



## Wenn der Preis zur Gewissensfrage wird – ein solidarischer Markt in Bergerac stellt den Handel auf den Kopf

Hinter dem Bahnhof von Bergerac, dort, wo man sonst eilig den Koffer über den Asphalt zieht, geschieht einmal pro Woche etwas Ungewöhnliches. Keine Sonderangebote, kein grelles Preisschild, kein hektisches Abwiegen an der Kasse. Stattdessen eine stille Frage, die jeder Besucher für sich beantworten muss: Was bin ich heute bereit – oder in der Lage – zu zahlen?

Der solidarische Markt von Bergerac, entstanden im Umfeld des Tiers-Lieux La Traverse, setzt auf ein Prinzip, das in Zeiten von Inflation, Kaufkraftverlust und wachsender sozialer Ungleichheit beinahe revolutionär wirkt. Hier bestimmt nicht der Verkäufer den Preis, sondern der Kunde selbst. Nicht willkürlich, sondern eingebettet in ein fein austariertes System aus Vertrauen, Verantwortung und sozialer Rückkopplung.

Das Konzept ist schnell erklärt und entfaltet gerade deshalb seine Wirkung. Anstelle eines festen Preises existieren drei Tarifstufen, symbolisiert durch farbige Glasmurmeln. Blau steht für den „fairen Preis“, jenen Betrag, der dem Produzenten ein auskömmliches Einkommen sichert. Gelb markiert einen reduzierten Tarif, etwa zehn bis zwanzig Prozent darunter, gedacht für Menschen mit knappem Budget. Grün schließlich signalisiert Solidarität: Wer mehr geben kann, zahlt bewusst zehn bis zwanzig Prozent über dem Richtwert.

Der Moment der Entscheidung bleibt privat. Die Murmel verschwindet in einem undurchsichtigen Becher, anonym, ohne Rechtfertigung, ohne neugierige Blicke. Würde ist hier kein großes Wort, sondern Teil der Architektur des Marktes. Niemand muss erklären, warum er weniger zahlt. Niemand muss demonstrativ zeigen, dass er mehr gibt.

Getragen wird dieses System von einer gemeinsamen Kasse. Die solidarischen Aufschläge gleichen die reduzierten Verkäufe aus, sodass die Produzenten am Ende ihren fairen Preis erhalten. „Wir sind nicht im Bereich der Almosen“, sagt Martine Lacour, eine der freiwilligen Helferinnen, mit der nüchternen Klarheit jahrelanger Vereinsarbeit. „Es geht um Solidarität, nicht um Abhängigkeit.“ Jeder trägt seinen Teil, abhängig von den eigenen Möglichkeiten – und manchmal auch abhängig von der Woche.

Wer den Markt beobachtet, sieht keine einheitliche Kundschaft, sondern ein soziales Querschnittsbild. Corinne, Rentnerin, greift zur gelben Murmel. Sie spricht offen darüber, fast erleichtert. Günstiger, sagt sie, und zugleich besser als im Supermarkt. Murielle, berufstätig, wechselt von Woche zu Woche. Mal blau, mal grün. „Es hängt vom Portemonnaie ab“, meint sie und zuckt mit den Schultern. Ganz normal, eben.

In diesem beiläufigen Umgang mit Preis und Wert liegt die eigentliche Sprengkraft des Modells. Der klassische Fixpreis, lange Zeit das Rückgrat des Handels, verliert seine



Wenn der Preis zur Gewissensfrage wird – ein solidarischer Markt in Bergerac stellt den Handel auf den Kopf

Unantastbarkeit. An seine Stelle tritt eine kollektive Regulierung, getragen von sozialem Bewusstsein und gegenseitigem Vertrauen. Für die Initiatoren bedeutet das: hochwertige, lokale Lebensmittel bleiben für alle zugänglich, ohne die Arbeit der Erzeuger zu entwerten.

Ganz ohne Reibung funktioniert das Experiment allerdings nicht. Seit einigen Monaten überwiegen die Einkäufe zu reduziertem Tarif. Die solidarischen Beiträge reichen nicht immer aus, um das Gleichgewicht der Kasse zu sichern. Der Markt bleibt verletzlich, abhängig vom Mitmachen, vom guten Willen, von einer Solidarität, die sich nicht erzwingen lässt. Auch das gehört zur Wahrheit dieses Projekts.

Gleichzeitig fügt sich der Markt von Bergerac in eine größere Bewegung ein. Überall in Frankreich entstehen alternative Modelle, die mit Preisen, Eigentum und Verteilung neu umgehen. Kooperativen, solidarische Landwirtschaft, partizipative Preisgestaltung. Sie alle reagieren auf dieselbe Erfahrung: Dass viele Menschen sich gutes Essen kaum noch leisten können, während Produzenten unter Kostendruck leiden. Ein ziemlich schiefer Zustand.

Der Markt hinter dem Bahnhof liefert dafür keine perfekte Lösung, aber einen Vorschlag. Einen, der nicht von oben kommt, sondern aus der Nachbarschaft. Einen, der den Bürgern zutraut, verantwortungsvoll zu handeln. Und einen, der eine unbequeme Frage stellt: Wie viel ist uns Nahrung wirklich wert?

Vielleicht liegt genau darin seine größte Leistung. Nicht im Umsatz, nicht in der Skalierbarkeit, sondern im Perspektivwechsel. Der Preis als Gespräch, nicht als Befehl. Klingt ein bisschen idealistisch, klar. Aber manchmal braucht es genau das, um festgefahrene Routinen aufzubrechen. Oder anders gesagt: Es fühlt sich überraschend gut an, selbst zu entscheiden – und dabei an andere zu denken.

Andreas M. B.