

FoodCoops

Ein möglicher Nischenabsatzweg für Direktvermarkter in der Zukunft?

Autorinnen: Katja und Tanja Bachler

Im Rahmen der Vorlesung „Ökologische Landwirtschaft und regionale Entwicklung“ an der BOKU wurde eine Arbeit zum Thema „FoodCoops – möglicher Nischenabsatzweg für Direktvermarkter in der Zukunft?“ verfasst. Der Leitgedanke dieses Artikels ist es, über alternative Formen von Lebensmitteleinkauf zu informieren. Gleichzeitig sollen die Chancen aufgezeigt werden, die sich aus der Zusammenarbeit mit FoodCoops ergeben.

Situation in Österreich

Für knapp ein Drittel aller bäuerlichen Betriebe in Österreich ist die Direktvermarktung von wirtschaftlicher Bedeutung. Rund die Hälfte der direktvermarktenden Betriebe in Österreich erwirtschaften mehr als 10% ihres Einkommens durch diese Vermarktungsform; bei 12.000 Betrieben sind es bis zu 50%, bei 11.000 sind es sogar noch mehr.

Die Worte „Regionalität“, „Nachhaltigkeit“ und „Saisonalität“ gewinnen an Bedeu-

tung und immer mehr Konsumenten legen Wert auf Produkte, die klimaschonend und in ihrer unmittelbaren Umgebung erzeugt wurden. Für viele KonsumentInnen ist es allerdings schwierig, regionale Produkte zu erwerben. Deshalb gibt es mittlerweile verschiedenste Projekte (z.B. „Direktvermarktung im Supermarkt“), um es den Kunden zu vereinfachen, bäuerliche Spezialitäten aus der Region zu kaufen. Auch auf europäischer Ebene versucht man verstärkt, die Bedeutung der Direktvermarktung zu berücksichtigen. In der GAP (Gemeinsame Agrarpolitik) gewinnen „direct sales“, „short supply chains“ und „local products“ immer mehr an Bedeutung. Einzelne KonsumentInnen haben die Eigeninitiative ergriffen und Einkaufsgemeinschaften – sogenannte FoodCoops – gegründet um bewusst einen Weg der möglichst direkten Handelsbeziehungen zu ermöglichen und zu fördern, und es treten stets mehr und mehr Einzelkonsumenten solchen Interessensgemeinschaften bei.

Was versteckt sich hinter dem Begriff „FoodCoop“?

FoodCoop (Food Cooperation) steht für Vielzahl verschiedener Organisationsformen, z.B. Selbstversorger-Kooperative, Lebensmittel- oder Einkaufsgemeinschaft und Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaft. Die Organisationsformen sind im Prinzip sehr ähnlich: die Unabhängigkeit gegenüber dem Großhandel, die Selbstbestimmung der Produktauswahl und der soziale Aspekt des gemeinsamen Lebensmitteleinkaufs.

Bei der Auswahl der Produkte wird besonderer Wert auf den Produktionsablauf, bevorzugt biologisch und saisonal, die Unterstützung der LandwirtInnen in der Region sowie auf die positiven nachhaltigen ökonomischen und ökologischen Effekte gelegt. Ein weiteres Anliegen ist es, das Vertrauen zwischen Produzent und Konsument wieder zu stärken – Wegfall der Anonymität – womit naturgemäß eine erhöhte Wertschätzung gegenüber dem Produkt entwickelt wird.

Entwicklung der FoodCoops

FoodCoops haben sich seit den 1970er Jahren entwickelt. Mit dem damaligen Trend zu Supermärkten und Billigprodukten war die Versorgung der Konsumenten mit biologischen Produkten nicht mehr gewährleistet und die Attraktivität der Lebensmittelgemeinschaften nahm zu. Die aktuelle Entwicklung der letzten fünf Jahre zeigt wieder ein stetiges Wachstum von FoodCoops in unseren Breiten. In Wien gibt es mittlerweile mehrere FoodCoops (unter anderem d'Speis, Möhrengasse und BioParadeis), die bis zu 50 Mitglieder zählen und intensiv miteinander kooperieren. Auch in Graz (Krautkoopf), Oberösterreich (NETs.werk) und in Schwaz in Tirol (Autark werden) ist jeweils eine Organisation zu finden.

Organisation innerhalb von FoodCoops

Es gibt verschiedene Formen der Organisation von FoodCoops. Viele sind in mehreren Arbeitskreisen organisiert (Einkauf, Ladendienst, Öffentlichkeitsarbeit,

Informationen

<http://foodcoops.at>
<http://foodcoopedia.de>
<http://www.speis.org>
<http://www.bioparadeis.org>
<http://www.krautkoopf.at>
<http://www.autark-werden.at>
<http://verein-nets.at>
<http://www.speiselokal.org>
<http://www.greisslerei.org>

Finanzen,...). Diese arbeiten selbständig und stehen in Absprache mit dem Plenum. Dort werden Entscheidungen im Konsens getroffen. Laufende Kosten wie Miete, Strom u.Ä. werden über Mitgliedsbeiträge abgedeckt.

Die Kooperation und Vernetzung zu anderen FoodCoops ist wichtig und erleichtert vielfach die Einkäufe, z.B. wird oft beim Einkauf von Getreide und Milchprodukten zusammengearbeitet.

Innerhalb der FoodCoops in Wien wird jährlich eine Speisereise organisiert, bei der die jeweiligen Lieferanten besucht werden, um die Produzenten besser kennen zu lernen und einen Einblick in ihre Arbeitsweise zu bekommen.

Vorteile für Direktvermarkter

Die Zusammenarbeit mit FoodCoops oder anderen Formen der Lebensmittelgemeinschaften bietet eine gute Chance, das eigene Leitbild betreffend regionalem Absatz, nachhaltiger Produktion sowie Konsumation zu fördern. Mitglieder solcher Organisationen setzen sich bewusst mit Lebensmitteln und ihrem Konsum auseinander und ermöglichen den DirektvermarkterInnen dadurch eine hohe Wertschätzung ihrer Produkte und verleihen dem Begriff der Nachhaltigkeit einen besonderen Stellenwert. Aufgrund der höheren Flexibilität der Konsumenten in FoodCoops können zum Teil sogenannte „handelsuntaugliche Waren“ aufgrund optischer Fehler oder Größenmangel ohne tatsächlichen Qualitätsverlust trotzdem verkauft werden. Außerdem können unnötige Verpackungsschritte und -ma-

terialien vermieden werden, womit ein wesentlicher Beitrag zum Umweltschutz geleistet wird.

Der Umweltschutzgedanke prägt auch das regionale Absatzprinzip. Durch die Vermarktung in der unmittelbaren Region und die Zusammenarbeit und Kooperation innerhalb der FoodCoops können weite Transportwege vermieden werden. Mit den organisierten Betriebsbesichtigungen (z.B. Speisereise) wird zusätzlich ein Vertrauen zwischen Erzeugern und VerbraucherInnen und somit ein wachsendes Naheverhältnis geschaffen. Überdies ist es ein Beitrag zur Öffentlichkeitsarbeit um die Produkte einem größeren Konsumentenkreis bekannt zu machen. Gespräche mit DirektvermarkterInnen, die bereits mit FoodCoops kooperieren zeigen, dass diese Zusammenarbeit sehr gut funktioniert, da vor allem die „Unkompliziertheit“ der FoodCoops dazu einen positiven Beitrag leistet.

Fazit

In Österreich wird die Lebensmittelbeschaffung in Form von selbstständiger Organisation direkt vom Bauernhof immer beliebter. Das Naheverhältnis zum Produzenten ist dabei besonders wichtig, ebenso die Bereitschaft, faire Preise für die Produkte zu bezahlen. Wem also Regionalität, Saisonalität, Nachhaltigkeit sowie hohe Wertschätzung seiner

Produkte wichtig sind, für den bietet die Zusammenarbeit mit einer FoodCoop eine gute Gelegenheit, dieses Leitbild umzusetzen.

Bei Interesse können Sie sich gerne im Internet über FoodCoops informieren bzw. mit ihnen über deren Plattform in Kontakt treten.

