Regionalmanagement OÖ

Erfahrungsbericht

Projekt *„Appetit auf Zukunft“*

Aufbau & Entwicklung von sieben Foodcoops in OÖ

MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LAND UND EUROPÄISCHER UNION

MINISTERIUM FÜR EIN LEBENSWERTES ÖSTERREICH

LE 14-20

LAND OBERÖSTERREICH

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete

agenda 21 NETZWERK OBERÖSTERREICH

OBERÖSTERREICHISCHE ZUKUNFTS AKADEMIE

Inhalt

1.	**Einleitung**	**1**
2.	**Foodcoops in Oberösterreich**	**4**
3.	**Ergebnisse der Befragung**	**5**
3.1	Rahmenbedingungen und Entstehung der Foodcoops	5
3.1.1	Motive und Ziele	5
3.1.2	Gründungsphase – Infoveranstaltung und Multiplikator/innen	5
3.1.3	Entwicklungsphase – Rollenaufteilung	6
3.1.4	Entwicklungsphase – Stolpersteine und Erfolgsfaktoren	7
4.	**Betrieb und Organisation**	**8**
4.1	Wer macht mit?	8
4.2	Wirtschaftliche Aspekte	8
4.3	Organisation des laufenden Betriebes	9
5.	**Landwirtschaft& Produzenten**	**10**
6.	**Weitere Effekte einer Foodcoop in einer Gemeinde**	**11**
7.	**Rechtsicherheit für Foodcoops in OÖ**	**12**
8.	**Schlussfolgerungen**	**13**
9.	**Weiterführende Informationen**	**14**

Impressum

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger: RMOÖ – Regionalmanagement OÖ GmbH, Hauptplatz 23, 4020 Linz im Auftrag der oö. Zukunftsakademie (Leitstelle Agenda 21). Geschäftsführung: Mag.a Silke Sickinger; Tel.: 0732 79 30 38; E-Mail: rmooe.post@rmooe.at, www.rmooe.at; Text & Gestaltung: Mag. Johannes Meinhart

1. Einleitung

Das Thema Ernährung nimmt im Bereich der nachhaltigen Entwicklung einen wichtigen Stellenwert ein. Ein gutes Drittel des ökologischen Fußabdrucks eines jeden Menschen ist davon abhängig, wie man seine Ernährungsgewohnheiten gestaltet. Neben der Tatsache, dass im Kontext des Klimaschutzes eine fleischärmere Ernährung vorteilhaft ist, geht es vor allem auch um die Aspekte Regionalität und Saisonalität. Wählt man den selbstgepressten Apfelsaft vom Bauern aus dem Nachbarort oder greift man doch zum (oft billigeren) Orangensaft aus importiertem Fruchtsaftkonzentrat? Müssen es Tomaten und Erdbeeren aus spanischen Glashauskulturen sein, die unter hohem Ressourceneinsatz produziert und transportiert werden oder setzt man sich wieder vermehrt damit auseinander, zu welcher Jahreszeit welches Obst und Gemüse auch bei uns wächst und gedeiht?

Immer mehr Konsument/innen möchten die Versorgung von gesunden und regionalen Lebensmitteln nun tatsächlich wieder selbst in die Hand nehmen. Sie legen Wert darauf, die Menschen hinter den Produkten und ihre Arbeitsweise kennen zu lernen und vielleicht auch selbst mit Hand an zu legen.

Foodcoops in OÖ – viele Vorteile für Hersteller, Konsumenten und die Gemeinden

In den letzten Jahren haben sich auch in Österreich dazu viele neue Initiativen gebildet. Nach dem Vorbild von Initiativen aus Frankreich, Japan oder Deutschland formierten sich ab 2007 auch in Österreich zuerst im städtischen Umfeld Wiens Gruppen, die so genannte „Foodcoops“, also „Food Cooperatives“ (zu Deutsch: Lebensmittelkooperationen) gegründet haben. Eine Foodcoop ist der Zusammenschluss von Personen und Haushalten, die selbstorganisiert regionale/biologische Produkte direkt von lokalen Bauernhöfen, Gärtnereien, Imkereien etc. beziehen. Dabei ist jede Foodcoop so verschieden wie ihre Mitglieder. Mehrere haben sich als kleinere Vereine organisiert, andere bestehen informell, wieder andere funktionieren über eine spezielle Foodcoop - Bestellsoftware.

Die Vorteile solcher Projekte sind vielfältig: Die Konsument/innen wissen, was sie kaufen und später essen. Es herrscht absolute Transparenz über die Produzent/innen, deren Produktionsweisen und angebotenen Produkte. Oft ist es möglich, am Hof vorbeizuschauen, sich auszutauschen und selbst mitzuarbeiten. Es besteht eine besondere Verbindung zwischen Produzent/innen und Konsument/innen. Die Anlieferung der Produkte erfolgt in der Regel sehr einfach: Zumeist an einer Übergabestelle werden die Produkte angeliefert und abgeholt, so können mehrere Hersteller/innen verschiedenster Produkte dahin liefern und die Konsument/innen holen sich alles gemeinsam ab.

Der große Vorteil der Produzent/innen besteht im sicheren Absatzmarkt und einem guten Preis. Durch die Mitgliedschaft in der Einkaufsgemeinschaft und teils wöchentliche Vorbestellungen der Produkte können sich die Produzent/innen ihres Absatzes sicher sein.

Foodcoops haben auch zum Ziel, lokale Versorgungsschienen zu sichern bzw. wiederaufzubauen. So können bspw. neue Kooperationen zwischen Konsument/innen, Landwirt/innen und dem lokalen Nahversorger angestoßen werden, beispielsweise durch Übernahmestellen beim lokalen

Nahversorger. Die Ausgabestellen bilden oftmals auch einen neuen sozialen Treffpunkt in den Gemeinden, der Ausgangspunkt für weitere Aktionen sein kann.

Auch in Oberösterreich fanden sich rasch engagierte Menschen, die die Idee der Einkaufsgemeinschaften aufgriffen und aktiv an der Gründung von Foodcoops arbeiteten. Zu den oberösterreichischen Pionieren in diesem Bereich ist zum Beispiel die Foodcoop „GüterWeGe“ (GüterWerteGemeinschaft) aus Kirchdorf an der Krems zu nennen, die ebenfalls bereits aus Agenda 21 Mitteln unterstützt wurde oder der „Fairteiler“ aus der Agenda 21 Gemeinde Scharnstein. Daneben gab es auch bereits eine Reihe von gut funktionierenden Konzepten wie das „Nets.Werk“ oder „Solawis – Solidarische Landwirtschaften“.

Sieben Pilotgemeinden und –regionen: Der Förderschwerpunkt „Appetit auf Zukunft“

Auf Initiative von Landesrat Anschober und in Kooperation mit Bio Austria, der Oö. Zukunftsakademie und der Agenda 21 Oberösterreich wurde 2014 dazu eine eigene temporäre Förderschiene konzipiert. Das Projekt “Appetit auf Zukunft“ unterstützte und förderte im speziellen Agenda 21-Gemeinden und -Regionen bei der Gründung lokaler Initiativen für eine regionale und ökologische Lebensmittelversorgung.

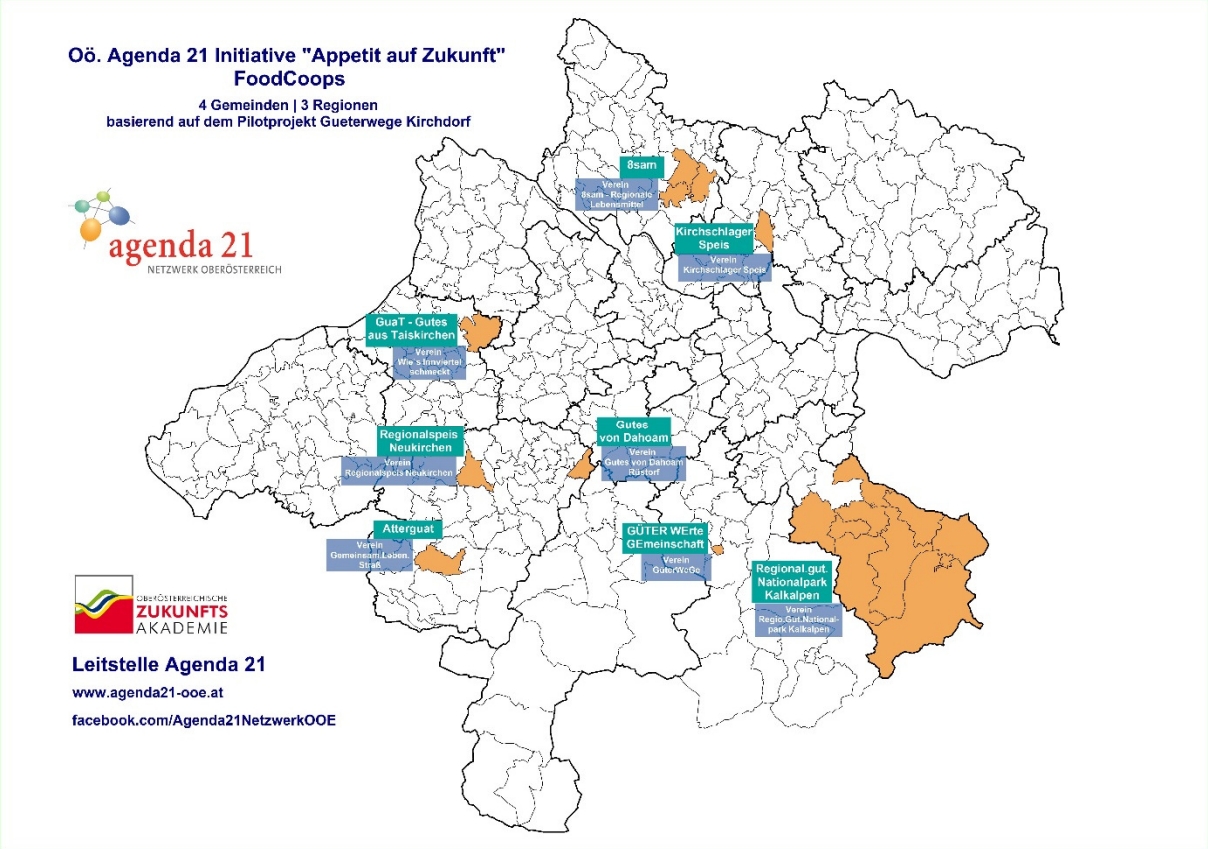

Abb. 1: Acht Projektinitiativen wurden in Oberösterreich im Rahmen der Agenda 21 unterstützt (Grafik: oö. ZAK/Leitstelle Agenda 21)

Im Auftrag der Leitstelle Agenda 21 (oö. Zukunftsakademie) unterstützten die Regionalmanager/innen für Nachhaltigkeit und Umwelt die Projektinitiativen in organisatorischen und förderrelevanten Angelegenheiten. Für die fachspezifische, inhaltliche Begleitung standen vor allem die Expert/innen von Bio Austria (Dominik Dax und Katharina Haider) zur Verfügung. In einer Pilotprojektphase wurden vier Agenda 21 Gemeinden und drei Regionen fachlich und finanziell unterstützt, gemeinsam mit ihren Bürger/innen maßgeschneiderte Konzepte für eine Foodcoop in ihrer Gemeinde bzw. Region zu erstellen.

Der Startschuss für „Appetit auf Zukunft“ fiel im September 2014 im Rahmen einer großen Infoveranstaltung in Linz. In den folgenden Monaten zeigten insgesamt sieben Gemeinden und Regionen Interesse, im Rahmen laufender Agenda 21 Prozesse an der Entstehung von Foodcoops arbeiten zu wollen. Dank der Beratungen durch das Agenda-Netzwerk und die Regionalmanager/innen für Nachhaltigkeit und Umwelt sowie die vielfachen Hilfestellungen durch die Experten von Bio Austria haben sich alle Projekte schnell entwickelt und starteten zwischen Mai 2015 und August 2016 erfolgreich ihren Betrieb.

Im Frühjahr 2016 machten die oberösterreichischen Foodcoops landesweit Schlagzeilen: Die Wirtschaftskammer Oberösterreich stellte in Frage, ob auch ehrenamtlich geführte Foodcoops eine Gewerbeberechtigung benötigen. Anzeigen gegen eine Reihe von Foodcoops standen im Raum. Dem folgenden öffentlichen medialen Diskurs folgten eine Reihe von konstruktiven Gesprächsrunden mit Vertreter/innen von Foodcoops, Landwirtschaftskammer OÖ, Bio Austria OÖ, Wirtschaftskammer OÖ, Wirtschaftsressort und dem Umweltressort. Dabei ist es bis Jahresende 2016 gelungen, eine einvernehmliche Sichtweise und Vorgangsweise festzulegen, die in Zukunft klare Regeln auf Basis der Rechtslage und ein gesichertes Arbeiten ohne rechtliche Risiken sicherstellen sollen.

Ein wesentliches Ziel von „Appetit auf Zukunft“ ist auch, die gesammelten Erfahrungen, die Erfolgskriterien und möglichen Stolpersteine der Pilotgemeinden und –regionen sichtbar zu machen und für zukünftige Initiativen aufzubereiten. Dies erfolgte im Rahmen eines Evaluierungsgesprächs, das je ca. ein halbes Jahr nach Start der Foodcoops durchgeführt wurde (eine Ausnahme bilden die GüterWeGe Kirchdorf, die bereits drei Jahre bestanden). Die Ergebnisse spiegeln sich in diesem Abschlussbericht wider.

2. Foodcoops in Oberösterreich

Folgende Vereine, Initiativen und Gemeinden beteiligten sich am Agenda 21 Schwerpunkt „Appetit auf Zukunft“:

Name:	**GüterWeGe – GüterWerteGemeinschaft**
Gemeinden:	Kirchdorf an der Krems
Start:	November 2013
Homepage:	www.gueterwege.at

Name:	**Gutes von Dahaom**
Gemeinden:	Rüstorf
Start:	Mai 2015
Homepage:	www.gutesvondahoam.at

Name:	**8sam – Regionale Lebensmittel**
Gemeinden:	Auberg, St. Peter am Wimberg, St. Ulrich im Innkreis
Start:	Oktober 2015
Homepage:	---

Name:	**Kirchschlager Speis**
Gemeinden:	Kirchschlag bei Linz
Start:	Oktober 2015
Homepage:	www.kirchschlagerspeis.net

Name:	**GuaT – Gutes aus Taiskirchen**
Gemeinden:	Taiskirchen
Start:	November 2015
Homepage:	www.wiesinnviertelschmeckt.at

Name:	**Regionalspeis Neukirchen**
Gemeinden:	Neukirchen an der Vöckla
Start:	November 2015
Homepage:	www.regionalspeis.at

Name:	**Regional.Gut Nationalpark Kalkalpen**
Gemeinde:	Ternberg
Start:	November 2015
Homepage:	www.regional-gut.at

Name:	**AtterGuat**
Gemeinden:	Straß im Attergau
Start:	August 2016
Homepage:	www.atterguat.at

3. Ergebnisse der Befragung

3.1 Rahmenbedingungen und Entstehung der Foodcoops

3.1.1 Motive und Ziele

Die Motive zur Gründung einer Foodcoop sind so verschieden wie die Gemeinden, die an „Appetit auf Zukunft“ teilnahmen. In den Gemeinden Rüstorf, Kirchschlag und der Region Nationalpark Kalkalpen gaben Diskussionen im laufenden Agenda 21 Prozess den ausschlaggebenden Impuls, in allen anderen Gemeinden und Regionen beschäftigten sich aktive Agenda 21 Arbeitsgruppen nach dem Basisprozess mit dem Thema Nahversorgung.

Als ***wesentliche Motive*** wurden beispielsweise genannt:

- Ergänzen der Nahversorgungsstrukturen, zB wenn es keinen Nahversorger mehr in der Gemeinde gibt; mit der Foodcoop möchte man die Gelegenheit nutzen, alternative Modelle und neue Nahversorgungsstrukturen im Ort anzubieten, die gleichzeitig nachhaltige Werte „mitdenken“ und die landwirtschaftlichen Strukturen der Region stärken.
- Das Fehlen von praktischen Bezugsmöglichkeiten für regionale und nachhaltige Lebensmittel.
- Konsument/innen sollen wieder leichter Zugang zu den Produkten der lokalen/regionalen Direktvermarkter bekommen; Schaffung einer gemeinsamen Vermarktungsschiene für Bauern; der Einkauf von regionalen Produkten soll sich einfach und schnell gestalten.
- Mit der Foodcoop soll eine lokale Plattform geschaffen werden, die Konsument/innen und Produzent/innen von hochwertigen regionalen Lebensmitteln zusammenbringt; Bäuerinnen und Bauern aus der Umgebung sollen durch Bewusstseinsbildung und Hilfe bei der Direktvermarktung in ihrer Existenzsicherung unterstützt werden.
- Stärkung der regionalen (Land)Wirtschaft, Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen.
- Stärkung der regionalen Identität („Man beißt nicht in ein anonymes Produkt vom Ende der Welt, sondern in einen Apfel von der Streuobstwiese gleich um die Ecke“).
- Umweltschutz durch kurze Transportwege.

3.1.2 Gründungsphase – Infoveranstaltung und Multiplikator/innen

In fast allen Foodcoops wird die Rolle des Impulsgebers, der Impulsgeberin an einer Einzelperson oder einer kleinen Gruppe engagierter Menschen festgemacht, die sich entweder bei der Infoveranstaltung in Linz im September 2014 über Appetit auf Zukunft informiert haben oder die Info über die Regionalmanager/innen für Nachhaltigkeit und Umwelt bzw. Bio Austria bekommen haben.

Diese „Schlüsselpersonen“ waren es, die zuerst andere Einzelpersonen zum Mitmachen motiviert haben und dann im Rahmen einer öffentlichen Infoveranstaltung in der Gemeinde auf breiter Basis informierten und so versuchten, weitere Mitstreiter/innen zu finden.

Eine „gute, informative und motivierende“ Infoveranstaltungen wurde von allen Befragten als ganz wesentlich zum Gelingen des Starts bezeichnet. Tatsächlich folgten jeweils zwischen 25 und 60 Personen der Einladung zu den Informationsveranstaltungen zum Thema „Foodcoops“. Aus diesem Personenkreis formierten sich jeweils „Gründungsteams“ zwischen 5 und 15 Personen, die sich aktiv in die Entwicklungsarbeit einbrachten. Als wichtig für die Organisation von Infoveranstaltungen wird erachtet, dass man auch gezielt „neue“ Zielgruppen zur Mitarbeit einlädt, die sich bisher noch wenig

in die ehrenamtliche Gemeindearbeit eingebracht haben (zB über Kindergarten und Schulen einladen). Bislang waren die Organisatoren überrascht, dass man mit Thema Foodcoop „viele neue Menschen“ in der Gemeinde erreichen konnte.

Der fachliche Input bei den Infoveranstaltungen kam jeweils von Seiten von Bio Austria. Bewährt hat sich auch das Einladen von Vertreter/innen von Foodcoops, die bereits aktiv sind und von ihren Erfahrungen berichten können (zB die GüterWeGe Kirchdorf, Gutes von Dahoam Rüstorf,…).

Wer waren in der Gründungszeit die wichtigsten Unterstützer? Auf wen sollte man aktiv zugehen, wenn man in der Gemeinde eine Foodcoop gründen möchte? Auch diese Frage brachte recht übereinstimmende Antworten:

- Den Bürgermeister bzw. den Amtsleiter für die Idee gewinnen ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor, wenn man sich der Unterstützung der Gemeinde gewiss sein möchte. In manchen Gemeinden wurde sogar ein unterstützender Gemeinderatsbeschluss gefasst.
- „Zugpferde“ aus dem landwirtschaftlichen Bereich, die die Idee gut „verkaufen“ können, sollten kontaktiert werden, es empfiehlt sich die Kooperation mit der Ortsbauernschaft.
- Ebenso Konsument/innen aus der Gemeinde, die angesehen sind und deren Meinung Gewicht hat.
- Nahversorger als potenzielle Partner für die Foodcoop.
- Weitere Nennungen: Wirte, lokale Medien, Vereine.
- Die meisten Foodcoops haben in dieser Phase über die Gemeindegrenzen hinaus gedacht und auch in den Nachbargemeinden Kontakte zu potenziellen Multiplikator/innen gesucht.

3.1.3 Entwicklungsphase – Rollenaufteilung

In der Folge startete die eigentliche Arbeitsphase, die fachlich intensiv von Experten von Bio Austria begleitet wurde. In verschiedenen Arbeitsgruppen wurde ein Umsetzungskonzept erarbeitet:

- Konsument/innen und Produzent/innenmanagement
- EDV und Organisation
- Rechtliche Rahmenbedingungen (Statuten,…)
- Öffentlichkeitsarbeit

In der Praxis ergab sich zu den Arbeitsgruppen zumeist folgende Arbeitsaufteilung bzw. „Schlüsselaufgaben“, die von den Ehrenamtlichen je nach Talent und persönlichen Fähigkeiten erledigt wurden:

- Recherche und Kontakt zu potenziellen Produzenten herstellen
- IT-Spezialisten zur Organisation und Aufbau der Foodcoop Bestellsoftware
- Organisation des Abholdienstes
- „Bautrupp“ und Instandhaltung
- Finanzen
- Kommunikation (intern/extern)

Durch die strukturierte und arbeitsteilige Entwicklungsarbeit und die Unterstützung durch Bio Austria und Regionalmanagement konnten die meisten Foodcoops ihre Idee schnell in die Praxis umsetzen. Von der Infoveranstaltung bis zur Eröffnung vergingen 10 – 18 Monate, wobei die meisten Foodcoops bereits nach ca. einem Jahr den Probebetrieb aufnehmen konnten.

Die Foodcoops starteten ihren Betrieb durchwegs alle mit einer großen Veranstaltung, zu der die Öffentlichkeit eingeladen war und bei der sich auch die Produzent/innen der Foodcoop mit ihren Erzeugnissen präsentieren konnten. Die große Resonanz (zB 200 Besucher/innen in Rüstorf, 150 in Straß im Attergau, 100 in Neukirchen an der Vöckla,…) zeugen vom Interesse und der Relevanz des Themas.

Abb.2 : Eröffnung der Foodcoop „Gutes von Dahoam" Rüstorf im Mai 2015 (Foto: RMOÖ)

3.1.4 Entwicklungsphase – Stolpersteine und Erfolgsfaktoren

Rückblickend wurden von den Vertreter/innen der Foodcoops folgende Punkte als die größten ***Herausforderungen bzw. Schwierigkeiten*** genannt:

- Das Finden von geeigneten Produzenten in der eigenen Gemeinde.
- Die Suche nach einem passenden Raum für die Foodcoop, Adaptierung der Räume (WC,…).
- Diskussionen zu Kriterien bei der Produktauswahl waren ein Prüfstein.
- Das Projekt musste von den Ehrenamtlichen auf eigene Kasse vorfinanziert werden.
- Das Vorhandensein von rechtlichen „Grauzonen" (Wirtschaftskammer, Finanzamt).
- Der Zugang zu rechtlichen Aspekten sind für „Laien" eine große Herausforderung.
- Eine passende und günstige Bestell- und Abrechnungslösung zu finden, war schwierig.
- Viele ideologische Zugänge unter einen Hut zu bringen als Herausforderung für die Gruppe.

Als notwendige ***Erfolgsfaktoren*** wurden folgende Aspekte genannt:

- Prüfen, ob es ein gutes „Fundament" für ein Bewusstsein gibt. Damit es nicht in´s Leere geht.
- Ein guter Impuls zum Start, damit man engagierte Menschen aktiviert.
- Eine Hand voll engagierte Menschen, die das Ganze in die Hand nehmen, mehr machen als notwendig ist und über viele verschiedene Talente verfügen (Arbeitsteilung).
- Von der Idee überzeugte Lieferant/innen, die das Projekt unterstützen.
- Rückhalt seitens der Gemeinde (Politik und Verwaltung).
- Fachliche Begleitung war essentiell.

- Unterstützung über Förderungen (Agenda 21, zT auch LEADER zur Einrichtung) zu erhalten.
- Eine gute Struktur der Ehrenamtlichen aufzubauen (zB über monatlichen Stammtisch).
- Eine ausgeklügelte Software zu installieren, die viel an Arbeit erspart.
- Vernetzung und Info-Austausch mit anderen Foodcoops zu pflegen (voneinander lernen).
- Die Eröffnung öffentlichkeitswirksam gestalten (schlägt nachhaltige Wellen).
- Aktivitäten zur Gemeinschafsbildung ALLER Mitglieder sind wichtig (zB Herbstfest, Glühweinstandl,…).

4. Betrieb und Organisation

4.1 Wer macht mit?

Die Foodcoop Vereine hatten zum Zeitpunkt der Befragung (ca. jeweils ein halbes Jahr nach Start) **durchschnittlich 55 Mitglieder**. Die „kleinste" Foodcoop verzeichnet dabei 25 Mitgliedschaften, die GüterWeGe Kirchdorf haben drei Jahre nach Betriebsstart 80 Mitglieder. Die Tendenz ist dabei nach wie vor steigend, manche der Foodcoops wollen aktuell aber gar nicht mehr wachsen. Zum einen weil man sich räumlich bereits an der Grenze befindet oder weil man sich die Zeit geben möchte, langsam zu wachsen.

Die **Zusammensetzung der Foodcoops** wird von allen Vereinsvertreter/innen als **„bunte Mischung"** betrachtet. Das Beziehen von regionalen Lebensmitteln kann nicht an einer bestimmten Zielgruppe festgemacht werden. Von der „jungen Familie bis zu Senioren", von „Alternativen bis weltoffenen Bürgerlichen", vom „Handwerker bis zum Akademiker" wird das gesellschaftliche Spektrum beschrieben, das sich wöchentlich in den sieben Foodcoops engagiert bzw. dort einkauft.

Von Interesse ist auch der Umstand, dass in manchen Foodcoops viele Mitglieder auch aus den benachbarten Gemeinden kommen. Bei „Gutes von Dahoam" haben beispielsweise über 60 % der Mitglieder den Hauptwohnsitz nicht in Rüstorf, sondern im benachbarten Umland.

Als konkretes Feedback von Menschen, die sich nicht beteiligen, wurde den Foodcoops folgende Begründungen zugetragen:

- Keine Lust, aktiv mitzuarbeiten (Shopdienste)
- Zu wenig Produkte im Angebot
- Zu teuer
- Mitgliedsbeitrag wird kritisch gesehen („Ich zahl doch nicht fürs Einkaufen!")
- Schwierigkeiten beim Handling mit der Foodcoop-Bestellsoftware
- „Ich will die Ware sehen, bevor ich sie kaufe"

4.2 Wirtschaftliche Aspekte

Den Auskünften der Foodcoops zur Folge bestellten ein halbes Jahr nach Start im Durchschnitt bereits 20 Mitglieder pro Woche regionale Lebensmittel. Spitzen gibt es dabei zB zu Ostern und zu Weihnachten, in den Sommermonaten gehen die wöchentlichen Bestellungen zurück. Der durchschnittliche Bestellwert pro Woche liegt in etwa bei 650 Euro. Bei kleineren Foodcoops wird pro Woche um ca. 300 Euro bestellt, bei größeren und etablierten Foodcoops kann der Bestellwert in „guten Wochen" schon an die 1.200 Euro betragen.

Der Umsatz verteilt sich naturgemäß in recht unterschiedlichen Anteilen auf die Produzenten. Manche Produzenten beliefern die Foodcoops eher aus idealistischen Gründen, denn aus wirtschaftlicher Motivation. Für manche Lieferanten sind die Foodcoops aber auch schon ein wichtiges wirtschaftliches Standbein geworden (vor allem Milch- und Gemüsebetriebe). Es gibt bereits auch Landwirte, die sich durch die Teilnahme an der Foodcoop zum Start der Direktvermarktung entschieden haben.

4.3 Organisation des laufenden Betriebes

Die grundlegenden Prinzipien einer „Lebensmitteleinkaufgemeinschaft“ liegen allen Appetit auf Zukunft – Foodcoops zugrunde: Die Mitglieder organisieren ehrenamtlich und gemeinschaftlich den gemeinsamen Einkauf von nachhaltig erzeugten Lebensmitteln aus der Region. Die meisten Foodcoops (sieben von acht) bedienen sich dabei einer speziellen Foodcoop-Bestellsoftware. Die Mitglieder der Foodcoops können von zuhause aus über eine Plattform ihre Produkte bis zu einem definierten Zeitpunkt bestellen. Die Bestellung ergeht an die Produzent/innen, die die Ware liefern. Die Mitglieder können die Produkte in einem gemeinsam vereinbarten Zeitfenster abholen. Die Organisation variiert bei allen Foodcoops, als Beispiel eines „typischen“ Ablaufs kann aber z.b. folgende Vorgehensweise dienen:

1. Die Bestellungen über die Plattformen erfolgen bis Dienstagabend 24.00 Uhr und werden an die Produzent/innen weitergeleitet.
2. Die Produzent/innen liefern die Waren zu einem vereinbarten Termin (z.B. Freitag 14.00 – 16.00 Uhr).
3. Die Waren werden gemäß den Bestellungen aufgeteilt und in Kisten gepackt.
4. Die Mitglieder können ihre Bestellungen zu einem vereinbarten Termin abholen (zB. Freitag 16.00 – 18.00 Uhr).

Abb. 3: Die zusammengestellten Kisten warten auf ihre Abholer/innen (Foto: Gutes von Dahoam)

Wesentlich ist es, dass Mitglieder die Warenannahme, das Aufteilen und die Ausgabe der Bestellung (auch bekannt als „Einkistln“ bzw. „Shopdienst“) ehrenamtlich übernehmen. In allen Foodcoops ist es

„Pflicht“ der Mitglieder, regelmäßig eine dieser Aufgaben zu übernehmen. Bei 50 Mitgliedern und zwei Zuständigen kommt theoretisch jedes Foodcoop-Mitglied zweimal jährlich zum Zug. In der Praxis verbleibt die Aufgabe jedoch in der Regel in einem relativ überschaubaren Personenkreis von besonders engagierten Mitgliedern. Die meisten Foodcoops organisieren die Dienste über Online-Tools wie „Doodle“ oder analoge Listen, die in den Räumlichkeiten der Foodcoop aufliegen. Grundsätzlich funktioniert dieses System jedoch bei allen Foodcoops gut, lediglich in Urlaubszeiten kann es zu personellen Engpässen kommen.

Als wesentliche Erleichterung bei drei Foodcoops hat sich erwiesen, dass der Zugang zu den Räumlichkeiten über eine Schlüsselbox mit Zifferncode bzw. über ein „Chipsystem“ erfolgt. Das ermöglicht das flexible Anliefern der Waren durch die Produzenten und die „Shopdienste“ reduzieren sich für die Ehrenamtlichen auf das Verteilen oder gar auf das Ausgeben der Warenkisten zu den Ausgabezeiten.

Die Räumlichkeiten der Foodcoops wurden zumeist von den Mitgliedern der Foodcoop in ehrenamtlicher Arbeit vorbereitet und gemäß den gesetzlichen Vorgaben adaptiert. Zum Teil befinden sich die Räume auch in öffentlichen Gebäuden. Die Foodcoop „Atterguat“ beispielsweise nutzt adaptierte Räume im Gemeindeamt Straß im Attergau.

Dass Lebensmittel-Einkaufsgemeinschaften keine Konkurrenz für bestehende Nahversorger, sondern eine wertvolle Ergänzung sein können, zeigt sich besonders am Beispiel der Foodcoop „Regionalspeis“ in Neukirchen an der Vöckla. „Neben der Kooperation mit unseren vorwiegend bäuerlichen Produzent/innen war es uns besonders wichtig, auch den lokalen Nahversorger in unser Vorhaben einzubeziehen“, berichtet Vereinsobfrau Elfriede Hemetsberger. Die gewünschten lokalen Produkte werden zum örtlichen, privat geführten Supermarkt geliefert und können dort beim Einkaufen von den Konsument/innen auch abgeholt werden und ergänzen damit auch das Sortiment des Supermarkts.

Alle Foodcoops sind als Vereine organisiert und finanzieren ihre Ausgaben im Wesentlichen durch Mitgliedsbeiträge, die in der Regel etwa 5 Euro pro Monat betragen.

5. Landwirtschaft & Produzenten

Die „Appetit auf Zukunft“ - Foodcoops werden nach Angaben der Befragten **durchschnittlich von 23 Lieferanten beliefert** (min. 14, max. 31). Bereits **mehr als die Hälfte der Lieferanten sind zertifizierte Bio-Betriebe** (50, 5 %). Die Spannweite reicht hier jedoch von ca. 10 % bis zu 100 %. Grund dafür ist zum Beispiel der Umstand, dass es in manchen Regionen ausgesprochen schwer ist, regionale Bio-Betriebe zu finden, die auch direkt vermarkten. Andere Foodcoops (GüterWeGe) haben es sich zum Beispiel zum Prinzip gemacht, dass nur zertifizierte Biobetriebe oder welche, die sich gerade in Umstellung befinden, als Lieferanten in Frage kommen.

Betreffend die weiteren **Kriterien für die Auswahl der Lieferant/innen** kristallisierten sich folgende Prinzipien heraus:

Regionalität:
Für einige der Foodcoops steht das Prinzip „Regionalität“ an erster Stelle. Einige haben für sich einen Umkreis von maximal 30 oder 40 km definiert, aus denen die Produkte kommen müssen. Bauern aus dem Ort haben dann aber meist Vorrang, auch wenn sie nicht bio-zertifiziert sind (wenn aus anderen Gemeinden, dann bio als Voraussetzung); andere Foodcoops haben zwar keine „km-Begrenzung“, wollen aber jedes Produkt so nahe wie möglich beziehen, es darf aber auch hier „keine Konkurrenz zu

Produkten aus dem Ort bzw. dem Nahversorger bestehen“; Produkte aus der Nähe werden bei annähernd gleicher Qualität denen vorgezogen, die weiter transportiert werden müssen.

Biologische/ökologische Bewirtschaftung:
Bei zwei Foodcoops sticht das Prinzip „Bio“ das Prinzip „Nähe“: Biologische Bewirtschaftung ist Voraussetzung, es wird aber akzeptiert, wenn sich Betriebe auf die Umstellung auf „bio“ vorbereiten. Wie bereits angemerkt ist hier jedoch Voraussetzung, dass es in der Gemeinde/Region genügend Bio-Anbieter gibt, was nicht bei allen Foodcoops der Fall ist. Eine Foodcoop hat wie folgt definiert: „Keine Verpflichtung zur BIO-Zertifizierung, allerdings soll pestizidfrei und umweltverträglich produziert werden und die Tierhaltung den Kriterien der Artgerechtigkeit entsprechen“.

Transparenz:
Den Konsument/innen ist es wichtig, den Hof und seine Bewirtschaftungsform zu kennen, vielfach werden die Betriebe vorab auch besichtigt.

Weitere genannte Kriterien:

- Die Bereitschaft, die Produkte zum Abholort zu bringen.
- Vorhandene Transportwege sollen genutzt werden.

Hilfreich bei der Suche nach regionalen Produzent/innen waren die Verzeichnisse der Biobetriebe von Bio Austria und die Listen der direktvermarktenden Betriebe der Landwirtschaftskammer.

Grundsätzlich besteht seitens der landwirtschaftlichen Produzent/innen eine hohe Bereitschaft, eine Foodcoop zu beliefern. Als **Vorteile** sind wie bereits angedeutet vor allem zu nennen, dass sie durch die Vorbestellung genau wissen, wieviel Abnahme sie in der jeweiligen Woche haben werden. Auch Zeitersparnis (im Vergleich zum Bespielen eines Marktstandes), ein fairer Preis für die Produkte und einen „guten Draht“ zu den Kund/innen zu haben, zählen zu den möglichen Vorteilen, die man **beim Beliefern einer Foodcoop** haben kann.

Dem gegenüber stehen bei manchen Betrieben oftmals **Befürchtungen** betreffend der fixen Anlieferzeiten im Raum. Manche Landwirte nannten auch die Organisation über das Internet als Hürde zur Teilnahme.
Als weiterer **Grund, eine Foodcoop nicht zu beliefern** wurde beispielsweise genannt, dass es „nicht rentabel sei“ (zu wenig Umsatz bei zu weiten Lieferwegen). Und manche Direktvermarkter mit hochqualitativen Produkten sind schlicht und einfach bereits am Kapazitätslimit (Ressourcen, steuerliche Umsatzgrenzen) angelangt und können deshalb nicht beliefern.

Die **Zufriedenheit mit der Qualität der Produkte ist unter den Kunden sehr hoch** („zu 99% Top-Qualität“) Beschwerden gibt es kaum, und wenn handelt es sich oft nur um „Kleinigkeiten“, die direkt und auf persönlicher Ebene rückgemeldet werden können. „Durch die positiven Rückmeldungen werden die Produzenten oftmals angespornt, neue Variationen ihrer Produkte anzubieten“.

6. Weitere Effekte einer Foodcoop in einer Gemeinde

Eine Foodcoop versorgt eine Gemeinschaft von Menschen mit hochwertigen, gesunden und regionalen Lebensmitteln, unterstützt den Erhalt einer gewachsenen und kleinstrukturierten Landwirtschaft vor Ort und bringt für Kunden und Produzenten vielfältige Vorteile. Aber welche „Zusatznutzen“ einer Foodcoop lassen sich in einer Gemeinde noch beobachten, mit denen man im Vorfeld vielleicht gar nicht gerechnet hat? Als Antwort auf diese Frage wurde beispielsweise genannt:

- Die Foodcoop leistet einen Beitrag zur Bewusstseinsbildung zum Thema Landwirtschaft und Regionalität.
- Es besteht mehr Kontakt zwischen Bauern und Bevölkerung; Verständnis für Herausforderungen in der Landwirtschaf wächst.
- Die Mitgliedschaft ist ein „Commitment“ für regionale Landwirtschaft/Direktvermarkter
- Viele Mitglieder der Foodcoop stimmen das Kochen auf die saisonale Verfügbarkeit der Produkte ab.
- Mit Foodcoops erreicht man Menschen, die sich vorher nicht in die Gemeinde eingebracht haben (zB „Zuagroaste, junge Familien,…).
- Die Foodcoop ist für einige Menschen ein „Andockpunkt“ um sich in der Gemeinde ehrenamtlich zu engagieren.
- Neue Angebote entstehen in den Gemeinden: Besichtigungen von landwirtschaftlichen Betrieben, Foodcoop-Frühstück, monatlicher Stammtisch, Glühweinstandl im Advent, etc.
- Durch die Foodcoop haben wir einen neuen „Treffpunkt“ in der Gemeinde.
- Bürgerbeteiligung durch Selbstorganisation fördert Innovation in unserer Gemeinde.
- Beitrag zur Stärkung der lokalen Kaufkraft (Bezug der Lebensmittel im Nahversorger)
- Die Foodcoop schafft Bewusstsein für die Reduktion von Verpackungsmüll

Abb. 4: In vielen Foodcoops gibt es Hofbesichtigungen, Workshops zur Produktkunde und andere Angebote, die Bewusstsein für die Bedeutung der lokalen Landwirtschaft schaffen (Foto: Regionalspeis)

7. Rechtsicherheit für Foodcoops in OÖ

Im Frühjahr 2016 machten die oberösterreichischen Foodcoops landesweit Schlagzeilen: Die Wirtschaftskammer Oberösterreich stellte in Frage, ob auch ehrenamtlich geführte Foodcoops eine Gewerbeberechtigung benötigen. Anzeigen gegen eine Reihe von Foodcoops standen im Raum. Dem folgenden öffentlichen medialen Diskurs folgte eine Reihe von konstruktiven Gesprächsrunden mit Vertreter//innen von Foodcoops, Landwirtschaftskammer OÖ, Bio Austria OÖ, Wirtschaftskammer OÖ, Wirtschaftsressort und dem Umweltressort. Dabei ist es bis Jahresende 2016 gelungen, eine einvernehmliche Sichtweise und Vorgangsweise festzulegen, die in Zukunft klare Regeln auf Basis der Rechtslage und ein gesichertes Arbeiten ohne rechtliche Risiken sicherstellen sollen.

Im Dezember 2016 wurden gemeinschaftlich festgelegte Regeln zur Abgrenzung der Foodcoops zum Vermittlungs- und Handelsgewerbe präsentiert. Damit kam es zu einer Klärung von Rolle und Abgrenzung der Foodcoops im Vergleich zum Handel. Foodcoops wollen und können nicht dasselbe leisten wie gewerbliche Nahversorger: Sie haben kein Service wie Bedienung oder ständige Öffnungszeiten und sie haben kein Vollsortiment. In Foodcoops gibt es nur ausgewählte Produkte, die den durch die Mitglieder der Gemeinschaft festgelegten oft sehr spezifischen Kriterien entsprechen müssen. Die Einhaltung dieser Vereinbarung liegt in der jeweiligen Verantwortung der Vereine, Foodcoops, die über den gemeinsam vereinbarten Rahmen hinaus tätig werden, wird empfohlen, eine entsprechende Gewerbeberechtigung anzumelden.

Die vereinbarten Festlegungen[1] lauten wie folgt:

- Bezug der Waren: Hauptsächlich regionale Lebensmittel und Produkte aus landwirtschaftlicher Erzeugung.
- Produzent/innen (Lieferanten) sollten aus rechtlichen Gründen nicht Mitglied der belieferten Foodcoop sein.
- Waren nur an Mitglieder (kein Online-Shop für Nichtmitglieder, kein Verkauf an Nichtmitglieder, keine Verkaufsauftritte auf Märkten und dgl.).
- Keine Anstellung von Mitarbeiter/innen über die Geringfügigkeit hinaus.
- Öffnungszeiten sind begrenzt: Max. zwei Halbtage/Woche zur Warenübernahme/-ausfolgung.
- Reine Vermittlungstätigkeit, d.h. kein Ankauf und Weiterverkauf von Waren, „Gemeinsame Einzelbestellung“ der FC-Mitglieder, auf der Lieferbestätigung/Rechnungslegung ist zu vermerken „verkauft an die Mitglieder der FC xy laut Bestellliste“.
- Über die Gründung/das Bestehen einer Foodcoop ist die Lebensmittelaufsicht OÖ in Kenntnis zu setzen.

8. Schlussfolgerungen

Fast zwei Jahre nach der Eröffnung der ersten „Appetit auf Zukunft-Foodcoop“ in Rüstorf kann aus Sicht der Agenda 21 Oberösterreich eine positive Zwischenbilanz gezogen werden:

Von den sieben regionalen und kommunalen Projektinitiativen, die im Rahmen des Förderschwerpunkts um Unterstützung und Begleitung in der Gründungsphase angesucht haben, konnten alle Projekte auch einen erfolgreichen Start feiern. Alle Foodcoops entwickeln sich nach wie vor inhaltlich und organisatorisch in positivem Sinne weiter und loten ihre Handlungs- und Entwicklungsräume aus.

[1] Landesrat für Integration, Umwelt, Klima- und Konsument/innenschutz Rudi Anschober (2016): Pressemitteilung vom 12. Dezember 2016, abrufbar unter: http://www.anschober.at/index.php?id=39&tx_ttnews[tt_news]=3329

Die Foodcoops leisteten auch einen wichtigen Beitrag zur Schaffung von mehr Rechtssicherheit. Mittlerweile gibt es klare Regeln zum Betrieb einer Foodcoop auf Basis der Rechtslage, die es den ehrenamtlich aktiven Menschen ermöglichen, sich ohne rechtliche Risiken zu engagieren.

Besonders hervorzuheben ist auch die hohe Vernetzung und gegenseitige Hilfestellung innerhalb der verschiedenen Initiativen innerhalb Oberösterreichs und auch darüber hinaus, die wesentlich für eine erfolgreiche Weiterentwicklung des Modells „Foodcoop“ sind. Nichts desto trotz wurde von vielen Aktiven der Wunsch nach einer zentralen „Anlaufstelle“ geäußert, an die man sich zum Beispiel bei organisatorischen, rechtlichen oder auch lebensmittel- bzw. hygienerechtlichen Fragen wenden kann.

Einkaufsgemeinschaften können einen wichtigen Beitrag leisten, um die Lebens- und die Umweltqualität in der Gemeinde zu stärken und für diese Themen auf vielen verschiedenen Ebenen Bewusstsein zu schaffen. Die Projekte weisen aber auch einen sehr hohen Mehrwert in sozialer Hinsicht auf. Neue Treffpunkte und „Engagement-Räume“ werden in einer Gemeinde geschaffen. Mehrfach wurde berichtet, dass sich Foodcoops gut als „Andockstelle“ für interessierte Menschen eignen, die sich in der Gemeinde engagieren wollen. Oftmals engagierten sich in den Projekten Menschen, die nicht zur „klassischen“ Zielgruppe der Agenda 21-Arbeit gehören, beispielsweise junge Familien. Des Weiteren kann man auch beobachten, dass im Umfeld von Foodcoops auch weitere Initiativen zur nachhaltigen Gemeinde – und Regionalentwicklung bzw. zur Stärkung des sozialen Zusammenhalts in einer Kommune entstehen, die auch zur Umsetzung der Agenda 21 Ziele einer Gemeinde beitragen.

9. Weiterführende Informationen

(Info)plattform für österreichische Foodcoops:
https://Foodcoops.at/

Internetauftritte der im Rahmen von „Appetit auf Zukunft“ geförderten Foodcoops:

www.atterguat.at

www.regionalspeis.at

www.gutesvondahoam.at

www.regional-gut.at

www.guat.at

www.gueterwege.at

www.kirchschlagerspeis.net

Weitere interessante und hilfreiche Links:

Bio Austria (Unterstützung beim Aufbau von Foodcoops): www.bio-austria.at/aaz