



Institut für nachhaltige Wirtschaftsentwicklung

**VU 731110 | Umweltsoziologie**

WS 2012 | 2013

## **“Was macht Food-Coops sexy?”**

**Betreuerin: LL.B. Dipl.-Ing. Christine Altenbuchner**

---

AutorInnen:	Sieglinde Binder-Knoll		7901217
	David Pirker		0840482
	Alina Seebacher		0809368
	Christoph Zinganell		0325553
	Raphael Zwiauer		0507515

*Wien, Jänner 2013*

## Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG.....	3
1.1	FRAGESTELLUNG UND AUFBAU DER ARBEIT .....	4
2	MATERIAL UND METHODEN.....	4
2.1	THEORETISCHER TEIL .....	4
2.2	EMPIRISCHER TEIL.....	4
2.2.1	STUDIENGEBIET .....	5
2.2.2	DATENERHEBUNG .....	5
3	ERGEBNISSE.....	6
3.1	WAS SIND FOOD-COOPS .....	6
3.1.1	DEFINITION UND KONZEPT .....	6
3.1.2	ARTEN UND ORGANISATIONSFORMEN .....	8
3.1.3	HISTORISCHER HINTERGRUND.....	9
3.2	MOTIVE FÜR DIE MITGLIEDSCHAFT IN EINER FOOD-COOP.....	10
3.2.1	ÖKOLOGISCHE ASPEKTE .....	12
3.2.2	ÖKONOMISCHE ASPEKTE .....	12
3.2.3	SOZIALE UND SOZIOPOLITISCHE ASPEKTE .....	14
3.3	FOOD-COOPS IN WIEN .....	15
3.4	ERGEBNISSE DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG IN WIEN.....	16
3.4.1	AUSWERTUNG DER DEMOGRAFISCHEN DATEN .....	17
3.4.2	AUSWERTUNG DER ERHOBENEN DATEN.....	18
4	DISKUSSION.....	22
5	SCHLUSSWORT .....	23
6	LITERATURVERZEICHNIS .....	25
6.1	BIBLIOGRAPHIE.....	25
6.2	WEBSEITEN VON FOOD-COOPS IN WIEN .....	26

## 1 Einleitung

Die heutige Agrar- und Lebensmittelwirtschaft ist durch eine fortschreitende Spezialisierung, Industrialisierung und Globalisierung geprägt. Internationale Agrar- und Lebensmittelkonzerne beherrschen vermehrt die Nahrungsmittelproduktion und verdrängen zunehmend traditionelle Formen der Produktion, sowie lokale Märkte und kleinere Versorgungsstrukturen. Große Supermarktketten sind zum Sinnbild dieser Entwicklungen geworden: Sie stehen für eine immer tiefer werdende Kluft zwischen KonsumentInnen und ProduzentInnen und einer Entfremdung zwischen dem Menschen und seiner Nahrungsgrundlage. Gleichzeitig charakterisiert sich die gegenwärtig vorherrschende Form der Nahrungsmittelproduktion und -versorgung durch eine erhebliche Energie- und Rohstoffintensität und stellt somit eine beachtliche Umweltbelastung dar.

In diesem Kontext entstand in den letzten Jahrzehnten vermehrt das Bedürfnis nach alternativen Versorgungskonzepten, welche auf Werten wie Selbstbestimmung und Selbstverantwortung basieren. Eine kooperative Zusammenarbeit mit ProduzentInnen und der Verzicht auf ZwischenhändlerInnen, ermöglichen den KonsumentInnen eine transparente Beziehung zu ihrer Nahrung. Gleichzeitig soll eine soziale, ökonomische und ökologische Gerechtigkeit innerhalb der Lebensmittelversorgung gefördert werden: So werden z.B. die Regionalität und Saisonalität der Produkte in den Vordergrund gestellt, der biologische Landbau unterstützt, den (Klein-) ErzeugerInnen faire Preise bezahlt und dadurch den negativen Impacts agrarischer Großkonzerne entgegengewirkt.

Diese Seminararbeit behandelt Food-Coops (aus dem Englischen: "food cooperation") als eine mögliche Alternative zur derzeitig vorherrschenden konventionellen Versorgungsstruktur. Food-Coops sehen sich als "soziale Netzwerke die (Klein)Bäuer\*innen wertschätzen" (Radolf/Haefner 2012: 5) und als Gruppe gemeinsam ihre Nahrungsmittelversorgung organisieren, wobei jedes Gruppenmitglied bestimmte Aufgaben übernimmt. Neben diesem Aspekt der kollektiven Selbstverwaltung, spielt der Nachhaltigkeitsgedanke eine wichtige Rolle und beeinflusst die Wahl der bezogenen Produkte, als auch die Beziehung zu den ProduzentInnen. In den letzten Jahren erlebte diese Form der alternativen Nahrungsmittelversorgung in vielen europäischen Städten eine Hochblüte und auch in Wien sprießen derzeit neue Food-Coops aus dem Boden.

Die Arbeit beschäftigt sich im speziellen mit der Suche nach Motivationsgründen für Mitglieder von Food-Coops in Wien.

## 1.1 Fragestellung und Aufbau der Arbeit

Diese Seminararbeit wird die Frage nach den Motivationsgründen für den Beitritt in eine Food-Coop in Wien beantworten. Diese Motive wurden einerseits mithilfe einer Literaturrecherche herausgearbeitet, andererseits auf Basis von empirischen Daten, welche durch Befragungen von Mitgliedern aus zwei Wiener Food-Coops erhoben wurden. Die Fragestellung verfolgt das Ziel, Aufschluss über die verschiedenen Motive und Intentionen der Food-Coop-Mitglieder zu erlangen und somit zu erklären, aus welchen Gründen diese eine urbane Alternative zum herkömmlichen Supermarktsystem suchen.

Das zweite Kapitel *Material und Methode* wird eine Übersicht über die Vorgehensweise und Methodik geben, welche im Zuge dieser Seminararbeit angewandt werden. Im dritten Kapitel *Ergebnisse* wird zunächst das Konzept der Food-Coops erläutert und eine Übersicht der Motivationsgründe von Food-Coop Mitgliedern gegeben. Es werden die Ergebnisse der Literaturrecherche als auch der empirischen Datenerhebung dargestellt. Im vierten Kapitel *Diskussion der Ergebnisse* erfolgt eine Verdichtung der Ergebnisse, sowie eine zusammenfassende Beantwortung der Fragestellung. Als Abschluss gibt es ein Schlusswort, welches Raum für offene bzw. weiterführende Fragen bietet.

## 2 Material und Methoden

Dieses Kapitel beschreibt die Methodik im theoretischen und empirischen Teil dieser Seminararbeit und deren konkrete Arbeits- bzw. Vorgehensweise.

### 2.1 Theoretischer Teil

Der theoretische Teil dieser Arbeit wurde aufgrund von Recherchen und Zusammenfassungen aus einschlägiger Literatur zu themenspezifischen Abhandlungen oder anderen wissenschaftlichen Arbeiten durchgeführt. Sowohl Inhalte digital verfügbarer Arbeiten und Berichte, als auch Bücher, Diplomarbeiten und Facharbeiten flossen in die Arbeit ein. Die Auswahl dieser erfolgte aufgrund von Quellenangaben bereits bearbeiteter Texte, sowie mit Hilfe von Suchmaschinen und Stichwortsuchen.

### 2.2 Empirischer Teil

Der empirische Teil der Arbeit wurde mittels einer schriftlichen Befragung mithilfe von Fragebögen bei Mitgliedern von zwei Wiener Food-Coops durchgeführt. Ziel war es,

Aufschluss über die verschiedenen Motivationsgründe der Food-Coop-Mitglieder zu erhalten und somit Anhaltspunkte für die Gründe der Food-Coop-Mitglieder eine urbane Alternative zum herkömmlichen Vertriebssystem zu wählen.

### 2.2.1 Studiengebiet

Die für die Befragung ausgewählten Food-Coops waren das Bioparadeis in Wien-Währing, sowie D'Speis im 15. Wiener Gemeindebezirk. Es sind dies die beiden ältesten noch aktiven Food-Coops in Wien, mit den meisten Mitgliederzahlen.

### 2.2.2 Datenerhebung

Es wurde ein einseitiger standardisierter Fragebogen erstellt welcher aus geschlossenen auswählbaren Antwortmöglichkeiten, offenen Fragen und demographischen Fragen bestand. Der verwendete Fragebogen ist im Anhang einzusehen.

Die 29 befragten Personen wurden persönlich in den Vereinsräumlichkeiten bzw. Lagerräumlichkeiten der entsprechenden Food-Coops angetroffen und die Fragebögen den Mitgliedern ausgehändigt. Der Befragungszeitraum war vom 13. bis 22. Dezember 2012 abends während den Abholzeiten der bestellten Produkte bzw. während eines Plenums.

Das Ausfüllen der Fragebögen erfolgte von den Food-Coop-Mitgliedern eigenhändig und in allen Fällen ohne Beeinflussung oder Mithilfe der Verfasser. Im Durchschnitt wurden etwa zehn Minuten pro Fragebogen benötigt. Die ausgefüllten Bögen wurden anschließend alle einzeln und ohne Kennzeichnung oder Möglichkeit zur Identifizierung in eine Mappe abgelegt. Fast zur Gänze konnte die Befragung bereits vor Ort abgeschlossen werden. Zwei der angetroffenen Mitglieder hatten jedoch nur wenig Zeit und erklärten sich bereit es ausgefüllt per E-Mail zu schicken. Mit den nachgereichten Fragebögen wurde gleich verfahren, wie mit den anderen zuvor.

Die Auswertung wurde mit Hilfe des Programmes MS Excel umgesetzt und grafisch aufbereitet.

### 3 Ergebnisse

Im ersten Teil dieses Kapitels werden die Ergebnisse der Literaturrecherche dargestellt. Zur Einführung in die Thematik dient ein historischer Abriss und die Beschreibung des generellen Konzepts und der Funktionsweise einer Food-Coop im Kapitel *Was sind Food-Coops?*. Des Weiteren werden die wichtigsten Motivationsgründe mithilfe von externer Literatur im Kapitel *Motive für die Mitgliedschaft in einer Food-Coop* herausgearbeitet. Diese ersten beiden Unterkapitel sind allgemein gehalten und dienen zur Identifizierung allgemeiner Charakteristika von Food-Coops und der Vor- und Nachteile einer Mitgliedschaft.

Das dritte Unterkapitel des Kapitels *Food-Coops in Wien* stellt dem hingegen die konkrete Situation in Wien dar. Aufbauend auf der Skizzierung der allgemeinen Food-Coops-Landschaft in Wien wird der spezielle Fokus auf die Vorstellung der untersuchten Food-Coops gelegt. Mithilfe der Ergebnisse der empirischen Erhebungen werden die Motive und Schwierigkeiten der Mitglieder von Wiener Food-Coops herausgearbeitet.

#### 3.1 Was sind Food-Coops

Dieses Kapitel dient einer ersten Einleitung in die Thematik, der Begriffsdefinition und die dahinterstehenden Konzepte. Ein historischer Überblick über die Entstehung von Food-Coops rundet dieses Kapitel ab.

##### 3.1.1 Definition und Konzept

Food-Coops werden von der Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V., einer Interessensvertretung der Lebensmittelkooperativen in Deutschland, folgendermaßen definiert: "Lebensmittel-Kooperativen, kurz Foodcoops, kaufen gemeinsam für ihre Mitglieder ein. Dabei steht der Handel mit ökologischer, regionaler und fair gehandelter Ware im Vordergrund" (Food Coop Bundes-AG s.a.). Brunmayr und Dax beschreiben Food-Coops allgemein als einen "Zusammenschluss von Menschen, die den Einkauf von Lebensmitteln gemeinsam organisieren" (Brunmayr/Dax 2011:8).

Aus diesen beiden Zitaten können zwei Grundcharakteristika einer Food-Coop abgeleitet werden: Zunächst geht es um eine Gruppe, welche gemeinsam den Nahrungsmiteleinkauf bewerkstelligt. Die Nahrungsmittel werden möglichst direkt von den ErzeugerInnen bezogen, und innerhalb der Food-Coop verteilt. Dabei übernimmt jedes Gruppenmitglied ehrenamtlich bestimmte Aufgaben in der Organisation des

Einkaufs, in der Lagerung und Verteilung der Nahrungsmittel bzw. in der Verwaltung der Gruppe. Food-Coops stellen also ein System der Eigenorganisation dar.

Zweitens ist der Aspekt der Qualität der Nahrungsmittel sowie die sozio-ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion von grundlegender Bedeutung: Meist werden ökologisch produzierte Lebensmittel bezogen, welche größtenteils aus der Region stammen und deshalb saisonale Produkte bevorzugt. Teilweise werden auch fair gehandelte Importprodukte innerhalb der Food-Coop betrieben. Um die soziale und ökonomische Gerechtigkeit innerhalb der Produktionskette zu unterstützen, erhalten die HerstellerInnen einen angemessenen Preis für Ihre Produkte. Dadurch kann qualitativ hochwertige Ware aus ökologischer Landwirtschaft kostengünstig (ohne Preisaufschlag für Zwischenhändler oder eine "Öko-Marke") erstanden werden, wobei der Preis bei der Produktauswahl bzw. Auswahl der LieferantInnen oft nicht so ausschlaggebend ist, wie z.B. ökologische Aspekte (siehe auch Kapitel 3.2.1 *Ökologische Aspekte*). Durch den direkten Kontakt mit den ProduzentInnen und der landwirtschaftlichen Produktion soll eine kritische Auseinandersetzung mit dem Thema „Nahrung und Ernährung“ gefördert werden (vgl. Brunmayr/Dax 2011; Radolf/Haefner 2012).

Food-Coops sind nicht eindeutig von anderen Formen der Lebensmittelgemeinschaft abgrenzbar. So werden in der Literatur Lebensmittelkooperativen, (Lebensmittel-) Einkaufsgemeinschaften oder ErzeugerInnen-VerbraucherInnen-Gemeinschaften teils als verwandte Begrifflichkeiten, teils als Synonyme verwendet. In der Literatur erscheint die genaue Abgrenzung und Kategorisierung der verschiedenen Organisationsformen nicht von Bedeutung, da meist eine praktische, lebensnahe Zielsetzung überwiegt:

*„Wichtiger [als das „Schubladiesieren“ der Gruppen; eigene Anm.] ist es zu betrachten, welche Möglichkeiten alle haben, um positiv auf die ökologische Landwirtschaft, die Herstellung gesunder Lebensmittel, fair gehandelte Waren, politisches Handeln, Ideenreichtum und -umsetzung, Meinungsbildung und -verbreitung zu wirken“ (Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V. 2000: 9).*

Prinzipiell wird in der Literatur betont, dass sich Food-Coops im Vergleich zu anderen Formen von Nahrungsmittel-Versorgungssystemen dadurch kennzeichnen, dass der kooperative Gedanke überwiegt (siehe oben, erste Grundcharakteristika der Food-Coop): So ist beispielsweise nicht jeder non-profit Bioladen als Food-Coop zu verstehen, wenn eine offene, basisdemokratisch orientierte Struktur der Gemeinschaft nicht gegeben ist. Eine Food-Coop baut also auf der Zusammenarbeit und dem Austausch zwischen den Mitgliedern auf, und unterstützt damit das Bedürfnis der Mitglieder, selbst auf die Struktur und die Prozesse der Gruppe Einfluss zu nehmen. Auch ist das kooperative

Verhältnis in der Beziehung zu den Nahrungsmittel-ErzeugerInnen von Bedeutung: Dieses manifestiert sich in den fairen Preisen und dem direkten Kontakt der Food-Coop zu den HerstellerInnen (vgl. Brunmayr/Dax 2011; Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V. 2000).

### 3.1.2 Arten und Organisationsformen

Die konkrete Organisationsform der Food-Coops kann sehr unterschiedlich ausgestaltet sein. Das Spektrum reicht von kleinen Gemeinschaften, welche die Waren sofort nach dem Einkauf untereinander verteilen, über Gruppen mit Lagerräumen, bis zu größeren und straffer organisierten Vereinen mit Angestellten. Brunmayr und Dax unterscheiden, wie in Tabelle 1 sichtbar, zwischen folgenden Arten von Food-Coops:

**Tabelle 1: Arten von Food-Coops (Brunmayr/Dax 2011: 10. Darstellung nach Albrecht 2010; verändert und ergänzt durch die Autoren).**

Art	Raum	Organisation	Sozial	Beispiele
Bestell-Food-Coop	Kein festes Lager	Koordination der Bestellung über Internet	Feste Gruppe, Treffen zu den Abholterminen	Fresskorb
Lager-Food-Coop	Festes Lager	Plena, auf Haushalte verteilte Arbeit, Mitgliedsbeitrag	Feste Gruppe, Plena, Vertrauen nötig	Bioparadeis D'Speis Krautkoopf
Laden-Food-Coop	Festes Lager	Angestellte, nicht öffentlich	Feste Mitgliedschaft, Verkauf nur an Mitglieder	
Laden-Food-Coop + Bioladen	Festes Lager, Verkaufsraum	Angestellte, gewerblich, öffentlich, höherer Mitgliedsbeitrag – günstigere Preise	Feste Mitgliedschaft, eher „Kunde“, Mitglieder-versammlungen	
ErzeugerInnen-VerbraucherInnen-Gemeinschaft	Lager, Abholplätze	unterschiedlich	Feste Gruppe	

Es wird ersichtlich, dass sich die Organisationsform generell nach der Anzahl der Mitglieder und ihren Bedürfnissen richtet. Während zum Beispiel eine Bestell-Food-Coop sich eher für eine kleinere Gruppe anbietet (es werden gemeinsam Bestellungen aufgegeben und direkt nach der Lieferung verteilt), so benötigt eine größere Gruppe mit mehreren Lieferungen oder umfangreicherem Warenangebot einen Lagerraum, welcher allen Mitgliedern zugänglich ist und oft auch einen sozialen Raum der Begegnung und des Austausches darstellt. Wird der Kreis der Mitglieder größer, so kann diese Organisationsform, welche auf einem gemeinsamen, auf Vertrauensbasis verwaltetem, Lager beruht, Schwierigkeiten mit sich bringen. In so einem Fall kann sich eine Laden-



Food-Coop besser eignen: Es werden Personen für die Ausführung der Arbeiten (wie Einkauf, Bestellung, Verwaltung) angestellt, die Mitglieder der Food Coop behalten das Mitspracherecht, und tragen gleichzeitig auch das unternehmerische Risiko. Wenn eine Food-Coop gleichzeitig einen Bioladen betreibt, so sind diese öffentlich zugänglich; für die Mitglieder einer solchen Food-Coop werden bestimmte Vorteile ausgehandelt. Eine ErzeugerInnen-VerbraucherInnen-Gemeinschaft liegt vor, wenn eine enge Beziehung zwischen ProduzentInnen und Food-Coop besteht, welche über einen regulären Bezug angebotener Lebensmittel hinausgeht. Da diese vielfältigen Formen der Lebensmittelgemeinschaften, wie oben erwähnt, nicht genau voneinander abzugrenzen sind und von der Dynamik der sich wandelnden Bedürfnisse der Mitglieder geprägt sind, finden sich in der Praxis viele Mischformen der Organisation (vgl. Brunmayr/Dax 2011; Sense.Lab e.V. 2009).

### 3.1.3 Historischer Hintergrund

In Deutschland kamen die ersten Food-Coops Ende der 1970er bzw. Anfang der 1980er Jahre auf. Diese Zeit war dadurch geprägt, dass nur begrenzt Möglichkeiten zur Versorgung mit Produkten aus biologischem Anbau vorlagen - das Angebot war sowohl im ländlichen als auch im städtischen Raum sehr limitiert. Diese Ausgangslage erweckte die Motivation einiger Personen, ihre Nahrungsmittelversorgung selbst zu organisieren und direkt Lebensmittel bei den ErzeugerInnen (und damals auch verstärkt direkt von den GroßhändlerInnen) zu beziehen. In Österreich wurde das Aufkommen der ersten Food-Coops in demselben Zeitraum beobachtet: Gekoppelt an die voranschreitende Verbreitung und einem gleichzeitigen Anstieg der Popularität des Bio-Landbaus wurden 1980 die ersten KonsumentInnen-ProduzentInnen-Initiativen gegründet (wie z.B. BERSTA in Niederösterreich, EVI in Krems oder MÜLI in Linz).

Mitte der 80er Jahre kam es zu einem raschen Anstieg der Anzahl der Naturkostläden, was dazu führte, dass viele der kleinen Food-Coops wieder verschwanden: Da der Bezug von Bio-Lebensmittel nun einfacher geworden war, ging für viele der Sinn und Zweck einer Food-Coop verloren. Auch erschwerte das Aufkommen der Bioläden die Belieferung von Food-Coops durch GroßhändlerInnen. Sie verkauften nunmehr lieber an Bioläden, da diese eine gesichertere Absatzmöglichkeit darstellten. Die Food-Coops, welche auch in den 80er Jahren weiterhin bestehen blieben, suchten sich Nischen um zu überleben: Beispielsweise konzentrierten sie sich auf den Direktbezug der Nahrungsmittel bei den ProduzentInnen ohne den Weg über ZwischenhändlerInnen zu gehen. Auch wurde die politische und soziale Motivation der Food-Coops wichtiger. Seit einigen Jahren ist wieder ein verstärktes Interesse an Food-Coops zu bemerken, nicht zuletzt da der Wunsch nach guter, fair produzierter und "sauberer" Nahrung größer wird. In Deutschland wurde 2000

die Zahl der Food-Coops mit eigenem Lager auf etwa 200-300 geschätzt; zusätzlich soll es etwa weitere 2000 Einkaufsgemeinschaften ohne eigenem Lager geben (vgl. Brunmayr/Dax 2011; Sense.Lab e.V. 2009). Einen Überblick, wie viele Food-Coops es derzeit in Wien gibt, zeigt Kapitel 3.3 *Food-Coops in Wien*.

### 3.2 Motive für die Mitgliedschaft in einer Food-Coop

Im Folgenden wird der Blick auf die unterschiedlichen Motivationsgründe für eine Food-Coop-Mitgliedschaft gelenkt. Diese Motive decken sich oft mit den Zielen, die von einer Food-Coop verfolgt werden. Aufgrund dieser Tatsache und des knappen Umfangs dieser Arbeit wird nicht zwischen den Zielen der Food-Coop und den Motivationsgründen ihrer Mitglieder differenziert.

Wie eingangs erwähnt, lag anfänglich die Motivation von Food-Coop-Mitgliedern in dem gemeinsamen Bezug von biologisch produzierten Lebensmitteln (vgl. Brunmayr/Dax 2011), welche zu dieser Zeit (also Ende 70er Jahre, Anfang 80er Jahre) über kein flächendeckendes Versorgungsnetz verfügten. Lagen die Beweggründe früher eher im praktischen Bereich, so sind sie heute, in Zeiten des Bio-Booms, mehr ideologischer Natur.

*„Eine zentrale Motivation der Menschen, die sich in einer Food-Coop zusammenfinden, wächst aus der zunehmenden Industrialisierung, der Globalisierung der Landwirtschaft und der damit verbundenen negativen Folgen, nicht nur für die Gesundheit der Menschen, sondern für die gesamte Umwelt“ (Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V. 2000).*

Benovic et al. (2012) untersuchten das Potential von Food-Coops im ländlichen Raum. Es wird deutlich, dass sich die Motive wesentlich von jenen im urbanen Raum unterscheiden und mehr in Richtung „Ursprungsidee“ (Brunmayr/Dax 2011: 10) tendieren. Als wesentliche Gründe für eine Mitgliedschaft in ruralen Gegenden werden demnach die Unterstützung kleinbäuerlicher Bio-Betriebe und das Fehlen von lokalen Bio-Läden angeführt.

Zusammenfassend kann gefolgert werden, dass ein Mangel an Versorgungsstrukturen bei vorhandenem Bedarf an lokalen Bio-Produkten ausschlaggebend für die Gründung einer Food-Coop sein kann und die vordergründige Motivation für deren Mitglieder ist. Paradoxerweise sind vor allem im ländlichen Raum die ProduzentInnen gewünschter Produkte in unmittelbarer Nähe präsent. Die Food-Coop schließt somit auf einfache und kostengünstige Art und Weise diese Versorgungslücke des Zwischenhändlers und jeder Einzelne profitiert dabei von den Vorteilen des Kollektivs. Auf der anderen Seite scheinen

Food-Coops im urbanen Raum vordergründig der Entkoppelung zwischen der ProduzentInnen-KonsumentInnen-Beziehung entgegenzuwirken und deren Mitglieder aktiv einen „Bezug zu Lebensmittel herstellen“ (Brunmayr/Dax 2011: 10) wollen. Durch die aktive Auseinandersetzung mit landwirtschaftlichen Produkten, deren Auswahl und Bestellung bzw. durch Exkursionen zu den Betrieben der ProduzentInnen erheben Food-Coops einen Bildungsanspruch für sich und teilen ihre neu erworbenen Kenntnisse offen und gerne – z.B. im Internet – mit Interessierten. Die ideologischen Zielsetzungen urbaner Food-Coops und die Motive ihrer Mitglieder hinsichtlich eines ausgeprägten Nachhaltigkeitsbewusstseins zeigen sich deutlich ausgeprägter als dies im ländlichen Raum der Fall ist.

Brunmayr und Dax (2011) untersuchten Motive im politischen, sozio-ökonomischen und ökologischen Bereich. Die Bandbreite ihrer Motivforschung deckt sich mit den Angaben der Berliner Food-Coop „FC Schinke09“, die auf ihrer Webseite angeben „der zunehmenden Industrialisierung und der Globalisierung der Landwirtschaft und den damit verbundenen Negativfolgen, nicht nur für unsere eigene Gesundheit, sondern für die gesamte Umwelt“ (FC Schinke09 s.a.) entgegenzutreten zu wollen. Weiter heißt es dort: „Darüber hinaus wollten wir die Selbstorganisation eines wichtigen Teils unseres Alltags, nämlich der Nahrungsbeschaffung, in Angriff nehmen, um so die Fremdbestimmung und die Kommerzialisierung unseres Lebens zu bekämpfen“ (FC Schinke09 s.a.). Unter den angeführten Motivationsgründen fallen des weiteren Begriffe wie Transparenz, Selbstbestimmung, Regionalität, Unterstützung von kleinen, politisch unterstützenswerten Betrieben, Eigenverantwortung und Kreislaufwirtschaft. Nicht alle Food-Coops sind politisch derart engagiert, was sie jedoch gemeinsam auszeichnet, ist ein ausgeprägtes Nachhaltigkeitsbewusstsein ihrer Mitglieder. Es ist auffällig, dass in den allermeisten Fällen die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit (vgl. Lindenthal 2011) als vorrangige Ziele der Food-Coop genannt werden. Die Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen (BAG), Herausgeberin des Food-Coop Handbuchs sieht „Ökonomische und ökologische sowie soziale und politische Aspekte [...] einer Food-Coop gleichwertig“ (Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V. 2000: 45).

### 3.2.1 Ökologische Aspekte

Viele Food-Coop-Mitglieder „wollen eine Produktionsweise fördern, die auf die Erhaltung des gesamten Ökosystems abzielt“ (Sense.Lab e.V. 2009: 16). Dies beinhaltet den Verzicht von Düngemittel und Pestiziden, die Stärkung regionaler, kleinstrukturierter, biologischer Landwirtschaft und die gleichzeitige Verringerung der Transportwege, sowie die Vermeidung von Abfall durch die Einsparung von Verpackungsmaterial. Neben den ökologischen Aspekten werden ökonomische und soziale Motivationsgründe angeführt. Geyer (2010) untersuchte die Motivationen für die Gründung der Wiener Food-Coop „Bioparadeis“ und nennt in dem Zusammenhang als zentrales Motiv das „Bedürfnis nach einem respektvollen Umgang der Menschen untereinander, sowie zu ihrer Umwelt“ (Geyer 2010: 8), welche den Personen im herkömmlichen Supermarkt verwehrt wird.

Diese Grundsätze spiegeln sich in den wichtigsten Zielen nachhaltiger Entwicklung auf der ökologischen Ebene wider (vgl. Lindenthal 2010). Vor allem der Bildungsanspruch von Food-Coop-Mitgliedern und die damit einhergehende Bewusstseinsbildung zielt darauf ab, die Lebensfähigkeit natürlicher Systeme durch einen schonenden Umgang mit der Mitwelt zu garantieren.

### 3.2.2 Ökonomische Aspekte

Regionale Bio-Produkte preiswert einzukaufen, scheint nicht der alleinige Motivationsgrund zu sein, sicherlich aber ein gern gesehener Zusatznutzen. Die „Aufteilung der notwendigen Arbeiten für Einkauf, Lagerung und Verteilung von Produkten auf mehrere Leute ermöglicht direkten Einkauf bei ProduzentInnen und GroßhändlerInnen zu günstigen Preisen“ (Brunmayr/Dax 2011: 12). Die Wiener Food-Coop „Bioparadeis“ sieht im Zusammenschluss einzelner Personen zu einer Lebensmitteleinkaufsgemeinschaft oder Lebensmittelkooperative jedoch primär den „Ausdruck der Kritik an der gängigen Lebensmittelproduktion“ (Bioparadeis s.a.), wo die Schaffung einer finanziell erschwinglichen Alternative für den Bezug biologischer Lebensmittel lediglich einen positiven Nebeneffekt darstellt. Diese Annahme wird dadurch untermauert, dass Food-Coops nicht danach streben die günstigsten Produkte zu beziehen, sondern viel eher ihren eigenen ökologischen und sozialen Zielen und den Zielen der Nachhaltigkeit gerecht werden wollen. Diese Maxime – und nicht der Preis – determiniert die Auswahl der LieferantInnen.

Das Einsparen von Zwischenhändlern und langen Transportwegen durch direkte Bestellungen bei den ProduzentInnen in der Region bzw. beim Großhandel wirkt sich nicht nur bei den KonsumentInnen finanziell „positiv“ aus; auch für die ProduzentInnen selbst stellt der vergleichbar höhere Preis, zu dem sie an die Food-Coops verkaufen

können ein zusätzlicher Anreiz dar (vgl. Benovic et al. 2012). Wird von einer Preisdifferenz im Lebensmitteleinzelhandel (kurz: LEH) zwischen „Konventionell“ und „Bio“ von etwa 100-200% (je nach Kaufverhalten) (vgl. Stumm 2004) ausgegangen, so machen sich ein paar Euro mehr oder weniger in der Geldtasche schnell bemerkbar.

Wichtige ökonomische Anreizgründe sind außerdem „Zeiteinsparungen durch vereinfachte Direktvermarktung, die Selbstbestimmung über Preisgestaltung und Vermarktung und dadurch resultierend faire Preise für die geleistete Arbeit sowie das Absetzen von nicht „markt- und normkonformer“ Ware (z.B. zu kleine/große Erdäpfel, mehrbeinige Karotten,...)“ (Radolf/Haefner 2012: 12). Von dieser Win-Win-Situation profitieren beide Seiten eine für sie fair gestaltete Preispolitik und auch für einkommensschwache Bevölkerungsschichten wird der Zugang zu gesunder Nahrung erleichtert (vgl. Sense.Lab e.V. 2009).

Neben attraktiven Preisen ist den verantwortungsbewussten Food-Coop-Mitgliedern die Transparenz der Preispolitik sehr wichtig. Die „Offenlegung der Preisgestaltung sind weitere Gründe, sich nach anderen Versorgungsmöglichkeiten umzuschauen“ (Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V. 2000: 10) und wird im Zuge des „Abbaus der Anonymität“ als wichtiges Kriterium genannt.

In Bezug auf die ökonomische Dimension nachhaltiger Entwicklung, die anstelle kurzfristiger Gewinnmaximierung die Langfristigkeit als zentrale Orientierung für nachhaltiges Wirtschaften sieht, können Food-Coops, deren anti-hierarchisches System Kosten und Nutzen vergemeinschaftet und weder kurzfristiger, riskanter Profitgier ausgesetzt sind, noch einem stetigen Wachstumsdruck unterliegen, eine positive Alternative für deren Mitglieder schaffen. Im Gegensatz zum konventionellen LEH herrscht in Food-Coops eine (aufgrund der geringen externen Kosten) transparente Preispolitik, die den KonsumentInnen als Informationsmechanismus dient und die Kaufbereitschaft mitbestimmt.

### 3.2.3 Soziale und soziopolitische Aspekte

Eine Food-Coop hat, als gemeinschaftlich organisierter Verein, wichtige soziale bzw. kooperative Handlungsfelder, welche von den Mitgliedern bestimmt werden, diese jedoch zur gleichen Zeit auch selbst determinieren. So beschreibt Geyer (2010) wie allein die Struktur einer Food-Coop Möglichkeiten zur Erweiterung des eigenen Horizonts schafft. Dabei wird die Auseinandersetzung mit Elementen der Basisdemokratie, welche in vielen Food-Coops wichtiger Bestandteil des Meinungsfindungsprozesses ist, als Herausforderung für Mitglieder und ProduzentInnen genannt. Die Mitglieder müssen Grundsätze im Plenum stets neu ausdiskutieren – vor allem beim Eintritt neuer Mitglieder – und ProduzentInnen müssen sich auf wechselnde Prioritäten der Food-Coop einstellen.

Ein weiteres edukatives Element ist die Selbstorganisation. Im anti-hierarchischen System muss Eigenverantwortung gelernt und gelebt werden, was wiederum nicht ohne eine Auseinandersetzung mit der Organisation selbst, deren Handlungsmaximen und den Mitgliedern einher geht. Das Gemeinsame wird vor das Individuelle gestellt. Im kollektiven Zusammenarbeiten der Mitglieder, erfährt dieser Zufriedenheit mit bzw. in ihrem Schaffen, was wiederum durch die Ausübung einer sinnvollen Tätigkeit begründet werden kann.

Hinsichtlich der Beziehung zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen kann die Food-Coop andere Wege beschreiten als dies im LEH der Fall ist. „Die ErzeugerInnen werden als KooperationspartnerInnen gesehen, an deren Bedürfnissen sich eine Food-Coop orientiert“ (Brunmayr/Dax 2011: 12). Dies und die Tatsache, dass sich die beiden voneinander abhängigen PartnerInnen oftmals persönlich kennen, begründet ein Vertrauensverhältnis, welches vielschichtige Vorteile schafft. Das Bekanntsein der Bedürfnisse des jeweils anderen führt zu einer höheren Toleranz (z.B. für Lieferengpässe) und bringt den KonsumentInnen die Abhängigkeit von den Risiken der Landwirtschaft im Speziellen bzw. der Natur im Allgemeinen näher (vgl. Geyer 2010).

Im Kontext der nachhaltigen Entwicklung sind vor allem die partizipativen Entscheidungsprozesse und die Orientierung an der Region zu nennen. Die Einbindung aller Betroffenen und die gemeinsame Aushandlung haben zwar den Nachteil, dass die Entscheidungsfindung mehr Zeit braucht, die Entscheidungen selbst jedoch stabiler und dauerhafter sind (vgl. Lindenthal 2011).

Das „Food-Co-ops Toolkit – a simple guide to setting up food co-ops“, herausgegeben von der britischen Organisation „Sustain - the alliance for better food and farming“ (s.a.) fügt zu den drei Aspekten noch den vierten Aspekt der Gesundheit hinzu. Wie in Tabelle 2 ersichtlich gehen die Autoren dabei eher von einer institutionalisierten Food-Coop bzw. einer Laden-Food-Coop aus, die mehr die Form eines Dienstleisters einnimmt und weniger an einen basisdemokratisch organisierten Verein erinnert. Der Vollständigkeit

halber sei dies hier angeführt, eine nähere Betrachtung bleibt jedoch aufgrund der Dimension dieser Arbeit weiterführender Forschung vorbehalten.

**Tabelle 2: Benefits of Food-Coops (eigene Darstellung nach Sustain s.a.)**

<b>Health benefits</b>	Increase access to affordable fruit and vegetables and other healthy foods.	Help raise awareness of the benefits of eating a healthy diet.	Improve well-being in volunteers who often gain increased self-esteem, confidence and a Sense.Lab e.V. of purpose.	
<b>Environmental benefits</b>	If set up to do so, increase the supply of local and organic produce.	Make it easier for people to shop by foot or by bike by providing outlets in residential areas.	Provide food that often has less packaging, and therefore generates less waste.	
<b>Social benefits</b>	Engage local people in their community, which may then lead on to other activities.	Act as a focal point for local people to meet up and make new friends.	Help to revitalise community facilities.	Provide a more sociable place to shop.
<b>Economic benefits</b>	Help to support local producers, growers or other smaller or more ethical suppliers by providing an outlet for their goods.	Help ensure money spent stays in the local economy.		

### 3.3 Food-Coops in Wien

Es soll nun ein kurzer Überblick über die aktuelle Situation von Food-Coops in Wien gegeben werden und bereits existierende Food-Coops kurz vorgestellt werden, sowie Food-Coops, welche sich gerade in der Gründungsphase befinden.

Aktuell gibt es in Wien vier aktive Food-Coops, die Mutter aller Food-Coops ist das Bioparadeis (vgl. Bioparadeis s.a.) im 18. Gemeindebezirk, welches im Frühjahr 2007 gegründet wurde und circa 50 Mitglieder umfasst.

Die zweitälteste, noch bestehende, Food-Coop nennt sich D'Speis (vgl. D'Speis s.a.), welche Ende November 2009 im 7. Wiener Gemeindebezirk gegründet wurde, danach

wegen lagertechnischen Gründen in den 15. Bezirk übersiedelte und aktuell rund 80 aktive Mitglieder umfasst.

Die jüngste Food-Coop in Wien ist die Möhrengasse (vgl. Möhrengasse s.a.), die im Dezember 2012 in der Leopoldstadt (2. Bezirk) eröffnet wurde und bereits 46 Mitglieder umfasst.

Die Vegan Food-Coop (vgl. Vegan Food-Coop s.a.) ist ebenfalls ganz neu und befindet sich gerade auf der Suche nach einem geeigneten Lager, die ersten Bestellungen wurden bereits aufgegeben und somit steht der ersten rein veganen Food-Coop in Wien nichts mehr im Wege. Das gemeinsame Lager und Vereinslokal soll in den Bezirken 16, 17, oder 18 liegen.

Die Informationen über aktuell entstehende Food-Coops in Wien entstammen einer Webseite, welche einen Überblick über die österreichische Food-Coop-Landschaft bietet (vgl. Foodcoops s.a.) bzw. aus diversen Expertengesprächen während unseren Recherchen.

Im vierten bzw. fünften Bezirk arbeitet eine Gruppe von Motivierten an einer Neugründung in der Gegend um den Naschmarkt.

Mit dem Namen Food Korb ist eine weitere Coop im 8./9. Bezirk im Entstehen. Ein erstes Treffen der Interessierten fand im Oktober 2012 statt. Die Gruppe hat sich mittlerweile stabilisiert und es wird schon ein Lager gesucht und potentielle LieferantInnen ausgeforscht (vgl. FoodKorb s.a.)

Aus dem Bioparadeis heraus hat sich eine Gruppe gebildet, die im 16. oder 17. Bezirk eine neue Food-Coop gründen will. Die Gruppe hat sich schon einigermaßen stabilisiert und das Interesse ist sehr groß. Die nächsten Schritte werden die Gründung eines Vereins und die Lagersuche sein.

Im 19. Bezirk hat sich im Oktober 2012 eine Gruppe formiert, die dort eine neue Food-Coop gründete. Momentan werden private Räumlichkeiten in der Nähe des Sieveringer Friedhofes als Lager genutzt, da ein eigenes Lager noch gesucht wird.

### 3.4 Ergebnisse der empirischen Untersuchung in Wien

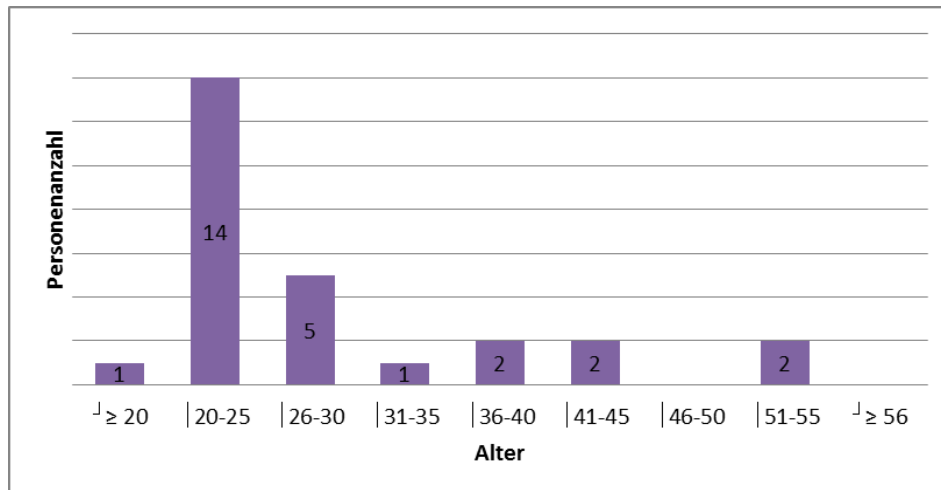
Zuerst wird die Auswertung der demografischen Daten dargestellt und im Anschluss die Auswertung der Food-Coop-spezifischen Fragen zu Motivationsgründen, sowie Vor- und Nachteile der Mitgliedschaft in einer Food-Coop.

Wie bereits in Kapitel *Studiengebiet* erwähnt, fand die Befragung in den Food-Coops Bioparadeis und D'Speis statt.



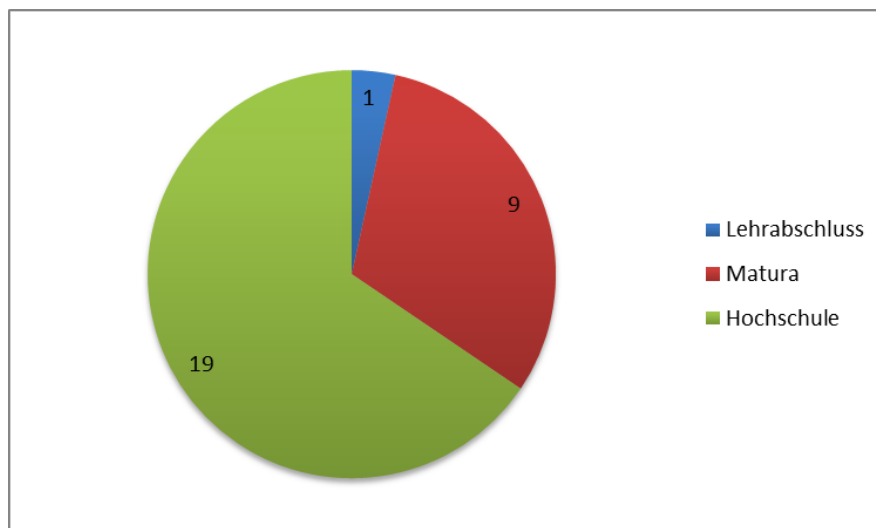
### 3.4.1 Auswertung der demografischen Daten

Von den insgesamt 29 Befragten waren rund 60% Frauen und 40% Männer. Die Mitglieder kommen aus unterschiedlichen Altersgruppen, allerdings sind die meisten zwischen 20 und 25 Jahre alt, wie in Abbildung 1 ersichtlich.



**Abbildung 1: Altersverteilung der TeilnehmerInnen**

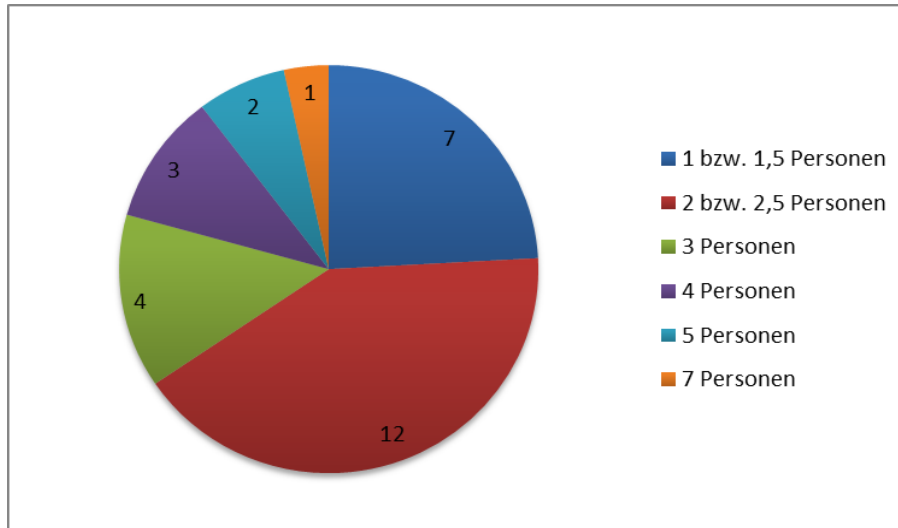
In Abbildung 2 ist der Bildungsstand der TeilnehmerInnen dargestellt. Mit 19 Personen hat der Großteil der Befragten ein Studium an einer Universität oder Fachhochschule abgeschlossen. Die restlichen Befragten gaben als höchsten Bildungsabschluss (bis auf eine Person) die Matura an.



**Abbildung 2: Bildungsstand der TeilnehmerInnen**

Die durchschnittliche Haushaltsgröße beläuft sich laut Erhebung auf 3,2 Personen pro Haushalt. Im Mittel kaufen die Mitglieder für 2,57 Personen ein. Die höchste Anzahl der

versorgten Personen in einem Haushalt beläuft sich auf sieben Personen. Viele der Befragten kaufen vorwiegend für sich selbst oder für eine, möglicherweise zwei, weitere Personen ein, siehe Abbildung 3.

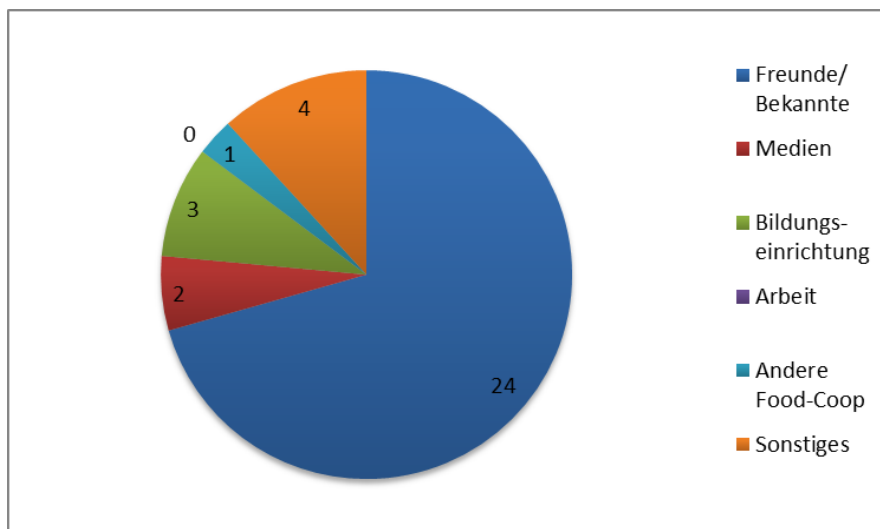


**Abbildung 3: Anzahl der durch die Mitgliedschaft zu versorgenden Menschen**

### 3.4.2 Auswertung der erhobenen Daten

#### Durch wen oder was wurden die Befragten auf Food-Coops aufmerksam?

Fast Dreiviertel der Befragten wurden durch das nähere Umfeld auf die alternative Lebensmittelbeschaffung aufmerksam, Abbildung 4 zeigt die Details.



**Abbildung 4: Quellen, welche auf Food-Coops aufmerksam machten (Mehrfachnennungen waren möglich)**

Als Sonstige Quellen wurden das Internet, NGO und ein Kongress genannt.

### Gründe für den Beitritt

Um die Gründe für den Beitritt zu einer Food-Coop zu erfassen, haben die beteiligten Personen Bewertungen für vorgegebene Gründe abgegeben. Sehr wichtig ist ihnen vor allem Regionalität, Qualität und Transparenz, dicht gefolgt vom Gemeinschaftsaspekt und mit etwas Abstand das Preis-/Leistungsverhältnis, wobei dies von vielen zumindest als wichtig angesehen wird. Abgeschlagen dagegen die Individualität, welche kaum mit sehr wichtig bewertet wurde, häufig mit weniger wichtig oder gar nicht wichtig. Die zugehörigen Ergebnisse sind in den Abbildungen 5 bis 10 dargestellt.

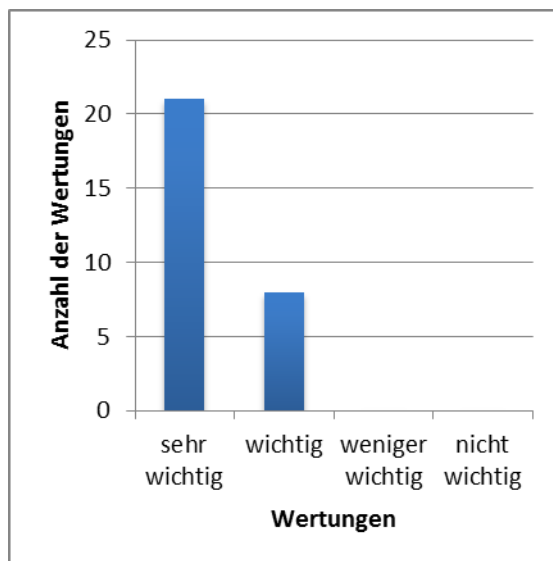


Abb. 5: Regionalität

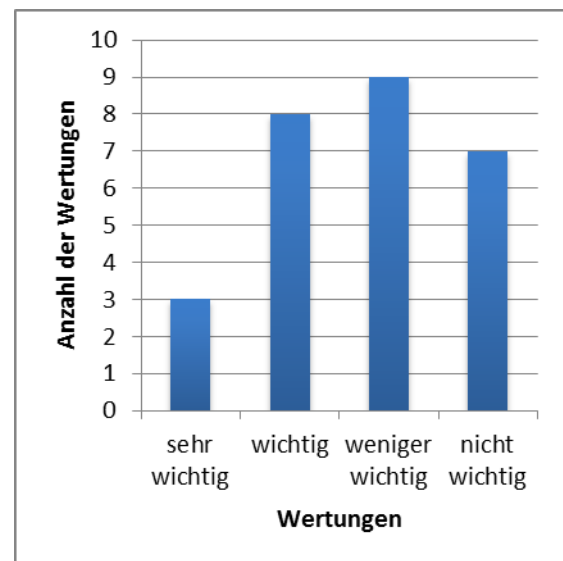


Abb. 6: Individualität

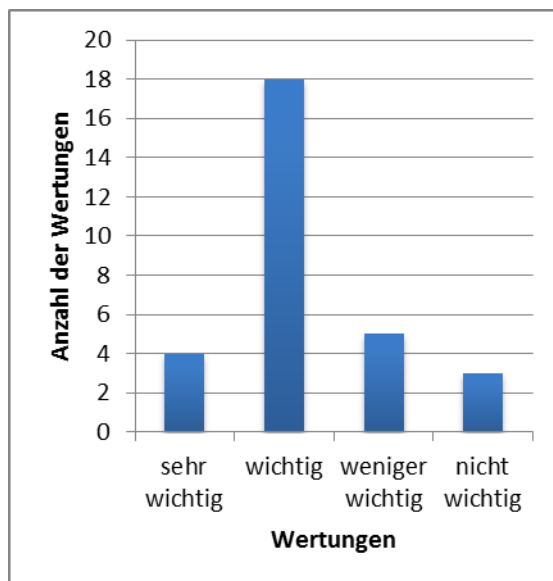


Abb. 7: Preis-/Leistungsverhältnis

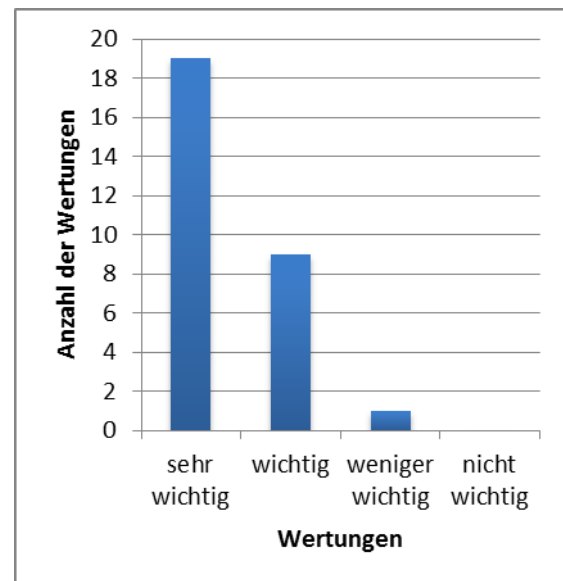


Abb. 8: Qualität

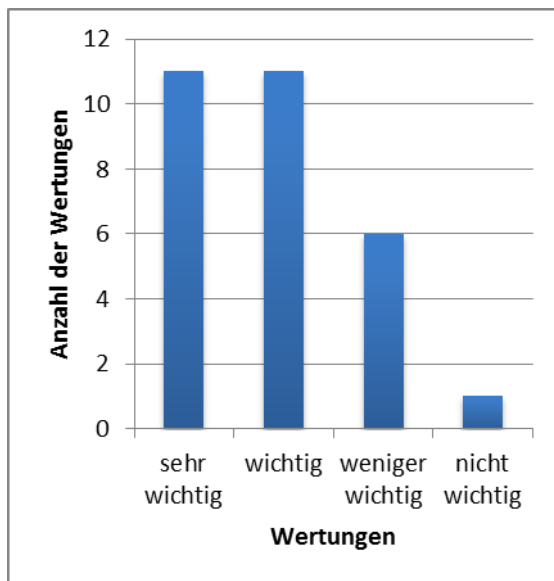


Abb.9: Gemeinschaft

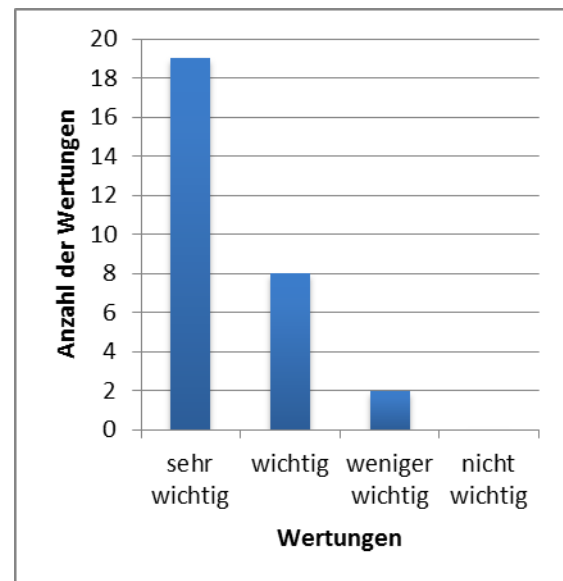


Abb.10: Transparenz

Zusätzlich zu den Bewertungen wurden folgende Gründe für eine Mitgliedschaft genannt:

- Unabhängigkeit
- die Nähe zum Lager
- Supermarktkritik
- Biologische Produkte
- die Senkung der Umweltbelastung
- Kontakt zu den Herstellern
- Produktionsbedingungen
- die Saisonalität
- keine Verpackung
- einfach gutes Essen
- Auseinandersetzung mit den Lebensmitteln

### Vorteile einer Food-Coop

Wichtige Vorteile einer Food-Coop sind laut Befragung das saisonbedingte Angebot, die Informationen über die Herkunft und Produktion der Lebensmittel/Produkte, sowie eine intensivere Auseinandersetzung mit dem Essens- und Konsumverhalten und die Möglichkeit Neues zu entdecken. Keine oder zumindest weniger Verschwendung und die Vernetzung zwischen den Beteiligten sind ebenso genannte Vorteile.

### Arbeitsaufwand

Im Durchschnitt beträgt der Zeitaufwand der befragten Personen für die Food-Coop 1,98 Stunden pro Woche. Der höchste angegebene Wert war 4,5 Stunden und der niedrigste eine Dreiviertelstunde pro Woche.

### Versorgung

Auf die Frage, ob sich die Mitglieder zur Gänze durch die Produkte der Food-Coop versorgen können, antworteten zwanzig mit Nein und neun mit Ja.

Die mit Nein antwortenden Personen gaben unterschiedliche Voraussetzungen an, unter denen auch sie sich vollkommen durch die Food-Coop versorgen könnten. Am öftesten wurden die Produktvielfalt und die Möglichkeit für Spontankäufe angegeben, während die bessere Selbstplanung seltener aufkam.

Die für die Befragten wichtigsten Produkte oder Produktgruppen, welche zur Verfügung stehen, sind in der nachfolgenden Tabelle 3 ersichtlich. Hier zeigt sich, dass die Sparte der Grundnahrungsmittel abgedeckt wird. Milch / Milchprodukte, Gemüse, Brot und Getreide waren die am meisten als erhältlich genannten Produktgruppen. Süßigkeiten / Salzgebäck, aber auch Obst und im Besonderen Zitrusfrüchte, sowie Kräuter / Gewürze sind für die TeilnehmerInnen der Befragung wichtige, aber nicht erhältliche Produkte.

**Tabelle 3: Erhältliche und nicht erhältliche wichtige Produkte der TeilnehmerInnen (absteigend nach Häufigkeit der Nennungen)**

<b>Erhältlich</b>	<b>Nicht erhältlich</b>
Milch und Milchprodukte	Süßigkeiten und Salzgebäck
Gemüse	Obst (im speziellen Zitrusfrüchte)
Brot und Getreide	Kräuter und Gewürze
Nudel	Sojaprodukte
Hülsenfrüchte	Fleisch
Tee und Kaffee	Bier und Säfte
Wein	Margarine
Waschmittel	

### Finanzieller Aspekt

Einen finanziellen Vorteil durch ihre Mitgliedschaft sehen 16 und keinen Vorteil 13 der Befragten.

## 4 Diskussion

Die Szene der Food-Coops erlebte ihre erste Blüte zunächst dadurch, dass kaum Möglichkeiten bestanden, biologische Produkte aus der Region zu erstehen. Viele der in den 70er und 80er Jahren gegründeten Kooperativen galten somit als einzige Form der Beschaffung von Produkten dieser Art.

In der heutigen Zeit hingegen gelten sie vielmehr als Kritik am bestehenden Lebensmittelmarkt. Die Allmacht der Supermarktketten und das wenige Wissen um Herkunft und Produktion der Waren und vor allem die geringe Entscheidungsfähigkeit, veranlassen viele Menschen dazu sich in Form von selbstorganisierter Beschaffung und Verteilung zu wehren. Schon auf der Webseite von Bioparadeis wird darauf hingewiesen, dass der finanzielle Vorteil der gemeinsamen Lebensmittelbeschaffung nur ein Nebeneffekt ist und die Kritik an der gegenwärtigen Lebensmittelproduktion im Vordergrund steht. Auch in der Erhebung ging hervor, dass das Preis-/Leistungsverhältnis nicht vorrangig für den Beitritt war. Des Weiteren sehen 45 % der TeilnehmerInnen keinen finanziellen Vorteil durch die Food-Coop.

In gemeinschaftlicher Form als Lebensmittelkooperationen ergeben sich weitere Vorteile sowohl für KonsumentInnen als auch für die ProduzentInnen. Einerseits durch die Abnahme der Produkte von den Kleinbauern und -bäuerinnen, die am Markt nicht oder nur schwer überleben können oder etwa nur unter Änderung zu einer industriellen Landwirtschaft Bestand haben. Es ist nicht notwendig für einzelne Kunden in die Stadt zu fahren oder sie einzeln zusammen zu suchen. Die Abnehmer profitieren von Mengenrabatten. Es kann ein großer Teil des Bedarfs an Nahrungsmittel durch die Food-Coop abdeckt werden. Die Waren sind aus biologischer Landwirtschaft und meist aus der Region mit kurzem Handelsweg und somit eine Garantie für Frische und Qualität.

Der Konsument weiß woher das Produkt stammt und wie es produziert wurde. Transparenz, die von 93% der Befragten erwünscht wird, ist durch die gemeinsame Lebensmittelbeschaffung garantiert.

Als wichtige ökonomische Anreizgründe sind Zeiteinsparungen durch vereinfachte Direktvermarktung, die Selbstbestimmung über Preisgestaltung und Vermarktung und dadurch resultierend faire Preise für die geleistete Arbeit. So betrachtet eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten.

Dennoch zeigen sich in den Food-Coops Probleme, die nicht ungenannt bleiben sollen. So ist der Zeitaufwand, den jedes Mitglied erbringen muss, mit durchschnittlich zwei Stunden pro Woche relativ gering angegeben. Die Recherchen nach den passenden ProduzentInnen, die folgenden Kontaktaufnahmen und Auswahl von Produkten, benötigt neben Engagement auch Zeit. Ebenso die Besprechungen in den regelmäßigen Plenums, die Lagerbetreuung und Warenabholung sind zeitaufwendig. Fehlende Lieferungen, wie

auch Schwund erschweren Planung und Organisation.

Jedes Mitglied einer Food-Coop sieht sich mit einem bewussten, vorausschauenden Umdenken in der Planung der eigenen Nahrungsbeschaffung konfrontiert, vor allem wenn der Wunsch nach alleiniger Versorgung durch die Lebensmittelgemeinschaft das Ziel ist und dabei nicht alle Bedürfnisse abgedeckt werden können.

## 5 Schlusswort

In dieser Arbeit wurden die Motivationsgründe für die Mitgliedschaft in Food-Coops analysiert. Es konnte festgestellt werden, dass die Vorteile und Intentionen einer Mitgliedschaft sich auf alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit beziehen. Die empirische Erhebung konnte das Resultat der Literaturrecherche untermauern: Food-Coop-Mitglieder sehen in einer Mitgliedschaft Potentiale, welche sich sowohl auf den ökologischen Aspekt der Nachhaltigkeit beziehen, als auch auf die ökonomische und sozio-kulturelle Dimension.

In diesem Kontext wäre die Frage spannend, wie sich die Food-Coop-Landschaft in Wien und weltweit in den nächsten Jahren weiterentwickeln wird. Stellen Food-Coops ein zeitlich begrenztes Nischen-Phänomen dar, welche gerade eine Hochblüte erlebt und in einigen Jahren wieder abklingen wird? Oder handelt es sich um eine neue Form der Nahrungsmittelversorgung, welche das Potential einer zeitlichen, räumlichen und gesellschaftsgruppenbezogenen Verallgemeinerung in sich birgt?

In dieser Arbeit konnte festgestellt werden, dass Food-Coops in Wien derzeit ein begrenztes Phänomen darstellen: Zunächst wird eine bestimmte Zielgruppe angesprochen, welche sich durch die in dieser Arbeit untersuchten Motivations- und Interessenslage charakterisiert. Es muss also ein gewisses Bewusstsein für Nachhaltigkeit und soziale Gerechtigkeit in einem potentiellen Food-Coop-Mitglied vorhanden sein, und auch die ressourcenbedingte Möglichkeit, diesen Interessen nachzugehen. Es stellt die derzeitige Organisationsform von Food-Coops in Wien einen (zunächst kurzfristig) limitierenden Faktor für eine Ausbreitung dieser Alternative der Nahrungsmittelversorgung dar: Die basisdemokratische Einstellung der meisten Food-Coops und die daraus resultierende Wichtigkeit des kollektiven und sozialen Prozesses limitiert die Gruppengrößen der existierenden Food-Coops. Dieser Gruppenprozess würde bei einer Erhöhung der Mitgliedschaftszahlen drastisch verändert werden und somit würde auch ein Teil des besonderen Charakters der Food-Coops verloren gehen.

Eine Food-Coop, wenn auch nur als Nische funktionierend, ist eine historische Chance die Ernährungs- und Agrarpolitik in und um Wien, in Österreich, ja in ganz Europa umzugestalten.

Die Kraft dieser Organisation ist durch zahlreiche funktionierende lokale Gruppen

gegeben, welche gut vernetzt für den Erhalt der kleinbäuerlichen Landwirtschaft und gegen die Macht der Supermarktketten von Bedeutung sind. Sie wirken als Hoffnungsträger für bewussten Nahrungsmittelkonsum aller Generationen, einer Veränderung der Produktionsweisen und letztlich für eine andere Agrar- und Ernährungspolitik.



## 6 Literaturverzeichnis

### 6.1 Bibliographie

Benovic, Paulina/Brunmayr, David/Calvez, Enora/Gutt, Jan/Haefner, Melanie/Hiebaum, Isabella/Holzer, Lisa/Hruschka, Nikolaus/Leblanc, Pauline/Mitternacht, Sarah/Radolf, Marlene/Rumetshofer, Ludwig/Saedi, Farshid/Saylor, Molly/Schauer, Johann/Thünauer, Georg (2012): FoodCoop: Alternative Lebensmittel-netzwerke in Österreich. Universität für Bodenkultur Wien, Seminararbeit für Projekt ÖLW und Regionale Entwicklung; Projekt Berichte – Sammelband. Verfügbar unter:

[http://www.nas.boku.ac.at/fileadmin/\\_/H93/H933/Personen/Kummer/PJOLWRE-2012\\_Endbericht\\_final.pdf](http://www.nas.boku.ac.at/fileadmin/_/H93/H933/Personen/Kummer/PJOLWRE-2012_Endbericht_final.pdf) - [Abfrage am 28.12.2012].

Brunmayr, David/Dax, Dominik (2011): Vergleich von Food-Coops und Supermärkten in Bezug auf die Förderung von regionaler ökologischer Landwirtschaft. Universität für Bodenkultur Wien, Seminararbeit für Ökologische Landwirtschaft und regionale Entwicklung. Verfügbar unter: [http://foodcoops.at/wp-content/uploads/2012/02/Brunmayr\\_Dax-Foodcoops\\_Superm%C3%A4rkte.pdf](http://foodcoops.at/wp-content/uploads/2012/02/Brunmayr_Dax-Foodcoops_Superm%C3%A4rkte.pdf) [Abfrage am 19.12.2012].

Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V. (2000): Das Food-Coop Handbuch: Gemeinsam Ökologisch Handeln. Bochum, Eigenverlag.

FC Schinke09 (s.a.): Motivation. Verfügbar unter:

[http://www.fcschinke09.de/wiki/index.php/FC\\_Schinke09#Motivation](http://www.fcschinke09.de/wiki/index.php/FC_Schinke09#Motivation) [Abfrage am 15.12.2012].

Food Coop Bundes-AG (s.a.): Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V.. Verfügbar unter: <http://www.foodcoops.de> - [Abfrage am 19.12.2012].

Geyer, Andreas (2010): Auswirkungen der Food-Coop-Initiative Bioparadeis auf ProduzentInnen, KonsumentInnen und Umwelt. Universität für Bodenkultur Wien, Seminararbeit für Ökologische Landwirtschaft und regionale Entwicklung. Verfügbar unter: [http://www.foodcoops.at/wp-content/uploads/2012/02/geyer\\_auswirkungen\\_der\\_food-coop\\_bioparadeis\\_N.pdf](http://www.foodcoops.at/wp-content/uploads/2012/02/geyer_auswirkungen_der_food-coop_bioparadeis_N.pdf) [Abfrage am 15.12.2012].

Lindenthal, Thomas (2011): Einführung in die Nachhaltigkeit / nachhaltige Entwicklung. Lehrveranstaltungsskriptum, Universität für Bodenkultur Wien.

Radolf, M./Haefner, M. (2012): Foodcoops: Das Wichtigste auf einen Blick. Universität für Bodenkultur Wien, Projektlehrveranstaltung Ökologische Landwirtschaft und regionale Entwicklung. Verfügbar unter: [http://www.nas.boku.ac.at/fileadmin/\\_/H93/H933-IFOL/120622\\_FoodCoop\\_Broschuere.pdf](http://www.nas.boku.ac.at/fileadmin/_/H93/H933-IFOL/120622_FoodCoop_Broschuere.pdf) - [Abfrage am 19.12.2012].

Sense.Lab e.V. (2009): Fair, Bio, Selbstbestimmt: Das Handbuch zur Gründung einer Food-Coop. Norderstedt, Books on Demand GmbH.

Stumm, Christoph (2004): Wie „teuer“ sind Bio-Lebensmittel? Ökologie & Landbau, 132, 4/2004, 46. Verfügbar unter: [http://orgprints.org/2377/1/2004\\_ÖL4\\_Preise.pdf](http://orgprints.org/2377/1/2004_ÖL4_Preise.pdf) [Abfrage am 09.01.2013].

Sustain: the alliance for better food and farming (s.a.) Food Co-ops Toolkit, a simple guide to setting up food co-ops. Verfügbar unter: <http://www.sustainweb.org/publications/?id=208> - [Abfrage am 18.12.2012].

## 6.2 Webseiten von Food-Coops in Wien

Bioparadeis (s.a.). Verfügbar unter: <http://www.bioparadeis.org/index.php?lang=de> [Abfrage am 06.01.2013].

D'Speis (s.a.). Verfügbar unter: <http://www.speis.org/index.php/Hauptseite> [Abfrage am 06.01.2013].

Foodcoops (s.a.). Verfügbar unter: <http://foodcoops.at/> [Abfrage am 06.01.2013].

FoodKorb (s.a.) Verfügbar unter: <http://foodkorb.wordpress.com/> [Abfrage am 06.01.2013].

Möhrengasse (s.a.). Verfügbar unter: <http://www.moehrengasse.at/foodcoop.html> [Abfrage am 06.01.2013].

Vegan Food-Coop (s.a.). Verfügbar unter: <http://www.veganfoodcoop.at/> [Abfrage am 06.01.2013].