläufe**. MyAgro bezieht das an ihre KundInnen vertriebene verbesserte **Saatgut** von lokalen HändlerInnen, die entweder selbst Saatgut produzieren oder es in Mali direkt von ProduzentInnen aufkaufen. So produziert beispielsweise ein im Rahmen der Studie interviewtes Saatgutunternehmen auf 20 ha selbst Saatgut und kauft von Saatgutkooperativen und individuellen ProduzentInnen in Mali zu. Das Unternehmen kooperiert mit internationalen Forschungseinrichtungen im Lande zur Verbesserung von Sorten<sup>22</sup>. Derzeit wird an der Züchtung einer Maissorte gearbeitet, die gleichermaßen als Nahrung für Menschen und Viehfutter geeignet ist.

Das Unternehmen besitzt auch eine Maschine zur Behandlung von Saatgut und vermietet seine Dienste an andere ProduzentInnen und HändlerInnen. Das Unternehmen arbeitet gern mit myAgro zusammen, weil myAgro seinen Bedarf an Mais, Sorghum und anderem Saatgut vor der Anbausaison ankündigt und die angekündigte Menge nach der Ernte auch verlässlich abnimmt. Ansonsten, so die Aussage des Saatgutunternehmens, sei es bisweilen schwierig abschätzen zu können, welche Mengen von welchen Sorten produziert werden sollten. Manchmal würde sich das Anbauverhalten der KundInnen ändern und sie würden Sorten, die noch im Vorjahr stark nachgefragt wurden, nicht verkaufen können. Gleichwohl müssten sie jedoch bei den SaatgutproduzentInnen mit der Finanzierung der Anbausaison in Vorleistung gehen und würden so am Ende der Saison Verlust machen.

Das Unternehmen hat sich an den Markt angepasst, kooperiert dezentral mit kleineren HändlerInnen im ganzen Land, verkauft Saatgut auch in kleinen Mengen abgepackt und ermöglicht die digitale Zahlung über Orange Mali.

Die von myAgro vertriebenen Düngemittel werden zum großen Teil nicht in Mali produziert, jedoch über malische Vertriebsfirmen bezogen.

Die Bauern und Bäuerinnen betonen in den Interviews und FGD, dass der Verkauf ihrer landwirtschaftlichen Produkte kein Problem sei. Der Markt für Reis, Erdnüsse und andere Produkte sei längst nicht gesättigt und sie würden - vorausgesetzt sie müssten nicht direkt nach der Ernte verkaufen - gute Preise erzielen.

Das **Empowerment von Frauen** ist eine beabsichtigte Wirkung von myAgro und wird gefördert durch das Zusammenspiel mehrerer Maßnahmen. Zum einen werden Bäuerinnen gezielt als mögliche Mitglieder angesprochen. Sowohl die Daten von myAgro als auch die Ergebnisse unserer Untersuchung zeigen einen sehr großen Anteil an weiblichen Mitgliedern auf. Durch die Teilnahme von Bäuerinnen an den myAgro-Maßnahmen wird zum einen deren ökonomische Situation verbessert. Frauen haben sowohl nach eigenen als auch nach Aussagen ihrer Ehemänner das alleinige Verfügungsrecht über die von ihnen erzielten Einnahmen.

Zum anderen erfahren Frauen aber auch durch die Gruppen, die sie primär zum Zweck des gemeinsamen Sparens bilden, sehr viel Unterstützung untereinander. Die Gruppen fußen auf den Prinzipien der traditionellen *tontines* und sind bisweilen die gleichen Gruppen, die bereits vor myAgro bestanden. So waren 71,2% der myAgro-Mitglieder vor ihrer Zusammenarbeit mit myAgro bereits Mitglieder einer *tontine*. Bei den Haushalten, in denen

---

<sup>22</sup> Interview mit Saatgutunternehmen am 1.11.2021 und internationaler Forschungseinrichtung am 2.11.2021 in Bamako.

Männer und Frauen myAgro-KundInnen sind, waren zuvor 58,1% der Befragten in einer *tontine*, in Haushalten mit nur weiblicher Mitgliedschaft waren zuvor 79,1% in einer *tontine* und selbst 10 der 17 Männer, die alleinige myAgro-Mitglieder ihres Haushalts sind, haben zuvor in einer *tontine* gespart, obwohl diese Form des Sparens eher unter Frauen verbreitet ist.

Auf die Frage, ob sie nach wie vor Mitglied in ihrer *tontine* seien, bejahten dies 87,5% der myAgro-KundInnen. Nur 9 % gaben an, sie seien nicht mehr Mitglied der *tontine* und 3,5 % sagten, die *tontine* sei in die myAgro-Gruppe übergegangen. In den FGD geben Frauen in einer Reihe von Dörfern an, gleichzeitig in der myAgro-Gruppe organisiert zu sein und dort in einer *boîte à épargne* oder *caisse d'épargne*<sup>23</sup> wöchentlich zu sparen und gleichzeitig in der „alten“ *tontine* mit z.T. anderen Frauen ebenfalls wöchentlich zu sparen.

In der *tontine* sparen die von uns befragten Frauen pro Woche je nach individueller Kapazität zwischen 250 und 1000 FCFA. Kurz vor Beginn der Regenzeit, die auch den Beginn der Aussaat markiert, wird der Spartopf geöffnet und unter den Mitgliedern verteilt. Jede Frau kann ihr Erspartes nach Belieben nutzen, die meisten Mitglieder jedoch bezahlen davon ihr gewähltes myAgro-Paket und investieren zusätzlich in den Gemüseanbau. Eine Frauengruppe zahlt aus dem Spartopf auch die Miete für das Pflügen und die Entlohnung von Arbeitskräften. Gegen einen Zinssatz von 5 oder 10% können die Frauen auch bei ihrer *tontine* einen Kredit aufnehmen. Jede Gruppe legt ihre eigenen Regeln fest.

Eine *tontine* ist traditionell nicht nur eine Spargemeinschaft, sondern auch eine Solidargemeinschaft. Oftmals wird diese Solidargemeinschaft geschwächt oder sogar aufgelöst, wenn die Gruppe einem anderen Zweck zugeführt wird (vgl. Wichterich 2015). Bei den myAgro-Gruppen ist dies jedoch, wie in den FGD von den Frauen bekräftigt wurde, nicht der Fall.

Eine weitere Wirkung von myAgro ist die Beschäftigung von jungen Leuten, vor allem jungen Männern, die sonst nach eigenen Aussagen auf dem Lande, also in ihren Gemeinden, keine außerlandwirtschaftliche Arbeit gefunden hätten. Diese Menschen starten bei myAgro als *Village Entrepreneur* (VE). Bedingung für die Beschäftigung als VE ist die Kenntnis von Lesen und Schreiben und im Umgang mit einem Handy, ein guter Ruf im Dorf, Sesshaftigkeit im Dorf und gewisse Fähigkeiten in der Beratung und der Konfliktlösung, die von myAgro bei der Bewerberauswahl getestet werden. Innerhalb von myAgro gibt es auch Aufstiegsmöglichkeiten, so beispielsweise zum/zur KoordinatorIn einer Zone.

## 5.4 Herausforderungen für myAgro

Ein wesentlicher Kritikpunkt an myAgro von Seiten ihrer KundInnen ist die **stetige Verteuerung ihrer Produkte**. So ist der Preis für einen Sack Düngemittel in den letzten vier Jahren um 6.000 FCFA gestiegen und liegt derzeit bei 24.000 FCFA. Dementsprechend steigen die Preise für die sogenannten Pakete, die myAgro ihren KundInnen anbietet. Weil sich gleichzeitig auch der Preis für das Lohnpflügen, egal ob mit Ochsengespann oder mit Traktor, verteuert, wird die Gewinnspanne für die Bauern und Bäuerinnen zunehmend kleiner.

Da die von myAgro propagierten **Methoden arbeitsintensiv** sind, wenden die KundInnen sie zumeist nur auf kleinen Flächen an. Die Beschäftigung von Arbeitskräften ist teuer, zumal

<sup>23</sup> Die von den Frauen gewählte Schatzmeisterin bewahrt das Geld oft in einem Kästchen auf, das von den Frauen so genannt wird.

zu einer Zeit, in der alle anderen Familien auch einen hohen Bedarf an Arbeitskräften haben. Vor allem Frauen beklagen die durch die arbeitsintensiven Anbaumethoden von myAgro noch einmal gestiegene Arbeitsbelastung. Zudem werden alle familiären Arbeitskräfte zunächst einmal für die Bestellung der von den Männern verwalteten Familienfelder eingesetzt – auch die Frauen. Erst wenn diese bestellt sind, können die Frauen Hilfe von anderen Familienmitgliedern für die Bestellung ihrer eigenen Felder erwarten und sich selbst darum kümmern. Dies bedeutet für die Frauen auch, dass sie Arbeitskräfte und Gerätschaft für das Pflügen ihrer Felder erst dann in Anspruch nehmen können, wenn diese für die Familienfelder nicht mehr benötigt werden. In der Konsequenz bedeutet das für die von Frauen auf ihren Feldern angebauten Kulturen, dass diese oft zu spät ausgesät werden, ggf. mit einer kürzeren Vegetationsperiode und Reifezeit auskommen müssen und so nicht den potenziell möglichen Ertrag liefern. Die arbeitsintensiven Methoden der Reihenaussaat und des Düngereinsatzes verschärfen das bestehende Problem noch zusätzlich. Die Bäuerinnen ernten daher trotz des Einsatzes von verbessertem Saatgut und Düngemitteln häufig einen vergleichsweise geringeren Flächenertrag als die Männer. Sie zahlen also im Endeffekt genauso viel für die Inputs, ernten aber weniger.

Agrarökologische Anbaumethoden werden von internationalen Geberorganisationen wie der Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) und auch von der bilateralen Entwicklungszusammenarbeit derzeit propagiert und gefördert. Wie andere INEF-Studien in Äthiopien und Benin gezeigt haben, bringt eine Kombination von boden- und wasserkonservierenden Maßnahmen, Mulchen, Kompost und Kuhdung sowie ggf. der Einsatz von Kleinbewässerung oftmals eine deutliche Ertragssteigerung im Vergleich zu den vorher praktizierten Anbaumethoden mit sich (vgl. Gaesing 2018 a und 2018b).

Boden- und wasserkonservierende Maßnahmen seien in Mali weithin bekannt und verbreitet und konnten auf den Feldern in der Untersuchungsregion beobachtet werden. In den Trainingsmaterialien von myAgro gibt es ein Modul zu organischem Dünger und zu boden- und wasserkonservierenden Maßnahmen. Jedoch finden diese Maßnahmen bei der Befragung der Bauern und Bäuerinnen keine oder kaum Erwähnung. Die BeraterInnen von myAgro gehen nach Angaben der Bauern und Bäuerinnen nicht oder kaum auf diese Methoden ein. Es fanden Gespräche zwischen myAgro und der KfW statt, um agrarökologischen Methoden mehr Raum im Programm von myAgro zu geben.

Mit einer in Bamako ansässigen internationalen Forschungseinrichtung arbeitet myAgro an der Sortenwahl- und züchtung. Hier sollen z.B. solche Sorghumsorten ins Programm aufgenommen werden, die gleichzeitig für die Ernährung der Menschen wichtig sind und in ihren Eigenschaften den traditionellen Sorten ähneln und mehr Blattmaterial für die Verwendung als Tierfutter aufweisen. Die Befragung zeigte jedoch, dass zumindest in der Untersuchungsregion die Bereitschaft, stärker in Sorghum zu investieren, bislang noch überschaubar ist. Aber auch wenn myAgro die Produktpalette vollkommen an die lokalen Bedürfnisse angepasst hat und in den letzten Jahren auch Sorghum, Gombo und Niébé ins Angebot mit aufgenommen hat, so propagiert die Organisation doch einseitig den Anbau mit Kunstdünger und Qualitätssaatgut in Verbindung mit Reihenaussaat. Die Beratung hin zu einer gezielten Dosierung für Dünger und die Nutzung von Kompost, kommen einer agrarökologischen Anbauweise noch am nächsten.

Prinzipiell würde eine teilweise Abkehr vom Einsatz von Kunstdünger allerdings auch den Geschäftsinteressen von myAgro entgegenstehen, falls sich nicht im Gegenzug andere Produkte für die KundInnen entwickeln ließen oder die Beratungskomponenten von Dritten subventioniert würden. MyAgro ist als Sozialunternehmen darauf angewiesen, Produkte zu verkaufen.

## 6. Schlussfolgerungen und Empfehlungen im Kontext von Sozialunternehmen in der Landwirtschaftsförderung

### 6.1 Zusammenfassende Schlussfolgerungen hinsichtlich der Forschungsfragen

Die sozio-ökonomische Situation von myAgro-KundInnen im Vergleich zu anderen kleinbäuerlichen Betrieben in den Untersuchungsregionen hat sich verbessert. Dies wird hauptsächlich darauf zurückgeführt, dass Qualitätsdünger und qualitativ hochwertiges Saatgut (im Vergleich zu den von den Regierungsbehörden gelieferten Produkten) verlässlich und rechtzeitig vor Beginn der Anbausaison dezentral an die Bauern und Bäuerinnen geliefert wird und auf den Feldern zur Anwendung kommt. Mit diesen Inputs und den von myAgro eingeführten Anbaumethoden können die Bäuerinnen und Bauern wesentlich höhere Erträge erzielen als zuvor und damit sowohl ihre **Ernährungssituation als auch ihr Einkommen deutlich verbessern**.

MyAgro-KundInnen investieren ihr zusätzliches Geld in erster Linie in den Kauf von Nahrungsmitteln. Darüber hinaus investieren sie jedoch in die Schulbildung ihrer Kinder, die Landwirtschaft, den Kauf von Vieh für die Tierhaltung, die gleichzeitig eine Methode des Sparens und Vermehrens von Kapital darstellt, sowie in den Aufbau oder die Erweiterung eines Handels oder eines Kleingewerbes. Das Vorhaben führt also zum **Aufbau von Resilienz**. Allerdings zeigen die Forschungsergebnisse bei aller möglichen Ungenauigkeit der Angaben über Einkommen und Ausgaben, dass ein nachhaltiges Entkommen aus der Armut für die Mehrzahl der bäuerlichen Haushalte noch relativ weit entfernt sein dürfte. Eine Verbesserung der eigenen Lebenssituation aus der extremen Armut in eine zwar immer noch von Armut geprägte Situation, in der aber die ganzjährige Ernährungssicherung der Familie, die Bildung der Kinder sowie andere Ausgaben des täglichen Bedarfs gesichert sind, kann jedoch vielfach beobachtet werden.

Sowohl die **Armutsorientierung als auch der Genderbezug** sind im myAgro-Vorhaben gegeben. Die sozioökonomischen Daten der myAgro-KundInnen sind vergleichbar mit denen der anderen Haushalte in denselben Dörfern. MyAgro gibt an, dass in Mali 80% ihrer KundInnen weiblich seien, was die vorliegende Untersuchung in etwa bestätigt. Die große Beteiligung von Frauen wird allerdings dadurch getrübt, dass Frauen die gleichen Preise für myAgro-Produkte zahlen, aber häufig geringere Erträge erzielen (vgl. Abschnitt 5.4).

MyAgro hat die Produktpalette und die Herangehensweise an die Bevölkerung der ländlichen Regionen sehr **an die jeweilige lokale Kultur angepasst**, was eine große Stärke des Ansatzes darstellt. Somit ist die Schwelle für eine Veränderung bei den KundInnen (*behavioural change*) von myAgro recht niedrig. Das Sparsystem ist einerseits an die zumeist von Frauen betriebenen traditionellen Spar- und Kreditgruppen (*tontines*) angepasst, andererseits aber auch flexibel genug, irreguläre und Einmalzahlungen zuzulassen, die eher von Männern präferiert werden. Zudem bleibt die soziale Funktion der *tontine* erhalten. Das Sparen ist für die KundInnen mit keinerlei Risiko verbunden. Wenn sie den Gesamtbetrag bis zum Lieferdatum für die Inputs nicht ansparen können, so bekommen sie den bereits gesparten Betrag erstattet, allerdings auch keine Inputlieferung.

Die **ökonomische und soziale Nachhaltigkeit** der Maßnahmen sind durch deutlich gesteigerte Erträge und die Anpassung des Ansatzes an lokale Traditionen und

Gegebenheiten gegeben. Hinsichtlich der **ökologischen Nachhaltigkeit** sind durchaus Ansätze vorhanden, die jedoch einer Nachschärfung und Intensivierung bedürfen.

MyAgro informiert und berät die ländliche Bevölkerung nicht nur über ihre Produkte und deren Wirkungen sondern zeigt sie auch anschaulich, indem sie für Bäuerinnen und Bauern **Exkursionen in Dörfer organisiert, in denen bereits Kundenbeziehungen bestehen** und die Wirkungen von verbessertem Saatgut, Reihenaussaat und dosierter Düngerzugabe gesehen und von den lokalen Bauern und Bäuerinnen erklärt werden kann. Auch unsere Befragung ergab, dass zahlreiche Menschen myAgro-KundInnen geworden sind, weil sie bei anderen die Erfolge damit sehen konnten.

Das **weit verzweigte Netz der VE**, die in den Dörfern von myAgro angeworben und anschließend in einem sechswöchigen Training gründlich fortgebildet werden, ermöglicht die Erreichung einer sehr großen Anzahl bäuerlicher Betriebe und damit eine große Ausbreitung des Ansatzes in der Fläche. Über die VE können die Bäuerinnen und Bauern ggf. Rückmeldung über die Leistungen von myAgro an das Management des Vorhabens weitergeben.

Zudem **schafft myAgro Beschäftigung direkt im ländlichen Raum**. Dies geschieht einerseits durch die Einstellung von VE, andererseits durch den steigenden Bedarf an Arbeitskräften in der Landwirtschaft. Hinzu kommt, dass das Saatgut auf dem lokalen Markt gekauft und so **lokale Wirtschaftskreisläufe gestärkt** werden.

## 6.2 Empfehlungen für myAgro

Zum einen ergeben sich aus den Aussagen der Bäuerinnen und Bauern einige Kritikpunkte an myAgro. Zum anderen können auch weitere, übergeordnete Empfehlungen aus den Ergebnissen der vorliegenden Studie abgeleitet werden.

Um den landwirtschaftlichen Ertrag der Bauern und Bäuerinnen noch effizienter steigern zu können, sollte myAgro die Beratungsinhalte über boden- und wasserkonservierende Maßnahmen ausbauen und deren Anwendung forcieren. In Mali ist dafür in vielen Regionen bereits durch andere Programme die Basis gelegt worden und die Themen bedürfen oft nur der Auffrischung. Auch auf die Nutzung von Kompost sollte mehr Augenmerk gelegt werden. Dies muss dem geschäftsmäßigen Interesse von myAgro nicht unbedingt entgegenstehen. Zum einen verlassen sich in vielen agrarökologischen Vorhaben die Kleinbauern und Kleinbäuerinnen häufig nicht allein auf die ökologischen Maßnahmen, sondern bringen auf einigen Feldern zusätzlich Kunstdüngemittel aus. Auch in Mali wird eine völlige Abkehr davon nicht im Interesse der Bauern und Bäuerinnen sein.

Zum anderen dürfte die Hinwendung zu agrarökologischen Maßnahmen für sie von Vorteil sein, weil diese in der Regel nicht mit so hohen Kosten verbunden sind und die InterviewpartnerInnen allemal über steigende Kosten für die Inputs und Arbeitskräfte klagten. MyAgro hätte auch durch die Finanzierung durch die KfW und die Zusammenarbeit mit dieser die Gelegenheit, neue Produkte und Beratungsinhalte zu identifizieren, daraus Pakete zu entwickeln und diese anzubieten. Ein solches Produkt könnte beispielsweise das Saatgut

für Leguminosen wie *Mucuna* sein, das den Boden verbessert und dessen Produktivität steigert<sup>24</sup>.

Bauern und Bäuerinnen wünschen sich mehr Augenmerk auf den Anbau von Gemüse in der sogenannten *contre-saison*, also in der Zeit, in der normalerweise nichts angebaut wird. MyAgro hat bereits Gombo und auch Niébé in sein Programm aufgenommen. Die KundInnen äußerten jedoch großes Interesse an weiterem Gemüsesaatgut. Auch hier ist also Potential für myAgro, seine Produktpalette weiter zu verlagern.

Außer Saatgut könnten auch Sämaschinen auf dem lokalen Markt gekauft werden. Diese werden durchaus lokal von Handwerkern hergestellt, sind frei auf dem Markt erhältlich und erheblich billiger als die von myAgro vertriebenen Sämaschinen<sup>25</sup>. MyAgro könnte sich mit lokalen Handwerkern in Verbindung setzen, mit ihnen ggf. Veränderungen an den Maschinen besprechen und diese auf- und an die Bauern und Bäuerinnen weiterverkaufen. Ein solcher Prozess könnte auch hinsichtlich anderer arbeitssparender Gerätschaften eingeleitet werden.

Unterstützung speziell von Frauen bei der Bodenvorbereitung ist notwendig, damit Frauen weiterhin nicht nur bei myAgro die Produkte beziehen, sondern auch das Optimum aus ihren Paketen, also aus ihrer Investition in ihre Felder, herausholen können. Hier sollten Ansätze gemeinsam mit Männern und Frauen in den Dörfern erarbeitet werden. Dabei erfordert es weniger die Umstellung des Angebots, sondern Bewusstseinsbildung in den Dörfern und Gruppen.

Die Bauern und Bäuerinnen in der Untersuchungsregion äußerten zwar von selbst kein Interesse an Agrarversicherungen, jedoch hatten sie durch COVID 19 und klimatische Veränderungen Einbußen in ihren Erträgen zu beklagen. Versicherungen sind Teil des myAgro-Programms, werden jedoch in der Untersuchungsregion bisher nicht propagiert oder aber nicht angenommen. Auch hier bestehen noch Erweiterungsmöglichkeiten.

Insgesamt kann das Vorhaben in seinen Armutswirkungen und seinen Wirkungen auf die Ernährungssicherung, auch im qualitativen Sinne, als sehr positiv beurteilt werden. Mit einer weiteren Hinwendung zu agrarökologischen Ansätzen sowie der Unterstützung von Frauen bei der Bodenvorbereitung können diese Wirkungen noch zusätzlich verstärkt werden.

---

<sup>24</sup> Vgl. die Forschungsarbeiten des INEF zu Benin, wo *Mucuna* und andere Leguminosen die Bodenproduktivität wesentlich steigern. Die dortigen Erfahrungen sind dokumentiert in Gaesing 2018b.

<sup>25</sup> Die von myAgro vertriebenen Sämaschinen kosten 150.000 FCFA, wohingegen lokal produzierte zu einem Preis von 40.000 FCFA erhältlich sind.

## Literaturverzeichnis

- Addae, Angela (2018): Pathways to sector selection: A conceptual framework for social enterprises. *Nonprofit Management & Leadership* 28: 349– 365.
- Arvidson, Malin / Lyon, Fergus / McKay, Stephen / Moro, Domenico (2013): Valuing the Social? The Nature and Controversies of Measuring Social Return on Investment (SROI). *Voluntary Sector Review*. 4. 3-18.
- Bliss, Frank / Gaesing, Karin (1992): Möglichkeiten der Einbeziehung von Frauen in Maßnahmen der ressourcenschonenden Nutzung von Baumbeständen. *Forschungsberichte des BMZ, Band 104, Köln*.
- Bruchhaus, Eva-Maria (2016): Microfinance. Flexible and disciplined. In: *Development and Cooperation*. Internet-Ausgabe. URL: <https://t1p.de/178j> [06/2022].
- Bull, M., / Ridley Duff, R. (2019): Towards an Appreciation of Ethics in Social Enterprise Business Models. *Journal of Business Ethics*, 159, 619-634.
- Diamoutene, Abdul Karim / Jatoe, John Baptist (2020): Access to credit and maize productivity in Mali. In: *Agricultural Finance Review*, Vol. 81/2020, 3: 458-477.
- Editions Jeune Afrique (1980): *Atlas du Mali (Les Atlas Jeune Afrique)*, Paris.
- FAO. Food and Agricultural Organization of the United Nations (2017): Mali. Country Factsheet on Food and Agriculture Policy Trends, Rome. <https://www.fao.org/3/i7617e/i7617e.pdf> [06/2022].
- Gaesing, Karin / Gutema, Tamene Hailegiorgis (2019): Bodenfruchtbarkeit und Ernährungssicherheit in der Amhara Region in Äthiopien. Institut für Entwicklung und Frieden (INEF), Universität Duisburg, (AVE-Studie 13/2019, Wege aus extremer Armut, Vulnerabilität und Ernährungsunsicherheit).
- Gaesing, Karin (2018a): ÄTHIOPIEN: Landwirtschaftliche Produktion und Nahrungssicherheit in der Amhara Region. Good Practice Reihe 10, Wege aus extremer Armut, Vulnerabilität und Ernährungssicherheit, Institut für Entwicklung und Frieden (INEF), Universität Duisburg.
- Gaesing, Karin (2018b): BENIN: Wiederherstellung der Bodenfruchtbarkeit im Norden Benins, Good Practice Reihe 12, Wege aus extremer Armut, Vulnerabilität und Ernährungssicherheit, Institut für Entwicklung und Frieden (INEF), Universität Duisburg.
- Gaesing, Karin (2001): Partizipation von Frauen bei der lokalen Entwicklung in Ghana. Untersucht am Beispiel der finanziellen Strategien von Frauen. *Beiträge zur Kulturkunde* 21, Bonn.
- Gaesing, Karin / Herold, Jana (2019): BURKINA FASO: Gut organisierte Frauenverbände zur Karitéverarbeitung. Good Practice Reihe 20, Wege aus extremer Armut, Vulnerabilität und Ernährungsunsicherheit, Institut für Entwicklung und Frieden (INEF), Universität Duisburg.
- Hoyos, Angela / Angel-Urdinola, Diego (2019): Assessing international organizations' support to social enterprise. *Dev Policy Rev.* 37: 213– 229.
- Koumaré, Mamadou (2018): L'économie informelle, une combinaison de logique économique et sociale: analyse de l'expérience des groupes auto organisés de femmes de la zone de

- l'Office du Niger en matière d'épargne et de credit solidaire. In: Recherches Africaines. Annales de l'Université des Lettres et Sciences Humaines de Mamako. Nr. 18-19 Janvier 2017 – Janvier 2018.
- Liu, Chen (2019): Financing Social Enterprises. A Systematic Approach. In: Maher, Chi (ed.): Handbook of Research on Value Creation for Small and Micro Social Enterprises. Hershey, PA: IGI Global.
- Murphy, P. J. / Kornetsky, A. / Nixon, J. T. (2021): Delineating novel aspects of social enterprise theory. *Social Enterprise*, 18(2), 364-382.
- Rogerson, Andrew / Green, Michael / Rabinowitz, Gideon (2013): Mixing business and social. What is a social enterprise and how can we recognize one? Overseas Development Institute. URL: <https://t1p.de/1visu> [06/2022].
- Smith, William / Darko, Emily (2014): Social enterprise: Constraints and Opportunities – Evidence from Vietnam and Kenya. Overseas Development Institute. URL: <https://t1p.de/6ixt>
- Surminski, Swenja / Bouwer, Laurens / Linnerooth-Bayer, Joanne (2016): How insurance can support climate resilience. *Nature Climate Change*, 6, 333-334.
- Tinsley, Elaine; Agapitova, Natalia. 2018. Private Sector Solutions to Helping Smallholders Succeed: Social Enterprise Business Models in the Agriculture Sector. World Bank, Washington, DC. © World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/29543> License: CC BY 3.0 IGO." [06/2022].
- Tsai, J.-M. / Hung, S.-W. / Yang, T.-T. (2020): In pursuit of goodwill? The cross-level effects of social enterprise consumer behaviours. *Journal of Business Research*, 109, 350-361.
- Wale-Oshinowo, Bamidele / Uba, Chijioke Dike / Adeyeye, Mercy / Omobowale, Ayotunle Olumuyiwa (2019): Understanding Social Entrepreneurship in the African Context: An Exploratory Review of Evidence From Nigeria. In: Maher, Chi (ed.): Handbook of Research on Value Creation for Small and Micro Social Enterprises. Hershey, PA: IGI Global.
- Whitley, Shelag / Darko, Emily / Howells, Grace (2013): Mapping support to social enterprises in emerging markets. Overseas Development Institute. URL: <https://t1p.de/etj8> [02/2022].
- Wichterich, Christa (2015): Mikrokredite, Rendite und Geschlecht: von zuverlässigen armen Frauen und finanzieller Inklusion. In: *Peripherie – Politik, Ökonomie, Kultur*, 35(3), 469-490.

## Bislang erschienene Projektpublikationen

### AVE-Studien

AVE-Studie 1/2017	Mahla, Anika / Bliss, Frank / Gaesing, Karin: Wege aus extremer Armut, Vulnerabilität und Ernährungsunsicherheit. Begriffe, Dimensionen, Verbreitung und Zusammenhänge
AVE-Studie 2/2017	Bliss, Frank / Gaesing, Karin / Mahla, Anika: Die Verstetigung von Armut in Entwicklungsländern. Ursachenanalyse und Gegenstrategien
AVE-Studie 3/2017	Hennecke, Rosa / Schell, Oliver / Bliss, Frank: Landsicherheit zur Überlebenssicherung. Eine Studie zum Kommunalen Landtitelprogramm für indigene Bevölkerungsgruppen in Kambodscha
AVE-Studie 4/2017	Bliss, Frank: Home-Grown School Feeding as a "Good Practice" for Poverty Alleviation and Nutrition Security in Cambodia
AVE-Studie 5/2017	Heinz, Marco: Benachteiligte Gruppen in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit
AVE-Studie 6/2017	Mahla, Anika / Gaesing, Karin: Der Selbsthilfegruppen-Ansatz am Beispiel von Kitui in Kenia. Armutsbekämpfung durch Empowerment
AVE-Studie 7/2018	Hennecke, Rosa / Bliss, Frank / Schell, Oliver: Landzuteilung für die Ärmsten. Untersuchungen zu Sozialen Landkonzessionen in Kambodscha
AVE-Study 7b/2017	Hennecke, Rosa / Bliss, Frank / Schell, Oliver: Land Allocation for the Poorest. Investigations into Social Land Concessions in Cambodia
AVE-Studie 8/2018	Mahla, Anika / Gaesing, Karin / Bliss, Frank: Maßnahmen zur Ernährungssicherung im entwicklungspolitischen Kontext
AVE-Studie 9/2018	Hennecke, Rosa / Bliss, Frank: Wer sind die Ärmsten im Dorf? Mit dem ID Poor-Ansatz werden die Armen in Kambodscha partizipativ und transparent identifiziert
AVE-Studie 10/2018	Gaesing, Karin / Mahla, Anika: Hunger Safety Net Programme. Soziale Sicherung in Turkana County im Norden Kenias
AVE-Studie 11/2018	Bliss, Frank: Gesundheitsfürsorge für die Ärmsten: Der „Health Equity Fund“ (HEF) in Kambodscha
AVE-Studie 12/2018	Mahla, Anika: Förderung von Agropastoralismus. Armuts- und Hungerbekämpfung durch integrierte ländliche Entwicklung in Samburu/Kenia.
AVE-Study 12b/2019	Mahla, Anika: Promotion of Agropastoralism. Combating poverty and hunger through integrated rural development in Samburu, Kenya
AVE-Studie 13/2019	Gaesing, Karin / Hailegiorgis Gutema, Tamene: Bodenfruchtbarkeit und Ernährungssicherheit in der Amhara Region in Äthiopien

AVE-Studie 14/2019	Bliss, Frank: Zum Beispiel Soja. Eine erfolgreiche Wertschöpfungskette im westafrikanischen Benin
AVE-Studie 15/2018	Heinz, Marco: Verstetigte Armut als Herausforderung für die Entwicklungszusammenarbeit. Gibt es eine Kultur der Armut?
AVE-Studie 16/2019	Bliss, Frank: Soziale Sicherung in Dürregebieten in Äthiopien durch das Productive Safety Net Programme (PSNP)
AVE-Studie 17/2019	Gaesing, Karin / Bliss, Frank: Entwicklung, Landrecht, Gender und Bodenfruchtbarkeit in Benin
AVE-Studie 18/2019	Gaesing, Karin / Gutema, Tamene Hailegiorgis: Reduzierung der Vulnerabilität durch nachhaltiges Ressourcenmanagement: Das Sustainable Land Management Project (SLMP) in Äthiopien
AVE-Study 19/2019	Herold, Jana: Improving Smallholders' Food Security and Resilience to Climate Change: The Building Resilience and Adaptation to Climate Extremes and Disasters (BRACED) Programme in Burkina Faso
AVE-Studie 20/2019	Gaesing, Karin / Agbobatinkpo-Dahoun, Candide: Förderung der Bewässerung im Tal des Flusses Ouémé in Benin
AVE-Studie 21/2019	Herold, Jana: Förderung der Reisproduktion durch die Inwertsetzung von Talauen in Burkina Faso
AVE-Studie 22/2020	Gaesing, Karin: Zugang zu Land und Sicherung von Landrechten in der Entwicklungszusammenarbeit. Analysen und Empfehlungen,
AVE-Studie 23/2020	Herold, Jana: Landwirtschaftliche Wertschöpfungsketten in der Entwicklungszusammenarbeit. Analysen und Empfehlungen
AVE-Studie 24/2020	Bliss, Frank: Soziale Sicherungssysteme als unverzichtbarer Beitrag zur Bekämpfung von extremer Armut, Vulnerabilität und Ernährungsunsicherheit. Analysen und Empfehlungen
AVE-Studie 25/2020	Bliss, Frank: Soziokulturelle Aspekte von Entwicklung, Partizipation und Gender. Analysen und Empfehlungen
AVE-Studie 02/2021	Bliss, Frank / Gaesing, Karin / Mahla, Anika: Die Verstetigung von Armut in Entwicklungsländern (2. aktual. Auflage)
AVE-Studie 26/2022	Rieber, Arne / Bliss, Frank / Gaesing, Karin: Nachhaltige Finanzielle Inklusion im Ländlichem Raum
AVE-Studie 27/2022	Rieber, Arne / Kiplagat, Andrew / Gaesing, Karin: Sozialunternehmen in der Landwirtschaftförderung – Das Once Acre Fund Modell in Kenia

# Das Institut für Entwicklung und Frieden (INEF)

Das Institut für Entwicklung und Frieden (INEF), das im Jahr 1990 gegründet wurde, ist eine Forschungseinrichtung der Fakultät für Gesellschaftswissenschaften der Universität Duisburg-Essen am Campus Duisburg. Es kooperiert eng mit der Stiftung Entwicklung und Frieden (SEF), Bonn, die 1986 auf Initiative des früheren Bundeskanzlers und Friedensnobelpreisträgers Willy Brandt gegründet wurde.

Das INEF verbindet wissenschaftliche Grundlagenforschung mit anwendungsorientierter Forschung und Politikberatung in folgenden Bereichen: Global Governance und menschliche Sicherheit, fragile Staaten, Krisenprävention und zivile Konfliktbearbeitung sowie Entwicklung, Menschenrechte und Unternehmensverantwortung.

Der spezifische Ansatz des INEF, das als einziges Forschungsinstitut in Deutschland Fragen an der Schnittstelle von Entwicklung und Frieden bearbeitet, spiegelt sich auch im breiten Spektrum der Drittmittelgeber wider. Das INEF führt, oft in Kooperation mit nationalen sowie internationalen Partnern, eigene Forschungsprogramme durch und erschließt systematisch internationale Expertise und Weltberichte. Projekte führt das INEF auch für nicht-staatliche Organisationen (NGOs) und NGO-Netzwerke durch. Das Institut ist in ein internationales Forschungsnetzwerk eingebettet.

## Leitung und Vorstand

Direktor: Prof. Dr. Christof Hartmann  
Wissenschaftliche Geschäftsführerin: Dr. Cornelia Ulbert

Vorstand: Prof. Dr. Christof Hartmann (Sprecher); Prof. Dr. Tobias Debiel (stellv. Sprecher); Prof. Dr. Petra Stein (Dekanin der Fakultät für Gesellschaftswissenschaften); Prof. Dr. Dr. Nele Noesselt; Jannis Saalfeld; Ursula Schürmann; Leonie Lynn Stonner.

UNIVERSITÄT  
DUISBURG  
ESSEN

*Offen im Denken*

FAKULTÄT FÜR  
GESELLSCHAFTSWISSENSCHAFTEN

Institut für  
Entwicklung  
und Frieden



Institut für Entwicklung und Frieden (INEF)  
Lotharstr. 53 47057 Duisburg, Germany  
Telefon +49 (203) 379 4420  
Fax +49 (203) 379 4425  
E-Mail: [inef-sek@uni-due.de](mailto:inef-sek@uni-due.de)

Homepage: <http://www.uni-due.de/inef>