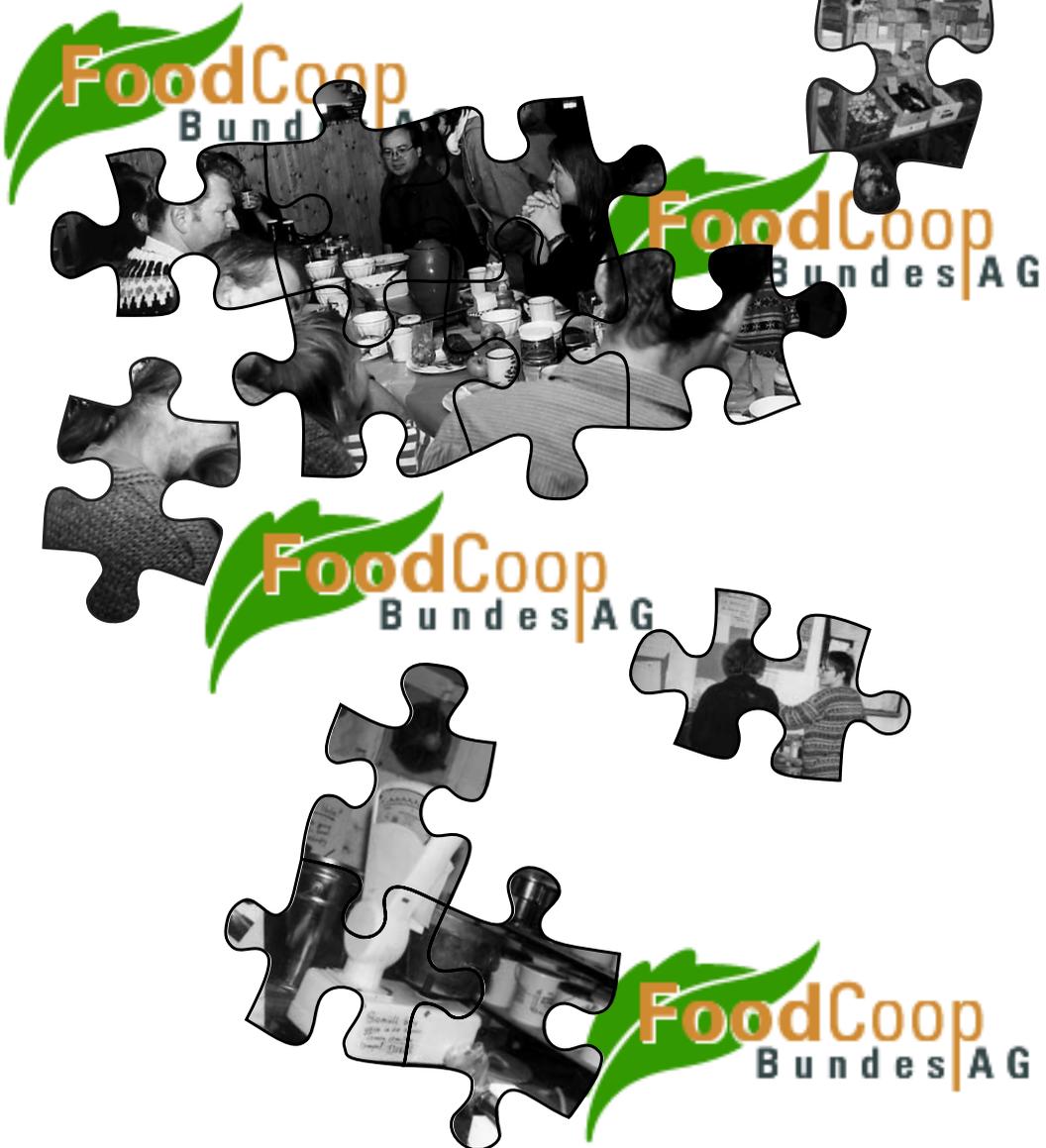


Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V. (Hrsg.)

Das Food-Coop Handbuch

gemeinsam ökologisch handeln

www.foodcoops.de



Das Food-Coop Handbuch



Bundesarbeitsgemeinschaft der
Lebensmittelkooperativen e.V.
(Hrsg.)

Das Food-Coop Handbuch gemeinsam ökologisch handeln



An der Erstellung dieses Buches haben mitgewirkt:

Thomas Albrecht, Berlin - Paula Braceschi, Bochum - Cornelia Bretz, Lüneburg - Rolf Dreßen, Zülpich - Horst Eitmann, Bremen - Helmut Gerlach, Göttingen - Sascha Gresk, Dortmund - Annette Hoefl, Trier - Annette Hoffstiepel, Bochum - Rainer Kaiser, St. Augustin - Frauke Kunze, Mechernich - Michael Maaß, Köln - Anne Marx, Magdeburg - Oda Schreiber, Lüneburg - Matthias Schwarzwälder, Dresden - Volker Steude, Bochum - Carsten Tiel, Lüneburg - Harry Weber, Zwiefalten
und weitere Menschen mit Tips, Unterstützung, Materialbeschaffung, Bekochung

Impressum

Herausgeberin:
Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V.
c/o Annette Hoffstiepel
Im Mailand 131
44797 Bochum

1. Auflage: 1000 Exemplare
Layout, Gestaltung: Axel Schuch, Bochum
Druck: Moosdruck, Leverkusen

Vertrieb:
Förderverein Jugend-und Umweltarbeit e.V.
Material-Auswahl-Umwelt-Schutz (MAUS)
Postfach 1818
36228 Bad Hersfeld
Bestell-Fax: 06621/2170
e-mail: maus@juis.insider.org
<http://www.maus-versand.de>

ISBN 3-00-005371-9



Inhalt

Vorwort	7
1. Einleitung	9
- Was sind Food-Koops?	
- Entstehung und geschichtliche Hintergründe	
- Zentrale Motivation, Anliegen: Öko-Konsum & gemeinschaftliches Handeln	
- Ökonomische, ökologische, soziale und politische Aspekte	
2. Koop-Typen	13
Exemplarische Vorstellung von 3 Koops	
- Kleine Land-Koop (15 Haushalte)	
- Städtische Koop mit 160 Parteien und komplett ehrenamtlicher Arbeit	
- Koop mit bezahltem Ladendienst, offen für Nichtmitglieder	
3. Neugründung	21
- Praktischer Leitfaden und Ratgeber „von Anfang an“	
- Häufigste Startschwierigkeiten	
- Erfahrungsberichte	
4. Mitglieder	25
- Interne Kommunikations- und Entscheidungsstrukturen	
- Mitgliederversammlung	
- Arbeitsgruppen	
- Außendarstellung	
- Mitgliederbetreuung und -verwaltung	
5. Ladengestaltung und -ausstattung	33
- Raum, Waren, Mitglieder, äußere Infrastruktur	
- Mindestvoraussetzungen des Raumes	
- Inventar: Grundausrüstung	
- Ausstattung für die Waren: Hilfreiches, Wünschenswertes und Luxusutensilien	
- Ausstattung für die Mitglieder: Kommunikationsmöglichkeiten (Schwarzes Brett), Kinderecke etc.	
6. Warenbezug	37
- Produktauswahl	
- Lieferantenauswahl	
- Bestellung, Lieferung, Warenannahme und Bezahlung	
- Non-food Bereich	
7. Warenabgabe	43
- Dienstsysteme	
- Ladendienst	
- Gebindegrößen	
- Etikettensysteme, Auszeichnungs- und Kennzeichnungsmöglichkeiten	
- Bestellsysteme	
- Vorgänge beim Einkauf der Mitglieder, Bezahlung (Musterblätter)	
- Öffnungszeiten	

8. Warengewert und Finanzierung	51
- Finanzierungssysteme	
- Verlustvermeidung	
- Von der Warenannahme bis zur Reklamation	
- Inventur, Buchhaltung (allgemein)	
- Schwierigkeiten	
9. Rechtsformen	63
- Vorstellung verschiedener Rechtsformen	
- Erfahrungsberichte Food-Koops und Steuern	
10. Vernetzung und überregionale Zusammenschlüsse	69
- Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e. V.	
- Ökomarkt e. V.	
- Rheinische Arbeitsgemeinschaft und Ökologisches Handeln GmbH	
11. Politisches	79
- Politischer Hintergrund und Ansprüche: Ein Blick ins Geschäft	
- Agenda 21	
- Grundlegende Gedanken zu Ernährung und Jahreszeitenrhythmus	
Anhang	95
- Leitfaden zur Neugründung	
- Satzungen (Gesund Essen, Schmatzkram)	
- Quellen und Literatur	
- Adressenverzeichnis	

Vorwort

Liebe Koop-Freundinnen und Koop-Freunde,
hier ist sie nun, die lang erwartete 1. Ausgabe des Food-Coop Handbuchs.*

Damit können wir endlich eine befriedigende Antwort geben auf die steigende Anzahl von Informationswünschen und Anfragen durch Einzelpersonen oder Gruppen, die sich für Lebensmittelkooperativen interessieren oder eine solche gründen möchten.

Die Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen (BAG) hatte auf ihrer 12. Jahrestagung vom 8. - 11. Mai 1997 in Breckerfeld bei Hagen ein Konzept für das neue Koop-Handbuch erarbeitet, das mit dem gesammelten Fachwissen der Lebensmittelkoops gefüllt wurde. Eine große Zahl von AutorInnen hat inzwischen das Handbuch mit ihren vielfältigen Beiträgen bereichert. Allen Mitwirkenden sei dafür herzlich gedankt!

Gefördert wurde dieses Projekt von

- Bio-Antakya
- Öko-Fonds NRW

Das Koop-Handbuch versteht sich im wesentlichen als Leitfaden für die Neugründung von Koops und als Anregung zur Verbesserung und zur Motivation für bereits bestehende Koops.

Doch die Anwendungsgebiete dieses Handbuchs gehen noch weit darüber hinaus. Auch andere Gruppen, wie z. B. Großhandel, Erzeuger, Handel, Anbau- und Verbraucherverbände, Parteien und Bildungseinrichtungen haben zu wenig Informationen über das Konzept, die Idee und die Wirkung der Lebensmittelkooperativen. Für sie gibt es jetzt eine kompakte Antwort auf die Frage „Was sind eigentlich Lebensmittel-Kooperativen?“.

Nicht zuletzt ist es Aufgabe dieses Handbuchs, für die gute Koop-Idee zu werben und sie weiter zu verbreiten.

In diesem Sinne sind alle aufgerufen, dieses Koop-Handbuch an andere Interessierte weiterzugeben.

* Die häufigste Schreibweise ist „Food-Coop“. Da auch andere Varianten gebräuchlich sind, haben wir die von den verschiedenen AutorInnen verwendeten Schreibweisen nicht vereinheitlicht.

1. Einleitung

Das erste Food-Coop Handbuch

Dieses Food-Coop-Handbuch ist ein ganz gewöhnliches Buch. Es kann aufgeschlagen, gelesen und wieder zugeklappt werden. Zwar hat das Buch dann Pause, doch die Hände werden noch lange nicht zur Ruhe kommen. Denn Food-Coops kaufen und verteilen ökologische Ware, werkeln in ihrem Warenlager und setzen Ideen um: Food-Coops handeln.

Food-Coops sind ...

Lebensmittel-Kooperativen oder auch Food-Coops sind Gruppierungen, die sich mit ökologisch erzeugten Nahrungsmitteln auseinandersetzen. Eine feste Gruppe bezieht die Ware möglichst direkt von den ErzeugerInnen und verteilt sie innerhalb dieser Gruppe wieder mit Hilfe aller Gruppenmitglieder.

So verschieden die Menschen in einer Food-Coop sind, so verschieden sind auch die Strukturen der Food-Coops. Eine klare Abgrenzung zu ähnlichen Gruppen wie Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften (EVG) oder Einkaufsgemeinschaften ist nicht zu leisten. Das Einsortieren in Schubladen erscheint uns auch überflüssig und ist für die zukünftige Entwicklung nicht von Bedeutung. Wichtiger 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.

Unabhängig von ihrem Namen, den sich die Gruppen immer selbst geben, soll dieses Buch für alle hilfreich sein.

Ja, damals war das so ...

Geschichtlich nachvollziehen läßt sich die Entstehung der Food-Coops und ihre Entwicklung nur schwer. Die ersten selbst organisierten VerbraucherInnengruppen sind bei uns Mitte der 70er Jahre mit den neuen sozialen Bewegungen entstanden. Sie nannten sich Food-Coop, Verbrauchergemeinschaft, Selbstversorger-Coop, Lebensmittelgemeinschaft, Lebensmittel-Coop, Verbraucherinitiative, Milch-Coop oder Einkaufsgemeinschaft (BAG 1989,13).

Recht gut läßt sich die Entstehung der Food-Coop in Bonn zurück verfolgen: Hervorgegangen ist sie aus der StudentInnenrevolution von 1968. Neben der Friedensbewegung war ein weiterer wichtiger Zweig der 68er Bewegung die Ökologie. Anfang der 70er Jahre fanden sich Studierende der landwirtschaftlichen Fakultät der Universität Bonn zu einer Arbeitsgemeinschaft Ökologie zusammen. Die Mitglieder dieser AG Ökologie besuchten landwirtschaftliche Betriebe in der Region und informierten diese über ökologischen Anbau. Zu dieser Zeit gab es erst einen Landwirt in der Region, der geprägt durch die anthroposophische Lehre Rudolf Steiners ökologischen Landbau betrieb. Bioläden gab es zu der Zeit noch keine. Aus dieser AG heraus wurde 1976 die Idee geboren, selbst etwas zu machen. In einem StudentIn-

nenwohnheim in der Kirschallee gründete sich daraufhin eine Lebensmittel-Kooperative für ökologische Lebensmittel. Im Februar 1979 bezog diese Koop einen Hinterhof in der Bonner Altstadt und nennt sich bis heute „Food-Coop Bonn“. Die Bonner Food-Coop hat zur Zeit etwa 30 Mitglieder und fusioniert gerade mit der Bonner EVG „Kappeskopp“. Die Bonner Food-Coop ist deutlich älter als die Bonner Bioläden, und es ist in diesem Fall nicht vermessen zu sagen, daß die Koop auch Wegbereiter für die Bioläden war und ist.

... und heute

Wie viele Food-Coops es heute gibt, weiß niemand ganz genau. Ein norddeutscher Großhandel für ökologische Lebensmittel spricht von einem Kundenkreis mit ca. 1350 Food-Coops, wobei die Mehrzahl der KundInnen eher Einkaufsgemeinschaften ohne Lagerhaltung sind (BAG 1995, 5). Etwa 800 Food-Coops soll es 1992 in der Bundesrepublik gegeben haben (ÖKO-TEST-MAGAZIN 1992, 33ff). Zur Zeit sind bei der BAG (Bundesarbeitsgemeinschaft für Lebensmittelkooperativen e.V.) 200 Food-Coops registriert, 25 davon sind Mitglied in der BAG.

Wir können und wollen mehr und anderes

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.

Der Entfremdung zwischen ErzeugerInnen und VerbraucherInnen und auch zwischen Ware und KundInnen wird in den üblichen Ladenstrukturen nicht entgegenwirkt. Die Möglichkeit des Abbaues der Anonymität, also die gegenseitige Kenntnis der Lebensbedingungen und Bedürfnisse, die Transparenz hinsichtlich der Produktionsmethoden und die Offenlegung der Preisgestaltung sind weitere Gründe, sich nach anderen Versorgungsmöglichkeiten umzuschauen (BAG 1989,10). Selbst bestimmen, nach welchen Kriterien Produkte ökologisch vertretbar sind und in der Food-Coop verteilt werden, setzt zum einen die Auseinandersetzung mit diesen voraus, zum anderen werden so die Einflußmöglichkeiten auf den Warenmarkt wahrgenommen.

Was für die einzelnen Food-Coops ökologischer Landbau oder ökologische Ware bedeutet, bleibt den Gruppen grundsätzlich freigestellt. Überwiegend orientieren sie sich jedoch an den von der AGÖL (Arbeitsgemeinschaft ökologischer Landbau) anerkannten Anbauverbänden. Häufig wird auch mit konventionellen Betrieben zusammengearbeitet. Hier handelt es sich oft um kleine Betriebe, die unterstützt werden sollen, oder um sehr nahe gelegene Höfe, jeweils mit vertrauensvollen Handelsbeziehungen.

Nicht zuletzt das hohe Preisniveau auf dem Markt für Produkte aus ökologischem Anbau liefert Anreize, durch Eigenleistung in der Food-Coop günstiger Biolebensmittel zu beziehen (BAG 1989, 2).

Eines, was alle Food-Coops kennzeichnet, ist also der Umgang mit ökologisch erzeugten Lebensmitteln oder auch ökologisch vertretbaren Gebrauchsgütern. Das andere ist der kooperative Charakter. Auf der Zusammenarbeit aller Mitglieder baut das System einer Food-Coop auf. Sie erfordert daher mehr Zeit als nur die Zeit zum Einkaufen. Kooperative Verhältnisse zwischen den KooplerInnen und den AnbieterInnen spielen eine ebenso wichtige Rolle. Die Qualität eines Produkts wird nicht nur durch die Deklaration gewährleistet, sondern ebenso durch das Vertrauen zwischen ErzeugerInnen und VerbraucherInnen (BAG 1989,10).

Selbst aktiv, mutig und kreativ sein, weckt das Gefühl für Verantwortlichkeit. Beides zusammen sind wichtige Elemente, um zukunftsfähig zu leben. Aktives Handeln und Verantwortlichsein soll als einer der Bausteine unseres gesellschaftlichen Zusammenlebens verstärkt werden.

In der Komplexität der ökonomischen, sozialen und ökologischen Kreisläufe auf der Erde wird es keine generellen Lösungsstrategien geben. Vielmehr sind verschiedene Lösungsmöglichkeiten notwendig und sollen erprobt und erfahrbar werden. Eine Food-Coop kann den Raum dazu bieten, von ihr aus können sich neue Ideen und Meinungen verbreiten.

Die Gruppe der KooplerInnen an sich ist in unserer europäischen Gesellschaft eine Besonderheit. Die meisten Gruppierungen haben eine Leitung oder einen Vorstand. Auch die Food-Coops haben Strukturen, doch sind sie offen und basis-demokratisch. Auch wenn sich einzelne durch ihre Aktivität hervorheben, haben alle Mitglieder die gleichen Rechte. Lernen, wie Demokratie praktisch funktionieren kann, ist eine Chance für alle zusammen, für jede Einzelne und jeden Einzelnen.

Nicht zu vergessen ist das gesellige Beisammensein, die Begegnung im Laden, das Plaudern über neueste Brotrezepte...

Ökonomische und ökologische sowie soziale und politische Aspekte sind somit in einer Food-Coop gleichwertig.

Ist alles wirklich so wunderschön kooperativ?

In diesem Buch wird ein buntes Spektrum an Ideen zu finden sein, wie Food-Coops funktionieren können. Mehr als zehn AutorInnen haben daran mitgewirkt und Informationen aus noch mehr Food-Coops zusammengetragen. Sicherlich gibt es noch viel mehr raffinierte Ideen, um die Ziele einer Food-Coop zu verwirklichen. Es wird sich zeigen, ob alle Ziele erreichbar sind und wie Steine aus dem Weg geräumt werden können.

Vorwürfe aus dem Artikel über Food-Coops "Aldi für Ökos?" im Öko-Test-Magazin 1992 sind zum Teil berechtigt. Dort wird hervorgehoben, daß die Arbeit immer an denselben aktiven Mitgliedern hängenbleibt, Strafzahlungen bei „Nichtmithilfe“ gerne als „sich freikaufen“ gezahlt werden, so daß es nur beim billigen Einkaufen bleibt

und sich die Einstellung zum Konsumverhalten nicht ändert (ÖKO-TEST-MAGAZIN 1992, 33ff). Diese Vorwürfe machen die Idee der Food-Coop jedoch nicht schlechter, sondern es gilt, diese Schwächen zu beheben.

In der Tat ist das eines der größten Probleme der Food-Coops. Doch ist dies wirklich ein spezielles Problem der Food-Coops, oder nicht auch eine grundlegende, soziale Situation, wie sie in allen Gruppierungen auftreten kann, die ein gemeinsames Ziel verfolgen und dabei einige aktive und eben viele profitierende Mitglieder haben? In diesem Buch werden Möglichkeiten beschrieben, wie dem Image des „Öko-Aldis“ entgegengetreten werden kann.

Darüber hinaus soll dieses Buch Auswege aus dem schon fast traditionellen Streit zwischen Food-Coops und Bioläden aufzeigen. Neben dem Umgang mit ökologischer Ware und deren Absatz geht es eben auch um Aktivitäten wie politisches Handeln, Ideenreichtum und -umsetzung, Meinungsbildung und -verbreitung: Aktionen, die im Naturkostbereich zu positiven Entwicklungen führen und an denen möglichst viele Menschen teilnehmen können.



2. Koop-Typen

Drei exemplarische Beispiele, herausgegriffen aus einer Vielzahl kooperativer Organisationsmöglichkeiten.

Die Art, wie sich eine Koop organisiert, kann ganz verschieden sein und richtet sich nach den Bedürfnissen der Mitglieder.

Um einen Überblick über die verschiedenen Organisationsmöglichkeiten zu geben, werden drei Lebensmittelkooperativen beispielhaft vorgestellt: Von einer kleinen Koop auf dem Land mit 15 Haushalten, einer städtischen Koop mit 160 Parteien und komplett ehrenamtlicher Arbeit bis zu einer Koop, die beim Ladendienst mit bezahlten Kräften arbeitet und auch Nichtmitglieder mit Bio-Lebensmitteln versorgt. Nicht mit einem Beispiel aufgeführt ist die Möglichkeit mit dem geringsten Organisationsaufwand: die Bestell- oder Einkaufsgemeinschaft. Sie minimiert die Kosten, erfordert aber von den Mitgliedern eine gute Vorausplanung der Bedürfnisse der nächsten Wochen. Die Belastung der Familie oder Wohngemeinschaft, bei der die Waren verteilt werden, ist höher, und wenn diese WG oder Familie dann aussteigt, ist das Weiterbestehen der Gruppe gefährdet. Die Lagerhaltung bietet mehrere Vorteile: der Bezug von kleinen Mengen ist möglich, man muß nicht so weit im voraus planen, die Einbindung aller Mitglieder ist stärker. In einer solchen Gruppe sind auch eher politische oder über den reinen Lebensmittelbezug hinausgehende Wirkungsmöglichkeiten gegeben.

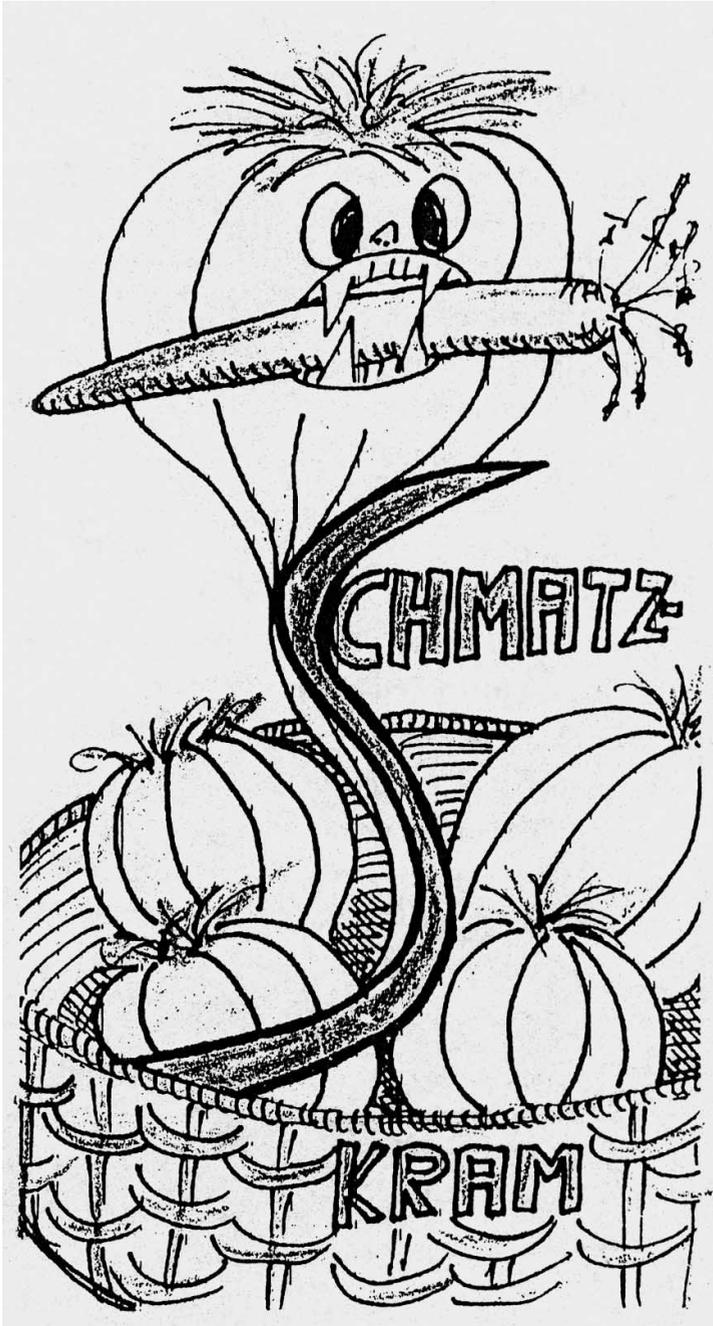
Ein Beispiel für eine kleine, sehr aktive Koop ist der Schmatzkram e.V.

Schmatzkram e.V.

Schmatzkram ist eine Lebensmittelkooperative in der Eifel, bestehend aus 16 Haushalten. Typisch für eine Koop auf dem Land sind die weiten Anfahrtswege, die zum größten Teil mit dem Auto getätigt werden.

Organisiert ist die Koop als eingetragener Verein, der ohne Gewinn und Aufschlag arbeitet. Alle Mitglieder teilen sich die anfallende Arbeit in einer der Arbeitsgruppen und die laufenden Kosten für Lagermiete, Strom und Verderb etc. (s. Abb. Seite 15). Entscheidungen werden auf dem monatlichen Initiativ-Kreis-Treffen und der jährlichen Hauptversammlung von allen Anwesenden getroffen.

Der Lagerraum ist samstags von 9.30 bis 13.00 Uhr geöffnet. Dort gibt es ein Grundsortiment an haltbaren Waren aus ökologischem Anbau. Das Angebot reicht von Getreide, Tee und Gewürzen bis zu Wein, Bier und Kosmetika. Diese Dinge sollten eigentlich immer ausreichend vorhanden sein, es gibt aber nicht den Anspruch, z. B. 20 verschiedene Marmeladensorten vorrätig zu haben. Einmal pro Woche, samstags, werden die Frischwaren geliefert: Brot, Gemüse und Käse von einem benachbarten Demeterhof, Milch und Milchprodukte aller Art von einem Frischwarenhändler. Diese Waren müssen von den Haushalten eine Woche im voraus bestellt werden, indem man sich in eine Sammelliste einträgt, und können dann samstags abgeholt werden. Dazu kommen unregelmäßig Bestellungen von Umweltschreibwaren, Schafwollartikeln und Textilien.



Du kannst

also bei uns Mitglied werden !!!

Nach einer Probezeit von 4 Einkäufen oder 8 Wochen Zeit kannst du dir überlegen, ob du bei uns fest mitmachen willst.

Deine Einkäufe während der Probezeit mußt du bar bezahlen, danach werden sie vom Koop-internen Konto abgebucht.

An **Kosten** fallen an bei Eintritt:

- z.Zt. 20,- pro Erwachsener pro Monat Mitgliedsbeitrag für die laufenden Kosten
- 50,- pro Haushalt, nicht rückzahlbare Einlage
- 75,- pro Erwachsener, rückzahlbare Einlage
- 125,- pro Erwachsener , rückzahlbare Einlage für den Koop-eigenen Großhandel (freiwillig).

Diese Einlagen können in Raten bezahlt werden.

Die **Mitarbeit** beträgt z.Zt. 4 bis 5 Std. im Monat in einem er Arbeitskreise der Koop , je nach Wunsch, z. B.:

Bestellen, Auspacken, Samstagszulieferer und - dienst, putzen, Finanzen, Politik...

Wir freuen uns über eine Nachfrage von dir und werden alle offenen Fragen beantworten!

HAUSHALT: Giedrün				EINKAUF			
EINZÄHLUNGEN				EINKAUF			
Datum	Konto	Barka.	Summe	Datum	Re.-Betr	Saldo	Unterschr.
						265,28	
				12.6.99	114,52	150,76	Mod
				19.6.99	96,21	54,55	Yvonne
19.6.		100,-		19.6.99		154,55	Micha
				26.6.99	128,14	26,41	Bärbel
1.7.	400,-			1.7.99		426,41	FRITZ
	GLS-Spende 5%			1.7.99	60,83	375,58	
				3.7.99	165,28	210,30	Monika
				12.7.99	84,51	125,79	Misel
				24.7.99	180,63	-54,84	Yvonne
24.7.	150,-			24.7.		95,16	Bärbel

Wer Mitglied werden möchte, kann zunächst auf Probe einkaufen und zwar 4 Einkäufe innerhalb von 8 Wochen.

Während der Probezeit müssen die Einkäufe bar bezahlt werden, danach werden sie vom Koop-Kontenblatt (s. Abb.) abgebucht. Die Mitarbeit beträgt etwa 4 - 5 Stunden im Monat in einem der Arbeitskreise der Koop, je nach Wunsch z.B. Bestellen, Auspacken, samstags Zuliefern und Ladiendienst, Putzen, Finanzen, Politik usw.

Beim Schmatzkram wurde ein Faltblatt entworfen, das interessierten Menschen die notwendigen Informationen liefert (s. Abbildungen).

Der Schmatzkram ist in der Rechtsform des eingetragenen Vereins organisiert. Es ist aber keineswegs nötig, eine Koop in Form eines Vereins zu gründen.

Vor- und Nachteile der Rechtsform e.V. sind im Kapitel „Rechtsformen“ beschrieben.

Die Satzung des Schmatzkram e.V. ist im Anhang zu finden.

Über den Bezug von Lebensmitteln hinaus sind vom Schmatzkram viele weitergehende Aktivitäten ausgegangen. Unter anderem wurden mitinitiiert: die Rheinische

Schmatzkram e.V.		Datum: 24.7.1999	
Vor-+Zuname: Giedrün			
Produkt	Menge	Kg/Std/Preis	7% (=1) 16% (=2)
Molunbrot	2	4,-	8,-
Roggenbrot	1	4,75	4,75
Cherissants	3	1,30	3,90
Salme ^{Stögr}	2	4,70	9,40
Cremerhäuche	1	3,60	3,60
Jongulla Potwein	3	5,40	
Cidre	1	3,40	
Apfelsaft	12	1,30	
Kaffee ^{Pfundkist}	1	6,-	
Kinderfrüchtelee	2P.	12,60	25,20
Gonda	420gr	4,38	18,40
Rahmkäse	1,240	15,80	20,06
Elei Shampoo	340gr	2,16	7,34
Duschgel	100ml	3,84	3,84
Mandelnuis	1	6,-	6,-
Pfandrückgabe ^{1 Kiste}	5 x 0,30		- 1,50
und da war noch:			
	Summe 7%	135,59	
	Summe 16%		45,04
Jeden 2. Mittwoch des Monats: → Nitreffen ←	Gesamtbetrag:	180,63	

abgedr. Ort

Wir sind

eine Lebensmittelkooperative, zur Zeit bestehend aus 16 Haushalten. Organisiert sind wir als eingetragener Verein, der ohne Gewinn und Aufschlag arbeitet.

Alle Mitglieder teilen sich die anfallende Arbeit in einer der Arbeitsgruppen und die laufenden Kosten für Lagermiete, Strom

Entscheidungen werden auf dem monatlichen Ini-Kreistreffen und der jährlichen Hauptversammlung von allen Anwesenden getroffen.

Neben der Möglichkeit, günstig an Lebensmittel aus kontrolliert-biologischem Anbau heranzukommen, verstehen wir uns als ein Zusammenschluß von Leuten, die bewußt und verantwortungsvoll leben wollen, was ein umweltverträgliches und solidarisches (Konsum)Verhalten beinhaltet.

Wir wollen

uns gesund ernähren, also unsere Lebensmittel aus kbA beziehen und diesen so unterstützen.

Das geschieht u.a. durch eine 5%ige Spende, die auf den Einkauf aufgeschlagen und auf ein gesondertes Konto bei der GLS-Bank eingezahlt wird. Mit dem dort angesammelten Geld unterstützen wir gezielt ökologisch orientierte Projekte.

Damit setzen wir bewußt ein Zeichen gegen die zunehmende Zerstörung unserer Umwelt, d.h. unserer Lebensgrundlagen.

Vorrang beim Einkauf haben Produkte aus dem regionalen Raum, d.h. es werden lange Transportwege vermieden. Fürs Gemüse heißt das aber auch, sich wieder mehr nach dem jahreszeitlichen Angebot zu richten. Dazu kommt ein persönlicher Kontakt zum Erzeuger.

Durch Verwendung von Mehrweg-Systemen und Nachfüllsystemen (z.B. für Shampoo, Wasch- und Putzmittel) sowie durch eigenes Abfüllen von Getreide, Salz, Tee werden Müll und Verpackungsmaterial auf ein Minimum reduziert.

Neben dem Effekt, in einer Koop gute Ware günstig erwerben zu können, haben wir auch einfach Spaß miteinander.

Wir haben

seit 8 Jahren einen Lagerraum in Zülpich-Öpenich. Samstags ist das Lager geöffnet. Hier gibt es ein Grundsortiment an haltbaren Waren aus kbA. Das Angebot reicht von Getreide, Tee, Gewürzen..... bis zu Wein, Bier und Kosmetika. Diese Dinge sollten eigentlich immer ausreichend vorhanden sein., wir haben aber nicht den Anspruch, 10 verschiedene Marmeladensorten vorrätig zu haben.

Einmal pro Woche, samstags, werden die Frischwaren geliefert: Brot, Gemüse und Käse vom benachbarten Demeterhof; Milch und Milchprodukte jeder Art von einem Frischwarenhändler.

Diese Waren müssen bis eine Woche vor Abholung im voraus bestellt werden und können dann samstags abgeholt werden. Dazu kommen unregelmäßig Bestellungen von Umwelt-Schreibwaren, Schafwollartikeln und Textilien

Es klappt nicht immer alles, aber wir arbeiten daran

Arbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen (RAG), der GLS-Fond der RAG und der koop-eigene Großhandel „Ökologisches Handeln“ GmbH. Siehe hierzu auch die Kapitel „Politisches“ und „Vernetzung und überregionale Zusammenschlüsse“.

Maiskolben

Entstanden ist der Maiskolben 1983 in Bremen. Eine StudentInnengruppe, die durch ein Projekt über „Agrobusiness“ an der Uni Bremen sensibilisiert wurde, wollte einen eigenen Laden in Form einer Lebensmittelkooperative gründen, um regionale bäuerliche Strukturen durch die direkte Abnahme ihrer Produkte zu stärken.

Im Stadtteil des jetzigen Ladens gab es bereits 1980 den ehrenamtlich geführten Bioladen „Maiskolben“. Gemeinsam mit dessen BetreiberInnen und verschiedenen Interessengruppen in dessen Umkreis (Dritte-Welt-Gruppe, Anti-AKW-Gruppen etc.) und im Austausch mit anderen entstehenden Food-Coops in Bremen und Berlin wurde der Maiskolben als Lebensmittelkooperative aufgebaut.

Beim Maiskolben in Bremen werden bei einer Größe von 160 Mitgliedern immer noch alle Aufgaben ehrenamtlich erledigt.

Der Maiskolben hat ein eigenes Ladenlokal mit Keller- und Lagerräumen. Der Laden ist dreimal in der Woche für 3 Stunden für seine Mitglieder geöffnet.



Die Ladendienste, Putz- und Abpackdienste werden von 16 Gruppen mit jeweils 4 - 7 Personen reihum erledigt. Diese Gruppen entscheiden autonom, welche ihrer Mitglieder wann welchen Dienst machen, wenn die Gruppe nach dem Rotationsprinzip an der Reihe ist. Jede Gruppe hat einen „Briefkasten“, so daß Infos von einer zur anderen Gruppe weitergeleitet werden können. Diese Kleingruppen bewirken, daß die Koop trotz der Größe überschaubar bleibt.

Andere Aufgaben werden für eine bestimmte Zeit von einzelnen Mitgliedern übernommen, da dort die Kontinuität besonders wichtig ist, wie die verschiedenen Bestellungen bei den diversen Lieferanten, außerdem die Posten Einführung neuer Mitglieder, Müll- und Komposttonne, Mitgliederkartei führen, Buchführung und Abrechnung.

Der Ladendienst (2 Personen) bereitet die Ladenöffnung vor, indem die Waren eingeräumt und die Preise ausgezeichnet werden. Beim Einkauf herrscht Eigenbedienung: Man rechnet das Selbstabgewogene und das Verpackte auf einem Zettelbrett aus und bezahlt diese Summe beim Ladendienst. Milchprodukte werden mittels einer Liste für das nächste Mal vorbestellt. Die Waren werden alle zur Koop angeliefert. Der Anteil von Produkten, die direkt von regionalen ErzeugerInnen kommen (bis max. 40 km) beträgt über 60%.

Um regionale Waren zu fördern, werden diese ohne Aufschlag verkauft, auf Großhandelsprodukte wird ein Aufschlag von 20% erhoben. Die Einlage beträgt 20 DM, der Monatsbeitrag ist 5 DM pro erwachsener Person im Haushalt.

Beim Maiskolben gibt es ein sehr ausführliches Milchinfo, das auch anderen hilfreich sein kann und deshalb im Kapitel „Warenabgabe“ aufgeführt ist. Dort wird von der Aufbewahrung und Reinigung der Milchkannen bis zum Umgang mit Über- oder Untermengen an Milch alles beschrieben, was bei der Milch zu beachten ist.

Auch die optische Gestaltung des Maiskolben lohnt einen Besuch, da die Koop in einem alten, mit wunderschönen Kacheln verzierten Ladenlokal untergebracht ist.

VerbraucherInnenkooperative Wilde Wurzel e.V.

Die Wilde Wurzel ist eine VerbraucherInnenkooperative in Trier, die mit angestellten Ladenkräften arbeitet, bei der der Vorstand und die Arbeitskreise ehrenamtlich tätig sind.

120 Familien oder Wohngemeinschaften sind Mitglied, das entspricht etwa 300 Einzelpersonen. Seit 1989 gibt es ein öffentliches Ladenlokal in der Nähe der Fußgängerzone, das täglich geöffnet ist.



Alle Waren sind mit 2 Preisen ausgezeichnet: einmal der Mitgliederpreis, daneben

der Preis für Laufkundschaft. Die Mitglieder kaufen 20% ermäßigt ein.

Alle aktiven Mitglieder arbeiten in Arbeitskreisen mit, die sich in folgende Gruppen unterteilen lassen:

- Das Ladenteam wird unterstützt durch die Arbeitskreise Abpacken, Schaufenstergestaltung, Putzen, Produktauswahl und Reparaturen.

Mango Stk. Kanta	KUNDEN	4,80 DM
	MITGLIEDER	3,70 DM

Orangen kg Spermin	KUNDEN	3,95 DM
	MITGLIEDER	3,30 DM

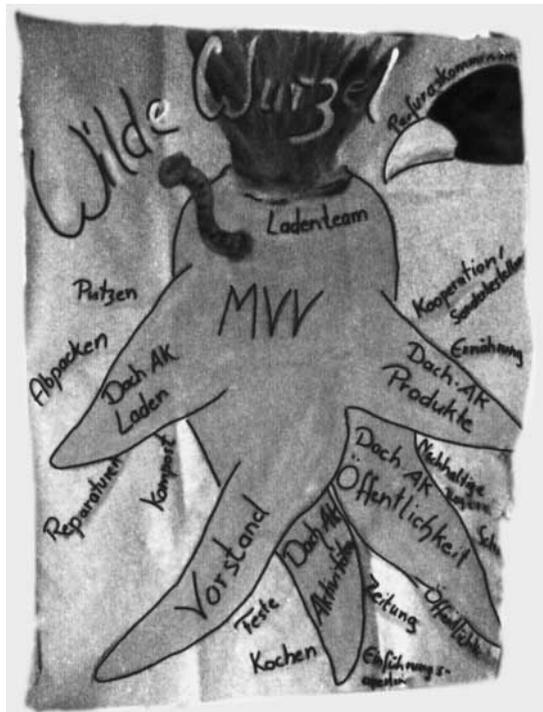
Äpfel kg Hof Markt	KUNDEN	3,10 DM
	MITGLIEDER	2,40 DM

- Die Kommunikation im Verein wird gefördert durch die Arbeitskreise Kochen, Feste, Ausflüge, Zeitung.
- Nach außen wirkt der Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit.
- Der Vorstand wird von der Mitgliederversammlung gewählt. Er koordiniert, organisiert und verantwortet die Vereinsarbeit.

Die Arbeitsweisen und -zeiten der AKs sind sehr unterschiedlich. Die Mitglieder des einen Arbeitskreises, z. B. Produktauswahl oder Öffentlichkeitsarbeit, treffen sich regelmäßig alle 2 Wochen, zum Teil gibt es noch dazwischen Arbeit zu erledigen. In anderen Arbeitskreisen gibt es keine Treffen aller Mitglieder; die Mitglieder kommen zum Arbeiten in den Laden (Abpacken, Putzen, Kompost, Kopieren). Wieder andere haben nur saisonal Arbeit, dann aber meist recht viel (Feste, Kochen, Schaufenster, Zeitung). Und schließlich gibt es noch den AK Reparaturen, der häufig schnell und kurzfristig Arbeiten erledigen muß. Die Einlage beträgt 70 DM. Je nach Haushaltsgröße beträgt der Mitgliedsbeitrag monatlich 25 - 80 DM passiv und 15 - 42 DM aktiv, d. h. bei Mitarbeit in einem der Arbeitskreise.

Es wird ein Vollsortiment angeboten, wobei so viel Waren wie möglich aus der Region kommen. Allein 11 Höfe liefern an. Je nach Herkunft wird die Ware unterschiedlich gekennzeichnet: eine Schubkarre symbolisiert regionale Waren, ein Lkw das europäische Festland und ein Flugzeug Übersee-Waren.

Als Verein mit öffentlichem Laden läßt Wilde Wurzel e.V. die Buchführung durch einen Steuerberater machen. Die Wilde Wurzel ist in der zuständigen Berufsgenossenschaft.



Indem die Wilde Wurzel mit einem bezahlten Ladenteam arbeitet, können sich die Mitglieder stark dem ideellen Bereich zuwenden und mehr Kraft als in anderen Koops

Was es in der Wurzel gibt

➡ Regionale Produkte aus kontrolliert-biologischem Anbau

Wir kaufen einen großen Teil der Lebensmittel bei Bio-Bauern aus der Umgebung:

Unser Angebot wird von den Jahreszeiten bestimmt. Erdbeeren gibt es im Juni/Juli, nicht im November.

Dafür gibt es dann heimisches Gemüse wie z.B. Rote Bete oder auch ungewöhnlichere Sorten wie Topinambur.

Vor allem die weiterverarbeiteten Produkte wie Joghurt, Nudeln, Brotaufstriche beziehen wir vom Großhandel.

➡ Naturwaren

- umweltverträgliche Putz- und Waschmittel
- Umweltschreibwaren
- Naturkosmetika

➡ Fair gehandelte Produkte aus kontrolliert-biologischem Anbau

Kaffee, Tee, Gewürze

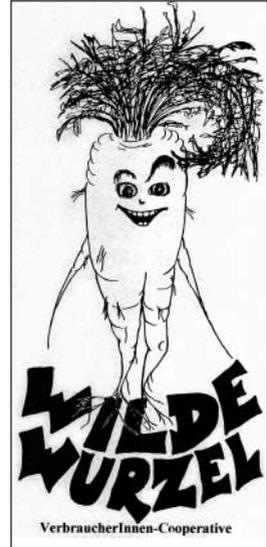
➡ Regionale Specials

- Honig von ökologisch wirtschaftenden Imkern
- kontrolliert-biologische Weine und Federweißer
- regionale Sonderbestellungen (Lagerkartoffeln im Herbst u.a.)

➡ Verpackungsvermeidung

Wo es geht, versuchen wir, unnötige Verpackung einzusparen. Deshalb gibt es bei uns

- Nachfüllsysteme für Öle, Shampoos, Flüssigwaschmittel
- Mehrwegflaschen und -gläser
- Direktabfüllung von Getreide/Mehl, Salz, Gemüsebrühe, Sauerkraut, Tee



in die Produktauswahl, die regionale Belieferung und Öffentlichkeitsarbeit stecken.

Eine Gefahr könnte darin bestehen, daß sich die Mitglieder zu sehr auf das Ladenteam verlassen und das ehrenamtliche Engagement nachläßt.

Nachtrag: Durch zwei Bioladen-Neugründungen in der Nachbarschaft der

Wilden Wurzel sanken die Mitgliederzahlen, und die Versuche, neue Mitglieder zu gewinnen, führten nicht zum gewünschten Erfolg.

Als es dadurch immer schwerer wurde, den Ladendienst zu bezahlen, löste sich die Wilde Wurzel im Herbst 1998 auf. Aus dem Kreis der ehemaligen Mitglieder bildete sich eine neue Gruppe, die in anderen Räumen, aber ohne bezahlten Ladendienst und ohne Verkauf an Außenstehende weitermacht.

3. Neugründung

Keine Food-Coop vor Ort? ... Platz 35 auf der Warteliste der heillos überfüllten in der Nähe? Macht nix! Selber machen! Kapitel 3 hilft mit Anregungen, Tips und besten Wünschen bei der Gründung von Kooperativen.

Wer macht mit?
 Wer kann was machen?
 Wie wollen wir uns organisieren?
 Wo können wir anfangen?
 An welche Waren kommen wir?

1. Anstoß: Food-Coop, was is´n das?

Vielleicht lernt man jemanden kennen, der in einer Koop Mitglied ist und davon erzählt. Oder man hat in einer Zeitung über Food-Coops oder Lebensmittelkooperativen gelesen.

2. Ich möchte auch sowas machen!

Das Ganze hört sich interessant an, und man kann sich vorstellen, auch selber in einer Koop Mitglied zu werden. Wenn es am Ort keine Koop gibt oder die bestehende Kooperative keine Mitglieder aufnimmt, dann stellt sich die Frage: Soll ich nicht selber mit anderen zusammen eine Kooperative gründen?

3. Einführungsabend

Im Bekanntenkreis finden sich sicherlich einige Leute, die Interesse haben mitzumachen. Alle InteressentInnen werden zum ersten Informations- und Koordinations-treffen eingeladen. Sobald man 5 - 10 Leute beisammen hat, kann es losgehen. Zur Vorbereitung der Einführungsveranstaltung liefern die Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen oder die Regionalkontaktstelle nähere Informationen. Bei der BAG oder bei den Regionalkontaktstellen kann man auch nach ReferentInnen fragen. Ein Einführungsabend kann einen Überblick geben und den InteressentInnen zeigen, worum es geht. Hilfreich ist es, Kontakt zu Koops in der Nähe aufzunehmen. An so einem Abend könnte eine Person aus einer bestehenden Koop erzählen.

4. Was wollen wir?

Zunächst sollte herausgefunden werden, welche Ansprüche die Mitwirkenden an die Koop haben: Sollen eher Gemüse, Milchprodukte und Brot organisiert werden, oder will man vor allem „feste“ Ware wie Nudeln, Getreide, Aufstriche etc.? Wieviel Zeit sind die einzelnen bereit zu investieren? Wie oft soll bestellt werden? Je nachdem, was besorgt werden soll, muß wöchentlich oder auch nur alle 1 - 2 Monate bestellt werden. Steht ein Umschlagplatz für die Waren zur Verfügung, oder wird am Anfang vielleicht gar keiner gebraucht?

5. Wo werden die Waren verteilt?

Sind die Erwartungen geklärt, muß zunächst die Raumfrage gelöst werden (siehe „Ladengestaltung und -ausstattung“).

6. Wer beliefert uns?

Über die Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen, andere Koops, das alternative Branchenbuch oder über die Anbauverbände (siehe Anhang) werden Händler und Lieferanten ausfindig gemacht.

7. Leute suchen, die mitmachen

Sobald ein erstes Konzept erarbeitet ist, werden über Lokalzeitungen und -radio, Wochenblätter, Szeneblätter, Aushänge in Familienbildungsstätten oder Gemeindezentren und Schwarze Bretter an der Uni Interessierte gesucht, die mitmachen wollen. Um Kosten zu sparen, kann mit einer anderen Koop eine Bestellgemeinschaft gebildet werden.

8. Rechtsform etc.

Grundsätzlich wird keine bestimmte Rechtsform benötigt, um eine Food-Coop zu gründen. Solange das Ganze in einem relativ kleinen, überschaubaren Rahmen bleibt, lohnt sich der Aufwand nicht. Für größere Gruppen kann eine Vereinsgründung sinnvoll sein, um Haftungsrisiken klein zu halten oder um einen festen Rahmen zu haben, innerhalb dessen man agieren kann. In einer Satzung oder „Geschäftsordnung“ können die Regeln, die in der Koop gelten sollen, verbindlich festgelegt werden. Ein Leitfaden zur Neugründung befindet sich im Anhang.

Die häufigsten Koop-Startschwierigkeiten und wie sie vermieden werden können

Die Anlaufzeit sollte nicht zu lange dauern. Wenn nach einem halben Jahr noch nicht mit der Verteilung der Waren begonnen wurde, bricht die Gruppe schnell wieder auseinander. Daher sollte man auch ohne feste Raum mit den Bestellungen anfangen, um Erfolgserlebnisse zu haben.

Man sollte sich nicht zu viel auf einmal vornehmen: Lieber nur einmal im Monat Sammelbestellungen machen, als versuchen, von Anfang an alles perfekt zu organisieren.

Von Anfang an Aufgaben festlegen und gleichmäßig verteilen, nicht einen „Guru“, der alles macht und alles weiß. Das kann auch sehr gut funktionieren, entspricht aber nicht dem Koop-Prinzip, da eine Konzentration von Informationen Abhängigkeiten schafft. Steigt dieseR aus, bricht alles zusammen.

Auch die Finanzen stellen am Anfang eine Schwierigkeit dar: Häufige Fehler sind z.B. das Vergessen der Mehrwertsteuer bei der Verkaufspreisberechnung und nicht korrektes Auszeichnen der Waren oder das Nicht-Nachhalten von Reklamationen.

Tip: Vergleicht die Rechnung mit dem Lieferschein (Wir bezahlten beispielsweise ein Kilo Fleisch mit, welches nie geliefert wurde, merkten das erst nach 5 Monaten, als wir ein Minus hatten, und bekamen es dank der Unkompliziertheit des Hofes zurücküberwiesen.)

Tip: Notiert euch die Reklamationen

1. für euch
2. für den, der die nächste Bestellung macht
3. für den, der die Rechnung nach Vergleich mit den Lieferscheinen zahlt. Wobei Reklamationen alle zuviel oder zuwenig gelieferten Waren sind.

Weitere Punkte hierzu sind im Kapitel „Warengegenwert und Finanzierung“ aufgeführt.

Da die Satzung eines eingetragenen Vereins nur unter Kosten geändert werden kann, ist es besser, zur Ergänzung eine Geschäftsordnung oder ein anderes Regelwerk zu schaffen, das die Entscheidungsstrukturen festhält.

Bei der Mei-Coop, die so gut wie keine schriftlichen Regeln kennt, entscheidet das monatliche Mitgliedertreffen über anstehende Punkte. Die Entscheidungen werden im Protokoll festgehalten und auch mündlich weitergegeben: „... Das hatten wir im Sommer aber schon beschlossen, daß wir das Gemüse jetzt über den anderen Hof beziehen wollen, guck doch noch mal nach! ...“ Stehen wichtige Entscheidungen an, z. B. Rausschmiß einer Person, kann auf einem Monatstreffen dazu eine Entscheidung oder eine Regel aufgestellt werden, die dann auf einem der nächsten Treffen bestätigt und umgesetzt wird.

Aus den Erfahrungen einer Koop-Mitgründerin in Radebeul

Am Anfang erschwerte es uns die Entscheidung, endlich zu beginnen, da wir nicht sicher waren, mit wem wir denn nun wirklich rechnen konnten. Bei jedem Treffen erschienen außer der Kerngruppe neue Gesichter, die ein-, zweimal kamen und dann nicht wieder auftauchten. Verbindlichkeit erzielten wir mit der Forderung, daß pro Mitglied (kann eine Familie sein) monatlich 10 DM eingezahlt werden sollten. Damit war die Gruppe definierbar, so komisch das klingt. Die 10 DM planten wir sowieso als Monatsbeitrag.

Die Organisation wollten wir so unbürokratisch und gleichberechtigt wie nur möglich. Die Idee, daß jeder einen Schlüssel zum Abholen bekommt, konnten wir nicht ausprobieren, da wir die ersten drei Monate in einer privaten Küche „Verbrauchergemeinschaft“ machten und uns dann der Mietvertrag verbot, an alle Mitglieder einen Schlüssel zu geben.

Wir hatten auch die Vorstellung, einen Laden mit bezahlten Angestellten aufzumachen, deshalb nahmen wir innerhalb kurzer Zeit sehr viele Mitglieder auf. Diese Neuen waren zwar am billigen Einkauf interessiert, aber nicht unbedingt an der Mitarbeit, und fühlten sich nicht mitverantwortlich. Z. B. gab es (Groß-) Abnehmer in der Verbrauchergemeinschaft, die als Familie nicht den vollen Mitgliedsbeitrag zahlen wollten, da sie ja alleine die Ökosachen essen würden. Während uns Gründungsmitgliedern der regionale Bezug, die Verpackungsvermeidung und die Marktstrukturen generell wichtig waren, legten die neuen Mitglieder weniger Wert darauf. Durch das schnelle Anwachsen der Gruppe konnten wir GründerInnen uns mit unseren Vorstellungen nicht mehr durchsetzen, da wir von den „Unpolitischen“ zahlenmäßig überstimmt wurden. Daher würde ich Punkte, die der Gründungsgruppe wich-

tig sind, in eine Art Satzung aufnehmen. JedeR Neue kann darin lesen, was die Gruppe will, und entscheiden, ob er/sie die Ziele mitträgt oder nicht.

Eine Organisation wächst und ändert sich mit der Zeit – Die Entwicklung der Mei-Coop in Bochum

Die Mei-Coop in Bochum ist Ende der 70er Jahre entstanden. In den besetzten Häusern im Heusnerviertel gab es eine Gruppe, die für die anderen gekocht hat. Von einer Bio-Bäckerei in der Nähe konnten die nicht verkauften Brote abgeholt werden. Über diese Bäckerei wurden gelegentlich auch Getreide oder Nudeln beim Großhändler mitbestellt. Diese Bestellungen entwickelten sich zu einer regelmäßigen Einrichtung. Als die besetzten Häuser geräumt und abgerissen wurden, traf sich die Bestellgruppe bei einem der Mitglieder im Hinterraum eines Kinder-Second-Hand-Ladens. Von diesem Zeitpunkt an wurden auch die Bestellungen beim Großhandel auf eigene Rechnung gemacht. Einmal die Woche war Treffen in dem Raum, und die Waren wurden verteilt. Als der Second-Hand-Laden in neue Räume umzog, blieb die Koop in den alten Räumen und vergrößerte sich. Neben dem reinen Großhandelsbezug wurden auch Kontakte zu Biohöfen geknüpft und das Warenlager vergrößert. Die Zahl der Mitglieder pendelte sich auf 15-25 Haushalte ein. Alle Mitglieder bekamen einen Schlüssel zu dem Ladenlokal und konnten jederzeit einkaufen. Da der gemeinsame Einkaufstermin als Treffpunkt wegfiel, wurde jetzt ein monatliches Treffen abends in den Koop-Räumen abgehalten. Mittlerweile finden die Treffen reihum bei den Mitgliedern statt. Während früher in erster Linie StudentInnen und SchülerInnen in der Koop waren, sind es jetzt vor allem Familien mit Kindern. Von den Gründungsmitgliedern sind heute noch zwei in der Koop.



4. Menschen in der Food-Coop – Mitglieder

Ohne die Menschen in einer Food-Coop, die KooplerInnen oder Mitglieder würde es keine Koop geben. Das Wirken der Mitglieder trägt die Koop und der Umgang der Koop mit ihren Mitgliedern ihr Wirken. Die Menschen spielen somit die wichtigste und zentralste Rolle. Dabei ist jeder Mensch verschieden und wiederum anders als die gesamte Gruppe. Das sensible und umfangreiche Thema „Mitglieder“ soll mit seinen wichtigsten Ansätzen dargestellt werden.

Das Kapitel befaßt sich mit dem Wachstum und dem Erhalt des Mitgliederpotentials. Hierzu gehören Punkte wie Kommunikationsmöglichkeiten, Außendarstellung und die Mitglieder selbst.

Wieso sagt mir das denn keiner? - Möglichkeiten interner Kommunikation

Dreh- und Angelpunkt einer Koop ist die Kommunikation untereinander. Und es ist nicht zu unterschätzen, wieviel Mühe es kostet, die Menschen zum Lesen der Informationen und zu einer aktiven Reaktion zu bewegen!

Wohl die meisten Informationen laufen in der Koop über Aushänge oder Infotafeln. Informationen, die nicht direkt die Koop betreffen, gehören besser auf eine Extrawand.

Unstrukturierte Infotafeln sind nicht brauchbar, das klingt banal, wird aber oft nicht bedacht. Man kann die Tafeln z. B. nach Arbeitsgruppen oder Lieferanten gestalten. Kreidetafeln sind für nahende Termine und wechselnde Informationen ideal. Wichtige Informationen, die nicht übersehen werden dürfen, werden auch auf den Fußboden geklebt oder in den Türdurchgang. Alles ist erlaubt, um die Anziehungskraft der Aushänge zu erhöhen.

Sind Arbeitsgruppen gebildet worden, können für diese zur Informationsverteilung Ablagen oder Hängeordner bereitstehen. Auch für jedes Mitglied wird dies in einigen Koops gemacht, was aber wohl nur bei kleineren Strukturen überschaubar bleibt.

In fast allen Koops gibt es sogenannte Ladenbücher, sei es als allgemeines Kommunikationsmedium oder für spezielle Bereiche. Für feste Abläufe oder Produktinformationen eignet sich ein „Koop-Lexikon“, wie beim „Maiskolben“ in Bremen. Aber auch als „Bestellbuch“ für die verschiedenen Lieferanten oder als „Meckerbuch“ für jedes Wehwehchen können Bücher eingesetzt werden.

Wenn alle Stricke reißen, ist der Griff zum „heißen Draht“ immer noch die beste Lösung. Dies setzt allerdings eine aktuelle Liste der Telefonnummern von allen und für alle Mitglieder voraus. Günstig ist es, hier auch die Zuständigkeiten der Personen mit aufzuführen, so hat man gleich die oder den richtigen an der Strippe. Auch wenn es erhebliche Abneigungen gegen Listen dieser Art gibt, sie sind die wichtigsten aller Listen, denn die Zeiten der Rauchzeichen sind endgültig vorbei. Wen es stört, mit Personen zu telefonieren, deren Gesichter man nicht kennt, die oder der sollte eine Fotowand einführen. Zu den Fotos können auch die Telefonnummern und die Zuständigkeiten der Mitglieder gehängt werden. Eine nette Idee gegen die wachsende Anonymität in größeren Koops.



Tutts Du mal zuvid gekocht hast -
Lund amanden zum Essen einladen willst,
oder Dir plötzlich einfällt, daß nächstes Dienstag noch
ein Laden dienstmensch fehlt, oder Du der Schlüssel für den Keller
nicht da ist, wo er hingehört, oder jemand Deine bestellten
Einkäufe mitgenommen hat oder Du aus sonst irgend einem
erdenklichen Grund ein Ratatouille-Mitglied anrufen willst:

Name:	tel.:	Name:	tel.:
Andreas Schone	31167	Kathrin Schütte	12910
Anne Czerwik	6152	Katrin Helmig	46264
Antje Halen	38575	Martin de Wypa	44353
Claudia Holz	} 6643	Martina Langen	} 31166
& Hauke Karlein			
Claudia Nabe		Michael Danner	5787
Christine Ecke	} 330374	Marion Sieb	
& Lars Koopf			
Christoph Strunk	84935	Nathalie Gudie	91674
Cornelia Helm	9927	Oda Schreier	405280
Fei Hüme		Petra Heine	04138-7944
Gerd Müller	} 12493	Petra Steum	5977
& Franke Meinen			
Guida Teenen	40241	Ralph Buchen	44380
Heike Mohla	45869	Rüdiger Steing	5665
Hennig Tor	6518	Sandra Döbb	80877
Horst Brand	40128	Sigrid Vogel	68113
Inge Schuster	8339	Sigrid Bäume	
Karin Schmol	78455	Ulrike Richei	} 2360
Katja Meinen	731670	& Achim(frau Uwe)	
Katja Muck	10608	WG - Rübeküche	15260

Stand vom 8.7.82

Eine Koop mit ganz viel Power sollte sich an einer Koop-Zeitung versuchen. Darin können neue Regelungen, Höfe, Zulieferer, neue Mitglieder usw. vorgestellt werden. Die frühere Koop „Wilde Wurzel“ gab regelmäßig die „Wilden Blätter“ heraus.

Food-Coop goes online: kein Problem! Via Internet kann auch alles das versendet werden, was sonst auf Zellulose umherflattert. Eine eigene Homepage kann die Koop-Idee über alle Grenzen hinweg verbreiten! Unter der Voraussetzung, daß alle Mitglieder über die nötige Technik verfügen können, sollte diese Art der Verständigung einfach ausprobiert werden. Die Koop „Gurkenfieber“ in Dortmund sammelte mit diesem Medium wohl bundesweit die meiste Erfahrung.

Kommunikationsideen gibt es viele, altbewährte und neue piffige. Bei der Wilden Wurzel gab es eine Entscheidungswand: Links wird ein Vorschlag gemacht, z. B. den Joghurt von einem anderen Lieferanten zu beziehen. Auf die rechte Seite kommen dann

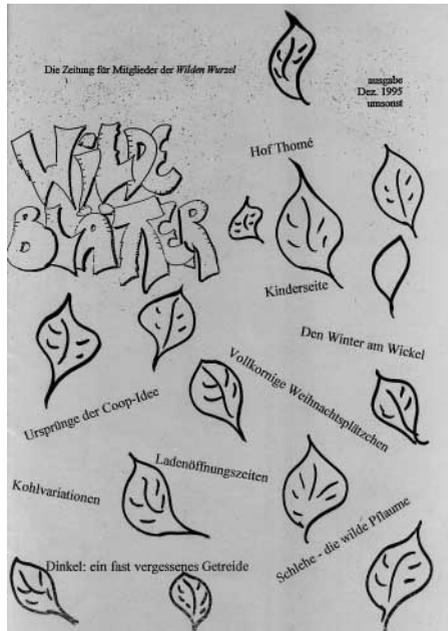
die Kommentare der Mitglieder und danach wird entschieden.

Größere Koops können einen Food-Coop-Markt durchführen, auf dem die Arbeitskreise ihre Arbeit des vergangenen Jahres vorstellen.

Wie detailliert Strukturen zur Information der Mitglieder ausgearbeitet werden, hängt von der Zahl der Mitglieder ab.

„blind date“ – Mitgliederversammlung

Eine Gruppe, die gemeinsam handeln will, muß auch gemeinsam regelmäßig über ihr Handeln sprechen. Der Rahmen spielt dabei eine untergeordnete Rolle, ob Vollversammlung, Arbeitsgruppen-Treffen oder Koop-Plenum. Je größer der Rahmen allerdings wird, um so weniger fühlen sich die Mitglieder verpflichtet, an den Treffen teilzunehmen.



men. In Koops mit Arbeitsgruppen kann es die Regelung geben, daß die Arbeitsgruppe sich abspricht, wer zu welchem Treffen geht. Denn gegen Arbeitsteilung hat eigentlich niemand etwas. Voraussetzung ist dann die Weitergabe der Information in der Arbeitsgruppe. An eine nette, gemütliche Atmosphäre ist zu denken, sonst sieht man unabhängig vom Inhalt von vornherein die Treffen als lästige Zeitvergeudung an.

Damit alle die Termine mitbekommen, können die Einladungen zur Mitgliederversammlung ausgelegt werden. Wer sie mitnimmt, hakt sich in der Liste ab. Den Rest kann man mit der Post zuschicken. Dies ist eine sehr aufwendige aber effektive Methode. Mindesteinsatz ist das Aushängen der Termine.

Die zu besprechenden Themen werden in der Koop ausgehängt oder auf den Treffen erst gesammelt.

Wichtig ist, die getroffenen Entscheidungen allen zugänglich zu machen. Dazu sollte immer ein Protokoll geschrieben werden. Das Protokoll sollte so kurz und knapp wie möglich sein. Es kann ausgehängt, ausgeteilt oder per E-Mail versendet werden. Ein Ordner mit allen Protokollen sollte allen zur Verfügung stehen. Auf der nächsten Versammlung wird zunächst das Protokoll verlesen und geschaut, was aus den Beschlüssen geworden ist oder welche Kommentare zum Protokoll eingegangen sind.

Alle Entscheidungen, die einmal getroffen worden sind, müssen dokumentiert werden, egal ob von der Mitgliederversammlung, vom Vorstand oder vom Ladendienst.

Fünf bis sieben - Arbeitsgruppen

Damit nicht jede und jeder für sich alleine arbeitet und an Einsamkeit oder Überlastung zu Grunde geht, sollten Maßnahmen zur Vermeidung ergriffen werden.

Arbeitsgruppen agieren meistens effektiver und tragen direkt die Verantwortung für ihren Aufgabenbereich. Schlaue Köpfe empfehlen sogar genaue Gruppengrößen von fünf bis sieben Personen. In der Koop „Ratatouille“ waren früher über 30 Personen für den Ladendienst aller drei Öffnungszeiten pro Woche verantwortlich. Heute gibt es drei Gruppen mit nur sieben bis neun Personen, die für jeweils eine Öffnungszeiten zuständig sind. Die KooplerInnen stehen kaum noch vor verschlossener Tür.

Die jeweiligen Gruppen können immer für die gleiche Aufgabe zuständig sein, z. B. für den Ladendienst am Freitag oder für das Sortieren der Mehrweggläser. Auch können Rotationssysteme eingeführt werden. Dies öffnet die Augen für die Probleme aller Bereiche. Die Abläufe werden sich allerdings vermutlich nicht so routiniert entwickeln. Kontaktpersonen zu den Lieferanten sollten nicht zu oft wechseln, denn hier zählt der persönliche Kontakt und die eingespielte Zusammenarbeit. Wechselt die Kontaktperson, bedarf es unbedingt einer frühzeitigen Einführung des neuen Mitgliedes.

Ladendienste sollten zu zweit gemacht werden, um sich bei Unklarheiten abzustimmen und auch langweiligere Arbeiten zu erledigen.

Offen für alle! – Außendarstellung

Der übliche Weg, neue Mitglieder zu gewinnen, besteht in Mund-zu-Mund-Propaganda. Ein gut informierter Ladendienst ist dabei sehr wertvoll, da häufig über diesen die ersten längeren Kontakte zwischen Neugierigen und der Koop zustande kommen.

Um Leute zu erreichen, die keinen räumlichen Bezug zum Lagerraum der Koop haben und deshalb nicht durch Schaufensterreklame oder Stelltafeln erreicht werden können, bieten sich Flugblätter, Zeitungsartikel, Infotische und Aktionen an.

Studenten setzen auf Öko-Gemüse

Nach Hamburg und Hannover: „Food-Cooperation“ jetzt auch in Lüneburg

LÜNEBURG (bb). Sven Giegold, Lüneburger Student und Freizeitökologe, ist für unkonventionelle Methoden: „Das Tomaten-Test-Essen, das wir in der Universität veranstalten werden, wird es zeigen: ökologisch angebautes Gemüse schmeckt einfach besser.“ Wer jedoch auf Nitrate und andere Chemikalien im Gemüse verzichten will, muß tiefer in die Tasche greifen als bei konventionell angebauten Lebensmitteln. Ein Grund für Sven Giegold und 14 Kommilitonen, eine „Food-Cooperation“, wie sie in Hamburg und Hannover bereits existieren, zu gründen.

Kontakte im Wendland geknüpft

„Food-Coop‘ bedeutet Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaft“, erklärt der Student und erläutert das Prinzip: „Eine Gruppe von Verbrauchern schließt sich zusammen, um gemeinsam bei biologisch anbauenden Bauern Produkte zu beziehen. Für den Einzelnen werden die Lebensmittel dann billiger als im Handel.“

Auch die Verteilung erfolgt auf Gemeinschaftsbasis. So muß jeder Verbraucher zeitweilig in der Verkaufsstelle oder anderweitig helfen. „Aber“, beruhigt Sven Giegold, „je mehr Menschen mitmachen, desto geringer ist die Arbeit für den einzelnen.“

Vor allem für Familien mit Kindern sei eine solche Gemeinschaft eine gute Gelegenheit, eine gesunde Ernährung preiswert zu ermöglichen.

Kontakte haben die Initiatoren seit ihrem ersten Treffen im Dezember mit ökologisch arbeitenden Bauern im Wendland geknüpft. Aber auch mit Betrieben aus dem Lüneburger Umland soll zusammengearbeitet werden. Vorher allerdings muß noch ein geeigneter Laden- oder Kellerraum zur Lagerung der Lebensmittel gefunden werden. Einen weiteren Aspekt führt Giegold an: „Wir möchten mit dem Coop-Prinzip das Bewußtsein für biologisch angebaute Nahrung stärken, um Bauern, die ihre Produktion bereits umgestellt haben, zu unterstützen. Langfristig wird so unsere Initiative auch den Bioläden zugute kommen, wenn wir viele Verbraucher von den Vortei-



Die Gründer der „Food-Cooperation“ Anne Czerwenka, Sven Giegold, Peter Palmer und Klaus Cäsar Zeherer mit biologisch angebauten Gemüsen. (Foto: bb)

len biologisch angebaute Produkte überzeugen.“ Neugierige oder bereits Überzeug-

te können sich an Sven Giegold wenden: Telefon (041 31) 40 52 60.

Es ist ratsam, nicht nur niedrige Preise als Beweggründe anzuführen, sondern auch Bereiche, die deutlich machen, daß die geleistete Arbeit auch ideelle Ziele verfolgt, die eine Koop-Mitgliedschaft sinnvoll machen. Solche ideellen Ziele sind z. B. der Bezug von Lebensmitteln aus der Region und die damit verbundenen Kontakte zu kleineren oder unabhängigen Erzeugern und deren Förderung, kurze Transportwege und größere Verpackungseinheiten.

Als Aufhänger jeglicher Außendarstellung der Food-Coop bieten sich aktuelle Themen an, wie z. B. BSE, Gentechnik oder umstrittene Arbeits- und Produktionsbedingungen in der Lebensmittelindustrie.

Auch Veranstaltungen und die regelmäßigen Treffen der Koop können in öffentliche Aktionen sehr gut integriert werden.

Ein Flugblatt sollte kurz darstellen, welche Ziele die Koop verfolgt und welche organisatorischen Schritte dazu notwendig sind.

Dabei ist es sinnvoll, die Aufgaben als Folge der Zielsetzung der Koop zu beschreiben. Die Tätigkeiten innerhalb der Koop sind kein Zwang, sondern selbstverständlich für das Bestehen der Koop. Das Selbstverständnis der Koop als nicht-hierarchischer Zusammenschluß von Menschen, die sich selbst organisieren und dafür Tätigkeiten erledigen, soll deutlich hervortreten.

Neue Mitglieder und ganz alte

Neue Mitglieder nehmen am besten an den regelmäßigen Treffen einer Food-Coop teil. Hier ist die Möglichkeit gegeben, viele Leute auf einmal kennenzulernen. Um Einblick in das tägliche Koop-Geschehen zu gewinnen, können neue Mitglieder auch zusammen mit einer Patin oder einem Paten den Ladendienst oder andere Dienste gestalten.

Sinnvoll wäre es, wenn sich bereits im Vorfeld ein Team bildet, welches dem Nachwuchs Einführungen in die Koop-Strukturen gibt. Bei einer größeren Anzahl von neuen Mitgliedern kann ein Einführungsabend oder ein Einführungswochenende vorbereitet werden. Als zusätzlichen Anreiz auch für alte Mitglieder bietet es sich an, ein solches Wochenende mit der Besichtigung eines Lieferanten zu verbinden. Zwischen dem laufenden Koop-Betrieb sollten andere Ziele, wie die intensive Auseinandersetzung mit den Produkten, auch ihren Platz haben.

Ein Informationsblatt kann kurz und knapp das Funktionieren der Food-Coop darstellen und so einen Einstieg erleichtern. Auch später ist es als Gedächtnisstütze brauchbar. Es werden Dinge festgehalten wie z. B. die Entstehung der Koop, Hintergründe, Rechte und Pflichten, welche mit der Mitgliedschaft verbunden sind. Über finanzielle Einlagen und Kosten, wie z. B. den monatlichen Mietanteil, sollte informiert werden. Eine Adressenliste der Lieferanten und der Mitglieder mit ihren Aufgabengebieten runden das „Basis-Info“ ab.

Es gibt Food-Coops mit Wartelisten und/oder Probemitgliedschaft, mal so zum Schnuppern und Warmwerden. Beim „Schmatzkram“ ist die Probemitgliedschaft auf höchstens 4 Einkäufe oder 2 Monate beschränkt.

Gerade bei Koops mit höheren finanziellen Einlagesummen und Beteiligungen ist ein Überblick und eine Absicherung mit etwas umfangreicheren Aufnahmeformularen zu empfehlen.

FOOD-COOP
Ö-KORN-ACTION BO-STALHHAUSEN
...HAT NOCH PLATZE FREI!

WAS IST DAS?
Unsere Food-Coop besteht aus zwei Räumen, in denen CooplerInnen Lebensmittel aus kontrolliert biologischem Anbau und Anderes zum Großhandels- oder ErzeugerInnenpreis einkaufen.

WAS WIRD ANGEBOten?
Obst, Gemüse und Getreide aus kontrolliert biologischem Anbau, Eier aus Freilandhaltung, Milchprodukte von einem Demeter-Hof, Saft, Öko-Weine, Aufstriche, Tofu, Honig, Nudeln und Anderes, auch Reinigungsmittel und Körperpflegeprodukte, kaufen wir vom Bio-Großhandel oder direkt von den ErzeugerInnen. Brot bekommen wir von einer Vollkornbäckerei. Kaffee, Tee, etc. beziehen wir aus „solidarischem Handel“ (z.B. *el rojito und gepa*).

Die Coop ist in Bochum-Stahlhausen, von der Innenstadt ca. 5 Minuten mit Bus oder Bahn (302/310/345) entfernt.

WIE FUNKTIONIERT DAS?
Die Coop wird von uns „selbstorganisiert“. Lebensmittel etc. müssen abgeholt und die Lagerräume geputzt werden, Miete und andere Ausgaben werden auf alle CooplerInnen umgelegt. Wir treffen uns einmal im Monat zum „Plenum“, wo wir die „Dienste“ einteilen und offene Fragen klären. Alle, die Coop betreffenden Dinge werden dort gemeinsam entschieden.

INTERESSE? Ruf einfach bei einer der beiden Telefonnummern an. Wir geben Dir weitere Informationen und können uns mit Dir zur Besichtigung der Coop verabreden.

0234/682573 ODER 685814

5 Checkliste für Ein- und Austritte

Name des Mitglieds:.....

Eintritt

Betreuung - Name:.....

Auf Plenum vorgestellt - Datum:.....

Adresse an Mitgliedslistenbetreuung durchgegeben: Ja?
Änderung auf Korrektorexemplar eingetragen: Ja?

Schlüssel erhalten von - Name:.....

Einlage überwiesen am:..... Beitrag überwiesen am:.....

Kontoblatt angelegt im Ordner: Ja?

Job:.....

Erster Ladendienst - Datum:.....

Austritt erklärt bei - Name:.....

Schlüssel zurück gegeben an Mitgliedslistenbetreuung: Ja?

Abgerechnet mit Buchhaltung - Datum:.....

Korrektur Mitgliedsliste - Datum:.....

Ein Gegenbeispiel zu diesen fest strukturierten Eintrittsbedingungen ist die Koop „Ratatouille“. Dort reicht es aus, 25 DM nicht rückforderbares Startgeld zu überweisen, einen Beitrittszettel auszufüllen und einen Arbeitsbereich zu übernehmen.

Alle aktiven Mitglieder sind emotional tief betroffen, wenn andere das selbstgewählte System ihrer Food-Coop mit Schulden verlassen, die dann die übrigen belasten. Es ist somit sinnvoll, Personen zu bestimmen, die für die Mitgliederbetreuung zuständig sind. Die Anzahl aktiver Mitglieder ist für die Planung der Arbeitsbereiche,

für Miet- und Einlagenkalkulationen wichtig. Rückmeldeaufforderungen am Ende eines Rundbriefes können hier nützlich sein. Diese Person sollte, wie bei „Schmatzkram“, auch für die Aktualisierung der Mitgliederliste verantwortlich sein.

Die frühere Koop „Barfüßerstraße“ aus Göttingen führte ein Karteikartensystem. Darauf wurden auch die Einkäufe und Mietzahlungen abgerechnet. Der Karteikasten war zweigeteilt: Im vorderen Teil sind die Mitglieder einsortiert, bei denen alles auf dem aktuellen Stand ist, im hinteren Teil finden sich die Karten wieder, auf denen z. B. Mietrückstände bestehen. Dies ist eine gute Gedächtnisstütze zur regelmäßigen Zahlung der Miete und anderer anfallender Beiträge.

Wichtig für die Kommunikation und den Zusammenhalt innerhalb der Koop sind gemeinsame Aktivitäten, die über das Einkaufen und Arbeiten hinausgehen. Sie dienen auch der Reaktivierung fast verschollener Mitglieder. Ausflüge, Hofbesichtigungen, Parties und Klamottentausch-Tage machen zwar Arbeit, sind aber immer lustige Ereignisse.

Um andere alternative Aspekte anzusprechen, kann eine Bibliothek in Form einer Info-Kartei „Wer hat Was“ oder ein Talentspeicher „Wer kann was“ angelegt werden. Eine Landkarte mit Biohöfen und alternativen Projekten in der Umgebung kann Grundlage weiterer eigener Ideen einzelner Mitglieder sein – Soziales als Basis einer Food-Coop.

Mitgliederverwaltung mit EDV-Tabellenkalkulation und Datenbanken

Eine Tabellenkalkulation (wie z. B. Excel) kann für kleinere Food-Coops durchaus ein hilfreiches Werkzeug für den Anfang darstellen. Hiermit lassen sich nicht nur Namen und Adressen der Mitglieder verwalten, auch das Erstellen von Gesamtbestellungen

und der Warenausgabe an die Mitglieder ist hiermit möglich. Wenn mensch sich mit dem verwendeten Programm aber nicht allzu gut auskennt und nur die wichtigsten Funktionen bedienen kann, ist es leicht möglich, daß der Arbeitsaufwand bei wachsenden Mitgliederzahlen unerträglich wird.

Wenn es also soweit gekommen ist, muß eine relationale Datenbank her. Bekannte Datenbanken sind Filemaker, 4th Dimension, FoxPro und mSQL. Eine relationale Datenbank ist gegenüber einer Tabellenkalkulation ein wesentlich flexibleres Werkzeug, allerdings ist auch mehr Vorarbeit zu der richtigen Bedienung und Inbetriebnahme nötig. Die Entscheidung für das richtige Programm und vor allem für die Struktur der damit erstellten Datenbank hängt stark davon ab, ob es in der Koop eine Gruppe von Leuten gibt, die bereit ist, den damit verbundenen Aufwand zu betreiben. Solltet Ihr das Glück haben, so eine arbeitsfähige Gruppe zu finden, werdet Ihr in den Genuß von klar strukturierten Warenbestellungen, Wareneingängen und Warenausgängen kommen und nebenher auch noch die Adressen und Kontostände der Mitglieder verwalten können.

Internet

Ist ein großer Teil der Mitglieder per Internet erreichbar, bietet sich dieses Medium durchaus an, um Termine abzustimmen oder die Akzeptanz für Bestellungen von großen Gebinden abzufragen. Die Koop „Gurkenfieber“ hat in der Anfangszeit sogar alle Bestellungen nur per E-Mail entgegengenommen und sich dadurch einen Bestellabend „erspart“. Als dann aber plötzlich immer mehr Interessierte ohne Rechnerzugang hinzukamen, wurde der klassische Bestellabend mit gemütlichem Zusammensein zur praktikableren Lösung. Allerdings wurde die Bestellkoordination per Internet nicht komplett eingestellt, so daß es nun ausreicht, wenn die Internetgruppe ihre Gesamtbestellung am Bestellabend durch einen Delegierten einreicht.

Die technischen Voraussetzungen für diese Art der Internetnutzung sind recht gering, es wird ja nur ein Empfang elektronischer Post vorausgesetzt, evtl. die Verteilung der Post über einen Postverteiler (auch „Mailingliste“ genannt). Bei dieser Kommunikationsform ist es aber wichtig zu wissen, daß Mitteilungen meist nicht sofort, sondern erst mit einer Verzögerung von ein bis zwei Tagen gelesen werden. Will mensch nun einen sehr kurzfristigen Termin bekanntgeben, muß auf eine äußerst präzise Bekanntgabe von Ort und Uhrzeit geachtet werden, bei langfristigen Terminen ist eine Erinnerungsmitteilung zwei Tage vor dem Termin sehr zu empfehlen.

Für Hacker und Bastler möchte ich noch erwähnen, daß es auch möglich ist, eine relationale Datenbank so im Internet zu plazieren, daß die Mitglieder ihre Bestellung vom Heimarbeitsplatz tätigen können. Dies sprengt nun den Rahmen dieses Buches; wer Interesse hat, sich an einem derartigen Projekt zu beteiligen, möge sich an die Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen (BAG) wenden.

5. Ladengestaltung und -ausstattung

Von der Wohnzimmerverteilung bis zum Ladenlokal – an der Raumfrage braucht keine Koop zu scheitern. Kapitel 5 verhilft zur realistischen Einschätzung des adäquaten Raum- und Ausstattungsbedarfs der Food-Coop.

Entsprechend den vielfältigen Organisationsformen der Food-Coops werden sich auch die Räumlichkeiten, in denen eine Food-Coop untergebracht ist, verschieden gestalten.

Eigentlich könnte jeder ungenutzte Kellerraum (oder Garage) eine Food-Coop beherbergen. Ein voll eingerichteter Laden in der Fußgängerzone der Innenstadt (wie ihn z. B. die Food-Coop „Wilde Wurzel“ in Trier hat) wäre das Gegenstück. Aber auch das muß nicht für jede Food-Coop erstrebenswert sein.

Grundlage für die Raumsuche sind die praktischen Vorstellungen der Koop-Mitglieder. Haben z. B. die meisten Mitglieder ein Auto und kommen mit einem Einkauf pro Woche aus, müssen die Räume nicht unbedingt zentral im Stadtgebiet liegen. Haben die Mitglieder der Koop einen gemeinsamen Bezugspunkt, z. B. wenn überwiegend StudentInnen Mitglied der Food-Coop sind, bietet sich eher ein Raum in Uni-Nähe oder gar in der Uni an.

Im allgemeinen spielt die Erreichbarkeit eine große Rolle. Jede/r möchte am liebsten so einkaufen, daß es wenig Weg und Zeit kostet. In die Wahl des Standortes sollten also folgende Überlegungen einfließen: Gibt es einen günstigen ÖPNV-Anschluß? Soll sich die Koop auf einen bestimmten Stadtteil konzentrieren? Wie groß ist das Einzugsgebiet der Food-Coop, und gibt es hier tatsächlich Menschen, die an einer Koop interessiert sind? Die Größe des Raumes ist auch davon abhängig, mit wieviel Zuspruch die Food-Coop aus der Bevölkerung rechnen kann.

Grundsätzliches für die Raumsuche und -ausgestaltung für Food-Coops i. Gr.:

1. Möglichst mietfreie Räume suchen.

Dazu kann man bei (Umwelt-)Verbänden, Stadtteil-initiativen, Kirchengemeinden, Parteien, Hochschulen und Privatpersonen nachfragen. Die Zusammenarbeit mit solchen Institutionen hat außerdem den Vorteil, daß dort bereits ein gewisses Stammpublikum ein- und ausgeht, das evtl. für die Food-Coop begeistert werden kann.

2. Mindestvoraussetzungen sind:

a) Ein trockener Raum mit gutem Zugang. Parterre ist praktisch, da die Belieferung einfacher ist und Getränkeboxen und Getreidesäcke nicht erst über Treppen transportiert werden müssen.

(Weitere Kriterien: Ist der Raum behindertengerecht? evtl. Rampe?)

b) Der Raum sollte über einen Strom- und Wasseranschluß verfügen und frostfrei sein.



- c) Wichtig ist, daß der Raum abschließbar ist. Die Schlüsselgewalt ist in jeder Food-Coop anders verteilt. Zum Beispiel haben in der Mei-Coop in Bochum alle Mitglieder einen Schlüssel und können so flexibel zu beliebigen Zeiten einkaufen. In anderen Koops, die beispielsweise nur einmal in der Woche geöffnet haben, erhalten nur die jeweiligen VerkäuferInnen die Schlüssel für die Räume.
- d) Zum unbedingt notwendigen Inventar gehören Regale, ein Tisch, eine Waage und bei Barzahlung eine Kasse. Praktisch für das Abfüllen von Getreide aus großen Säcken sind Haushaltskellen.

3. Wünschenswert sind Kühlschrank, Tiefkühlschrank, Mühle, Vorratsbehälter, Käsemesser und Schneidebrett. Zum Luxus gehören Telefon, Fax, Kopierer und Computer. Wenn auch nicht in den Räumlichkeiten selbst, so ist es doch von Vorteil, wenn diese technischen Geräte bei einigen Mitgliedern vorhanden sind, z. B. zur Bestellabwicklung.

Für die interne Kommunikation wird viel Platz gebraucht. In den meisten Koops gibt es viele Infowände und -tafeln. Auch für die Leergutrückgabe muß viel Platz berücksichtigt werden.



Eine Spielecke für kleine Kinder kann sinnvoll sein.

Mit Gewerbeschein sind unter Umständen weitere Bedingungen zu erfüllen, z. B. eine eichfähige Waage. Dafür kann man sich beim Gewerbeaufsichtsamt erkundigen.

Die Grundausrüstung eines Food-Coop-Raumes bringt finanzielle Aufwendungen mit sich. Es gibt viele Möglichkeiten, das Geld dafür

aufzubringen. Verschiedenen Institutionen halten Fördermittel für ökologische Initiativen und Projekte bereit.

Eine zeitsparende Variante ist, daß die Mitglieder ihre Beiträge im voraus zahlen, damit eine finanzielle Basis geschaffen wird. Andererseits dürfte es nicht so schwierig sein, bei einer Sperrmüllaktion z. B. ein Regal oder einen Tisch zu ergattern. Mit einer Kleinanzeige kann man eine Waage, Haushaltskellen oder Vorratsbehälter suchen, die andere kostengünstig abgeben.

Kühlzellen und andere Ausstattungsgegenstände kann man auch von Marktbesckern bekommen, die man am besten persönlich anspricht. Eine weitere Möglichkeit ist das Selberbauen (Bauanleitung in Kai Kreuzer: Vermarktung selbst in die Hand nehmen).

Ein unangenehmes und doch wichtiges Thema ist die Schädlingsvermeidung. Der Raum muß trocken sein und regelmäßig gesäubert werden. Zur Vorbeugung sollten bereits bei der Lieferung alle Waren auf Schädlinge untersucht werden. Außerdem ist

eine regelmäßige Kontrolle des Lagerbestandes (inkl. Verfallsdaten) erforderlich, um zu verhindern, daß sich das Übel heimlich ausbreitet. Dabei geht es nicht nur um Tiere, wie Motten und Ameisen, auch Schimmel an Saftflaschen kann die Ursache für das Verderben anderer Lebensmittel sein. Deshalb ist es ratsam, beim Einrichten des Lagers darauf zu achten, wie bestimmte Lebensmittelgruppen am günstigsten zu lagern sind, z. B. in welchem Abstand zueinander. Bei Getreide ist Mottenbefall fast nie auszuschließen, da alle Getreidemöhlen Probleme mit diesem Ungeziefer haben und die Eier oft in den Säcken mitgeliefert werden. In der Food-Coop Magdeburg werden die Säcke nach Ankunft in kleinere Plastikeimer (kostenlos erhältlich in Großküchen etc.) umgefüllt. Die kleinen Gebinde sind später beim Abwiegen der persönlichen Mengen leichter handhabbar, und sie verhindern, daß die Schädlinge das Getreide zehnkilowise verderben können. Zudem sind Plastikeimer mäuse-sicherer als Papiersäcke.

Das geht aber nur bei schnellem Warenumsatz, sonst wird das Getreide im feuchtwarmen Klima muffig. In der Verbrauchergemeinschaft Dresden gibt es extra angefertigte formschöne Vorratsbehältnisse aus Holz für Getreide.

Gute Tips und Materialien zur Schädlingsbekämpfung sind zu beziehen bei Aries Umweltprodukte, Stapeler Dorfstr. 47, 27367 Horstedt, Tel. 04288 / 93010 sowie über den Verein für Umwelt- und Arbeitsschutz (VUA) e. V., Bauernstr. 2, 28203 Bremen, Tel. 0421 / 702203.

Bisher ging es nur um den Aufbau einer Food-Coop, bzw. die räumliche Ausstattung am Beginn einer Initiative. Manchmal ist es auch nötig, die Räume der Food-Coop zu wechseln, z. B. wegen Mitgliederschwund zu verkleinern. Mit der Verkleinerung der Räume sollte nicht zu lange gewartet werden. Wenn sich abzeichnet, daß eine nochmalige Mitgliederwerbung nicht greift, ist es besser, den lästigen und kraftaufwendigen Umzug zu tätigen. So kann ein Verschuldungsrisiko verringert werden (s. dazu auch Kapitel „Warengewert und Finanzierung“).

Betont die Food-Coop den sozialen Aspekt der Kooperative und möchte auch ein Forum für Gespräche sein, ist es die Überlegung wert, die Räume in Lager und Verkaufsraum zu teilen. So der Verkaufsraum groß genug ist, bieten sich eventuell Möglichkeiten, eine Art Café oder eine kleine Bibliothek einzurichten. Warum nicht ein Teelädchen oder eine Ausstellung anbieten? Vielleicht gibt es Interesse an einem „Probetrinken“ von Kräutertees oder einem Vortrag zur Gewürzkunde. Solche Ideen stehen und fallen mit den Interessen und dem Engagement der Mitglieder.

6. Warenbezug

Woher nehmen und nicht stehlen? Wie finden die Waren auf völlig legale Weise den Weg in die Food-Coop, welche Kriterien bestimmen die Produktauswahl und Organisation des Wareneingangs. Kapitel 6 gibt Antwort!

Einen Bio-Bauernhof und einen Bio-Großhandel und -Markt und einen Bio-Gärtner in unmittelbarer Nachbarschaft zu haben – das wäre schön.

Meist müssen wir uns beliefern lassen oder selbst die Ware zusammenholen.

Transporte belasten die Umwelt, daher sollte man immer an die Möglichkeit denken, Liefer- und Bestellgemeinschaften zu initiieren, was auch bei Mindestbestellmengen über die Hürde helfen kann. An die Adressen von Bio-Bauern, -Gärtnern, -Imkern, -Winzern, -Händlern, -Großhändlern kommt man durch Anfragen an jemanden von den genannten oder an eine Food-Coop oder an die Regionalstelle der BAG der Lebensmittelkooperativen.

Andere Fundstellen sind das Alternative Branchenbuch, die Arbeitsgemeinschaft Ökologischer Landbau (AGÖL) oder die Anbauverbände (gezielt nach Umstellbetrieben fragen!). Die Adressen sind im Anhang aufgeführt.

Im engen Kontakt zu den ErzeugerInnen, HändlerInnen und anderen Food-Coops erfährt man viel über Probleme und Chancen der Erzeugung, Verarbeitung, Verteilung und Verfügbarkeit von Bio-Ware. Darüber hinaus kann man bei der Ernte oder bei der Verarbeitung mitarbeiten, z. B. Sauerkraut herstellen.

Buchtip: Einkaufen direkt beim Biobauern, Hrsg. Stiftung Ökologie, Deukalion-Verlag, 410 Seiten

Die Auswahl der Waren und der Anbieter kann nach verschiedenen Kriterien erfolgen. Hauptkriterium ist die biologische Qualität. Die Transportwege sind ein wichtiger Punkt, Soziales spielt eine Rolle, z. B. beim Bezug aus Behindertenwerkstätten, persönliche Beziehungen und das Vertrauensverhältnis zum Erzeuger oder Händler. Gerade Koops bieten sich dazu an, Aufstriche, Tofu, Brot und Säfte in größeren Mengen herzustellen und über die Koop an andere zu verteilen. Ernteschwemmen aus dem eigenen Garten können dort ebenfalls Abnehmer finden.

Produktauswahl

Die Produktpalette richtet sich nach der Ausrichtung der Koop (z. B. makrobiotisch), dem Bedarf der Mitglieder, den Lager- und Kühlmöglichkeiten, der Koop-Größe und den finanziellen Möglichkeiten.

Regionale Waren werden bevorzugt, wobei oft auch zwischen billig oder regional entschieden werden muß. Höhere Preise werden eher akzeptiert, wenn persönliche Kontakte zu den ErzeugerInnen bestehen. Es kann auch eine Mischkalkulation durchgeführt werden (siehe Kapitel „Warenabgabe“).

Teure Waren binden viel Geld und blockieren damit unter Umständen Neubestellungen. Große Lagerbestände führen oft dazu, daß nicht gängige Waren zu alt werden und damit auch anfälliger für Schädlingsbefall sind.

Wenn zum Beispiel beim Schmatzkram ein Kilo Lorbeerblätter bestellt werden, weil sie als Großgebilde besonders billig sind, ist der Bedarf für die nächsten 12 Jahre gedeckt.

Eine große Produktvielfalt erhöht die Attraktivität der Koop, wobei man aber immer die Finanzierbarkeit im Auge behalten sollte.

Sonderwünsche nach selten verlangten Waren können ohne Risiko für die Koop erfüllt werden, wenn die betreffenden Mitglieder das gesamte Gebinde abnehmen. Vorbestellsysteme bei Frischwaren reduzieren die Verluste durch Verderb oder Ablauf bei Milchprodukten.

Bei der Meicoop in Bochum muß Brot, Milch und Fleisch verbindlich vorbestellt werden, während Käse, Obst und Gemüse und das Trockensortiment immer in größerer Menge vorrätig gehalten werden, da dort Erfahrungswerte über den Verbrauch vorliegen. Anhand der Milch- und Brotbestellungen wird dabei der ungefähre Bedarf an Gemüse und Obst abgeschätzt.

Brotbestellung für den																								
Mei COOP	Regina & Rainer	Heike & Peter	Rosi Hahn	Ulrike & Axel	Christine	Elisabeth & Birgit	Gerd Müller	Paula	Jürgen	Esther Palmer	Eva	Volker Schneider	Annette	Maria Christina	Volker & Petra	Ulja & Jochen	Heiko	Evelyn	Angela & KIM	Jürgen & Petra	Gesamt	Hutzel Tel. 0234- 450590	Summe	
	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot	Graubrot
Weizen/Roggen																							WR	
Roggen/Weizen																							RW	
Roggen		1																				2	R	
Grobschrot	1					1		1														4	GS	
Hafer																							H	
Buttermilch	1		1																				BuMi	
Soja		1												1								4	Soja	
Sesam-Leinsaat		1	1																			5	SL	
Sonnenblumen						2						1										4	SB	
Körner	1					1	1									1						3	Kö	
Walnuß								1	1													2	WA	
Dinkel																						1	Di	
Kürbiskern																							Kü	
Dinkel-Amaranth													1										DA	
AOK-Brot			1												1							2	AOK	
Vielsaat																						2	Vielsaat	
Roggen 7 Korn	1						2															2	7 Korn	
Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot	Weißbrot
Brötchenstuten																					2	2	BS	
Süßer Stuten																								SS
Baguette																								Bag
Rosinenstuten							2					1											3	RSt
Früchtebrot																								FB
Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen	Brötchen
Normal																								No
Mohn																								Mo
Sesam																								Se
Krustchen																								Krü
Käse																								Kä
Rosinen																								Rosi
Hafer																								Haf
Soja																								Soja
Sonnenblumen																								Sb
Müslistangen																								MüSta
Müslibrötchen																								MüBrö
Hörnchen																								Hö
Buttermilch																								Bu
Roggen																								Rog
Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen	Kuchen
Donauwelle																								Donauw.
Obstplunder																								Obstpl.
Mohnstriezel																								Mohnstr.
SB-Schnitte																								SB-Sch.
Käse-Quarkkuchen																								Käse-Qu
Apfelkuchen																								Apfelku
Bienenstich																								Bienest.
Rosinenschnecke																								Rosi-Sch
Mandelhörnchen																								Mandelh.
Marzipanplunder																								Marzip-pl
Bemerkungen:																								

Bestellungen

Wichtig ist die Kommunikation zwischen Bestellpersonen, Ladenteam und Mitgliedern.

Bei der Wilden Wurzel Trier gibt es ein Bestellbuch, in das alle Mitglieder ihre Ideen und Wünsche eintragen können. Eine Person ist jeweils für einen Produktbereich zuständig, oder eine Person ist für einen Großhandel und die jeweilige Produktpalette zuständig. Ein konstanter Ansprechpartner erleichtert die Zusammenarbeit mit den ErzeugerInnen und LieferantInnen.

Die Bestellungen können per Post, Fax, Telefon, PC oder persönlich erfolgen, mit Formularen der Lieferanten oder selbst entwickelten Vordrucken. Wichtig: Früh genug bestellen, damit die Waren rechtzeitig in der Koop sind! Durch gemeinschaftliche Bestellungen von Koops wird die Mindestbestellmenge leichter erreicht.

Einige Koops bestellen gegen geringen Aufpreis auch über benachbarte Bioläden. Große Gebinde können so zu beiderseitigem Nutzen geteilt werden. Ein Lieferboykott des Großhandels kann dadurch umgangen werden.

Warenlieferung, -annahme und -bezahlung

Wird die Ware selbst abgeholt, kann man vor Ort aussuchen, was man mitnehmen möchte; zum Teil kann man über Selbstabholerrabatte verhandeln.

Nur wenige Höfe haben Lieferdienste aufgebaut. Ein gemeinsamer Fahrdienst mehrerer Koops fördert den Kontakt untereinander.

Bei Anlieferung ist es wichtig, daß die Warenannahme durch die Koop gesichert ist, um falsch gelieferte, defekte oder verdorbene Ware sofort reklamieren zu können. Auch für die Lieferanten ist der direkte Kontakt von Vorteil: Probleme können sofort besprochen werden. Hat die Ware Mängel, kann man über Preisnachlässe verhandeln. Merkt man erst später, daß Ware verdorben ist, sollte sofort telefonisch reklamiert werden. Je früher man reklamiert, desto besser.

Wird während der Ladenöffnungszeit geliefert, führt das zu Unruhe und Hektik im Laden. Bei Anlieferung außerhalb der Ladenöffnungszeiten - z. B. bei Nachtanlieferung (mit Schlüssel) - muß die Kühlung von Milchprodukten und Fleisch sichergestellt sein. Der Maiskolben in Bremen hat mit seinen Höfen vereinbart, daß sie bei Ernteschwemme ohne Nachfrage mehr liefern können. Der Ladendienst weist dann auf diese Produkte besonders hin. Bezahlt werden die Produkte in bar, per Scheck oder Einzugsermächtigung oder über die Verrechnung mit einer Tauschwährung. Bei Einzugsermächtigung wird häufig Skonto gewährt.

Der Ladendienst achtet darauf, daß für die Abrechnung die Anzahl der zurückgegebenen Pfandkisten und -flaschen notiert wird. Auch die ankommenden Pfandgebinde werden aufgeschrieben bzw. kontrolliert.

Leere Einweg-Obst- und Gemüseboxen können an GärtnerInnen oder Mitglieder abgegeben werden.

Gemüse- und Obstabfall wird in der Meicoop in zwei Plastiktonnen gesammelt, die jede Woche von einem Haushalt mitgenommen und kompostiert werden.

Sonstige Tips

- Über die Lagerung und Behandlung von Lebensmitteln, wie z. B. Käsepflege kann man in folgenden Büchern nachlesen:

Kai Kreuzer: Vermarktung selbst in die Hand nehmen. Das Thema wird auch in Lehrbüchern für die Ausbildung zum/zur Einzelhandelskaufmann/-frau behandelt, die man in Bibliotheken ausleihen kann. Detaillierte Informationen finden sich im Fernlehrgang zur/m Kauffrau/-mann im Naturkosteinzelhandel (s. Anhang).

- Käseschimmel auf nicht behandeltem Rohmilchkäse mit Salzwasser abwaschen.
- Bei Problemen mit dem Großhandel (z. B. Nichtbelieferung) hilft es, Kontakt zu anderen Koops zu suchen und sich zu vernetzen. Die BAG der Lebensmittelkooperativen kann auch Tips geben. Eine weitere Möglichkeit ist, einen eigenen Großhandel aufzumachen (siehe „Ökologisches Handeln“ GmbH).

Essen und mehr: Food-Coops und Non-food-Bereich

Lebensmittelkooperativen beschäftigen sich mit Lebensmitteln, so sagt es der Name. Zeitliche und räumliche Freiräume sollen allerdings nicht ungenutzt bleiben. Eine Koop kann neben Lebensmitteln auch nicht eßbare Ware verteilen. Bei dem Begriff Nicht-Eßbares geht es z. B. um Reinigungsmittel und -gegenstände, Kosmetika, Hygiene- und Haushaltsartikel, aber auch Dinge, die bei ökologisch orientierten Menschen erst nach längeren und kritischen Überlegungen gekauft werden, wie z. B. Getreidemühlen und Kleidung.

Gibt es nun im Koop-Getümmel zwischen Getreidesäcken und Bierkisten auch reelle Möglichkeiten, diese Produkte problemlos zu verteilen? Wollen und sollen die Koops dieses überhaupt? Letztere Frage ist eigentlich innerhalb jeder Koop zu klären. Der Trend in gut organisierten Koops geht dahin, auch andere Produkte zu bestellen, zumal diese meist auch schon vom Großhandel des Lebensmittelbereichs angeboten werden, wie Kosmetika und Reinigungsmittel. Für jeden Zweck gibt es auch beim „Öko“-Großhandel das geeignete Mittel, worüber sich streiten läßt. Oft geht die Palette der Produkte weiter, bis hin zu Duftölen mit Lämpchen, Tee-Kerzen und Küchenutensilien. Und wenn man einmal genauer darüber nachdenkt, hört umweltschonendes Verhalten nicht mit dem Einkauf ökologischer Nahrungsmittel auf:

Will man Kaffee oder Tee kochen, braucht man Filtertüten oder Filternetze aus Baumwolle. Gemüse wird mit einer Gemüsebürste am schonendsten geputzt. Sind viele Kinder im Haus, benötigt man vielleicht unlackierte Buntstifte, will man gerade keinen Zuwachs haben, sind auch bunte Kondome nützlich, aus Naturlatex – versteht sich. In der Food-Coop Ratatouille in Lüneburg ist das erweiterte Angebot sehr gefragt. Spülbürstenköpfe aus Holz und nachfüllbare Tinte sind Renner unter den nicht-essbaren Produkten.

Bestellmöglichkeiten

Nicht nur Kleinigkeiten werden bei Ratatouille angeboten, auch Sammelbestellungen für Getreidemühlen gibt es, ebenso Hanf-Parties, angelehnt an die sonst üblichen Plastik-Parties. Öko-Baumwoll- und Wollkleidung wird organisiert. Die KooplerInnen treffen sich einmal zu einem festen Termin und bringen Kleidungsstücke des Lieferanten als Ansichtsexemplare mit, welche sie sich zuvor einmal gekauft hatten.

Diese Bestellform hat den Nachteil, daß nie alle Interessierten kommen können. Sie hat allerdings den Vorteil, daß es an dem Tag zu einer verbindlichen Bestellung kommt. Werden nur Kataloge oder Listen zum Eintragen ausgehängt, mit dem Vermerk „es kann eine Sammelbestellung gemacht werden“, führt dies mit größter Wahr-

scheinlichkeit zu nichts. „Es kann“ kann nämlich meistens nicht, weil „Es“ nicht Mitglied in der Koop ist. Hier fehlt die zuständige Person, welche die Bestellaktion auch maßgeblich voranbringt, sie zu Ende führt oder auch offiziell abbricht, falls es nicht genügend Interessierte gibt.

Es ist und bleibt also eine Frage der Organisation.

Alle Kataloge und Listen erfordern eine intensive Informationsarbeit. Alle Mitglieder müssen wissen, daß sie etwas bestellen können, bis wann sie bestellen können, welche Preisnachlässe es gibt, wann die Lieferung zu erwarten ist, wo sie abzuholen ist, wie bezahlt wird und wer für die Bestellung verantwortlich ist.

Als günstig hat sich erwiesen, daß es eine zuständige Person oder Gruppe für jeden Lieferanten gibt. Der Kontakt zu den Lieferanten wird besser, je konstanter er ist. Die Person oder Gruppe muß beachten, daß es keine Produktüberschneidungen gleicher Produkte mit anderen Lieferanten gibt.

Der Warenbezug ist über Versandhäuser wie Waschbär, Feige, Papiertiger, Hanf-Haus, Leela Cotton, Cotton Country usw. möglich. Eine Übersicht über sehr viele AnbieterInnen beinhalten die Kataloge zu den Bio-Fachmessen und alternative Branchenbücher (Adressen siehe Anhang). Die Anbieter beschreiben in den Angebotskatalogen die Produkte oft sehr gut. Außerdem gibt es immer wieder neue Ideen zu entdecken, nicht nur zum Kaufen, sondern auch zum Nachahmen. Viele Versandhäuser haben eine große Produktpalette, so daß der Bestellaufwand gering ist. Hat die Koop die Möglichkeit, sich intensiv mit dem Bereich auseinanderzusetzen, kann sie eventuell direkter und regionaler als von großen Versandhäusern (wie z. B. Waschbär) entsprechende Ware beziehen. Diese Chance sollte sie unbedingt nutzen. Mehr und verschiedene Lieferanten erhöhen aber den Organisationsaufwand.

Bestellturnus und Bedarf

Der Bestellturnus hängt natürlich von der bestellten Menge und vom Umsatz ab. Dieser ist wiederum abhängig von der Attraktivität der Produkte, der ökologischen Vertretbarkeit und den Preisen. In der Koop Ratatouille werden in der Regel solche Produkte zu Ladenhütern, die zu teuer sind oder deren Notwendigkeit angezweifelt wird. Dies gilt besonders für zu spezielle Reinigungsmittel. Bei Kosmetika wird oft

DIE NEUE KOOP' IST DA...



Einladung
zur
'Wilden Klamotte 96'
am 4.11.96 in der KHG
im Rahmen der Vollversammlung

DIE NEUE HERBSTKOLLEKTION AUCH!

das Verfallsdatum überschritten. In der Bochumer Meicoop gibt es z. B. einen Übergang an Weihnachtsbaumkerzen. Geschenkpapier wurde wieder aus dem Sortiment genommen. Die Mitglieder, welche sich mit der Bestellung beschäftigen, müssen sich also einen guten Bedarfsüberblick verschaffen.

Bestellmenge

Verbrauchsartikel wie Putzlappen, Teelichte und Hygieneartikel können nach allgemeinem Koop-Verbrauch bestellt werden. Hier sind also Produkte zu wählen, die von fast allen Mitgliedern gleichermaßen benötigt werden. Zusätzlich kann es eine Liste zu den entsprechenden Bestellkatalogen geben für Sonderwünsche einzelner Personen.

Dinge wie Getreidemöhlen und Kleidung sollten nur auf Vorbestellung einzelner Mitglieder oder auch interessierter Externer bestellt werden. Externe mit einzubeziehen, hat den Vorteil, größere Mengen bestellen zu können. Nicht selten kommen sogar Angebote von Externen, die von der Koop wissen aber nicht in ihr aktiv sind.

Warenannahme und Bezahlform

Bei der Warenannahme wird ebenso verfahren wie bei Lebensmitteln: Handelt es sich um eine Bestellung für die Koop allgemein und für einzelne Mitglieder oder auch Externe, so ist ein erheblicher Aufwand zu beachten. Denn die Ware muß nach den einzelnen BestellerInnen sortiert und berechnet werden. Bei externen BestellerInnen fällt es oft auf die verantwortliche Person, über die die Bestellung läuft, zurück, die Bezahlung zu gewährleisten.

Es gibt die Möglichkeit, die Bezahlung über die Koop-Kasse oder das Koop-Konto laufen zu lassen. In diesem Fall bezahlt die Koop die Rechnung und bekommt die Teilbeträge von den Mitgliedern, Externen und EinzelbestellerInnen zurück. Manchmal ist es auch einfacher, wenn die Rechnung von der verantwortlichen Person bezahlt, also vorgestreckt wird. Diese Person bekommt dann die Beträge der allgemeinen Bestellung der Koop von dem Koop-Konto und die Beträge für die Einzelbestellungen von den privaten Konten (keine Koop-Konten). Dies hat den Vorteil, daß die verantwortliche Person einen besseren Überblick über die EinzelbestellerInnen hat, besonders über die Externen, da die Buchhaltung meist nicht gleichzeitig für Bestellungen zuständig ist.

Preise

Arbeitet die Koop mit einem Bioladen zusammen, kann sie die günstige Gelegenheit wahrnehmen, nicht nur die preislichen Vorteile einer Sammelbestellung zu nutzen, sondern Ware zu Preisen des Einzelhandels zu beziehen.

Es sollte entschieden werden, ob Rabatte und Skonti, die man durch Sammelbestellung, Sofortzahlung oder Einzugsermächtigung bekommt, ganz, teilweise oder gar nicht an die Mitglieder weitergegeben werden. Einerseits ergibt sich bei einer vollständigen Weitergabe ein Bestellanreiz. Andererseits können diese Prozente auch genutzt werden, um die Frachtkosten zu bezahlen oder um sie auf dem allgemeinen Koop-Konto gutzuschreiben, aus dem dann Miete und Nebenkosten mitfinanziert werden können.

7. Warenabgabe oder Warenverteilung

Kein Platz für Scannerkassen. Welche Konsequenzen und Möglichkeiten ergeben sich für die „Vermarktung“, wenn EndverbraucherInnen zu Handelnden werden? Kapitel 7 gibt Auskunft.

Die Öffnungszeiten des „Ladens“ sind von vielen Faktoren abhängig. Es gibt verschiedene Wünsche, wann man einkaufen möchte, wann man den Ladendienst machen möchte, wenn man überhaupt einen Ladendienst will.

In der Meicoop, einer kleineren Koop mit gutem Informationsstand aller Mitglieder, hat jedeR einen Schlüssel zum Ladenlokal und holt die Waren nach den eigenen Bedürfnissen ab, auch nachts oder am Wochenende.

Durch Bestellzettel (die gleichzeitig auch der Abrechnung dienen), Kontoblätter in der Koop und Brotbestellzettel hat der/die Einzelne einen genauen Überblick über die eigene Bestellung und die der anderen. Man kann z. B. sehen, wer noch abholen kommt und ob zum Beispiel Milchprodukte noch frei verfügbar sind.

Produkte, die in der Bestellmenge stark schwanken oder leicht verderblich sind, müssen daher vorbestellt werden, wie Brot, Fleisch und Frischmilch.

Da die Ladenöffnungszeit als Kommunikationsmöglichkeit fehlt, sind die monatlichen Treffen sehr wichtig. Dort können Probleme angesprochen oder bestehende Regeln für alle deutlich gemacht werden. Auch wann die Erzeugerware im „Laden“ sein kann, ist maßgebend. Öffnet man am Montag Morgen, müssten die ErzeugerInnen möglicherweise sonntags ernten und liefern.

Gehört man einer Bestellgemeinschaft an und/oder unterstützt Liefergemeinschaften, so sollte dieses auch in die Zeitlandschaft passen. Nachbarn sollte man nicht stören, höchstens neugierig machen.

Sind die Parkmöglichkeiten zeitabhängig? Der ÖPNV ist es bestimmt.

Sind nach den Öffnungszeiten noch andere Läden offen? Wenn ja, dann kann man dort zukaufen, was man in der Koop nicht bekam. Hat die Koop länger offen, aber nicht mit Sicherheit genügend Frischware, wird man sich erst woanders eindecken und läßt das bißchen in der Koop auch noch liegen.

Ladendienst

Aus organisatorischen, zeitlichen, räumlichen oder auch hygienischen Gründen sind Ladendienste sinnvoll. Kleinere Gruppen können auch ohne Ladendienst auskommen.

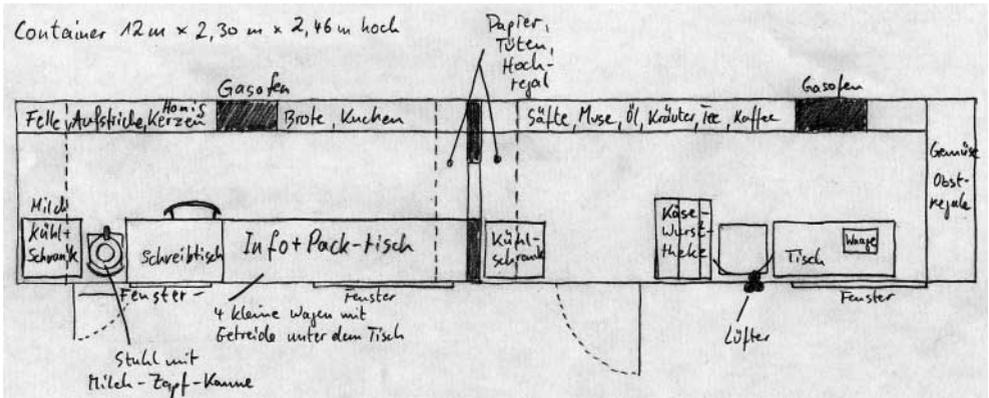
Wenn eine Koop nicht nur aus Gründungsmitgliedern besteht, sondern auch Neuaufnahmen hat, sind Info-Personen hilfreich. Sonst zöge sich der Einkauf der neuen Mitglieder in die Länge, das Chaos würde größer.

Manche Entscheidungen werden am Besten sofort getroffen, um zum Beispiel Verderb von Lebensmitteln zu verhindern.

Von totaler Selbstbedienung (alle wissen über alles Bescheid und können alles entscheiden) und teilweiser Bedienung (Fleisch, Wurst oder Käse abwiegen oder Brot und Kuchen aufschneiden) bis zur vollständigen Bedienung wie im „Tante-Emma-Laden“ sind viele Varianten Praxis.

Ein Beispiel: Der EVG-Laden in Bremen

Dieser kleine Laden ist in einem Container untergebracht. Innen 12 m x 2,30 m, mit einer Tür und drei Fenstern. Wände und Decke sind getäfelt. Es gibt zwei Gasöfen. An einer Längs- und den beiden Querseiten sind Regale angebracht. An der Tür-



Fenster-Front stehen Tische, Schreibtisch, Käsetheke/Fleischwaren und Kühlschränke - das sind 48m x 0,38m und 19m x 0,53m Regalfläche (ohne den Fußboden darunter), 4,80 m x 0,80 m Tischflächen und 1,20 m x 0,80 m Schreibtisch. Stromanschluß ist vorhanden. Waschküche, Küche und WC können in der Nachbarschaft mitbenutzt werden.

Gemüse, Obst, Kräuter, Brot, Kuchen, Milch und Quark gibt es auf Vorbestellung, mit geringen Übermengen. Eine gute Stunde vor Öffnung kommen zwei Personen Ladendienst und zwei HelferInnen, um Gemüse, Kräuter und Obst abzuwiegen bzw. abzuzählen. Diese Ware der BestellerInnen wird in Kisten gepackt, die mit Namenszetteln versehen sind, worauf Warenarten und Preise stehen, und ins Regal gestellt.

Brot, Brötchen und Kuchen werden eingewickelt, eingetütet und pro Bestellung mit Packzettel ins Backwarenregal gelegt. Milch und Quark werden in Eigenbedienung in der Vorbestell-Liste abgehakt. Ein Ladendienst ist für Käse, Wurst, Fleischwaren-Bedienung und Gemüseaufsicht und ein anderer für Kasse, Schreibtisch und Milch-Backwarenaufsicht zuständig. Alles weitere wird in Eigenbedienung verteilt.

Die Vorteile für Kaufende, Ladendienste, Ladengröße und -einrichtung dieses Systems gegenüber totaler Eigenbedienung sind:

Der Ladendienst kann vor Öffnung ungestört die Ware überprüfen, abzählen, abwiegen, einordnen und auspreisen. »Neue« können sich in Ruhe einweisen lassen und werden nicht durch abholende Mitglieder gestört; dadurch wird viel Arbeit schnell fertig.

Der Ladendienst kann sich miteinander unterhalten, sich besser kennenlernen. HelferInnen können nach einer Stunde gehen oder, falls jemand ausfällt, den Ladendienst vertreten.

Die für alle Mitglieder gepackten Gemüse-/Obstkisten, Backwarenpackete mit Packzettel sehen ordentlich, frisch, sauber und appetitlich aus. Die Mitglieder können kommen, wann sie wollen; ihre Ware wird nicht erst von allen angefaßt und umgestapelt. Es gibt kein Wühlen und Drängeln beim Gemüse, Obst, Brot und Kuchen.

Die Mitglieder sind deshalb nicht alle sofort zu Beginn der Öffnungszeit da. Die anfallenden Arbeiten brauchen nicht während der Öffnungszeit im Laden gemacht zu werden, von wem auch immer, dadurch ist der Ladendienst nicht so hektisch und eine ruhige, gute Stimmung möglich. Übermengen sind sofort frei zur Abgabe. Die Kalkulation ist daher günstiger. Es ist etwas mehr Regalfläche nötig, aber weniger Lauf- oder Verkehrsfläche. Die Verweilzeit der Mitglieder wird geringer, dadurch ist der Laden nicht so voll, was vorteilhaft ist für kleine oder ungünstig zugeschnittene Räumlichkeiten. Da der Laden kleiner sein kann und weniger Miete anfällt, ist evtl. eine andere Ortslage möglich.

Die Aufgaben des Ladendienstes: Ladendienst - Dienst am/im Laden

Die Aufgaben des Ladendienstes regelt jede Koop natürlich anders. Sehr hilfreich ist eine Entscheidungsbefugnis des Ladendienstes, wenn wieder einmal eine Frage/Problem nicht speziell geregelt ist. Es müssen ja keine einsamen Entscheidungen sein, sondern ruhig in Absprache mit Anwesenden/Sachkundigen.

Nachrichten von ErzeugerInnen/HändlerInnen/LieferantInnen an BestellerInnen/Ladendienst/Mitglieder und zurück über Lieferengpässe, -ausfälle, -verzögerungen, Qualitätsmängel, Ernteschwemme, Bedarfswünsche, Rezepte für neue Gemüse/Kräuter und anderes mehr können vom Ladendienst gesammelt und strukturiert werden. Bei Mindermengen oder Ernteschwemmen kann der Ladendienst durch Hinweise zu regulieren versuchen. Er ist generell stellvertretend im Sinne aller für eine geregelte Verteilung aktiv.

Das Putzen der Regale, Tische, Schränke, Schubladen, Kühlschränke (mit Essigwasser auswischen), Vorratsgefäße, Waagen, Fensterbänke, Fenster und Fußböden (mit Lavendel-Wischwasser) und achten auf Schädlinge ist eine weitere wichtige Aufgabe. Auch das Grob-Putzen von Gemüse kann eine Ladendienstaufgabe sein.

Das Abpacken von Ware in Tüten und Gläser (Es dauert, bis man es kann wie „Tante Emma“!), für Singles/WGs/Familien/SelbstbäckerInnen in verschiedenen Größen ist nicht so normiert nötig wie im öffentlichen Laden. Wir können auch unsere Tüten mitwiegen und 930 g oder 318 g einwiegen, so daß die Tüten voll, aber noch gut zu schließen sind. Das ist ökologisch und ökonomisch. Die Tüten vor dem Befüllen zu beschriften, verhindert die Perforation unserer Machwerke. Getreidesäcke sollte man im unteren Drittel mit Warenart, Einkaufs- und Verkaufspreis beschriften und nicht oben, wo sie - einmal geöffnet - mit Bindfaden zugebunden werden.

Eine wichtige Aufgabe beim Einräumen der Waren ist die Berücksichtigung von Preisänderungen bei den Lieferanten. An Preise, die über längere Zeit stabil sind, gewöhnen sich die Mitglieder. Wenn sich solche Preise ändern, sollte ein deutlicher Hinweis erfolgen.

Das Bedienen der Mitglieder kann in Teilbereichen, z.B. bei Milchprodukten und Wurstwaren, sinnvoll sein. Aus hygienischen Gründen ist es in halböffentlichen Organisationen vorgeschrieben (Gesundheitszeugnis beim Gesundheitsamt ausstellen lassen!).

Dieses Bedienen der Mitglieder kann eine oder mehrere Personen fest oder im Wechsel übernehmen. Je größer der Umfang der Eigenbedienung, desto größer ist der Informationsstand der Mitglieder und die Identifikation mit der Koop. Bei vollständiger Bedienung durch eine feste Person stellt sich schnell ein VerkäuferInnen-KundInnen-Verhältnis ein.

Die Koop-Räumlichkeiten zu gestalten - also die Anordnung und das Aussehen der Einrichtung, Räume, Schaufenster und Info-Plakate/Tafeln - ist auch eine schöne Aufgabe. Übersichtlichkeit, Gewohnheit, kurze Wege zwischen Warenart und zugehöriger Waage und Preislisten dämpfen das Chaos. An Engstellen sollte man nicht interessante und/oder viele kleine Artikel plazieren.

Kleine Tips:

- Gemüse sollte von Äpfeln getrennt gelagert werden und Bananen getrennt von beiden (oder alles sehr luftig lagern), da Obst Reifegas ausströmt, gegenseitig weiterreift und Gemüse alt aussehen läßt.
- Von fast gleich aussehenden Broten sollte man eine unterschiedliche Anzahl bestellen lassen, damit man sie sortieren kann.
- Käse kann man nach dem genauen Gewicht auseinanderhalten.
- Ist gleiche Ware zu unterschiedlichen Preisen von zwei oder mehreren ErzeugerInnen/LieferantInnen gekommen, kann man mischkalkulieren:

Tomaten	von Paul:	8 kg à 3,70 DM =	29,60DM
	von Iris:	4 kg à 3,50 DM =	14,00 DM
	von Erwin:	3 kg à 4,20 DM =	12,60 DM
		15 kg	56,20 DM

Gesamtpreis 56,20 DM
 Gesamtgewicht 15 kg = »Mischpreis«: 3,75 DM/kg

Es ist auch möglich, die Ware/Preise konkurrieren zu lassen.

- Nun eben noch Koop-Feste organisieren, Hofbesichtigungen durchführen und politische Arbeit leisten.

Gebindegrößen

Der Preisanteil der Supermarktwarenverpackung beträgt ca. 6%. Nicht so in den Bioläden, und in den Koops noch weniger, wo Mehrweg üblicher ist. Selbstabpacken in eigene Behältnisse aus größeren Gebinden ist meistens auch preislich günstiger. So kann man z.B. Eimer, Kartons oder Dosen zurückgeben, im Laden für andere Zwecke nutzen oder privat verwenden. In Nußmusgläser kann man Sirup abfüllen oder Trockenfrüchte. Die großen Gebinde müssen natürlich auch innerhalb der Genußzeit verbraucht sein.

Es wäre schade, wenn eine kleine Koop oder Bestellgruppe, nur um preislich über die Mindestbestellmenge zu kommen, viele kleine Einheiten ordert, statt ein Großgebinde zu nehmen. Hier könnte eine Partner-Koop helfen oder eine Bestellgemeinschaft. Geöffnete Tüten, Eimer, Kartons, Flaschen und Kisten sind immer wieder sorgsam zu verschließen, um Schädlinge nicht einzuladen.

Etikettensysteme

Die Auszeichnungsmöglichkeiten sind groß und unterschiedlich aussagefähig. Bei nicht eindeutiger Kennzeichnung sind viele Deutungen und Irrtümer möglich, die ärgerlich sind und Kosten verursachen.

Es gibt Zettel- oder Kartenetiketten – gelegt, geheftet, geklebt – oder Tafeln – gelegt, gestellt, gehängt – oder Listen in Waren- oder Waagennähe. Vom Zettel mit kg/Stck./Bd.-Preis in oder an der Kiste bis zur ausführlichen Information (siehe Abbildung).

Kartoffel, Linda, festkochend			
Produkt			
Heini Bäuerle	Hier		
Erzeuger	Region		
Demeter	1,50 DM/kg	1,65 DM/kg	2,- DM/kg
Anbauverband	Einkaufspreis	Mitglieder	Verkaufspreis
12345			
Bestellnummer: Formular/EDV-Bestellung			

Für eine auffällige Regionalitätskennzeichnung kann man einen grünen, gelben oder roten Punkt oder Schubkarre, LKW und Jet für ortsnahe, europäische und Übersee-Produktion wählen.

Die Einkaufspreisauszeichnung ist auch bei der Inventur sehr hilfreich, besonders bei gestaffelten Preisaufschlägen. Wenn ein Produkt zwei Preise auf dem Etikett trägt, sollte der Verkaufspreis größer/deutlicher sein, damit flüchtige BetrachterInnen den richtigen Preis erwischen.

Gut informierte Mitglieder/KundInnen sind konstruktiv-kritischer und zufriedener, und wir brauchen sachkompetente Mitstreiter für eine gesündere Umwelt.

Bestellsysteme und Vorgänge beim Einkauf der Mitglieder

Die Vorbestellung von Waren durch die Mitglieder und die sofortige Aufteilung bei Lieferung verhindert Restmengen (keine Lagerung, kein Verderb). Es erfordert aber die Verwaltung der Bestell-Listen.

Bei Kleinmengen unterhalb der Gebindegröße oder Mindestbestellungen ist oft keine Lieferung möglich. Ein Ausweg sind Bestell- bzw. Liefergemeinschaften.

Geringeren Aufwand hat man bei Teilwarenvorbestellung, z.B. Milch, Buttermilch, Quark und Sahne oder bei Brot, Brötchen und Kuchen.

Milch- und Sahne-Quark-Bestellung für Dienstag den, 19.10.99 Menge an Brot oder Mäcken

Person	Liter	✓	Quark	✓	Fazzen	Liter	✓	Quark
Beate	7	✓	1	✓				
Susanne	1	✓						
Kaufstr. 6	5		3					
Korst	2		1					
Mathias	2	✓						
Maria	1		1					
Ausgar	3	✓		✓				

Bestellt:

"zu viel" 

Dann kann man anhand der Anzahl (nicht Waren-Menge) der Bestellungen sehen, wieviele einkaufen werden, und kann Obst, Gemüse, Fleisch, Käse und andere Warenmengen danach bestellen. Geringe Übermengen sind meist kein Problem; es klappt auch bei Ernteschwemme, wenn die Bio-Bauern nach Selbsteinschätzung mehr liefern als bestellt wurde.

In der Milchvorbestellliste kann man die Entnahme abhaken. Ist mehr oder weniger Milch geliefert als bestellt, wird für jeden Liter Über- oder Untermenge ein Kästchen gemalt, das man ankreuzt, wenn man einen Liter mehr oder weniger nimmt.

Gibt es ein Ladenbuch, kann man Wünsche, Lob und Anregungen hineinschreiben und bei der Mitgliederversammlung daraus vorlesen.

Ein Ladenlexikon ist sehr hilfreich:

E = Erzeugerliste: Alle Adressen ausführlich aufführen - mit Telefonzeiten, Bankverbindungen, Lieferschwerpunkten, Straßenkartenausschnitt, Hof-Selbstdarstellungen usw..

M = Milch: Vorbestellliste, Milch-Info (ausführliches Handhaben und Umgehen mit Milch und Milchgefäßen), Info über Molke mit Rezepten und ähnliches.

S = Schlüssel: Wer hat welche Schlüssel wann bekommen. Koop-Beschluß der Schlüsselvergabe.

Milch-Info des Maiskolben, Bremen

Bevor man die Milch aus den Lieferkannen in unsere Abzapfkanne gießt, kurz nachsehen: Kanne leer? sauber? Hahn zu?

Dann etwa 10 Liter (halbe Kanne) eingießen, mit flottem Strahl. Warum? Da unsere Milch sehr stark aufrahmt, also eine Sahneschicht oben immer dicker aufschwimmt, müßten wir häufig kräftig umrühren, oder aber wir gießen immer Teilmengen nach, dann durchmischt es sich vollautomatisch. Nun fröhliches Zapfen.

Die entnommene Milchmenge in der Liste abhaken, nicht durchstreichen (das wäre mißverständlich).

Auf der Liste sind Über- oder Mindermengen durch Karos vermerkt. Ein Karo = 1 Liter. Ist mehr Milch da, als bestellt, kann man sich bedienen, aber Karos auskreuzen. Sollte weniger Milch vorhanden sein, steht „zu wenig“ vor den Karos. Dann streicht man bei Verzicht auf einen Liter ein Karo aus.

So können immer alle auf dem Laufenden sein.

Wenn jeder Liter seinen Genießer gefunden hat, kommt der Hauptspaß: Kannenwaschen. Mit etwa 1 Liter kaltem Wasser, das man von Kanne zu Kanne gießt, vorspülen. Kalt, damit Reste der Milch nicht an den Wänden haften (das Milcheiweiß gerinnt bei hohen Temperaturen). Dann eine Kanne halb füllen und mit der großen Bürste innen, bis oben waschen, Wasser in die nächste Kanne. Zuletzt unsere Zapfkanne und dann die Deckel. Dann den Zapfhahn zerlegen, alle Teile waschen. Hahnteile in möglichst heißem Wasser (über 70 Grad C), etwa 2 Liter im Spülbecken, waschen, dann etwa 1 Liter in die Zapfkanne schöpfen, den Hahn zudrehen und die Kanne schwenken.

Milchkannen und -Flaschen erst kalt, dann heiß auswaschen - ohne Zusatzmittel.

Die Lieferkannen werden auf dem Milchbauernhof nochmals gereinigt. Für die Zapfkanne dürfen wir selber sorgen.

Nun die Kannen mit der Öffnung nach unten weghängen, ohne die Öffnung zu verschließen, so daß Luft in die Kannen kann. Die zugehörigen Deckel, siehe Nummern, oben auflegen. Schon ist die gute Tat getan.

Notiert man auf dem persönlichen Einkaufszettel Datum, Ware und Preis und sammelt alle ein Jahr lang, weiß man wofür man wieviel Geld ausgibt (man staunt sicher) und hat eine gute Diskussionsbasis.

Bezahlung beim Einkauf

Daß es Leute gibt, die die selbst ermittelte Summe der Einkaufspreise selber in die Kasse legen oder kassieren lassen oder vom Guthaben-Konto abbuchen bzw. abbuchen lassen, werden die meisten NormalbürgerInnen wohl für ein Märchen halten. Für KooplerInnen ist das Alltag, aber kein grauer. Denkbar ist auch eine Scheckbezahlung, da ist nicht mal Wechselgeld nötig.

Ein Schuldenbuch hilft aus der Patsche, wenn man mal sein Geld vergessen hat.

In ein „Mondscheinbuch“ (des Maiskolbens) werden Einkäufe eingetragen, die außerhalb der Öffnungszeiten, z.B. bei der Warenanlieferung oder beim Arbeiten im Laden getätigt werden, damit kein Bargeld in der Schublade liegt, wenn kein Kassierer da ist.

Hinter die Karteikarte werden die

persönlichen Durchschriften der Überweisung geklemmt und durch den Ladendienst der neue Guthabenbetrag vorne vermerkt, genau wie nach jedem Einkauf.

Elke Eilers, Breke Wiese 3, 21339 LG 04/131/1245 Seite 1

Datum	Summe	Dat.	Summe	Name: Elke Eilers SS 97
26.10.96	+ 98,-		56,72	3 Ladendienste / Putzdienste / Bestellung / ...sonst kein Einkauf möglich!
	- 11,30		27,10	Datum: 4.7. 18.8. 1.3
26.10.96	86,70	12.4.97	29,62	
	- 21,15			
8.11	59,55			
	- 12,40			
30.11	47,15			
	- 13,00			
7.12.	34,15			
	- 27,83			
18.12.97	11,32			
	+ 98,00			
	- 7,00			
27.12.97	102,32			
	- 26,60			
8.2.97	75,72			
	- 10,00			
29.3.97	56,72			

vup-Art.-Nr. 40165

Weitere Ladendienstsysteme

Aufgaben, Arbeiten können zeitlich voll oder teilweise oder pauschal bezahlt werden mit Ware oder Geld oder in Tauschring-, „Währung“ oder freiwillig auf Gegenseitigkeit in Einzel- oder in Gruppenrotation (wie im Maiskolben, Bremen).

Wenn eine Koop so viele Mitglieder hat, daß nicht mehr jede/r jede/n gut kennt, kann man Gruppen bilden, zu 6 - 8 Personen etwa. Im rotierenden System sind diese Gruppen mit Ladendiensten oder anderen Aufgaben an der Reihe. Es ist Sache der Gruppe, wen sie schickt. Sie kann Prüfungsarbeiten-Schreibende, Schwangere oder sonstwie sehr belastete Leute von der Mitarbeit befreien; die anderen in der Gruppe

müssen dann eben häufiger ran, aber man kennt sich ja in der Kleingruppe besser und muß persönliche Belange nicht allen Leuten einer großen Koop mitteilen. Es erspart auch Zeit auf Mitgliederversammlungen.



8. Warengegenwert und Finanzierung der Food-Coop

Die Kasse muß stimmen. Orientierungshilfen zum Aufbau und Erhalt einer soliden wirtschaftlichen Basis von Food-Coops.

Um den Warengegenwert (= der Abgabewert der Ware in einer Währung wie z. B. DM, Euro, Taler, Kröten in Tauschringzusammenschlüssen) bei der Warenabgabe festzulegen, muß man außer dem Einkaufspreis auch die zusätzlichen Kosten kennen oder zumindest einschätzen können.

Je nach Organisationsform, Größe und Bedingungen der Coop können folgende Kosten anfallen:

Miete, Strom, Gas, Wasser, Heizung, Verpackungsmaterial (Käsepapier, Tüten), Frachtkosten, Kontogebühren, Telefongeld, Kopierkosten, Beiträge, z. B. an die BAG der Lebensmittelkooperativen, oder Zeitschriftenabos der Coop. Auch der Warenverlust durch Verderb, Wiegefehler, Bruch, Verschütten, Mäuse, Klau oder Unerklärliches ist immer zu berücksichtigen.

Diese Kosten können über Warenaufschläge oder über Mitgliedsbeiträge pro Person, Monat oder Jahr umgelegt werden, oder über eine Kombination aus beiden.

Mitgliedsbeiträge fördern Familien, da für Kinder meist kein Beitrag erhoben wird. Für Vielkäufer ist dies eine sehr günstige Variante, weil die Ware aufschlagsfrei bleibt. Warenaufschläge begünstigen den Einstieg in die Coop, denn so muß bei anfangs geringen Einkaufsmengen kein hoher Mitgliedsbeitrag gezahlt werden.

Umschlagsystem über Mitgliedsbeiträge

Bei den Mitgliedsbeiträgen werden alle anfallenden Kosten auf die Mitglieder umgelegt.

Beispiel aus der Meicoop Bochum:

zusätzliche Kosten 530 DM pro Monat

34 erwachsene Personen ohne Kinder, bei 20 Haushalten = ca. 15,60 DM

Eine Familie oder WG mit zwei Erwachsenen und drei Kindern zahlt 31,20 DM im Monat.

Umschlagsystem über Warenaufschläge

$\frac{\text{zusätzliche Kosten} \times 100}{\text{geschätzter Umsatz}} = \text{Warenaufschlag in \%}$

Beispiel aus der Meicoop Bochum: Berechnung für einen Monat

300 DM	Miete (für zwei komfortable Räume im Erdgeschoß mit Strom, Wasser, eigenem Eingang)
+ 70 DM	Strom, Wasser, Gas
+ 50 DM	Kopier-/Telefon-/Benzin-Kosten
+ 10 DM	Verpackungsmaterial
+ 100 DM	verdorbene Ware (hierzu kommt es durch einen hohen Frischwarenteil)
<hr/>	
= 530 DM	

$$\frac{530 \text{ DM} \times 100}{5.500 \text{ DM (Umsatz)}} = 9,6 \% \text{ Warenaufschlag}$$

Umschlagsystem über Warenaufschlag und Mitgliedsbeiträge

Beispiel aus der Food-Coop Ratatouille Lüneburg, die vier Möglichkeiten kombiniert:

1. Ausgleich für **Verluste bei Warenverderb**:

Ein geringer, aber effizienter Ausgleich für Verluste ergibt sich durch das Aufrunden aller Warenegegenwerte auf 10 Pfennig. So wird für 1 kg Weizen nicht 1,18 DM verlangt, sondern 1,20 DM. Auch bei einem Wert von 1,13 DM findet eine Aufrundung auf 1,20 DM statt. Diese runden Preise erleichtern natürlich auch das Rechnen.

2. Verlust durch **Wiegfehler und Verschüttetes**: Ware, die aus Großgebinden schwer abzufüllen oder abzuwiegen und zudem teuer ist, erhält ebenfalls einen Aufschlag.

Öle im Kanister erhalten bis zu 20 Pfennig pro Liter Aufschlag und Käse und Kekse 5% Aufschlag auf den Einkaufspreis, beides wird von den KooplerInnen selbst abgewogen. Leichte Ware in Großgebinden wie Tees und Kräuter werden von einem Abfülldienst abgepackt und ausgezeichnet, um Wiegfehler zu vermeiden.

3. **Zusätzliche Kosten**, abgesehen von der Miete, werden von Guthabenkontoblättern der Mitglieder abgezogen, und zwar wird pro 50 DM Einzahlungssumme 1 DM abgezogen, so daß noch für 49 DM Ware bezogen werden kann. Bei einem Umsatz von 3.000 - 4.000 DM im Monat stehen der Koop 60-80 DM zu Verfügung.

4. **Die Miete** für sechs Monate (50 DM monatlich für einen Kellerraum ohne Wasser und Heizung) wird durch die Anzahl der Mitglieder geteilt und von einer zuständigen Person von den Guthabenkonten abgezogen. Sind zwei Personen auf einem Konto vermerkt, so wird der Betrag doppelt abgezogen (vgl. Karteikarte der Ratatouille im Kapitel „Warenabgabe“).

Um die Lieferantenrechnungen und das Warenlager bezahlen zu können, sind Einlagen üblich, die bei Austritt ganz oder teilweise zurückgezahlt werden. Gerade bei Neubeginn einer Koop gibt dies Sicherheit und einen gewissen Handlungsspielraum.

Zusätzlich zu den Einlagen können die Mitglieder bargeldlos ein Guthabenkonto führen. Dabei wird eine Geldsumme auf das Koopbankkonto eingezahlt und dem Guthabenkonto des Einzahlers oder der Einzahlerin gutgeschrieben. Dies ist ein Prinzip der Vorkasse. So lange die Geldsumme reicht, kann nun von dem Mitglied Ware bezogen werden.

Neben den Guthabenkonten hat eine Familie (2 Erwachsene, 2 Kinder) bei der Meicoop noch eine Einlage von 500 DM zu leisten, die bei Austritt zurückgezahlt wird (nach der nächsten Inventur, abzüglich eventuell entstandener Verluste).

Kontoblatt von *Andrea Kno*

Datum	Überweisung (+)	Einkauf (-)	Konto-Stand
2.10.86	154,44	51,87	102,57
14.10.86		34,31	68,26
23.10.86	68,76	26,27	41,99
29.10.86		38,59	3,44
2.11.86	150,00	28,15	125,29
		48,67	76,62
		35,57	41,05
27.11		63,39	- 28,34
4.12	200,-	35,28	136,29
11.12		45,68	90,61
18.12		84,46	6,15
10.1.87	200,-	27,02	179,13
		53,02	126,11
31.01.87		60,67	65,43
5.07.87		84,00	31,43

Aus Sicherheitsgründen sollten die Guthabenkonten nicht in den negativen Bereich gelangen – sehr schnell können dabei höhere Summen zusammenkommen, die im nachhinein schlecht einzutreiben sind.

Auch ist der Handlungsspielraum für die Warenbestellung der Koop größer, wenn die Guthabenkonten mit größeren Summen gedeckt sind. Je größer der Warenbestand ist, desto mehr Kapital wird gebunden und steht nicht für weitere Einkäufe zur Verfügung.

Regelmäßige Inventuren zeigen, wie groß das Warenlager ist und wie hoch die Einlagen oder Guthaben der Mitglieder sein müßten.

Verluste

Verluste sind sehr ärgerlich, und es ist sehr schade, sogar unverantwortlich, wenn die gute Ware verdirbt. Also muß genau kalkuliert werden oder leicht verderbliche Ware nur nach Vorbestellung der einzelnen Mitglieder geordert werden. Vorbestellungen haben den Vorteil, daß man an der Zahl der BestellerInnen sehen kann, wieviele Leute kommen werden (was nicht von der Bestellmenge abhängig ist). Somit sieht man z. B. an der Milchbestellung, wieviel Gemüse zu bestellen ist. Mit mehr Erfahrung können zusätzlich zur vorbestellten Ware Übermengen zur freien Verfügung bestellt werden, z. B. für Personen, die keine eigene Ware bestellt haben, oder um auf neue Waren aufmerksam zu machen.

Hochgenaue elektronische Waagen sind in einer Food-Coop nicht nötig. Dennoch sollten die Waagen auf keinen Fall zu wenig Gewicht anzeigen. Eine Kontrolle kann durch den Vergleich mit anderen Waagen oder geeichten Gewichten erfolgen.

Verluste sollte man in jeder Koop einkalkulieren. Sie können auf die Waren prozentual aufgeschlagen oder pauschal mit Monatsbeiträgen abgegolten werden. Notiert man alle Verluste und Kosten in einem Schwundbuch und legt diese regelmäßig auf alle Mitglieder um, werden die Stellen, an denen die Verluste entstehen, viel offensichtlicher. Zu den Kosten, die gerne übersehen werden, zählen z. B. Verpackungsmaterial und Kontoführungsgebühren

Werden die Kosten über Monatsbeiträge bestritten, ist es wichtig, die Anzahl der Mitglieder konstant zu halten. Wird mit einem Aufschlagsystem gearbeitet, sollten die Umsätze festgehalten werden, um kostendeckend zu arbeiten.

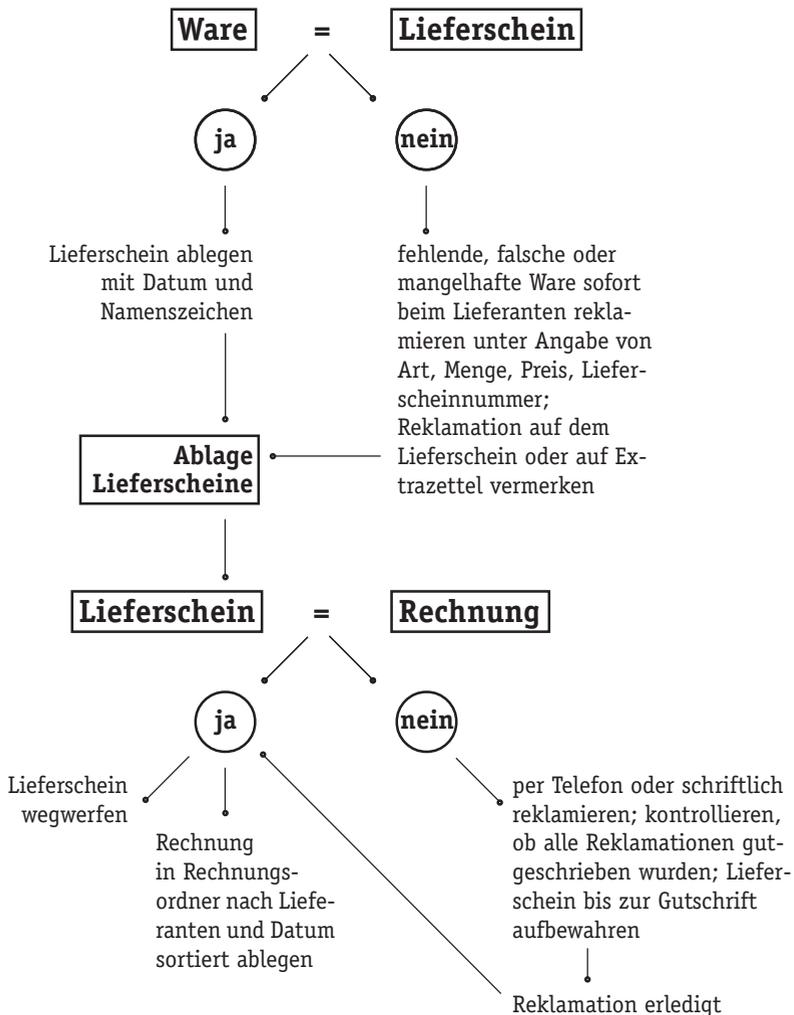
Koops, die beim Finanzamt erfaßt sind, z. B. eingetragene Vereine, sollten bedenken, daß Mitgliedsbeiträge zwar Mehrwertsteuerfrei sind. Sie dürfen jedoch nicht leistungsbezogen verwendet werden. Wie es beim Verein „Gesund essen“ aus Berlin gehandhabt wird, ist im Kapitel „Rechtsformen“ aufgeführt.

Zur Verlustvermeidung ist auf eine genaue Beachtung der Mehrwertsteuer zu achten: Generell liegt die Mehrwertsteuer bei 16%. In unserem Bereich betrifft dieser Mehrwertsteuersatz Getränke wie Säfte, auch Apfel- oder Birnen-Dicksaft, welcher meist als Süßmittel verwendet wird, Biere, Malzbier, Weine, Wasser sowie Reinigungsmittel, Kosmetika, Drogerie- und Naturwaren. Ausnahmen gibt es bei Büchern und Nahrungsmitteln (7%). Dazu zählen auch Tees, Kräuter, Kaffee (Bohne, Pulver); sie haben eine MwSt. von 7%. Viele Lieferanten weisen auf den Lieferpapieren die Nettopreise aus, auf die die Mehrwertsteuer noch aufgeschlagen werden muß. (Den Mehrwertsteuersatz den Lieferpapieren entnehmen oder beim Lieferanten erfragen.)

Pfandgebilde sollten immer an den jeweiligen Lieferanten zurückgegeben werden, da auch auf Pfand 16% Mehrwertsteuer gezahlt wird, die bei Rückgabe des Leergutes zurückerstattet wird. Gibt man z. B. Getränkeboxen bei einem anderen Getränkehandel ab, so bekommt man zwar das Pfand zurück, aber nicht die 16% Mehrwertsteuer.

Wird das Girokonto durch die schlechte Zahlungsmoral der Mitglieder überzogen oder waren die Bestellungen nicht der Finanzlage angemessen, drohen teure Rückbuchungsgebühren.

Wenn Mitglieder hohe Schulden auflaufen lassen und dann nicht zahlen, wird es schwierig. Daher sollte man es gar nicht erst soweit kommen lassen.



Preisänderungen müssen deutlich gekennzeichnet und weitergegeben werden, sonst merkt mancher erst nach Wochen, daß der Quark inzwischen 30 Pfennig teurer ist. Wenn man die Kosten der Koop berechnet, sollte auch an Rücklagen für notwendige Reparaturen oder Ersatz des Inventars gedacht werden. Beim Schmatzkram e.V. gab es bis 1998 eine Inventarversicherung. Bei etwa 10.000 DM Lagerbestand kostete das 250 DM jährlich. Ob der Lagerbestand versichert wird, muß jede Koop für sich entscheiden.

Je besser man sich gegenseitig und den Laden kennt und um die Zusammenhänge weiß, desto größer ist die Verantwortung und die Ehrlichkeit gegenüber der Food-Coop.

Von der Warenannahme bis zur Reklamation

Die meisten Lieferanten legen ihrer Ware einen Lieferschein oder eine Rechnung bei. Dieser wird kontrolliert, eventuelle Reklamationen vermerkt und mit dem Datum und dem Namen des Ladendienstes abgezeichnet.

Für Waren ohne Lieferschein, die nicht direkt bar bezahlt werden, wird ein Ersatzlieferschein geschrieben mit Datum, Lieferant, Art der Ware, Menge und Preis.

Die Lieferscheine werden gesammelt. Kommt die Rechnung, wird mit dem Lieferschein verglichen. Wenn beides übereinstimmt, kann der Lieferschein weggeworfen werden. Der Rechnungsbetrag wird überwiesen oder der Abbuchungstag auf der Rechnung vermerkt. Die Rechnung wird geordnet nach Lieferant und Datum abgeheftet. Stimmen Rechnung und Lieferschein nicht überein, wird telefonisch oder schriftlich reklamiert und beides nicht eher abgeheftet, bis alle Reklamationen erledigt sind. Oft müssen fehlende oder mangelhafte Waren innerhalb von 24 Stunden reklamiert werden, daher am besten vom Ladendienst oder von der annehmenden Person machen lassen! Alle, die in der Food-Coop Waren entgegennehmen, sollten den Ablauf bei Reklamationen kennen.

Bei festen Ladenzeiten und Barkasse wird ein Kassenbuch geführt: Dort wird zu Beginn der Öffnungszeit das vorhandene Geld gezählt und notiert. Am Schluß des Ladendienstes wird nochmals gezählt und die Differenz als Einnahme ins Kassenbuch eingetragen. Das Geld wird bis auf das Wechselgeld auf das Koop-Bankkonto eingezahlt.

Inventur

Eine Inventur dient dazu, einen Überblick über die Finanzlage, den Warenbestand und den „Schwund“ in der Food-Coop zu bekommen. Sie ist eine Momentaufnahme, ermöglicht aber kaum einen Hinweis darauf, woher der Schwund kommt. Um den Ursachen des Schwundes näher zu kommen, ist ein oft kriminalistischer Spürsinn gefragt.

Die Inventur wird sinnvollerweise dann gemacht, wenn der Warenbestand klein ist, dann dauert das Zählen nicht so lange. Wenn viele KooplerInnen am Ersten des Monats überweisen, ist es besser, die Inventur in der Mitte des Monats zu machen. Wenn am Ersten überwiesen wurde und das Geld schon als Guthaben angegeben ist, kann es sein, daß es trotzdem erst am 3. oder 4. auf dem Koop-Konto ist.

Das Schwierigste an der Inventur sind die Rechnungsabgrenzungen: Welche Lieferung steht schon ausgezeichnet in der Koop, ist aber noch nicht abgebucht? Wer hat noch kurz vor dem Inventurtermin überwiesen und sich das Geld gutgeschrieben,

obwohl das Geld auf dem Koop-Konto noch nicht angekommen ist? Welcher Lieferant hat nach 6 Wochen noch immer nicht abgebucht, obwohl die Lieferung schon längst aufgegessen ist und keiner mehr daran denkt? Bei vielen Bezugsquellen wird auch schon mal ein Lieferant ganz „vergessen“.

Rabattkulle

Inventur ^{in DM} 10/98!

Soll			Haben
offene Rechnungen	32350	852,85	Konto
Kartenguthaben	4520,49	924,25	Inventar
Mitgliedsbeiträge	5200,00	11316,37	Waren
Rückzahlung an Klaus Hoppe	1500,00	674,58	Pfandguthaben
		211,00	Barkasse
		1279,86	Waschbecken
			Lieferung
	11.543,99	15.258,91	
<u>Guthaben</u>	<u>3714,92</u>		

Inventur 1/96 – 10/98:

1/96	= 2838,78			
1/97	= 4021,71	+ 1243		
2/98	= 2568,17	- 1513		
10/98	= 3714,92	+ 1146		

Kontenbuch
Konten
Guthaben
Soll
Inventar
Kasse

Die Küche, Preis kontrollieren, Abschlüsse von 5% auf Kasse und Kasse zu machen, alte Waage zu aufbereiten oder zu reparieren hat sich gelohnt. Das verschwendete Geld haben von 1500 Mist bez auf ca. 400 DM wieder da. Sind wir nicht gut?! Machen wir weiter so. früher

In der Meicoop hat die Auswertung der Inventur früher Wochen bis Monate gedauert, weil einzelne Personen zum Inventurzeitpunkt in Urlaub waren. Die Buchführerin konnte dann nur rätseln, welche Höhe die Einlage des Mitglieds hatte und ob das Mitglied mit den Vorauszahlungen im Plus oder im Minus war. Wenn nach 3 Wochen Urlaub jemand sagte: „Ich hatte doch 500 Mark Minus auf meinem Guthabekonto“, waren alle in der Koop sehr dankbar, weil es das Inventurergebnis sofort um einiges verbesserte - solche Salden sollte man in der Koop allerdings nicht durchgehen lassen. Nach einigen verlustreichen Jahren haben wir jetzt Kontoblätter in der Koop, die es der Buchführung ermöglichen, den Kontostand jedes Mitglieds zu ermitteln (wenn die Kontoblätter ordentlich geführt werden).

Für die Inventur wird 4 Wochen vorher der Termin festgelegt und Leute gesucht, die den Warenbestand zählen. Eine Woche vorher wird ein Zettel ausgelegt, in den alle eintragen müssen:

Höhe der Einlage, Guthaben, Leergut zuhause, Datum der letzten Überweisung (jeweils zum Stichtag).

Am Zähltag wird in Listen festgehalten, was an Ware vorhanden ist (mit Gewicht oder Stückzahl und Preis). Der Einfachheit halber haben wir in der Meicoop immer nur den Abgabepreis der Ware notiert und nicht den Einkaufspreis, wie es eigentlich korrekt wäre.

Ware, die noch in Kartons in der Koop steht und nicht ausgezeichnet ist, wird dabei nicht mitgezählt. Für die Buchführung muß darauf hingewiesen werden, damit dieser Posten dann nicht als „offene Rechnung“ in der Inventur auftaucht.

Die Kontoauszüge werden abgeholt und mit den Belegen verglichen.

Haben	Soll
Barkasse	Einlagen der Mitglieder
Kontostand bei der Bank	Einkaufsguthaben der Mitglieder
Warenbestand	offene Rechnungen:
Leergut zu Hause (wenn von den Mitgliedern nicht mitberechnet)	- Lieferant A
Inventar	- Lieferantin B
	- Hof C
	Mietvorauszahlungen der Mitglieder
	offene Miet-, Strom- Wasserrechnungen

Je ausführlicher diese Aufstellung geschrieben wird, desto besser sind die Zahlen nachvollziehbar, und ungewöhnliche Summen fallen schneller auf.

Bei der Inventur kann zum Beispiel herauskommen, daß trotz sehr hohem Kontostand unerklärlicher Schwund herrscht, da den Einlagen der Mitglieder kein ausreichender Warenwert gegenübersteht

Ein unerwartetes Plus bei der Inventur sollte stets zu denken geben: Irgend etwas kann falsch gerechnet worden sein. Nochmal nachrechnen ist dann besser, als bei der nächsten Inventur aus allen Wolken zu fallen.

Nach jahrelangem Auf und Ab bei den Inventurergebnissen und unerklärlichem Schwund sind wir in der Meicoop jetzt dazu übergegangen Wareneingang und Einzahlungen der Mitglieder im Inventurzeitraum gegenüberzustellen.

Buchhaltung für Einkaufsgemeinschaften

Die gesamte im folgenden dargestellte Buchhaltung für Einkaufsgemeinschaften basiert der Einfachheit halber primär auf Ein- und Auszahlungen.

Ziel der Buchführung ist, eine aussagekräftige Abrechnung und Inventur zu ermöglichen, die den Einkaufsgemeinschafts-Mitgliedern einen klaren Einblick über die finanziellen Verhältnisse der Einkaufsgemeinschaft im jeweils zurückliegenden Abrechnungs- bzw. Inventurzeitraum bietet.

Voraussetzung für die Durchführung der Buchhaltung ist die kontinuierliche Erfassung aller Ein- und Auszahlungen, die regelmäßig über das Bankkonto der Einkaufsgemeinschaft gehen sollten, sowie die regelmäßige Durchführung von Wareninventuren (z.B. in Abständen von 3 oder 6 Monaten).

Um einen Überblick bei der Buchhaltung zu gewinnen, wird empfohlen folgende Konten anzulegen und zu führen, um die vier wichtigsten Abrechnungskreise einer Einkaufsgemeinschaft (Miete, Betriebskosten, Einlagenkapital und Warenumsatz) kontrollieren zu können:

- Ein- und Auszahlungen für **Miete**

Einzahlungen	Auszahlungen
Einzahlungen der Mitglieder für Miete	Auszahlungen der Einkaufsgemeinschaft für Miete

Dieses Konto sollte genutzt werden, um den Überblick darüber zu behalten, ob alle Mitglieder ihre Miete in der vereinbarten Höhe rechtzeitig einzahlen. Decken die Einzahlungen die Auszahlungen nicht, ist eine entsprechende Anpassung der Zahlungsbeträge der Mitglieder geboten.

- Ein- und Auszahlungen für **Betriebskosten** (Kopierkosten, Fahrtkosten u.ä.)

Einzahlungen	Auszahlungen
Überweisungen der Mitglieder für Betriebskostenanteil	Auszahlungen der Einkaufsgemeinschaft für Betriebskosten

Dieses Konto sollte genutzt werden, um den Überblick darüber zu behalten, ob alle Mitglieder Ihren Betriebskostenanteil in der vereinbarten Höhe rechtzeitig einzahlen. Decken die Einzahlungen die Auszahlungen nicht, ist eine entsprechende Anpassung der Zahlungsbeträge der Mitglieder geboten.

Ein- und Auszahlungen für die **Kapitaleinlagen der Mitglieder**

Einzahlungen	Auszahlungen
Einzahlung von Kapitaleinlagen von Neumitgliedern	Auszahlungen von Kapitaleinlagen von ausgeschiedenen Mitgliedern

Dieses Konto sollte genutzt werden, um den Überblick darüber zu behalten, ob die Einlagen hoch genug sind, um die Liquidität der Einkaufsgemeinschaft gewährleisten zu können. Die Einlagen sollten dem Warenbestand entsprechen und noch genug Polster für Einkäufe und für die Rückzahlung der Einlagen an austretende Mitglieder enthalten.

Ein- und Auszahlungen für Waren

Einzahlungen	Auszahlungen
Einnahmen von Mitgliedern für Waren	Auszahlungen an Lieferanten für Waren

Dieses Konto wird insbesondere für die Wareninventur benötigt. Nach einer Inventur sollte das Konto wie nachstehend beschrieben aufgestellt werden.

Um die **Einnahmen der Einkaufsgemeinschaft für Waren** zu ermitteln, sollte wie folgt vorgegangen werden:

- Ermittlung der Geldguthaben: Zu jedem Inventurzeitpunkt werden die Geldguthaben der Mitglieder der Einkaufsgemeinschaft summiert. Diese Guthaben umfassen das Geld, das die Mitglieder bereits auf das Bankkonto der Einkaufsgemeinschaft eingezahlt aber noch nicht für Einkäufe verbraucht haben.
- Ermittlung der eingegangenen Einzahlungen der Mitglieder für Waren: Alle innerhalb des Inventurzeitraums zum Einkauf von Waren von den Mitgliedern getätigten Überweisungsbeträge auf das Bankkonto werden summiert.
- Ermittlung der Einnahmen der Einkaufsgemeinschaft für Waren: Mit folgender Rechnung werden die Einnahmen der Einkaufsgemeinschaft für Waren im Inventurzeitraum ermittelt:

$$\begin{array}{r}
 \text{Summe Geldguthaben zum Zeitpunkt der letzten Inventur} \\
 + \quad \text{Summe der Einzahlungen im Inventurzeitraum} \\
 - \quad \text{Summe Geldguthaben zum Zeitpunkt der aktuellen Inventur} \\
 \hline
 = \quad \text{Summe der Einnahmen im Inventurzeitraum}
 \end{array}$$

Zur Ermittlung der **Ausgaben für Waren** sollte wie folgt vorgegangen werden:

- Ermittlung der Beträge für offene Rechnungen: Zu jeder Inventur werden die Beträge für noch offene Rechnungen summiert. Also die Beträge, die für schon erfolgte Warenlieferungen noch nicht bezahlt worden sind.
- Ermittlung der Auszahlungen für Rechnungen: Alle innerhalb des Inventurzeitraums zum Ankauf von Waren bei Lieferanten bereits bezahlten Rechnungsbeträge werden summiert.
- Ermittlung des Warenbestandes: Zum Inventurstichtag werden die im Laden der Einkaufsgemeinschaft aktuell vorhandenen Waren (bewertet mit ihren Einkaufspreisen) erfaßt und die resultierenden Beträge zum Warenbestand aufsummiert.
- Ermittlung der Ausgaben für Waren: Mit folgender Rechnung werden die Ausgaben der Einkaufsgemeinschaft für Waren im Inventurzeitraum ermittelt:

$$\begin{array}{r}
 \text{Warenbestand zum Zeitpunkt der letzten Inventur} \\
 - \quad \text{Summe offene Rechnungen zum Zeitpunkt der letzten Inventur} \\
 + \quad \text{Summe der Auszahlungen an Lieferanten im Inventurzeitraum} \\
 - \quad \text{Warenbestand zum Zeitpunkt der aktuellen Inventur} \\
 + \quad \text{Summe der offenen Rechnungen zum Zeitpunkt der aktuellen Inventur} \\
 \hline
 = \quad \text{Summe der Ausgaben im Inventurzeitraum}
 \end{array}$$

Den Summen der Einnahmen der Einkaufsgemeinschaft für Waren werden die Ausgaben für Waren gegenübergestellt. Der Saldo dieser Beträge ergibt das Ergebnis der Wareninventur.

Ist die Summe der Ausgaben für Waren für den Inventurzeitraum höher als die Summe der Einnahmen für Waren, ist das Inventurergebnis negativ. Das kann durch falsches Auszeichnen, Warenverderb, Vergessen beim Abrechnen oder Klau zustande kommen. Zu überlegen ist, ob die Warenpreise erhöht werden sollten, um keinen Verlust in der Einkaufsgemeinschaft zu erwirtschaften. Im anderen Fall könnten die Preise gesenkt werden.

Ein auf diese Weise ermittelter Verlust muß, wenn dieser eine Größe erreicht hat, die die Liquidität der Einkaufsgemeinschaft gefährdet, durch eine Sonderumlage der Mitglieder ausgeglichen werden.

- Behandlung von **Leergut**

Die Einbeziehung von Leergut ist bei der beschriebenen Buchhaltung nicht vorgesehen, da davon ausgegangen wird, daß die Mitglieder der Einkaufsgemeinschaft nach Hause mitgenommenes Leergut wieder in die Einkaufsgemeinschaft zurückbringen und im Durchschnitt immer etwa derselbe Betrag für Leergut bei der Einkaufsgemeinschaft umgesetzt wird.

Der mit der Berücksichtigung von Leergut bei der Inventur verbundene Arbeitsaufwand steht in der Regel in keinem Verhältnis zu dem Betrag, der an Geld in der Einkaufsgemeinschaft für Leergut gebunden ist.

Auf eine Verrechnung der Konten der vier Abrechnungskreise wird bewußt verzichtet, da als Ziel der Buchhaltung ein ausgeglichenes Verhältnis von Ein- und Auszahlungen bzw. Einnahmen und Ausgaben für jedes einzelne Konto für erforderlich gehalten wird, und die Kapitaleinlagen der Mitglieder grundsätzlich nicht mit Ein- und Auszahlung für Miete und die Betriebskosten verrechnet werden dürfen, da die Einlagen von den Mitgliedern eingezahlt wurden, um den Warenbestand und die laufende Auszahlung der Einkaufsgemeinschaft zu finanzieren.

Das vorgestellte Buchhaltungssystem ist auf eine einfache Handhabung ausgelegt und erhebt daher keinerlei Anspruch auf Richtigkeit im Sinne der Betriebswirtschaft.

Der Klau geht um !?

Kommt die Koop aus den Miesen nicht heraus, taucht die Frage auf: Gibt es bei uns jemanden, der klaut?

Solche (oft stillen) Verdächtigungen können das Klima in der Koop so vergiften, daß die Koop daran zerbricht - oder einige verlassen die Gruppe oder die vielen Kontroll- und Gegenmaßnahmen lassen einem den Spaß an der Koop vergehen.

Wir hatten über die Jahre mehrmals solche Probleme in der Meicoop und haben deshalb im Laufe der Zeit einige Sicherheitsregeln eingeführt:

Obwohl es bei uns anfangs keinen Ladendienst gab und alle Mitglieder einen Schlüssel hatten, hatten wir nur eine Barkasse. JedeR, der/die Waren genommen hatte, legte das Geld ohne irgendwelche Belege in die Kasse. Die Abrechnung machte

jedeR für sich allein, oft zuhause. Diese Version stellte eine zu große Versuchung dar, wie wir erleben mußten.

Heute arbeiten wir bargeldlos mit Vorauskasse, und die Kontenblätter bleiben in der Koop, um dem/der Kassenverantwortlichen für die Inventur oder bei Austritten die Abrechnung zu ermöglichen.

Im Laufe der letzten 5 Jahre haben wir dreimal das Schloß ausgetauscht. Eine Schlüsselliste besagt, wer wieviele Schlüssel hat. Der/die Schlüsselverantwortliche fordert die Schlüssel bei Lieferantenwechsel oder bei Austritten zurück. Trotzdem gibt es immer wieder unangenehme Überraschungen bei der Inventur.

Nach einer Zeit, in der wir uns gegenseitig verdächtigt haben und Einzelne zeitweise der Buhmann oder die Buhfrau waren, worauf die Koop weiter schrumpfte, standen wir vor der Entscheidung:

Aufhören mit der Koop oder noch mehr Kontrolle - oder akzeptieren, daß unser Koop-Modell einfach höhere Verluste hervorbringt und daß wir mit dem höheren Aufschlag leben müssen bzw. wollen. Nach dieser Phase, in der die restlichen Mitglieder sich zu genau dieser Form bekannten, gingen auch die Verluste wieder zurück.

Eine unserer Erkenntnisse nach mühsamer Ursachenforschung:

Nicht das Minus in der Kasse erzeugt die schlechte Stimmung in der Koop, sondern die schlechte Stimmung in der Koop führt dazu, daß Verluste auftreten!

Bei der Koop Bergmannstraße Berlin gibt es zwei Schlösser: Zum Vorderraum haben auch die Lieferanten Zugang, zum hinteren Raum ist ein Codeschloß angebracht (Elektronikladen, ca. 200 DM), dessen Code nur den Mitgliedern bekannt ist und der von Zeit zu Zeit geändert wird.

Ein gutes Gemeinschaftsgefühl und vertrauenerhaltende Maßnahmen sind die beste Vorbeugung gegen „Selbstbedienung“.

9. Rechtsformen

Erfahrungen von Koops im Dschungel des Steuer- und Gesellschaftsrechts.

Es gibt keine Rechtsform, die für alle Koop-Modelle empfehlenswert ist. Für einige Koops hat sich der eingetragene Verein bewährt, die Kernbeißer VEG aus Braunschweig ist als Genossenschaft organisiert, die meisten Koops arbeiten aber ohne Rechtsform.

Der **eingetragene Verein** bietet Gründungswilligen, die sich vorher nicht kennen, die Möglichkeit, sich beim Erstellen der Satzung klar zu werden über die gewünschten Strukturen. Die Ziele des Vereins müssen formuliert, die Kassenführung und die Vorstandsposten besetzt werden. Der Aufnahmemodus und die Bedingungen beim Ein- und Austritt werden geregelt. Gegenüber HandelspartnerInnen und VermieterInnen tritt der Verein auf. Die Haftung für eventuelle Verbindlichkeiten ist begrenzt auf das Vereinsvermögen. Der Vorstand haftet nur bei schuldhaftem Verhalten.

Wie eine Satzung für einen Verein aussehen kann, ist im Anhang aufgeführt. Einzelheiten des Koop-Betriebs lassen sich besser über eine Geschäftsordnung regeln, da bei Änderungen sonst jedesmal die Satzung mit notarieller Beglaubigung beim Registergericht eingereicht werden muß.

Veränderungen im Vorstand müssen ebenfalls im Vereinsregister eingetragen werden. Dadurch entstehen Kosten für den Notar und das Gericht, für die Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen als eingetragener Verein z.B. etwa 100-150 DM jährlich.

Auch wenn vorgesehen ist, daß alle Mitglieder gleiche Rechte und Pflichten haben, birgt ein eingetragener Verein eher die Gefahr, daß der benannte Vorstand einen Informationsvorsprung hat und die Aufgaben sich bei ihm häufen; bzw. daß die anderen Mitglieder denken: „Die machen das ja schon!“

Der **nicht eingetragene Verein** kann genauso gut Satzungen, Ein- und Austritte, Aufgabenverteilung etc. regeln. Er hat nicht die Kosten der Eintragung ins Vereinsregister, ist aber auch nicht rechtsfähig, d. h. die Haftung liegt noch bei den einzelnen Personen.

Um eine **Genossenschaft** zu gründen, müssen verschiedene Hürden genommen werden. Eine genaue Buchführung ist erforderlich. Alle 2 Jahre wird vom Genossenschaftsverband eine gesetzlich vorgeschriebene Prüfung durchgeführt. Die Kosten dafür liegen z.B. beim Kernbeißer bei 2.000 DM. Das Genossenschaftsrecht sieht verschiedene Gremien vor, die alle mit Leben gefüllt werden müssen.

Sinnvoll kann die eingetragene Genossenschaft dort sein, wo ErzeugerInnen und VerbraucherInnen gemeinsam das Ziel der besseren Vermarktung haben oder wo sich sehr viele Menschen zusammen finden, die sich nicht mehr persönlich kennen.

Wird **keine Rechtsform** gewählt, liegt die Haftung bei den handelnden Personen: Der Mensch, der die Räume anmietet, haftet für die pünktliche Zahlung der Miete und die Schneeräumung im Winter, der/die BestellerIn für die Bezahlung der Rechnungen.

Bei Streitigkeiten gibt es keine Regelungen: wenn z.B. jemand ausgeschlossen werden soll oder noch Geld zu bezahlen hat und nicht zahlen will oder sich Gruppierungen bilden, die verschiedener Meinung sind.

Für viele Fälle kann aber hier vorgesorgt werden, indem Protokolle der Treffen geschrieben werden, die die Beschlüsse der Mitglieder festhalten. Hier kann dann im Streitfall nachgelesen werden, welche Beschlüsse schon einmal gefaßt worden sind, oder die Mitglieder können einen Beschluß fassen, der in Zukunft greift.

Unausgesprochen gilt dabei meist folgende Regelung:

Die anwesenden Mitglieder sind stimmberechtigt. Die Mehrheit entscheidet. Bei wichtigen Entscheidungen wird über einen längeren Zeitraum beraten und dann entschieden. In einigen Koops wird nach dem Konsensprinzip entschieden, d. h. so lange gesucht, bis ein gemeinsamer Kompromiß gefunden wird.

Geregelt werden sollte, was mit eventuellen Schulden geschehen soll, ob sie auf die Mitglieder umgelegt werden oder gestaffelt nach Umsatz der Personen (falls bekannt). Bei der Meicoop in Bochum ist es z.B. so geregelt, daß Schulden auf die Anzahl der erwachsenen Personen im Haushalt umgelegt werden. Beim Austritt wird die Einlage zunächst zurückbehalten bis zur nächsten Inventur (halbjährlich). Wenn die Inventur ein Plus ergibt, wird die Einlage komplett zurückerstattet, ansonsten abzüglich des Schuldenanteils. Da die Meicoop selbst Mitglied einer Genossenschaft war und dort mit ihrem Genossenschaftsanteil haftete, gab es die Regelung, daß diese Haftung von den Koopmitgliedern mitgetragen wurde - und zwar ab dem zweiten Jahr der Mitgliedschaft in der Koop bis ein Jahr nach dem Austritt.

Gewinne können auf alle umgelegt werden; sie können als Spenden an eine unterstützungswürdige Organisation gehen. Sie können als Rücklage für Reparaturen, Erneuerungen und Verschönerungen dienen oder zur Anschaffung neuer Kühlschränke oder einer Getreidemühle.

Daß überhaupt Gewinne entstehen, kann auch Anlaß sein, die Aufschläge, falls vorhanden, zu senken oder die Buchhaltung nochmals zu prüfen, ob nicht ein Rechenfehler vorliegt!

Vorstellbar wäre auch die Organisation als **offene Handelsgesellschaft (oHG)** oder als **Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)**. Dabei sollte man sich aber durch die Industrie- und Handelskammern oder Steuerfachleute beraten lassen.

Die Gewerbeanmeldung hat mehrere Konsequenzen: eine Buchführung ist erforderlich, ebenso eine Anmeldung beim Finanzamt. Die Räumlichkeiten können vom Bauordnungsamt, vom Gewerbeaufsichtsamt und vom Gesundheitsamt überprüft werden. Bei ungenügenden hygienischen Verhältnissen oder bei Baumängeln kann der Betrieb der Food-Koop untersagt werden.

Beim Handeln mit nicht abgepackter Ware ist ein Gesundheitszeugnis erforderlich. Manche Produkte, wie bestimmte Kräutertees, dürfen nur mit entsprechender Ausbildung verkauft werden.

einmal jährlich eine Umsatzsteuererklärung erstellen. Die Häufigkeit muß mit dem Finanzamt geklärt werden. Zur Umsatzsteuererklärung muß die Einnahme-/Überschußrechnung vorlegt werden.

Unsere Mitgliedsbeiträge bleiben bei der Umsatzbesteuerung außer Betracht. Sie dienen dem Ausgleich des Warenschwundes durch Gewichtverlust, Verderbnis etc. und der Zahlung der anderen Kosten wie Miete, Strom, Geschäftsbedarf. Die Mitgliedsbeiträge müssen deswegen so gewählt sein, daß sie in ihrer Summe „Warenschwund, Miete, Strom, Reparaturen und Sonstigem“ entsprechen.

Unsere Rechnung zeigt, daß wir Steuer erstattet bekommen, also keine zu zahlen haben.

Einnahme-/Überschußrechnung

Wir rechnen bargeldlos untereinander ab. Die Postbank übermittelt die Kontobewegungen per Datenaustausch in unser Buchhaltungsprogramm. Wir verwenden ein übliches Finanzkalkulationsprogramm zum Buchen und Erstellen der vom Finanzamt verlangten „Einfachen Einnahme-/Überschußrechnung“. Darin werden u. a.

Kontoblatt		Gesund Essen e.V.		Abrechnet von ab (Monat/Jahr) 1/99	
Datum (Tag/Monat)	Zweck (E = Einkauf/U = Überweisung/ Einzahlung)	Unterschrift	W-Einkauf 7% 16	W-Einkauf 10% 7	Kontostand
1	Übertrag				440,60
1	E.	T.A.		87,40	353,20
16/1.99	E.	Tom		44,50	308,70
4/2	Schwund			50,84	257,76
8/2	E.	Tom		62,60	194,66
8/2	E.	Tom	20,20		174,46
6/3	E.	Tom		86,80	87,66
9/3	E.	Tom		32,35	55,31
15/3	E.	Tom		5,80	46,51
20/3	Vorauskauf für z.V.	Tom	+217,70		264,21
4	(anhebung im Feb)	Tom		+33,80	298,01
11	E.	Tom		-54,20	244,80
23/3	E.	Tom		-174,-	70,80
29/3	E.	Tom		-23,15	47,65
30/3	Ü	Tom		+300,-	347,65
3/3	E.	Tom		-80,15	267,50
1					
1					
1					
1					

alle Wareneinkäufe des Vereins zusammengefaßt und u. a. den Beträgen des Warenverkaufs an die Mitglieder gegenübergestellt und die enthaltene Steuer ausgewiesen. Alle Einnahmen und Ausgaben zeichnen wir gemäß § 22 Umsatzsteuergesetz vollständig auf, stellen sie geordnet zusammen und bewahren die Belege auf. Die Prüfung der Umsatzsteuer wird durch das Finanzamt gründlich durchgeführt, um so

mehr, da wir Steuer erstattet bekommen. Am Jahresende führen wir eine Inventur durch, welche die gelagerten Waren und ihren Wert ermittelt. Dieser Betrag sollte den Mitgliedseinlagen entsprechen.

Internes Abrechnungsverfahren

Unsere Waren sind nach zwei Steuersätzen gekennzeichnet. Die Mitglieder trennen bei der Abrechnung ihres Einkaufes ihre Beträge dementsprechend in ihrem Kontoblatt. Am Jahresende errechnen sie jeweils ihren Umsatz und die gezahlte Steuer. Unsere Buchhaltung faßt diese Beträge für den Kassenbericht zusammen.

Weitere Hinweise enthält die Broschüre „Vereine, Sport & Steuern“, Hrsg.: Bundesminister der Finanzen, Referat Öffentlichkeitsarbeit, Wilhelmstr. 97, 10117 Berlin.

Schmatzkram und die Finanzbehörde - ein Erfahrungsbericht

1989 war es soweit. Unsere alte Bestellkoop hatte nach einer längeren Phase der Neuorganisation ihr Ende erreicht. Mit der Eröffnung eines Warenlagers sollte sie als gemeinnütziger Verein ins Register des Amtsgerichts eingetragen werden. Alle Formalitäten waren erfüllt, die notwendigen Unterlagen dem Amtsgericht zugeleitet ... da erteilte uns der Ruf des Finanzamtes.

Beauftragt, unsere Satzung (s. Anhang) in Bezug auf Gewährung der Gemeinnützigkeit zu prüfen, war die Sachbearbeiterin über § 2b Abs. 4 gestolpert: „Organisation einer möglichst direkten Weitergabe von Waren [...] an die Mitglieder des Vereins“. Eigennutz witternd bat sie um ein klärendes Gespräch.

Dieses verlief in sehr freundlicher Atmosphäre, dauerte geraume Weile und schließlich schieden wir mit folgendem Ergebnis voneinander:

1. Die Sachbearbeiterin hatte eine Menge über die ideelle Zielsetzung der VerbraucherInnenorganisation Food-Koop gehört und verblieb mit einer Einladung, ihre erwachende, rein private Neugier durch einen Besuch in unseren Vereinsräumen zu befriedigen, im Amt.
2. Wir gingen mit der vorläufigen Gewährung der Gemeinnützigkeit nach Hause.

Sehr nachhaltig kann ihre Neugierde nicht gewesen sein, denn unsere Einladung nahm sie nicht wahr, und als dann ca. 2 Jahre später die erste Steuererklärung von Schmatzkram auf ihrem Tisch landete, war auch das Verfallsdatum der Gemeinnützigkeit erreicht. Gegen diese eindeutige Dokumentation unseres umfangreichen Geschäftsbetriebs konnten die Ideale unserer Satzung nichts mehr ausrichten.

Dennoch waren die ersten Jahre unserer Bekanntschaft mit der Steuerbehörde recht einträglich. Begünstigt durch unser System, anfallende Kosten durch Mitgliedsbeiträge zu bestreiten, um so den aufschlagfreien Durchlauf der Waren zu ermöglichen, fielen die ersten Umsatzsteuererklärungen sehr zu unseren Gunsten aus. Die Aufrechnungen ergaben, daß die gezahlte Umsatzsteuersumme (Lieferantenrechnungen, organisatorische Ausgaben etc.) höher war als die durch den Erlös der Waren (Verkauf an Mitglieder) eingenommene Mehrwertsteuer. Die Differenz wurde jeweils vom Finanzamt erstattet. Das brachte einige Tausend Mark ein.

Das war dann wohl auch der Grund für die nachfolgenden Aktivitäten der Finanzbehörde. So langsam schien sie unser System begriffen zu haben, denn fortan betrachteten sie unsere Mitgliedsbeiträge als zu versteuernde Einnahmen (16%). Das Argument, daß die Kosten für den Geschäftsbetrieb (Lagermiete u.ä.) damit bestritten werden, war nicht von der Hand zu weisen. Nach einigen Verhandlungen, in denen die satzungsgemäßen ideellen Ziele unseres Vereins als Gegenargument genutzt werden konnten, kam es zu einer differenzierteren Regelung.

Seither werden 60% der Mitgliedsbeiträge als Kostenanteil des Geschäftsbetriebs versteuert, die restlichen 40% bleiben steuerfrei als Anteil unserer ideellen Arbeit. Damit können wir leben.

Je nach Jahresabrechnung halten sich Zahlungen durch und an das Finanzamt in etwa die Waage - mit kleinen Vorteilen für die staatliche Seite.

Darüber hinaus bedeutet die Erfassung unserer Kooperative durch das Finanzamt einiges an zusätzlichem Arbeitsaufwand. Die notwendige Aufbereitung aller Geschäftsbewegungen zur finanzamtstauglichen Bilanz bindet locker die Arbeitskraft von 3 Mitgliedern und füllt über die Jahre einen knappen Meter Aktenordner.

Lebensmittelkooperativen können ihre wirtschaftliche Gesundheit sicher ohne "Hilfe" des Finanzamtes unbürokratischer und zeitsparender aufrecht erhalten. Sie operieren dann allerdings im rechtlichen Graubereich.



10. Vernetzung und überregionale Zusammenschlüsse

Aufbruch zu größeren Strukturen.

Kapitel 10 berichtet über Anfänge und Versuche von Koops zur ideellen und praktischen Zusammenarbeit auf übergeordneter Ebene.

Food-Coops suchen den Kontakt zu regionalen Herstellern und Lieferanten und sind bei öffentlichkeitswirksamen Aktionen eher regional tätig.

An dieser Stelle wollen wir zeigen, daß es durchaus von Nutzen sein kann, auch einmal über den eigenen Tellerrand zu blicken: Zum einen ist es spannend, mal zu sehen, wo Menschen mit ähnlichen Interessen stehen, darüber hinaus ist es interessant, mit genau diesen Menschen zusammenzuarbeiten, um überregionale Strukturen mit neuen Möglichkeiten zu schaffen.

In diesem Sinne ist auch die **Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V. (BAG)** aktiv. 1986 schlossen sich einige Kooperativen aus dem gesamten Bundesgebiet zusammen zur Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V. (BAG). Die gemeinsame Interessenvertretung wurde notwendig, um sich dem Druck einzelner Bioläden zu erwehren. Diese sahen in den Koops nur billige Konkurrenten und nicht etwa MitstreiterInnen für eine Ökologisierung der Gesellschaft. Hauptdruckmittel war, Großhändler zum Boykott oder zur Benachteiligung von Lebensmittelkooperativen zu bewegen. Mittlerweile sind die Konflikte mit den Naturkostläden eher in den Hintergrund gerückt, da diese erkannt haben, daß die Lebensmittelkooperativen ihnen nicht die KundInnen wegnehmen und daß Kooperation langfristig fruchtbarer als Konkurrenz ist.

Die BAG koordiniert die bundesweite Zusammenarbeit der Lebensmittelkooperativen und strebt eine Zusammenarbeit mit anderen Organisationen an.

Folgende Ziele werden in der Satzung genannt:

- die Schaffung von mehr Absatzmöglichkeiten für Bio-Ware durch Koop-Neugründungen
- die Förderung regionaler Vermarktungsstrukturen
- die Entwicklung kooperativen Denkens und Handelns zwischen Erzeugern und Verbrauchern
- die Förderung ökologisch bewußten Alltagsverhaltens, wie Verpackungsvermeidung, kurze Transportwege

Bei der Bundeskontaktstelle wird Literatur zu Food-Coops gesammelt und auf Anfrage bereitgestellt.

Auf der jährlich stattfindenden Tagung der BAG und im mindestens zweimal jährlich erscheinenden "Koop-Telegramm" hat jede Koop die Möglichkeit, Kontakt zu anderen Kooperativen zu suchen und sich mit den anderen KooplerInnen auszutauschen. Schließlich muß nicht jede Food-Coop selbst die Fehler machen, aus denen andere schon gelernt haben.



Immer wieder wird auf den Treffen heiß diskutiert, wie die Kooperativen ihre politischen Ansprüche im konkreten Alltag verwirklichen können und wie die Zukunft aussehen soll und kann.

Die beteiligten Koops nutzen die Veranstaltungen der BAG, um gemeinsame Projekte zu planen. Auch dieses Handbuch nahm seinen Anfang als ein gemeinsames Projekt auf der Jahrestagung 1997

in Breckerfeld und wäre ohne die fleißige Mithilfe der bundesweit verstreuten KooplerInnen nicht denkbar gewesen.

Alle Arbeitsbereiche innerhalb der BAG werden ehrenamtlich übernommen. Von der Bundeskontaktstelle und diversen Regionalkontaktstellen werden Tips und Fragen zu Einkaufsgemeinschaften entgegengenommen und kompetent beantwortet. Ein Gründungsleitfaden gibt in kurzer Form Hilfestellung. Auch kann Suchenden der Kontakt zu einer Koop in der Nähe vermittelt werden, denn längst nicht alle Einkaufsgemeinschaften sind durch ihre Öffentlichkeitsarbeit bekannt. Sehr viele Adressen werden der BAG auch unter der Bedingung zugetragen, sie nicht in den Veröffentlichungen der BAG aufzuführen.

Die Bundeskontaktstelle sammelt neben den Adressen der Koops die von Großhändlern, welche Lebensmittelkooperativen beliefern.

Die Redaktion des Koop-Telegramms wechselt, Schwerpunkte im Koop-Telegramm sind:

- Modellprojekte vorstellen, die neue Wege zu kooperativem Handeln oder der Organisation einer Food-Coop aufzeigen
- gelungene Aktionen anderer Koops vorstellen
- aktuelle Nachrichten und Trends aus der Bio-Szene
- Veranstaltungen und Literatur, die für Koops von Interesse sind

Neben der BAG gibt es weitere Zusammenschlüsse, die auf regionaler Ebene arbeiten: Die **Berliner Food-Koops** arbeiten seit Jahren zusammen. Sie geben einen Rundbrief heraus und treffen sich regelmäßig, z.Zt. zweimal jährlich, am anstehende Probleme und Entwicklungen zu besprechen. Auch die **Sächsischen Verbrauchergemeinschaften** streben eine engere Zusammenarbeit an. Was aus kooperativen Zusammenschlüssen entstehen kann, zeigt der Ökomarkt e.V.

Ökomarkt-Verein

Anfang der 80er Jahre war es nicht so einfach, Produkte aus ökologischem Landbau zu bekommen. Menschen, die sich entsprechend ernähren wollten, schlossen sich deshalb in Hamburg zu Einkaufsgemeinschaften zusammen, um die Lebensmittel direkt vom Bauern zu beziehen und dann untereinander zu verteilen. Nach der Katastrophe von Tschernobyl 1986 stieg das allgemeine Interesse an Produkten aus ökologischem Anbau stark an. Im November 1986 gründeten Mitglieder von Einkaufsgemeinschaften den Ökomarkt e.V. als eine übergreifende Struktur. Er sollte die VerbraucherInnen über Bezugsmöglichkeiten informieren. „Markt“ war also nicht im Sinne einer Handelsorganisation gemeint, sondern sollte wie im alten Griechenland ein Ort der Kommunikation, des Austausches und der Weiterleitung von Informationen sein.

Schon im Herbst 1986 organisierten die Gründer der Vereins in der „Fabrik“ in Altona den ersten „Ökomarkt“. Bauern und Gärtner aus der Region boten ihre Produkte an. Weitere Ökomärkte folgten in den nächsten Jahren als Tagesveranstaltungen in der „Fabrik“, im „Rieckhof“ in Hamburg, 1989 drei Tage lang auf dem Rathausmarkt und später auch in verschiedenen Schulen. Der Ökomarkt kümmerte sich dabei um die Organisation und war mit einem Infostand vertreten.

1990 wurde von zwei Mitgliedern des Vereins und einigen ErzeugerInnen in Nienstedten der erste regelmäßige Wochenmarkt organisiert. Inzwischen gibt es 9 derartige Wochenmärkte für Ökoprodukte in Hamburg, die von einem privaten Wirtschaftsunternehmen organisiert werden, mit dem der Ökomarkt e.V. gern zusammenarbeitet.

Im Laufe der Zeit verbesserten sich so die Einkaufsmöglichkeiten für Öko-Produkte. Viele Mitglieder der Einkaufsgemeinschaften sahen nun keine Notwendigkeit mehr für diesen Zusammenschluß. Gab es vor zehn Jahren noch ca. 60 Einkaufsgemeinschaften in Hamburg, waren es nach einer Umfrage des Ökomarktes 1995 weniger als 20. Das Selbstverständnis des Ökomarkt e.V. wandelte sich mit dieser Entwicklung. Der Verein engagiert sich nun für den gesamten Bereich des ökologischen Landbaus mit dem Schwerpunkt der Aufklärung und der Information sowie der Entwicklung neuer Verkaufsmöglichkeiten. Hierzu gehört auch die Zusammenarbeit mit den traditionellen Organisationen der Landwirtschaft wie den Kammern, um das Thema „Öko“ auch hier zu einem festen Bestandteil zu machen.

Weitere Aktivitäten:

- Symposium zur Landbauwende 1988
- EG-Projekt in den neuen Bundesländern von 1990 bis 1992
- Ausstellung mit Begleitbroschüre
- Großküchenprojekt seit 1994
- Infostände
- ÖKOMARKT magazin, vierteljährl., Aufl. 15.000

Inzwischen arbeiten fünf Personen hauptamtlich (Zeitverträge) im Ökomarkt e.V. mit. Darüber hinaus wird jedoch noch immer sehr viel Arbeit ehrenamtlich geleistet. (Adresse siehe Anhang)

Welche Entwicklung einige Koops im Rheinland gemacht haben, wird im folgenden vorgestellt:

Vernetzung im Rheinland

Vorsätzliches

Für mich, dachte ich, sollte es ein leichtes sein, die von einigen Koops im Rheinland gegründete und getragene Gesellschaft für den Handel mit ökologischen Produkten, "Ökologisches Handeln" GmbH, vorzustellen. Schließlich war ich von Anfang an als einer der Vertreter meiner Koop dabei. Doch mein Eintauchen in die Geschichte dieses 1988 begonnenen Projektes macht mich zunehmend ratloser, wie ich die vielen Wege, Umwege und Holzwege, die wir seither beschritten haben, in verständlicher und einigermaßen kompakter Form vermitteln kann.

Zunächst hoffe ich, daß die Schwierigkeiten der Organisationsform Koop mit ihrem Wechselspiel von periodisch wiederkehrenden Phasen von Energie und Lethargie nicht näher erklärt werden müssen. Denn trotz langjähriger praktischer Erfahrung fehlt mir dafür immer noch eine schlüssige Erklärung. Wichtig ist allerdings, sich vor Augen zu halten, daß auch „Ökologisches Handeln“ und die Rheinische Arbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen (RAG) diesem Phänomen erbarmungslos ausgeliefert waren und sind.

Ein weiteres Merkmal von fast gesetzmäßiger Gültigkeit ist die Tatsache, daß sich kooperatives Handeln meist erst durch einen kräftigen Anstoß von außen in Bewegung setzt, sich dann aber unter günstigen Umständen in ungeahnter Kreativität entladen kann, um sich danach wieder langsam und behäbig aufzuladen. Doch nun zur Sache:

Die Vorgeschichte

Günstiger Umstand für die sich ab Mitte 1988 formierende Rheinische Arbeitsgemeinschaft war die drei Jahre vorher initiierte Vernetzung der Lebensmittelkooperativen in der Bundesarbeitsgemeinschaft (BAG). Daher bestand bereits ein loser Kontakt zwischen einzelnen Kooperativen, als der kräftige Anstoß von außen erfolgte. Genauer genommen war es kein Anstoß sondern ein Antrag, der einen Großteil der Koops beim damaligen Gebietsgroßhändler, der Kornkraft Genossenschaft/Krefeld, in die Vernetzung trieb. Da sollte auf der Generalversammlung der Genossenschaft über das Ende der Gleichbehandlung von gewerblichen (Läden u.ä.) und nicht gewerblichen Kunden (Koops, Einkaufsgemeinschaften) entschieden werden. Dies brachte die sonst doch eher vereinzelt vor sich hin werkelnden Kooperativen an einen Tisch. Insgesamt 16 Koops begannen mit den Proben zum Aufstand. Sie schafften es, die sonst eher passiven Altgenossen, die die Kornkraft einst als alternativen Handel begründet hatten, so zu aktivieren, daß der Antrag mit satter Mehrheit abgelehnt wurde. Ein Vorgehen, das nicht schlecht überraschte. Damit war die Sache jedoch keineswegs vom Tisch. Daß Lebensmittelkooperativen bei vereinzelt Naturkostfachgeschäften wesentlich mehr Furcht vor unliebsamer Konkurrenz hervorrufen als Freude über die Unterstützung der Bemühungen um eine Ökologisierung der Gesellschaft, gehört bis heute zum kooperativen Alltag. So mochten sich die betreffenden Initiatoren gar nicht mit der Ablehnung ihres bahnbrechenden Antrags abfinden und dachten ziemlich laut über einen Lieferantenwechsel nach. Eine prekäre Situation für den Großhändler, dessen Umsatz zu 90% auf gewerblichen Kunden gründete. Ein Boykott von nur wenigen umsatzstarken Abnehmern hätte zwangs-

läufig zu wirtschaftlichen Einbußen geführt und zwanzig Arbeitsplätze gefährdet. Angesichts der eisernen Entschlossenheit ihrer gewerblichen Mitgenossen verzichteten die Koops der RAG auf weitere Abstimmungserfolge. Ein 15%-iger Aufschlag für alle nicht gewerblichen Kunden, dreigegliedert zu je 5% begründet, war die Konsequenz. War die RAG bisher eine Schicksalsgemeinschaft, mauserte sie sich spätestens jetzt zu einem Verbund mit eigenständigen Strukturen. Durch tätige Entkräftung der zum Aufschlag führenden Argumente sollte die völlige Aufschlagsfreiheit der in der RAG zusammengeschlossenen Kooperativen wiedererlangt werden. Gespräche mit der Geschäftsleitung der Genossenschaft führten zu folgenden Ergebnissen:

- Reduzierung des Mehraufwandes, den Koops (angeblich?!) verursachen, durch gestraffte Logistik. Die Einrichtung regionaler Anlieferungspunkte für mehrere Koops reduzierte die Lieferadressen für den Großhändler von etwa 10 auf 3.
- Die Einführung der GLS-Abgabe für die RAG-Koop (siehe GLS-Fond) als Pendant zum BNN-Mitgliedsbeitrag der Gewerblichen (5%).
- Gewerbeanmeldung durch eine Privatperson (als Vorläufer der späteren GmbH), wodurch sich die Rechnungsstellung für den Großhändler von 10 auf 1 reduzierte. Die RAG hoffte auch in den Genuß des Schutzes des gewerblichen Verteilersystems zu kommen (mit weiteren 5% Aufschlag bedacht), zumal die nun notwendig gewordene interne Bestell- und Rechenungscoordination einer festen Person gegen Stundenlohn anvertraut wurde. Dennoch beharrte die Geschäftsführung des Großhändlers auf einem 5%-igen Aufschlag. Sie gewährte, nachdem die RAG auch noch die Belieferung der regionalen Anlieferungspunkte in Eigenregie übernommen hatte, lediglich einen weiteren Rabatt von 2% für Selbstabholung. Daraufhin beendeten die Kooperativen der RAG ihre z.T. langjährige Beziehung zum Großhändler und verließen die Genossenschaft. Neue geschäftliche Kontakte wurden geknüpft, das Regionallager Düren, später Düsseldorf, wurde zum zentralen Anlieferungsort ausgebaut, von wo aus die Waren den Weg in die beteiligten Koops fanden.

Der lange Weg zur „Ökologisches Handeln“ GmbH

Die bisher gesammelten Erfahrungen im Umgang mit den praktischen Aspekten der Warenverteilung und das in der Auseinandersetzung mit den Gewerblichen geschärfte Selbstverständnis der Kooperativen führte schnell zu einer Einigung auf allgemein gültige Handelsstrukturen. Wesentlich schwieriger und entsprechend langwieriger gestaltete sich die Suche nach einer adäquaten, rechtsfähigen Konstruktion des Unternehmens.

1. Grundlagen und interne Strukturen

Angestrebt wurde ein Verteilersystem, das befreit von den marktwirtschaftlichen Zwängen die Vorteile des kooperativen Handelns auch auf übergeordneter Ebene beinhaltet. Die Warenpreise sollten möglichst niedrig, die Kosten möglichst gering, die internen Vorgänge möglichst transparent und die Beteiligung und Verantwortung der einbezogenen Haushalte möglichst umfassend gestaltet werden.

Diese Grundideen waren maßgeblich für die Ausprägung der spezifischen Handelsstrukturen von „Ökologisches Handeln“.

Gewinnfrei und kostendeckend

Größtmögliche Preistransparenz bedeutet, daß die gehandelten Waren ohne prozentualen Aufschlag vom Lieferanten an die Koops weitergeleitet werden. Die Kosten der Gesellschaft werden gesondert über eine feste monatliche Pauschale pro Haushalt (z. Zt. 7,50 DM) bestritten. Diese umsatzunabhängige Kostenbeteiligung belohnt – anders als bei Aufschlägen auf den Warenpreis – die Endverbraucher, die große Teile ihres Bedarfs mit biologischen Lebensmitteln decken. Gegenüber einem Kostenaufschlag von nur 10% bringt ein Monateinkauf über 250 DM bei „Ökologisches Handeln“ schon eine Ersparnis von 17,50 DM.

Mitarbeit aus den Kooperativen

Alle bei „Ökologisches Handeln“ anfallenden Arbeiten werden, wo dies sinnvoll und möglich ist, von Mitgliedern der Kooperativen erledigt. Warenannahme, Unterverteilung der Ware, Kontakte zu Erzeugern oder neuen Lieferanten werden unentgeltlich im Rahmen dieser Arbeitsverpflichtung geregelt. Dies spart Kosten und macht das Projekt für alle auf praktischer Ebene erfahrbar. Zur Stärkung koopübergreifender Kontakte werden größere Arbeitsvorgänge neuerdings von Personen aus verschiedenen Koops erledigt.

Geschäftsführung/Koordination

Bestell- und Rechenkoordination liegen in der Verantwortung der Geschäftsführung und werden gegen Stundenlohn abgegolten.

Orientiert an den jährlich festgelegten Bestellterminen, verlaufen Anlieferung, Unterverteilung und nachfolgende Abholung der Waren durch die Kooperativen in einem festen Rhythmus. Zentraler Umschlagplatz ist ein kleines Lager in Düsseldorf, wo auch einige wenige Produkte mit langer Haltbarkeit bereitstehen und nach Bedarf neu geordert werden.

Zur Finanzierung der jeweiligen Lieferung sind alle Waren schon bei der Bestellung zu 80%, orientiert am zuletzt gültigen Preis, zu zahlen. Die endgültige Rechnung erfolgt nach Abholung durch die Koops gemäß der tatsächlich erhaltenen Waren. Dies ist eine notwendige aber problemanfällige Regel des gemeinsamen Handelns, da sich die in den Koops latent vorhandene nachlässige Zahlungsmoral auf der übergeordneten Ebene von „Ökologisches Handeln“ potenziert.

Sonstige Grundlagen

Demokratische Strukturen der Kooperativen, ihre Beteiligung am GLS-Fond (siehe unten) und die Bereitschaft, sich mit einem Darlehn von z. Zt. mindestens 250 DM/Haushalt an der Finanzierung des Stammkapitals der GmbH zu beteiligen, sind weitere Grundvoraussetzungen für die Teilnahme am gemeinsamen Handeln.

2. Rechtlicher Rahmen

Der Inhalt sucht eine Form

So schnell und relativ problemlos die Einigung auf eine Basisstruktur zur Versorgung durch „Ökologisches Handeln“ vollzogen werden konnte, so schwierig und langwie-

rig gestaltete sich die Suche nach der günstigsten formalrechtlichen Konstruktion des Unternehmens. Die Frage war, in welcher der möglichen Formen - Genossenschaft, GmbH (& Co. KG) oder gar Wirtschaftlicher Verein - der kooperative Charakter am ehesten satzungsmäßig zu verankern war. Geregelt werden sollte eine weitgehende Beteiligung der angeschlossenen Verbraucherhaushalte an den Geschicken des Unternehmens durch Übernahme von Verantwortung, somit vor allem auch eine weitgestreute Absicherung des wirtschaftlichen Risikos.

Ein erster Entwurf von Vertretern der Krefelder Koop Doppelkorn sah eine Dienstleistungs-GmbH vor, gegründet und verantwortlich geleitet von drei Privatpersonen. Eine aus den Reihen der Koops rekrutierte Co. KG sollte dem gemeinschaftlichen Anspruch Rechnung tragen. Dieses Modell schien vielen als zu privatwirtschaftlich orientiert. Sie favorisierten eine Lösung, die den Koops direktere Einflußmöglichkeiten auf den Geschäftsbetrieb gewähren sollte. Folge der äußerst heftig geführten Auseinandersetzung über die ideologische Ausrichtung des angestrebten Gemeinschaftsunternehmens war der Rückzug von Doppelkorn inklusive Modell aus der RAG.

Unter notdürftiger rechtlicher Absicherung des Privatgewerbes funktionierte die Versorgung der Kooperativen zufriedenstellend. Gemäß der alten Weisheit, daß voller Bauch nicht gern studiert, erlahmten die Aktivitäten zur formellen Verankerung des Projekts fast vollständig. Schließlich wagte doch eine kleine Gruppe „mut-williger“ Pioniere den Vormarsch aufs äußerst trockene Terrain des Gesellschaftsrechts. Ohne nennenswerte juristische Grundlagen, aber ausgestattet mit ziemlich klaren inhaltlichen Vorstellungen und unterstützt von diversen „Fachleuten“ aus dem persönlichen Umfeld, gelang ein neuer Entwurf. Ein ziemlich kompliziertes Konstrukt, das nach mehreren Erklärungsversuchen tatsächlich die Billigung aller Kooperativen fand. Vor allem wohl deshalb, weil 1. niemand Lust verspürte, tiefer in die staubtrockene Materie einzutauchen, und 2. der dritte Statthalter des Privatgewerbes das Ende seiner Tätigkeit definitiv angekündigt hatte. Glücklicherweise fand die RAG in dem Notar, der zwecks Beglaubigung des bewilligten Entwurfes konsultiert wurde, einen Professor für Gesellschaftsrecht. Er sah kein Problem, den inhaltlichen Vorstellungen auch auf weniger verschlungenen Wegen gerecht zu werden, und brachte sie in einem einfachen GmbH-Vertrag unter.

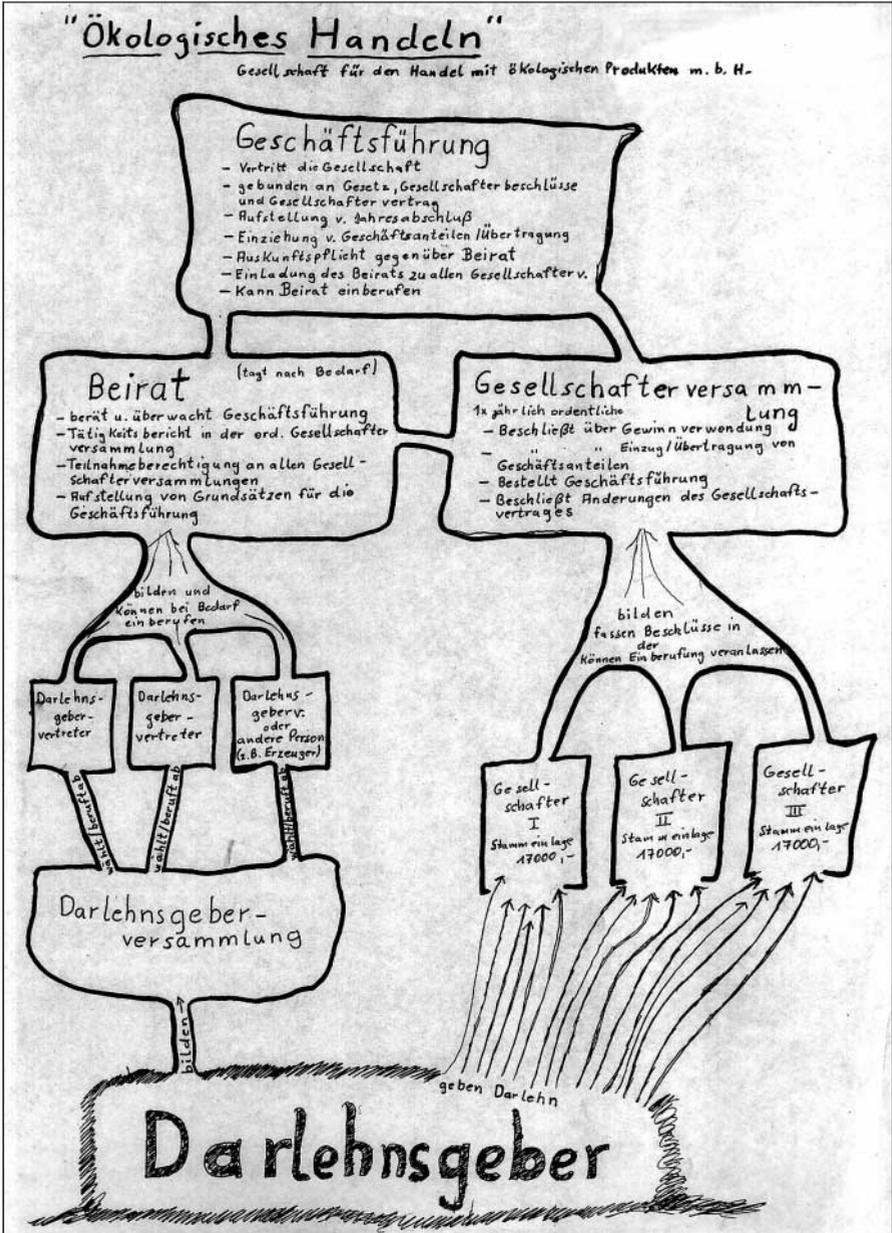
Letzte Gewißheit, daß er den besonderen Sinn von „Ökologisches Handeln“ verstanden hatte, offenbarte sein Wunsch, den Lohn für seine Bemühungen in Naturalien (gute ökologische Weine etc.) zu erhalten (natürlich entgegen der üblichen Praxis unseres Handelns gebührend beaufschlagt, da er ja in keiner Koop Mitglied war).

Im Januar 1994 übernahm „Ökologisches Handeln“ als GmbH in Gründung die Versorgung der RAG -Koops und wurde im April ins Handelsregister eingetragen.

Der Inhalt in passender Form

Als Gesellschafter der GmbH fungieren drei Personen, die einen gleich großen Anteil am Stammkapital der Gesellschaft (3 x 17.000 DM = 51.000 DM) halten. Zusammengetragen werden diese Anteile durch zweckgebundene Darlehn der Koop-Haushalte. Geregelt wird dies im Darlehensvertrag zwischen Darlehensgeber (Koop-Mitglied) und Darlehensnehmer (Gesellschafter). Die Übernahme von Darlehn durch die Kooperati-

ven ist Bedingung für die Teilnahme am gemeinsamen Handeln. So ist die Gewähr-
 ung bzw. Kündigung von Darlehn ein Weg, Einfluß auf die Geschieke der Gesell-
 schaft zu nehmen.



Wesentlich konstruktivere Möglichkeiten der Mitgestaltung bietet der Gesellschaftsvertrag. Die satzungsgemäß mindestens ein Mal jährlich stattfindenden Darlehensgebersversammlung sichert das Recht der Mitglieder auf direkte Information und Mitgestaltung. Darüber hinaus hat der dort gewählte Beirat während des gesamten Geschäftsjahres Einblick in die Vorgänge der Gesellschaft. Er berät und kontrolliert die Geschäftsführung. Alle wichtigen Entscheidungen bedürfen seiner Zustimmung.

Wirklichkeit von „Ökologisches Handeln“

Vergleicht man Vorstellungen und Utopien aus der Anfangsphase der Zusammenarbeit mit dem derzeitigen Status quo, ergibt sich folgendes Bild:

1. Die Anzahl der versorgten Koops hat sich reduziert. Waren bei Beginn der zentralen Belieferung noch ca. 400 Haushalte am Projekt beteiligt, sind es zur Zeit noch knapp 100 Haushalte auf 7 Koops verteilt.
2. Die aktiven Arbeitskreise der Anfangszeit haben ihre Arbeit längst eingestellt. Teile ihres Aufgabenbereichs werden gebündelt von der Geschäftsführung und dem allerdings recht gut funktionierenden Beirat erledigt.
3. Die RAG als ideeller Zusammenschluß hauchte vor ca. 3 Jahren sang- und klanglos ihr Leben aus. Bisher ist eine Fortsetzung ihrer Arbeit auf der Ebene von „Ökologisches Handeln“ nur ansatzweise zu finden.
4. Die Schaffung eines kooperativen Warenprofils, d.h. eine kritische Auseinandersetzung mit dem Warensortiment findet nur in Einzelfällen statt. Es existieren keine gemeinsam beschlossenen Kriterien für die Waren- und/oder Lieferantenauswahl.
5. Die Identifikation der angeschlossenen Haushalte mit „Ökologisches Handeln“ gelingt nur in bescheidenem Rahmen.

Angesichts der anfangs hoch gesteckten Ziele ist dies eine eher ernüchternde Bilanz. Daß jedoch die von einem Haufen Lebensmittelkooperativen unterschiedlichster Struktur organisierte Zusammenarbeit in einer solch verbindlichen Ausgestaltung auf Jahre hin Bestand hat, ist uneingeschränkt positiv zu bewerten. Die internen Abläufe und Strukturen sind nach den wechselhaften Anfangszeiten gefestigt. Eine engagierte Geschäftsführerin sorgt in Auseinandersetzung mit einem nicht minder engagierten Beirat - unterstützt durch interessierte Personen aus einzelnen Koops - für einen den Umständen entsprechend guten Fortgang des Projekts.

Dennoch ist die Existenz von „Ökologisches Handeln“ keineswegs gesichert. Der Verlust von 3/4 der ursprünglich beteiligten Haushalte hat vor allem auf der Kostenseite eine kaum zu schließende Lücke hinterlassen. Die Gründe für den Mitgliederschwund sind vielfältig: Natürlich führten Experimentierfreude und Unerfahrenheit der Betreiber des Projekts zu ungewöhnlichen, manchmal ungünstigen Abläufen in der Organisation der Versorgung, die ob des Prinzips der Mitarbeitsverpflichtung ohnehin keinen Anspruch auf Dienstleistung erhebt. Das verlangt Flexibilität und tätiges Engagement. Mancher Koop fiel es schwer, diese „offene Handelsgesellschaft“ als aktiv zu gestaltendes Gebilde zu begreifen. Des weiteren sorgten zuletzt Mitgliederschwund in den angeschlossenen Koops und vor allem die Auflösung der mit 50 Haushalten größten Koop im Verbund für eine Situation, die ohne große Übertreibung als Tanz auf dem Drahtseil bezeichnet werden kann.

Alle Versuche, neue Koops für „Ökologisches Handeln“ zu begeistern, verliefen bis auf eine Ausnahme im Sande. Der erhöhte Arbeitsaufwand, den der Großhandel in Eigenregie erfordert, übersteigt in den meisten Fällen die Leistungsbereitschaft der oft nur als Bestellgemeinschaft organisierten Verbraucherzusammenschlüsse. Der zur Zeit eher bescheidene Umsatz verhindert die Verwirklichung mancher ursprünglichen Idee des Projektes. Beispielsweise bleiben die direkte Zusammenarbeit mit Herstellern und Importeuren in Bezug auf Verpackung, Gebindegrößen und Pfandsysteme ebenso Zukunftsmusik wie die Schaffung eines alternativen Modells gegen die zunehmende Tendenz zur biologischen Konsumgesellschaft mit marktwirtschaftlicher Prägung.

Die kommenden Jahre werden zeigen, ob noch genug Bedarf für diese Form der wirtschaftlichen und ideellen Zusammenarbeit von Koops im Rheinland besteht oder ob „Ökologisches Handeln“ seine Tätigkeit mangels Interesse einstellen wird.



11. Politisches

Jenseits des Hungers.

Food-Koops als Ort gesellschaftspolitischer Auseinandersetzung und Veränderung. Kapitel 11 beschreibt Möglichkeiten, Ansätze und konkrete Projekte.

Ein Blick ins Geschäft

Versuch eines marktuellen Überblicks

Die alternativen Zeiten der gewerblichen Biovermarkter sind passé. Die alte kollegiale Aufteilung des Großhandels in geographische Einzugsbereiche gilt schon lange nicht mehr. Statt dessen herrscht marktwirtschaftlicher Fusions- und Verdrängungswettbewerb.

Bioläden alter Prägung sind dem modernen Naturkostfachhandel gewichen, dessen Warenangebot keine Wünsche der sich erweiternden Kundschaft offen läßt: Tomaten im Dezember und Kartoffel-Püree-Kloß-Pulver aus der Tüte ermöglichen kontrolliert biologischen Genuß in konventioneller Eßgewohnheit. Irritierende Fragen nach dem ökologischen Unsinn weitgereister Früchte, dem ernährungsphysiologischen Leerwert hochverarbeiteter Lebensmittel werden der konsumorientierten Vermarktung geopfert, die nichts an der Entfremdung des Menschen von Natur und Umwelt ändert und eher Pionierarbeit leistet für den Einstieg der Großen der Lebensmittelbranche ins biologische Geschäft.

In den Regalen der Lebensmittelketten findet kbA-Ware unter eigenem Label (Füllhorn bei Rewe, Grünes Land bei Extra) seinen festen Platz zu immer günstigeren Preisen.

Von der einfachen Formel „Preise runter, Umsatz rauf“ erhoffen sich Wirtschaftsfachleute im Ökobereich neue Impulse zur Vergrößerung der biologisch bearbeiteten Anbaufläche, was prinzipiell zu begrüßen ist. Geschieht dies aber auf Kosten einer Abhängigkeit der Erzeuger und Verarbeiter vom Handel, wie es im konventionellen Bereich die Regel, ist wenig damit gewonnen.

Bereits jetzt bedroht der einsetzende Preisverfall für kontrolliert biologische Milcherzeugnisse die kleinen dezentralen Bio-Molkereien in ihrer Existenz. Die biologische Landwirtschaft wird mit Preisen entlohnt, die dem höheren Arbeits- und Kostenaufwand gegenüber der industriellen Bewirtschaftung der konventionellen Höfe in keiner Weise mehr entspricht. War in der Vergangenheit für manchen kleinen Hof die Umstellung auf biologische Bewirtschaftung eine Alternative zur drohenden Aufgabe der Landwirtschaft, setzt nun auch in diesem Bereich die allgemeine Tendenz zum Niedergang kleinbäuerlicher Strukturen ein.

Sinkende Preise für die Erzeugnisse sind nur durch höhere Produktion aufzufangen, die bei extensiver Wirtschaftsweise nur von Höfen mit großer Anbaufläche und entsprechend maschineller (= teurer) Ausrüstung zu leisten ist. Der Weg zur zentralen Vermarktung mit all seinen ökologischen und sozialen Nachteilen (lange Transportwege, anonyme Erzeugnisse etc.) wird eine weitere unabdingbare Folge dieser Entwicklung sein.

Daß eine gesteigerte Versorgung der Gesellschaft mit kbA-Ware, unter Beibehaltung der herrschenden wirtschaftlichen Strukturen, die einen Großteil Verantwortung tragen für die Zerstörung von Lebensräumen hier wie in den Ländern der sog. Dritten Welt, eine wirkliche Veränderung zu Gunsten der Lebensgrundlagen bringt, ist stark zu bezweifeln.

Jenseits des gewerblichen Zweigs der Vermarktung biologischer Waren existiert von jeher die Bewegung einzelner Verbraucher, sich in Lebensmittelkooperativen zusammenzuschließen. Wegen fehlender Marktstrukturen in den siebziger Jahren aus der Not geboren, entwickelte sich diese Form des nicht-gewerblichen Handelns trotz oft sehr lockerer interner Strukturen zu einem eigenständigen und wichtigen Modell einer kostengünstigen Versorgung mit ökologischen Produkten.

Arbeit statt Geld

Eines der zentralen Motive zur Gründung einer oder zum Anschluß an eine Lebensmittelkooperative ist der vergleichsweise günstige Einkauf. Durch Übernahme und Verteilung der notwendigen Dienstleistungen des Naturkostfachhandels auf viele Schultern kann die Ware direkt beim Großhandel oder Erzeuger geordert werden. Für den einzelnen Koophaushalt rechnet sich das erst ab einem gesteigerten Bedarf an ökologischen Produkten und/oder wenn die gemeinsamen Mühen als Lustgewinn, sinnvolle Freizeitbeschäftigung etc. auf dem persönlichen Habenkonto verbucht werden können. Die Absicht, mit möglichst wenig Aufwand billig einzukaufen, taugt wenig für eine glückliche Koop-Mitgliedschaft, führt meist zu Ärger in der Gruppe und zum baldigen Wiederaustritt oder gar Rauswurf aus der Gemeinschaft.

Die vorteilhafte Warenbeschaffung wird erkauf durch den Arbeitsanteil eines jeden an der Organisation des gemeinsamen Handelns und aktives Mitwirken an diesbezüglichen Entscheidungen. Die Förderung des biologischen Anbaus durch Konsum findet Ergänzungen:

Der gemeinsame Großeinkauf bietet Möglichkeiten, den Weg der Waren zum Endverbraucher ökologisch sinnvoller zu gestalten. Der Kauf von Großgebinden senkt nicht nur den Preis, auch die Hausmüllberge werden kleiner, wenn durch findige interne Pfand- und Abfüllsysteme unnötige Verpackung überflüssig wird.

Nicht nur das WIE, auch das WAS obliegt der gemeinsamen Entscheidung. Welche Waren finden warum den Weg ins Sortiment der Koop? Lohnt die Mühe, das Getreide vom benachbarten Erzeuger selbst zu holen statt den billigen (subventionierten) kanadischen Weizen bequem per Großhandel frei Haus zu ordern? Kommt der Apfelsaft vom örtlichen Obstwiesenprojekt in die Regale, auch wenn oder gerade weil über einen Aufpreis die Aufforstung der Weiden mit alten Hochstammsorten und deren Pflege bezahlt wird? Ist kbA ein absolutes Muß oder gilt die Sympathie dem kleinen Landwirt aus der Umgebung, der sich aus welchem Grund auch immer keinem Anbauverband anschließen möchte, dafür aber mit seiner persönlichen Integrität für die biologische Qualität seiner Produkte einsteht?

Die notwendige Beschränkung auf ein Sortiment, das den Ansprüchen aller Mitglieder in etwa entspricht (Konsensfähigkeit als kooperative Grundtugend), läßt so manchen Werbefeldzug professioneller Vermarktungsstrategen ins Leere laufen; Cash &

Carry und Konsum im Bio-Fast-Food-Tempo kapitulieren vor den langsamen, oft auch quälend langsamen kooperativen Entscheidungsprozessen. In einer von schnellen Geschäften und zunehmender Rationalisierung geprägten Zeit wirken die meisten Lebensmittelkooperativen angenehm anachronistisch.

Wen wundert's, denn hier wird Zeit statt Geld investiert, um die Kosten für die erforderliche Infrastruktur auf kleinstem Niveau zu halten, egal ob sie über Aufschläge auf den Warenpreis oder Mitgliedsbeiträge erwirtschaftet werden.

Keiner macht Kasse und alle Gewinn

Warenvorauszahlung, Einlagen, Aufschläge ... jede Koop entwickelt ihr eigenes System der Finanzierung und Zahlungsmodalitäten, angepaßt an die Erfordernisse ihrer speziellen Organisation. Oft übernehmen die Mitglieder selbst die Verantwortung für die korrekte Abrechnung und Bezahlung ihrer Einkäufe. Der intensivere Umgang mit der Ware und ihrem Preis schützt vor blindwütigen Konsumorgien und fördert einen realistischen Blick aufs eigene Budget. Für alle einsehbare Kontenblätter o.ä. machen diese Vorgänge transparent - ein ungewöhnlich offener und vertrauensvoller Umgang in finanziellen Dingen, die allgemein eher der Privatsphäre zugeordnet werden.

Nachlässigkeiten und mangelnde Selbstdisziplin führen in diesem System, das bewußt auf die überwachende Autorität von Kassierern und Kassiererinnen verzichtet, zwangsläufig zu Ärger mit der Gruppe, wenn etwa verspätet eingehende Zahlungen die ohnehin dünne Finanzdecke der Koop schwächen. Interne Sozialkontrolle und folgende Auseinandersetzungen untereinander sind nicht gerade angenehm, bieten jedoch den Beteiligten wesentlich bessere Voraussetzungen zur persönlichen Entwicklung als knallharte Sollzinsforderungen von Geldinstituten.

Daß sich Kooperativen mit bewußtem Mißbrauch des untereinander praktizierten Vertrauens (Fachjargon: Eigentumsdelikte) herumschlagen müssen, ist bei funktionierenden Gruppen selten bis unbekannt, so daß die gemeinsame Sorge um einen gesunden Koophaushalt die Erfahrung im Umgang mit Geld um eine außergewöhnliche Variante bereichert.

Vom Kunden zum Teilhaber

Lebensmittelkooperativen stärken die Selbstbestimmungsmöglichkeiten der VerbraucherInnen in einem zentralen Bereich des alltäglichen Lebens. Die Entscheidung, diese Art der Vermarktung biologischer Lebensmittel aktiv mitzugestalten, ist auch eine politische Äußerung und begegnet der immer rascher fortschreitenden gesellschaftlichen Tendenz zur Vereinzelung und Aufspaltung in immer kleinere Einheiten mit einem persönlichen Modell:

- Kommunikation statt stummer Kundenschlangen vor piependen Scannerkassen
- Einkauf im eigenen Laden in persönlicher Atmosphäre als kultureller Gewinn
- Engagementfördernde Identifikation
- Transparenz der organisatorischen Abläufe und internen Vorgänge, die das Erleben der Struktur als dynamisch und veränderbar ermöglichen (abhängig von der gemeinsamen Ideenvielfalt und Tatkraft).

Kooperatives Handeln geht somit weit über jede Warenbeschaffung auf Sammelbestellerniveau hinaus. Kooperatives Handeln ist ein soziokultureller Lernprozeß, der den teilhabenden Menschen ein Stück mehr Verantwortung für Ernährung und Mitwelt überläßt. Dies ist gemeinsamer Nenner aller Lebensmittelkooperativen und Grund für ihre Vielfalt in Aufbau und Ausrichtung.

Natürlich birgt dieses Mehr an Verantwortung auch Risiken:

Schimmelt zuviel bestellter Käse vor sich hin, vertrocknen Salat und Gemüse, fallen Herden von Kornkäfem übers Getreide her ... Mitgefangen, mitgegangen. Das Unheil trifft keinen verzweifelnden Naturkostfachgeschäftsinhaber. Auch solchen weniger angenehmen Aspekten des Handelns ist kooperativ zu begegnen, und allen droht der Griff ins Portemonnaie, um auflaufende Verluste abzufangen.

So manche Koop ist darüber schon an den Rand der Auflösung und weiter geraten. Finanzielle Mißwirtschaft und/oder organisatorisches Durcheinander stören nicht nur nachhaltig das Funktionieren des miteinander Handelns. Andauerndes Krisenmanagement laugt auf Dauer auch ein noch so lebendiges Engagement aus. Dann bleibt nichts mehr davon übrig für all die schönen Ideen und Ideale jenseits von Eigenversorgung durch gemeinschaftliche Warenbeschaffung.

Darf's etwas mehr sein?

Meist schwirren sie phantomhaft durch den Raum, kaum angesprochen, verhalten sie von betreten ratlosem Schweigen der Anwesenden begleitet im Verdrängungsprozeß des schlechten Gewissens. Frustrierte Vertreter dieses wichtigen Aspekts im Koop-Gedanken bemängeln sporadisch den rein wirtschaftlichen Charakter der gemeinsamen Initiative und vermögen sie nicht mehr zu entdecken: **die ideellen Zielsetzungen** – den Wunsch, mit dem Betreiben einer Lebensmittelkooperative auch ökopolitische Wirkung zu erzielen.

Es ist kein neues Problem, daß sich in locker gefügten Interessensgruppen die einzeln eingebrachten Kräfte neutralisieren statt summieren und das Kreisen um interne Schwierigkeiten untereinander das gemeinsame Handlungspotential nach außen entscheidend schwächt. Allzu oft versackt die interne Diskussion um den richtigen Weg der Lebensmittelkooperative zwischen Eigennutz und Idealismus im Niemandsland von Moral und Selbstzufriedenheit, statt in gemeinsamer Aktion zur Ökologisierung unserer Gesellschaft zu münden.

Je besser eine Kooperative den Ablauf von Warenbeschaffung und -verteilung mit all seinen Erfordernissen organisiert, desto größer wird der Freiraum für eine gemeinsame Auseinandersetzung über die Dinge jenseits des Hungers. Sicher wird es nie gelingen, alle Mitglieder gleichermaßen in diese Auseinandersetzung hineinzuziehen, geschweige denn für Aktionen zu gewinnen, die über den notwendigen Rahmen des Koop-Geschehens hinausgehen.

Ein kleinerer Kreis von „Aktivisten“, der sich getragen durch die Unterstützung der Gruppe voller Elan daran macht, Ideen und Konzepte für ökologisch orientierte Projekte zu entwerfen und in die Tat umzusetzen, arbeitet ohnehin effektiver, trägt nach gelungenem Verlauf zum gesteigerten Selbstverständnis aller bei und weckt zusätzlich außerhalb der eigenen Reihen Interesse am kooperativen Handeln.

Was tun? ... Was tun!

Im Hinblick auf den möglichst effektiven Einsatz der Kräfte scheint das Engagement von Food-Coops im weiten Feld der großen Umweltpolitik wenig sinnvoll. Hier empfiehlt sich eher eine Zusammenarbeit mit bzw. Unterstützung von überregional agierenden Verbänden und Vereinen wie Gen Ethisches Netzwerk, Greenpeace, BUND etc.

Food-Coops, die ihren Aktionsradius über den Dunstkreis der eigenen Kochtöpfe hinaus ausdehnen wollen, dürften auf der Suche nach lohnenden Betätigungsfeldern leicht fündig werden.

Kleine regionale Projekte eignen sich hervorragend für eine befriedigende Anwendung überschüssiger kooperativer Energien. Sie ermöglichen eine breite Beteiligung und begünstigen einen überschaubaren und erfolgreichen Verlauf der Aktion.

Ansatzpunkte für solche Projekte bietet der Koop-Alltag mit seinen vielfachen Erfordernissen und Kontakten.

Fast jede Koop bezieht einen Teil ihrer Waren direkt vom Erzeuger. In der Region ansässige Hersteller biologischer Produkte werden als Lieferanten genutzt. Meist entwickelt sich so im Laufe der Zeit eine Verbindung, die über den geschäftlichen Rahmen hinaus Austausch ermöglicht und Einblick in die jeweilige Situation erlaubt. Was liegt näher, als hier durch tatkräftige Unterstützung das Fortkommen ökologischer Ideen zu sichern:

Abnahmegarantien helfen Höfen und Herstellerbetrieben beim Absatz ihrer Produkte. Vor allem Betrieben in Umstellung und Neueinsteigern kann so der Weg durch die ersten schwierigen Jahre erleichtert werden.

Personelle Unterstützung macht im arbeitsintensiven Bereich der Landwirtschaft Sinn. Situationen, in denen spontan viele helfende Hände gebraucht werden, ergeben sich immer wieder und nur die wenigsten Höfe können es sich leisten, dann auf bezahlte Arbeitskräfte zurückzugreifen.

Der Arbeitseinsatz der Düsseldorfer Koop „Alles Möglich“ bei der Kartoffelernte ist ein nachahmenswertes Beispiel für zupackendes Engagement von Lebensmittelkooperativen.

Dabei muß es nicht immer handfest zugehen. Der Produktionsprozeß läßt den Betrieben oft nur wenig Zeit, sich ergänzendes Material etwa über rechtliche Fragen oder wissenschaftliche Untersuchungen zu beschaffen. Auch hier können Koops ihre Hilfe anbieten, indem sie sich um die gewünschte Literatur kümmern oder Informationen von Ämtern einholen.

Führen Gesetze und Verordnungen – in der EG-Agrarbürokratie überaus zahlreich vertreten – zur Beeinträchtigung der konsequent biologischen Arbeitsweise und Vermarktung, kann eine Food-Coop als Zusammenschluß aktiver Verbraucherinnen und Verbraucher auf unkonventionelle Weise reagieren. Ein in enger Zusammenarbeit erworbenes Vertrauen mag Wege finden, die dem an Buchstaben des Rechts gebundenen Sachbearbeiter verborgen sind und es besser auch bleiben. Dies soll kein Hinweis auf konspiratives, sondern kreatives Miteinander sein, orientiert an sozio-ökologischen Grundsätzen.

Wie so etwas aussehen kann, mag ein Beispiel aus der Voreifel verdeutlichen:

Einer Demeter-Hofgemeinschaft, Lieferant der Koop Schmatzkram, wurde nach einer Routinekontrolle durch das Veterinäramt die Vermarktung ihres Rohmilchgoudas untersagt. Grund war die Überschreitung der für Rohmilchprodukte äußerst eng gefaßten gesetzlichen Normen in Bezug auf den Keimgehalt. Kurzfristig war diesem Problem nicht beizukommen. Notgedrungen wurde die Produktion vorerst umgestellt und die Milch vor dem Verkäsen pasteurisiert.

Wissenschaftlich begleitet durch Experten der Universität Bonn begann die Suche nach Verbesserungsmöglichkeiten der mikrobiologischen Produktionsbedingungen, ausgehend von der Fütterung und Haltung des Milchviehs bis zur Fertigung des Käses. Es liegt auf der Hand, daß dieser Mehraufwand, bei gleichzeitigem Absatzrückgang, die Hofgemeinschaft sowohl finanziell als auch in arbeitstechnischer Hinsicht enorm belastete.

Anders als mancher Einzelkunde entschloß sich Schmatzkram zum Verzicht auf den naturbelassenen Rohmilchgouda und blieb in vollem Umfang Abnehmer bei der Hofgemeinschaft. Durch den koop-eigenen GLS-Fonds (siehe ff) gelang es, die finanzielle Belastung des Hofes abzufedern. Darüber hinaus beschäftigte sich eine kleine Arbeitsgruppe theoretisch mit dem Problem: Sie holte Stellungnahmen von Ministerien ein, schrieb Verbände oder kompetente Einzelpersonen an und suchte nach Erzeugern mit ähnlichen Problemen. Diese Bestandsaufnahme sollte die (sicher minimale) Chance auf Veränderung der wissenschaftlich durchaus nicht unumstrittenen, engen Grenzen der Milchverordnung ausloten, in der Hoffnung, damit einen Beitrag zur Sicherung der Rohmilchproduktion in Deutschland zu leisten.

Wirkungsvolle finanzielle Unterstützung ökologischer Projekte dürfte vielen Kooperativen nur als theoretische Variante möglicher Förderung erscheinen. Denn denkbar selten weisen Koop-Kassen nennenswerte positive Beträge aus, was nur logisch ist. Lebensmittelkooperativen arbeiten kostendeckend und streben nicht nach Gewinn. So bedarf es besonderer Maßnahmen, sollte dennoch eine finanzielle Förderung von Projekten beabsichtigt werden.

Im Einzelfall kann dies durch gezielte Sammelaktionen der beteiligten Haushalte bewerkstelligt werden. So gelang es der Bochumer Mei-Coop, einem jungen Unternehmen (Tooka Tofu & Aufstriche) den Start ins Geschäft mit einem zinslosen Darlehen zu sichern, das noch heute „vertilgt“ wird.

Eine besondere Variante zur Anhäufung von Fördergeldern ist das Modell der Rheinischen Arbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen - „Ökologisches Handeln“ GmbH.

1989 vereinbarten die in der Rheinischen Arbeitsgemeinschaft (RAG) zusammengeschlossenen Kooperativen „bis zu 5%“ vom Wareneinkauf in einen gemeinsamen Fonds zur Förderung ökologischer Projekte einzuzahlen, aus dem auf Antrag Gelder vergeben werden können. Den Namen **Geben-Leihen-Schenken** erhielt der Fonds, weil das zur Geldanhäufung erforderliche Konto bei der Bochumer „**Gemeinschaftsbank für Leihen und Schenken**“ eröffnet wurde. Trotz einer im Grunde erfolgreichen Bilanz - bisher wurden ca. 20.000 DM an Fördermitteln vergeben - ist diese freiwillige Vereinbarung immer wieder Objekt einer lebendigen internen Diskussion.

Der GLS-Fonds der Kooperativen im Rheinland, „Ökologisches Handeln“ GmbH und sein Ableger bei Schmatzkram e.V. Zülpich

Die Idee, sich auch finanziell an der Förderung ökologischer Projekte zu beteiligen, ist ein Produkt der scheinbar immerwährenden Auseinandersetzung zwischen gewerblichem Handel und Food-Coops. Im konkreten Fall ging es um einen Aufschlag von 15% für Food-Coops und andere nicht gewerbliche Kunden als eine Forderung der Läden an den damaligen gemeinsamen Großhändler. Fünf der 15% waren mit dem Beitrag der Läden an den BNN begründet, eine Abgabe zur Qualitätssicherung biologischer Waren, die auch den Verbrauchern in den Koops zugute käme. Die in diesem Argument geäußerte Kritik empfand die RAG als im Grunde berechtigt. Um der eingeforderten Verantwortung gerecht zu werden, beschlossen die Koops die Einrichtung eines Förderkontos bei der GLS-Bank Bochum, auf das jede in der RAG organisierte Koop „bis zu 5%“ vom Wareneinkauf überweisen sollte. Diese offene Formulierung, bei der die Freiwilligkeit als moralische Stärke zum Ausdruck kommen sollte, war von Anfang an intern umstritten. Die Handhabung der Zahlungen war entsprechend vielfältig.

Nur in einer Koop wurde die maximale Lösung zunächst als bindend für alle Mitglieds Haushalte vereinbart. Dort werden seither etwa vierteljährlich 5% vom Gesamtumsatz eines jeden Haushaltes errechnet, automatisch vom internen Haushaltskonto abgebucht und zur GLS-Bank transferiert.

Andere Koops zahlten gesammelt 2%, eine jährliche Pauschale von 200 DM oder überließen die Zahlungen in guter Hoffnung den Haushalten selbst. Versäumt wurde von den Koops die genaue Festlegung der Vergabekriterien und -modalitäten.

Nachdem schon im ersten Jahr 1.500 DM als zinsloses Darlehn an einen kleinen neu gegründeten Milchschaftbetrieb im Rothaargebirge vergeben worden waren, mußte auf der Mitgliederversammlung im Januar 1991 über vier weitere Anträge entschieden werden. Die vielen verschiedenen Meinungen über die richtige und sinnvolle Verwendung der Gelder machten eine einvernehmliche Entscheidung unmöglich. Nach langer, zum Teil heftiger Diskussion und einem turbulenten Verlauf der Versammlung wurden drei Projekte mit insgesamt 8.000 DM bedacht. Weitere 3.000 DM wurden für Qualitätsüberprüfungen bestimmter Waren freigegeben. Damit wurden innerhalb von 2 Jahren insgesamt 12.500 DM ausgeschüttet.

Aber nicht die Freude über diesen Erfolg beherrschte im folgenden die Diskussion, sondern der Streit um eine bindende Festlegung des Spendenanteils vom Umsatz auf 5%. Ein entsprechender auf den Zusammenkünften immer wieder vertagter Antrag wurde schließlich mehrheitlich abgelehnt. Daraufhin eröffnete Schmatzkram ein eigenes Spendenkonto bei der GLS-Bank.

Die zunehmende Beschäftigung der RAG mit der Organisation des gemeinsamen Verteilersystems (siehe Kapitel Vernetzung: „Ökologisches Handeln“ GmbH) verlagerte die Diskussion. Ideelle Themen rangierten fortan unter „ferner liefern“. Von sporadischen Überweisungen abgesehen versank das RAG-Konto in einen Dornröschenschlaf, ohne jedoch so unberührt zu bleiben wie jenes Märchenwesen. In den Wirren der Entstehung von „Ökologisches Handeln“ gerieten etwas mehr als 6.000 DM aus dem GLS-Fonds ins Stammkapital der sich gründenden GmbH. Dort werden sie seither als Darlehn betrachtet. Eine Rückführung auf das GLS-Konto ist beabsich-

tigt, wegen der geringen Finanzdecke des Unternehmens bisher aber noch nicht erfolgt. Seit Frühjahr 1997 bemüht sich vor allem der Beirat von „Ökologisches Handeln“ um eine Realisierung des Fonds. Erster Erfolg war die Vergabe von 2.000 DM an die Schönauer Stromnetzkaufinitiative „Watt Ihr Volt“.

Mit der Einrichtung eines eigenen GLS-Fonds wurden bei Schmatzkram Vergabekriterien erarbeitet und ein Vergabeausschuß gebildet. Der Fonds wuchs entsprechend zum Umsatz stetig an, ohne daß sich eine konkrete Möglichkeit der Vergabe von Geldern eröffnete, aus dem einfachen Grund, daß kaum jemand von seiner Existenz wußte. Erst im Laufe des Jahres 1997 wurden die ersten Projektförderungen beschlossen. So wurde, entgegen der eher regionalen Ausrichtung der Förderung, ebenfalls die Schönauer Netzkaufinitiative wegen ihrer exemplarischen Bedeutung mit 2.000 DM unterstützt. Für die schon erwähnte wissenschaftliche Untersuchung der Uni Bonn auf einem benachbarten Demeter-Hof liegen etwa 3.000 DM bereit. Der Wunsch eines Bio-Bäckers nach Backformen aus Ton, die nach seinen Vorstellungen in einer Töpferei gefertigt werden sollen, fand ebenso ein positives Echo und wird mit 1.000 DM als Schenkung zuzüglich der Restfinanzierung als zinsloses Darlehen bedacht.

Seit 8 Jahren ist die GLS-Abgabe eine selbstverständliche Regel bei Schmatzkram an deren Daseinsberechtigung bisher niemand ernsthaft Zweifel geäußert hat. Alle Zahlungen, die auf Grund der mangelnden Potenz des Koop-Kontos nicht sofort nach Errechnung der fälligen Summe überwiesen werden konnten, wurden im Zuge der finanziellen Sanierung z. T. in Form der koop-üblichen Sonderzahlungen nachgeholt. Bis auf eine Ausnahme: Als im Frühjahr 1996 wegen der finanziellen Schiefelage von „Ökologisches Handeln“ die Haushalte der beteiligten Koops in die Pflicht genommen werden mußten, wäre bei Schmatzkram eine noch höhere Sonderzahlung kaum tragbar gewesen.

Auch bei der Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen wurde vor Jahren ein gemeinsames Spendenkonto nach Vorbild der RAG vorgeschlagen, kontrovers diskutiert und eingerichtet. Ca. vier Jahre lang verteidigte dieses Konto seinen Anfangsstand von 0 DM ehe der Vorstand seine Auflösung verfügte, da die Mitglieder es sinnvoller fanden, lokale Projekte direkt zu fördern, als Geld in einem allgemeinen Topf zu sammeln.

Agenda 21

Nachhaltige Entwicklung, Landwirtschaft und Food-Coops... ein Zusammenhang?!

Agenda 21! Was hat das eigentlich zu bedeuten? Gibt es dafür eine deutsche Übersetzung? Mit Bestimmtheit kann gesagt werden, daß der Ausdruck Agenda 21 ein Schlagwort in der heutigen internationalen Umweltpolitik ist. Mit noch größerer Sicherheit kann allerdings auch behauptet werden, daß nur ein ganz kleiner Teil der BürgerInnen weiß, was dahintersteckt. Übrigens kommt der Begriff Agenda aus dem Lateinischen und bedeutet „Was zu tun ist“.

Unter Agenda 21 wird in diesem Zusammenhang ein „Aktionsprogramm für Umwelt und Entwicklung für das 21. Jahrhundert“ verstanden (BMU 1992 A).

Die Agenda 21 wurde auf der Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung (UNCED) 1992 in Rio de Janeiro (Brasilien) von über 170 Staaten der Welt verabschiedet. Von diesen Staaten wurde der dringende Handlungsbedarf ausgesprochen, sich gegen die immer rasanter fortschreitenden Umwelzerstörungen einzusetzen, sowie die Differenzen zwischen Süden und Norden, wie z. B. Armut, zu verkleinern. Gleichzeitig wurde gefordert, daß es weltweit zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung kommen muß und zu einer weltweiten Zusammenarbeit in der Umwelt- und Entwicklungspolitik. Nachhaltig bedeutet, daß die Lebens- und Wirtschaftsgrundlage zukünftiger Generationen durch unser heutiges Verhalten nicht gefährdet werden darf. Eine nachhaltige (auch dauerhafte) Entwicklung berücksichtigt nicht nur ökologische Kriterien, sondern bezieht gleichzeitig soziale, kulturelle und ökonomische Aspekte mit ein. Diese Forderungen beziehen sich auf sämtliche Handlungsbereiche des alltäglichen Lebens, der Politik, der Industrie und insbesondere auch auf den Bereich der Landwirtschaft. Seit den 50er Jahren stieg hier der Einsatz von chemisch-synthetischen Dünge- und Pflanzenschutzmitteln in der Pflanzenproduktion und damit verbunden der Einsatz von fossilen Energieträgern für die Produktion, aber auch für den erhöhten Einsatz von Maschinen. In der Tierproduktion wurde vermehrt Kraftfutter aus Soja aus den sogenannten „Dritte-Welt-Ländern“ eingesetzt, um die Milch- und Fleischleistung zu steigern. Leisten konnten sich das überwiegend nur die großen Betriebe, was immer noch zu einem massiven Strukturwandel nach dem Motto „wachse oder weiche“ führt. Verbunden mit dieser Entwicklung waren nicht nur Umweltprobleme, sondern auch soziale Probleme.

In der Tat sind die Forderungen zu Nachhaltigkeit notwendige und aus Sicht der Umwelt- und Entwicklungsbewegung längst überfällige Vorhaben, die zum größten Teil auf ihre Umsetzung warten. Jedoch sollen in diesem Kapitel nicht Bilder aufgebaut werden, die alles weiß waschen, und auch nicht solche, die alles schwarz malen.

Der „Folgeprozeß“ von Rio muß reflektiert werden:

Wie läßt sich nun der Gedanke der Nachhaltigkeit nicht nur innerhalb der Landwirtschaft, sondern auch in die unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen integrieren? Einen Antwort versucht die Agenda 21 zu geben.

Bei mehr als 170 Staats- und RegierungschefInnen in Rio konnte eine Einigung allerdings nur auf der Basis des kleinsten gemeinsamen Nenners entstehen.

Auf knapp 300 Seiten des Aktionsprogramms Agenda 21 werden insgesamt 115 Einzelthemen angesprochen. Es werden umwelt-, sozial- und entwicklungspolitische Positionen und Ziele formuliert und Maßnahmen zur Lösung dieser Probleme angeboten. Diese werden in 40 Kapiteln vorgestellt und in folgende vier Sektionen gegliedert (BMU 1992 B):

1. Soziale und wirtschaftliche Dimensionen (Armutsbekämpfung, Konsumgewohnheiten)
2. Erhaltung und Bewirtschaftung der Ressourcen für die Entwicklung (Schutz der Erdatmosphäre, Bewirtschaftung unterschiedlicher Ressourcen, Bekämpfung der Entwaldung und der Wüstenbildung)
3. Stärkung der Rolle wichtiger Gruppen (Kinder, Jugendliche, Nichtregierungsorganisationen)
4. Möglichkeiten der Umsetzung (Förderung von Bildungsmaßnahmen und Wissenschaft).

Viele der hier kurz genannten Aspekte betreffen auch den Bereich der Landwirtschaft; so werden u. a. Aussagen über Pflanzenschutz, biologische Vielfalt, Partizipation (Teilnahme aller BürgerInnen an politischen Entscheidungen) und Konsum/Handel gemacht. In einem nächsten Schritt müssen die in diesen Kapiteln genannten eher weltweit und allgemein geltenden Anforderungen für die spätere Umsetzung konkretisiert werden.

Das Kapitel 28 der Agenda 21 hebt die Bedeutung der kommunalen Ebene hervor, da auf dieser Ebene letztlich die Umsetzung der Maßnahmen stattfinden soll. An dieser Stelle wird jede und jeder Einzelne zum Handeln aufgefordert. Aus diesem Grund wird auch von der Lokalen Agenda 21 gesprochen. Diese konkreten Maßnahmen verlassen dann den kleinsten gemeinsamen Nenner, und es können spezifischere und schärfere Anforderungen gestellt werden. Es sollte dabei allerdings kritisch beobachtet werden, ob dieser Prozeß wirklich bei der Mehrheit der Menschen ankommt und sie an ihm teilnehmen. Das heißt, nicht nur umzusetzen, was vorgeschrieben wird, sondern auch die Inhalte mitzubestimmen. Wer kennt aber nun wirklich Gruppen oder Vereine in der Nachbarschaft, die an der Verwirklichung der Ziele arbeiten? Weiter ist zu beurteilen, ob nicht nur die BürgerInnen, sondern auch die Industrie und die Politik ihren Beitrag zur Umsetzung zu leisten haben, was bisher kaum bei der Konkretisierung verankert wurde.

Dennoch ist die Ebene der Umsetzung für die BürgerInnen von größter Bedeutung. Dort wirkt sich das Handeln jeder und jedes Einzelnen bzw. jeder Akteursgruppe aus und kann damit Einfluß auf die Entwicklung in der Region nehmen. Zu den Akteursgruppen gehören auch die Food-Coops, welche insbesondere auf die regionale Landwirtschaft Einfluß nehmen können. Über ihr Konsumverhalten können sie regional und ökologisch orientierte Betriebe unterstützen und andere Menschen über den Zusammenhang von Konsum, Umweltschutz und Landwirtschaft informieren. Auch der Aspekt der sozialen Gerechtigkeit spielt hier mit hinein, denn diese Betriebe müssen nicht zu Weltmarktpreisen produzieren, wo der Preisdruck sie zur Intensivierung ihrer Bewirtschaftung zwingt. Im Bereich des globalen Handels können z. B. fair gehandelte Produkte wie Kaffee, Kakao und Tee angeboten werden. Dies ermög-

licht den Bauern im Süden durch ein erhöhtes Einkommen ein Überleben und die Chance, für ihre Bedürfnisse soziale Strukturen aufzubauen sowie heimische Produkte für die Selbstversorgung anzubauen.

Hier kann die Frage gestellt werden, ob die Leitlinien das widerspiegeln, was auf der regionalen Ebene im Sinne der Nachhaltigkeit erbracht wird. Die Agenda 21 spricht sich z.B. beim Thema internationale Wirtschaftspolitik sehr deutlich für einen Wirtschaftsliberalismus aus. Wie soll aber mit einer liberalistischen Wirtschaftsordnung ein selbständiges, unabhängiges, regionales Handeln möglich werden? Um die regional angepaßten landwirtschaftlichen Strukturen zu erhalten, ist ein gewisser Außenschutz (also keine liberale Wirtschaftsordnung) erforderlich, der verhindert, daß subventionierte Weltmarktprodukte den heimischen Markt überschwemmen. Denn diese wirken sich negativ auf die ökologischen (Monokulturen, Intensivierung), ökonomischen (Absatzschwierigkeiten) und sozialen Bereiche (Arbeitsverlust, Kinderarbeit) in den betreffenden Regionen aus.

Und wie soll dem Schutz von Menschenrechten, den sozialen Mindeststandards und Nord-Süd-Differenzen begegnet werden? Hierzu wurden keinerlei Ziele und Maßnahmen formuliert.

Zwar schreibt die Agenda 21 im Grundsatz die nationale Souveränität über die Nutzung der biologischen Ressourcen fest, was besonders für die Bereiche des internationalen Patentschutzes und Technologietransfers von Bedeutung ist. Kapitel 16 (Umweltverträgliche Nutzung der Biotechnologie) jedoch beschreibt die Biotechnologie als ideale Fortschrittstechnologie: „Als innovativer, wissensintensiver Forschungsbereich bietet sie eine Vielzahl nützlicher Verfahrenstechniken für vom Menschen vorgenommene Veränderungen der Desoxyribonukleinsäure (DNS) oder des genetischen Materials in Pflanzen, Tieren und Mikroorganismen, deren Ergebnis überaus nützliche Produkte und Technologien sind.“ Die Sicherheitsverfahren sollen lediglich „unter Berücksichtigung ethischer Gesichtspunkte“ festgelegt werden. Eine Konkretisierung dieser Punkte unterbleibt (BERGSTEDT o. J.)

Kennzeichnend für den Trend der 90er Jahre ist, daß die bisherigen Gegner Industrie, Politik und Umweltverbände bestrebt sind, sich gemeinsam um die Lösung der Probleme zu kümmern. Viele verschiedene Akteursgruppen treffen sich in Arbeitskreisen, runden Tischen und Gremien zu Dialogen mit konsensualen Prozessen und Konfliktbearbeitungsmethoden. Ziel ist es, Konflikte in den Griff zu bekommen und diese möglichst nicht eskalieren zu lassen. Am Ende soll ein Ergebnis stehen, das alle akzeptieren können (BERGSTEDT o. J.).

Doch Industrie und Politik haben bis heute nicht wirklich versucht, ihr umweltschädliches Verhalten zu verändern. Was sie machen, ist, alternative Ideen und Konzepte aus jahrelanger Arbeit vieler umweltorientierter BürgerInnen in ihre Reden einzuflechten, als wären es ihre eigenen. Diese Assimilation vereinheitlicht die sonst so gegensätzlichen Positionen. Die Umweltverbände schaffen nicht mehr ein möglichst großes Gegengewicht zur Industrie und Politik.

Um mithalten zu können in der großen Politik, investieren sie immer mehr in Lobbyarbeit und in ihr Prestige. Eine Abgrenzung zu den „normalen BürgerInnen“ findet statt. Nur noch die kleinen Gruppen halten Kontakt zu den BürgerInnen, die doch auf lokaler Ebene, laut Lokaler Agenda 21, die Umsetzung vollbringen sollen.

Dialoge, konsensuale Prozesse, Konfliktlösungsversuche sind grundsätzlich besser als gar keine Bewegung. Aber wo gibt es seit Rio eindeutige Erfolge für Natur und Umwelt zu verzeichnen? Mehr denn je kommt es auf die kleinen Gruppen an, an ihren eigenen Zielen festzuhalten und nicht auf „die da oben“ zu warten. Diese Ziele müssen höher, konkreter, praxisrelevanter und bürgerInnennäher sein als das, was die Staats- und RegierungschefInnen in ihren Agendatexten formuliert haben, und vor allem endlich positive ökologische, soziale und ökonomische Entwicklungen hervorrufen.

Food-Coops stehen mit in der Verantwortung, den Prozeß der Lokalen Agenda 21 auf kommunaler Ebene zu beeinflussen und die Umsetzung mit ihren eigenen Forderungen zu gestalten. Dies ist eine Herausforderung, welche jede Food-Coop auf ihre Art und Weise annehmen kann.

Essen endet nicht nur als reiner Verdauungsvorgang

Essen kann eine Verbindung zur Natur schaffen und auch zu Arbeitszusammenhängen. Nahrungsbeschaffung und -herstellung kann zu den frohen Dingen des Lebens gehören, und Arbeit kann auch mit Lust-Gewinn (hat nix mit Geld zu tun ...) betrieben werden. Alles kann, und es taucht die Frage auf: Was kann ich? Und: Was kann ich wirklich tun?

Dazu eine Anregung in Anlehnung an einen Biobäcker in der Eifel:

Es gehört zum Lustgewinn, wenn ein Bäcker, der gerne seine Arbeit macht, auch mit schön gestalteten Backformen backen möchte und sich dafür handgearbeitete Keramikformen beschafft:

Der normale Konsument wird niemals von einem Brot erfahren, ob es nun in einer TON- oder BLECHform seine Anfänge hatte.

Arbeitet ein Bäcker mit Lustgewinn, so wird etwas bleiben: ein froher Bäcker, ein wohlschmeckendes Brot und vielleicht auch der ein oder andere bewußte Käufer, dem Essen nicht nur Verdauungsvorgang bedeutet. Ist es doch eigentlich eine Ehre, daß ein Bäcker so gerne backt, daß er nicht nur seiner Arbeit nachgeht, sondern sich und andere erfreuen möchte. Wieviel mehr Achtung entwickelt man gegenüber einem Menschen und dessen hergestelltem Produkt, das er mit Schönheit und auch Liebe herstellt. Wie wenig Achtung steht einem maschinell gefertigten und in Plastik absortierten Brot gegenüber. Um das ein wenig zu vertiefen, noch eine ganz spinnerte Variante: Ich überlege mir (das sollte jeder ruhig einmal tun!), ich sei ein Brot! Welches Brot wäre ich am liebsten? Also ich wäre lieber ein Brot, das von einem netten Menschen gemacht wird mit schaffensfrohen Händen und der mich in eine mir gebührende schöne Backform tun würde und mich vielleicht auch noch in einem schönen Ofen bäckt. Danach läge ich gerne ohne Plastikkleid in einem Brotregal zum Verkauf aus und würde gerne bei netten Leuten landen, die mich lustvoll aufessen, sich über meinen Geschmack freuen und sich dabei etwas über meine Herkunft erzählen. Ich möchte keinesfalls ein Plastik-Kleid-Brot sein, das irgend jemand lustlos beschmiert, ohne sich irgend etwas dabei zu denken, außer, wie er möglichst viel Streß in möglichst wenig Zeit bewältigt.

Wie bewußt ist uns eigentlich das, was vor der Verdauung stattfindet?

Wir alle tragen Verantwortung für unsere Mitwelt, für ein soziales Miteinander, für Kooperation. Wir tragen Verantwortung für Zusammenhänge zwischen Mensch, Natur, Umwelt, für die Wiederherstellung von Ressourcen, für den Erhalt unserer Grundlagen, um Nahrung herzustellen und ein frohes Leben zu führen.

Einen Großteil unseres Lebens verbringen wir mit Nahrungsbeschaffung, Essen und Trinken.

Vor der Verdauung findet nun folgendes statt: Man arbeitet, um Geld zu verdienen, um sich von dem Geld Lebensmittel zu kaufen, diese wiederum braucht man, um seine Kraft zu erhalten, um arbeiten zu können, damit man Geld bekommt, um sich mit lebensnotwendigen Lebensmitteln zu versorgen, um seine Kraft zu erhalten... Ich könnte das jetzt endlos weitererzählen und trotzdem bliebe als Essenz:

Arbeit-Geld-Essen-Kraft-Arbeit

Irgendwo dazwischen ist die Verdauung angesiedelt. Es tut sich bei diesem Kreislauf die Frage auf: Was bin ich eigentlich bereit zu verdauen, ganz biologisch betrachtet, aber auch ideell gesehen!?! Der Biokonsument kann ganz gezielt etwas in dieser Beziehung tun, und wenn man es genau betrachtet, so kann jeder etwas für eine bessere Verdaubarkeit tun.

Ganz wichtig ist, das Bewußtsein zu leben, daß man nicht alles jederzeit haben muß. Ganz einfach ist das mit den Jahreszeiten zu erleben. Betrachtet man das Angebot der Jahreszeiten, ohne dabei ständig auf das zu schauen, was es woanders gibt, richtet man seine Nahrungsauswahl nach den klimatischen Bedingungen, in denen man selbst lebt, so gibt es im Winter Kohl, Porree (Lauch) und Feldsalat. Dann passiert folgendes: Ich freue mich über den ersten Salat, die ersten Frühlingszwiebeln und darüber, daß es Frühling wird. Habe ich das ganze Jahr über von allem, so ist es nichts Besonderes.

Geht in unserer Koop das Tomatenmark aus, und wir bekommen keines mehr, so weiß ich, daß es noch ein wenig dauern wird, bis die neue Tomatenernte hierzulande fertig ist. Ich kann mich ärgern darüber - ich kann mich aber auch freuen, wenn neues Tomatenmark kommt, und ich freue mich, daß solche Sachen auf die Art noch spürbar, nachvollziehbar und beachtenswert sind.

Daß die Kartoffeln, die der Biobauer zukaft, wenn seine eigenen Lagerkartoffeln leer sind und die neuen noch im Boden wachsen, ein wenig teurer sind, ist in Ordnung. Die Überlegung taucht auf, ob ich denn unbedingt im Juni Kartoffeln brauche, wenn es in großen Mengen bereits Salat und andere schöne Sachen gibt. Wenn ich einfach den Essensplan danach ausrichte, was mir die Natur anbietet, zeigt es mir doch eine ganz andere Qualität. So läßt sich ein Jahreszeitenrhythmus wiederfinden, der uns durch das Übers-Jahr-alles-da-Angebot völlig abhanden kommt.

Nach dem Winter, wenn man keinen Kohl mehr essen, sehen und riechen kann, kommen die ersten Erdbeeren, die ersten Salate - es wird richtig bunt auf dem Teller. Frühling heißt das für Leib und Seele. Habe ich immer alles zu jeder Jahreszeit, bleibt da nicht auch der Genuß an der Freude auf der Strecke?

Und wenn es dann einmal ein bißchen Luxus sein soll, sind sicher auch ein paar Apfelsinen erlaubt, als etwas ganz Besonderes im Winter zur Weihnachtszeit. Nimmt man dann sogar noch die ungespritzten - die aus dem Bioladen - so erweitert sich der Genuß noch um die Schale, die man in Kuchen hineinraspeln kann oder als Orangeat verarbeiten könnte.

Luxus, voll recycelt! Wobei Luxus trotzdem immer eine Ausnahme bleiben sollte.

Ernährung darf auch nicht nur als Dogma betrieben werden. Nach dem Motto: „Nur dies und sonst nichts anderes“. Insofern sind auch Luxusartikel, die es nicht in unserem Klima gibt, akzeptabel. Wenn man dann bei dem Erwerb derselben faire Handelsformen bevorzugt, kommt es auch noch anderen Menschen zugute.

Das Bewußtsein, nicht alles jederzeit haben zu müssen, schafft auch Zufriedenheit und Sicherheit, wenn man es genau betrachtet. Man ist mit elementaren Sachen zufrieden und froh und hat nicht den Streß, ständig nach mehr streben zu müssen. Das spart viel Energie und vermeidet materielle Probleme. Die Sicherheit drückt sich darin aus, daß man selbst in schlechten Zeiten ein schönes Leben führen kann und zurecht kommt.

„Was kann ich denn tun?“

Nun noch ein paar Takte zu den Möglichkeiten, die sich fast von selber schaffen können, wenn Leute mit relativ gleicher Interessenlage sich zusammentun, wie das bei einer Koop gegeben ist.

Es gibt viele Unterschiede zwischen einer ländlichen und einer städtischen Koop, aber das heißt nicht, daß man nicht kreativ an der Sicherheit für ein zufriedenes Leben arbeiten kann.

Wenn ich bedenke, daß manche Städter mittlerweile sogar das Trinkwasser von Brunnen weit außerhalb in großen Milchkannen herbeikarren, so sind das völlig andere Grundbedingungen als die auf dem Lande. Auch die Wege, um Frischwaren wie Milch und Gemüse zu bekommen, sind etwas beschwerlich. Oftmals fehlt ein Auto für die weiten Wege, um diese Nahrungsmittel zu beschaffen. Die Herstellung eigener Produkte innerhalb der Koop ist reduziert auf wenige Dinge, wie vielleicht Brot backen, Brotaufstriche herstellen, Sojamilch herstellen. Dafür haben in der Stadt andere Initiativen mehr Bestand, z. B. Tauschringe.

Die ländliche Koop ist gewöhnlich viel mobiler. Entfernungen von 20 km sind im Bereich des Normalen, und es bietet sich an, daß ein Haushalt für den anderen Haushalt im Nachbardorf Lebensmittel aus der Koop mitbringt, um das alles etwas ökonomischer und ökologischer zu gestalten.

Die Versorgung mit Frischware ist auf dem Lande unproblematisch und optimal, wenn der Biobauer sogar vor Ort ist und die einzelnen Haushalte Gärten bewirtschaften. Außerdem gibt es auf dem Lande reichhaltige Möglichkeiten, sich vom Konsumterror unabhängiger zu machen. Von den einzelnen Mitgliedern hergestellte oder angebaute Produkte wie Saft, Wein, Marmelade, Brot, Brotaufstriche, Tofu, Ziegenkäse, Wolle, Eier, Gemüse, Obst und und und können in der Food-Coop angeboten werden.

Ist z.B. in einem Hühnerstall eine Eierschwemme ausgebrochen und die anderen Koopler hätten gerne Eier, so kann man die Eier verkaufen, um auf die Art das Winterfutter für die Hühner zu finanzieren, damit es auch im folgenden Jahr Eier gibt.

Oder jemand erntet umsonst in der Nachbarschaft einen Apfelbaum ab und gibt die Äpfel gegen einen geringen Preis in der Koop ab, um von dem Erlös einen neuen Baum zu pflanzen.

Es entstehen einfache, kleine Kreisläufe, die wiederum ein Stück in Richtung allgemeine Sicherheit gehen, und wie im Falle des Apfelbaumes auf Dauer ganz vielen zugute kommen.

Das alles und noch viel mehr kann man sicher tun!

Anhang

Ein Leitfaden zur Neugründung

Food-Coops, was sie sind und warum wir mehr von ihnen brauchen.

Food-Coops: über den eigenen Tellerrand hinausgucken; nicht nur an die eigene Gesundheit, sondern auch daran denken, welche ErzeugerInnen und somit Anbauweise wir durch unsere Ernährungsgewohnheiten unterstützen.

Lebensmittelkooperativen (Food-Coops) sind Zusammenschlüsse von Menschen, die den Einkauf vollwertiger und ökologischer Lebensmittel in die eigenen Hände genommen haben. Sie bestellen gemeinschaftlich und möglichst direkt bei den ErzeugerInnen.

Die ersten Food-Coops in der BRD entstanden Mitte der 70er Jahre im Zusammenhang mit der Ökologie- und Bürgerinitiativen-Bewegung.

Mittlerweile gibt es bundesweit schätzungsweise 200-300 Food-Coops mit eigenen Lagerräumen und über 2000 Einkaufsgemeinschaften.

Warum Food-Coops?

Ein Grundprinzip der Food-Coops ist es, Produkte aus ökologischem Landbau zu beziehen, die frisch und vollwertig sind. Bei einer Koop mitmachen ermöglicht, sich gesund zu ernähren.

- Food-Coop Mitglieder entziehen mit ihrer Ernährungsweise der konventionellen Agrarindustrie, die zur Zerstörung unserer Lebensgrundlage beiträgt, die Unterstützung.
- Food-Coops beziehen alternativ gehandelten Kaffee und Tee aus biologischem Anbau von ProduktionsgenossInnenschaften in „Dritte-Welt“-Ländern, zu Preisen weit über dem Weltmarktniveau.
- Durch den Direktbezug der Waren entfällt der Preisaufschlag des Einzelhandels. Dadurch und durch die gemeinschaftliche Übernahme der Arbeiten (es gibt keine Angestellten) ergeben sich billigere Preise für Naturkost, ohne daß die ErzeugerInnenpreise gedrückt werden (im Gegenteil erhalten die Höfe so oft mehr als vom Großhandel). Die Preise werden auf diese Weise auch von weniger reichen Leuten akzeptiert.
- Der direkte Kontakt zur ErzeugerIn, der auch persönliches Kennenlernen und Besuche auf den Höfen einschließt, leistet einen Beitrag zur Aufhebung der Entfremdung von unseren Nahrungsmitteln. Sie erlangen so eine angemessenere Bedeutung. Der Direktbezug verbessert Information und Kontrolle über die Herkunft der Lebensmittel. So wird auch Verständnis für die verzwickte Situation der Bäuerinnen geschaffen.
- Die Food-Coop schafft Kontakte zwischen den Menschen aus der Nachbarschaft, die oft auch über die Food-Coop hinausgehen.
- Bei einer Food-Coop mitmachen vergrößert den selbstbestimmten Lebensbereich: in der Gemeinschaft organisieren KooplerInnen ihre Lebensmittelversorgung basisdemokratisch. Food-Coops sind ein Schritt vom fremdbestimmten Konsumieren zur bewußten Auseinandersetzung mit unseren Lebensgrundlagen.

Wie funktioniert eine Koop?

Lebensmittelkooperativen sind so verschieden wie die Menschen, die sie bilden: Die Food-Coop gibt es nicht. Dennoch sind sich die allermeisten über wesentliche Prinzipien einig.

Die Koop besteht aus einer festen Gruppe von Mitgliedern. Ziel ist es, kostendeckend und gewinnfrei zu wirtschaften. Sie setzt Engagement voraus und erfordert mehr Zeit, als für den Einkauf im Laden nötig ist.

Lagerraum

Wichtige Voraussetzung zur Gründung einer Food-Coop ist ein möglichst kühler und trockener Lagerraum. Er sollte ebenerdig sein, so daß ohne Probleme geliefert werden kann. Günstig sind Hinterhof-, Parterre- und Souterrainwohnungen. Erfolgversprechend ist es, bei Kirchengemeinden, (Umwelt-)Verbänden, Stadtteilinitiativen, Parteien oder auch Unis (z.B. beim AstA) nachzufragen. Manchen reicht schon eine ungenutzte Garage.

Zweckmäßiges Inventar einer Koop sind u.a. ein Kühlschrank, eine Waage, Regale, Paletten, Käsebrett und -messer.

Mitgliederzahl

Die Mitgliederzahl hängt u.a. von der Größe des Raumes ab. Je mehr (in gewissen Grenzen) Menschen in einer Food-Coop mitmachen, desto weniger Arbeit fällt pro Person an und um so mehr ökologische Produkte werden gekauft. Andererseits wird die Koop so immer unpersönlicher. Die übliche Größe von Food-Coops liegt zwischen 15-60 Mitgliedern.

Entscheidungen

Koops sind hierarchiefrei gedacht; die Mitglieder treffen Entscheidungen gemeinsam. Die meisten Food-Coops haben ein monatliches Plenum, auf dem die Arbeitskoordination, Organisationsprobleme, Verbesserungsvorschläge und gemeinsame Aktivitäten besprochen werden. Alle Arbeiten wie Bestellungen, Ladendienst, Finanzen werden untereinander aufgeteilt. Darüber hinaus gibt es in manchen Food-Coops Leute, die Produktinformationen einholen und solche, die die Food-Coop-Idee in der Öffentlichkeit bekanntmachen.

Arbeitsverteilung

Hier stellt sich die Frage, wie lange mensch für eine Arbeit zuständig sein soll. Nachteil von seltenem Wechsel ist die Arbeitsbelastung für Einzelne, Vorteil ist die kompetente Erfüllung der übernommenen Aufgabe. Häufiges Wechseln schafft wahrscheinlich eine größere Übersicht und Verantwortlichkeit bei mehr Mitgliedern in bezug auf die gemeinsame Sache, andererseits vielleicht mehr Chaos. Ein Mittelweg sind Kleingruppen, die jeweils für etwas längere Zeit mit einem Bereich betraut sind und sich intern abwechseln.

Bestellungen

Eine Übersicht über mögliche Bezugsquellen findet ihr weiter hinten. Entweder wird diese Aufgabe entsprechend den LieferantInnen oder nach Produktgruppen aufge-

teilt (wenn es mehrere Quellen für eine Gruppe, z.B. Obst und Gemüse, gibt). Die BestellerIn kann entsprechend der Erfahrung, was in den Wochen zuvor gekauft wurde, bestellen, oder (aufwendiger, aber sicherer) sie faßt die Einzelbestellungen der Mitglieder zusammen.

Zu entscheiden ist, welche Produktgruppen geführt werden sollen und ob mensch ein Vollsortiment haben will oder sich auf lagerfähige Produkte (Getreide, Brotaufstriche, Säfte u.a.) beschränken möchte. Sinnvoll ist, den regelmäßigen LieferantInnen einen Food-Coop- Schlüssel zu geben, so daß nicht jedes Mal eineR die Bestellung entgegennehmen muß. Es ist üblich, daß die Produkte in die Food-Coop gestellt und später bargeldlos bezahlt werden. In einzelnen Fällen wird selbst abgeholt.

Kriterien für die Auswahl der Waren

Alle Lebensmittel sollten aus ökologischem Landbau stammen. Ausnahmen machen manche Koops nur dann, wenn es in einer Produktgruppe nur konventionelle Angebote auf dem Markt gibt.

Waren aus der Region werden bevorzugt. Nur so sind persönliche Kontakte zur ErzeugerIn und ein energiesparender Transportweg möglich.

Food-Coops bestellen hauptsächlich saisongemäßes Obst und Gemüse. Sie beziehen keine Produkte aus beheizten Treibhäusern.

Sie achten darauf, Verpackungsmüll zu vermeiden. Konkret heißt das, Pfandflaschen und -gläser zu bestellen. Vermieden werden kleine Verpackungseinheiten (500g oder 1kg) zugunsten von großen Säcken, Eimern etc., aus denen jedeR seine Lebensmittel in mitgebrachte Taschen, Gläser selbst abfüllt.

Ladendienst

Die meisten Food-Coops haben ein bis zwei Einkaufstermine in der Woche, üblicherweise jeweils ein bis zwei Stunden am frühen Abend. Ein oder zwei Leute (= der Ladendienst) finden sich zu Beginn der Öffnungszeit in der Food-Coop ein. Wenn eine neue Lieferung angekommen ist, müssen sie vorzeitig da sein, um die Lebensmittel in die Regale zu stellen und auszupreisen. Wichtig ist, die auf dem Lieferzettel verzeichneten Waren mit den tatsächlich gelieferten zu vergleichen.

Bei manchen Koops gibt es keine Lagerhaltung. Hier wird die gesamte Lieferung gleich vollständig unter den Mitgliedern verteilt, was genaue Einzelbestellungen der Mitglieder erfordert.

Finanzen

Es hat sich als praktisch erwiesen, die Finanzen bargeldlos abzuwickeln. Dafür muß ein Food-Coop-Konto eingerichtet werden (am besten auf den Namen einer StudentIn, damit keine Gebühren entstehen).

Bei Lagerbeständen ist es nötig, daß jedes Mitglied eine „Grundeinlage“ (ca. 50-150 DM) bezahlt. Beim Austritt aus der Food-Coop erhält mensch seine Einlage in bar oder in Waren ausgezahlt. Außerdem gibt es einen Monatsbeitrag, der Miete und gemeinsame Anschaffungen abdeckt und meistens zwischen 5 und 10 DM liegt.

Durch Gewichtsschwund und Fäulnis der Produkte entsteht immer ein gewisser Verlust, der entweder durch einen prozentualen Aufschlag auf die Preise oder durch

einen entsprechend höheren Monatsbeitrag abgedeckt werden muß. Letzteres begünstigt die, die viel einkaufen, und wirkt umsatz erhöhend.

Praktisch kann die Bezahlung z.B. folgendermaßen ablaufen:

Es gibt ein Kontobuch, in das das Guthaben (= die Einzahlungen aufs Konto) jedes Mitglieds auf einer Seite eingetragen wird. Davon werden getätigte Einkäufe und Monatsbeitrag abgezogen. Geht das Guthaben eines Mitglieds gegen Null, ist es Zeit für eine neue Überweisung.

Einkäufe

JedeR wiegt seine Produkte selbst ab und addiert die Preise auf einem Zettel. Die Gesamtsumme zieht sie/er von seinem Guthaben im Kontobuch ab. Der Zettel geht mit Namen und Datum, zur Kontrolle durch die Kassenleute, in einen Belegkasten. Da in großen Verpackungseinheiten bestellt wird, muß jedeR seine eigenen Behälter mitbringen.

Rechtliches

Da Food-Coops geschlossene Gruppen sind (d.h. nicht an Außenstehende verkaufen), haben sie nichts mit dem Gesundheitsamt zu tun. Da sie keinen Gewinn erwirtschaften, ebensowenig mit der Gewerbeaufsicht.

Kontakte zwischen den Koops

Es gibt in einigen Regionen regelmäßige Zusammenarbeit zwischen den Koops, z.B. im Berliner Raum, in Sachsen und am Niederrhein. Bundesweit sind einige Koops in der Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V. organisiert. Die Arbeit darin geschieht ehrenamtlich, einmal im Jahr wird ein Treffen organisiert, 3-4 mal im Jahr wird das Koop-Telegramm mit Infos aus der Szene herausgegeben.

Verhältnis zu Bioläden

Food-Coops und Naturkostläden stehen nicht in Konkurrenz zueinander. Sie haben unterschiedliche Zielgruppen: Wer mehr Zeit hat als Geld, kann sich für die Koop entscheiden, wem es eher an Zeit als an Geld mangelt, für die ist der Bioladen ideal. Food-Coops und Läden kommt es im Gegensatz zu großen Supermarktketten darauf an, über alternative Vermarktungswege eine ökologische und soziale Landwirtschaft zu fördern.



Satzung der Lebensmittelkooperative Schmatzkram e.V.

§ 1

Name und Sitz

Der Verein trägt den Namen ‚Lebensmittelkooperative Schmatzkram‘. Sitz des Vereins ist Zülpich.

Der Verein soll in das Vereinsregister eingetragen werden.

Als Geschäftsjahr gilt das Kalenderjahr.

§ 2

Zweck und Ziele

Der Verein versteht sich als Zusammenschluß zur Förderung der biologischen Landwirtschaft und des Umweltschutzes, zum Austausch von Erfahrungen und Informationen und zur Vertretung nach außen.

Der Verein verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnitts ‚Steuerbegünstigte Zwecke‘ der Abgabenverordnung vom 1.1.1977.

§ 2a

Der Verein verfolgt im einzelnen folgende Ziele:

1. Förderung des ökologischen Landbaus und des damit verbundenen Landschafts- und Naturschutzes.
2. Förderung von umweltfreundlicher, ressourcenschonender und ernährungsphysiologisch wertvoller Verarbeitung von Lebensmitteln und damit Förderung der Gesundheit der Bevölkerung.
3. Förderung von ökologisch bewußtem Alltagsverhalten.
4. Entwicklung kooperativen Denkens und Handelns zwischen Erzeugern und Verbrauchern.
5. Förderung einer gesunden vollwertigen Ernährungsweise.
6. Schaffung eines kritischen Bewußtseins bei Erzeugern und Verbrauchern durch Aufklärung und Beratung.
7. Förderung von Wissenschaft und Forschung, besonders bezüglich der Entwicklung umweltfreundlicher Technologien.
8. Förderung des Tierschutzes sowie der artgerechten Tierhaltung und Pflege.

§ 2b

Zur Verwirklichung seiner Ziele setzt sich der Verein folgende Aufgaben:

1. Planung, Durchführung bzw. Unterstützung satzungsgemäßer Bildungsveranstaltungen.
2. Interessenvertretung der Mitglieder im Sinne der Satzung.
3. Zusammenarbeit mit anderen Verbraucherorganisationen und ökologisch orientierten Verbänden.
4. Organisation einer möglichst direkten Weitergabe von Waren, die überwiegend aus kontrolliert-biologischem Anbau stammen oder ökologisch vertretbar sind, an die Mitglieder des Vereins.

§ 3

Selbstlosigkeit und Mittelbindung

1. Der Verein ist selbstlos tätig; er verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke.
2. Mittel des Vereins dürfen nur für die satzungsgemäßen Zwecke des Vereins verwendet werden. Die Mitglieder erhalten in ihrer Eigenschaft als Mitglied keine Zuwendungen aus Mitteln des Vereins.
3. Die Mitglieder erhalten bei ihrem Ausscheiden oder bei Auflösung oder Aufhebung des Vereins keine Anteile des Vereinsvermögens.
4. Es darf keine Person durch Ausgaben, die dem Zweck der Körperschaft fremd sind oder durch unverhältnismäßig hohe Vergütung begünstigt werden.

§ 4

Mitgliedschaft

Ordentliche Mitglieder

Ordentliche Mitglieder müssen folgende Bedingungen erfüllen:

1. Aktive Tätigkeit im Sinne der Vereinsziele (s. § 2).
2. Jede Person trägt ab der Aufnahme Verantwortung für die Lebensmittelkooperative und geht dementsprechende Verpflichtungen ein.
3. Demokratische Entscheidungsstrukturen müssen anerkannt werden.

Über Anträge auf Aufnahme in den Verein entscheidet der Initiativkreis. Die Aufnahme in den Verein ist erst mit dem Eingang des ersten Mitgliedsbeitrages vollzogen.

Die Höhe des Beitrages bestimmt die Mitgliederversammlung. Mitgliedsbeiträge werden freiwillig geleistet.

Bei Vorlage wichtiger Gründe, wie z. B. dem Vereinszweck entgegengerichtetes oder den Verein schädigendes Verhalten bzw. Ausbleiben der Mitgliedsbeiträge kann der Initiativkreis den Ausschluß eines Mitgliedes beschließen. Bei Ablehnung eines Aufnahmegesuches oder Ausschluß durch den Initiativkreis kann auf schriftlichen Antrag die nächste Mitgliederversammlung einberufen und mit einfacher Mehrheit der Beschluß des Initiativkreises aufgehoben werden.

Der Austritt aus dem Verein ist jederzeit möglich und dem Initiativkreis schriftlich, auch ohne Angabe von Gründen, mitzuteilen.

Fördermitglieder

Fördermitglieder können natürliche Personen bzw. Zusammenschlüsse natürlicher Personen werden, die den Verein ideell oder materiell zu unterstützen beabsichtigen.

Die Höhe der Fördermitgliedsbeiträge bestimmt die Mitgliederversammlung. Auf Mitgliederversammlungen besitzen Fördermitglieder Rede- und Antragsrecht, jedoch kein Stimmrecht.

§ 5

Vereinsorgane

Die Organe des Vereins sind die Mitgliederversammlung, der Initiativkreis, der Vorstand und die Arbeitskreise.

§ 6

Mitgliederversammlung

1. Die Mitgliederversammlung ist mindestens einmal jährlich einzuberufen. Die Einladung erfolgt durch den Vorstand mit 6-wöchiger Einladungsfrist unter gleichzeitiger Angabe der Tagesordnung.
Außerordentliche Mitgliederversammlungen können durch den Vorstand oder mindestens 20 % der ordentlichen Mitglieder einberufen werden. Die Einladung dazu hat unter Angabe der Tagesordnung 4 Wochen vorher zu erfolgen.
2. Die Mitgliederversammlung ist das höchste Gremium des Vereins. Alle Beschlüsse, außer Satzungsänderungen, werden durch einfache Mehrheit getroffen.
3. Mitglieder können sich auf der Mitgliederversammlung durch natürliche Personen vertreten lassen, die mit einer schriftlichen Vollmacht ausgestattet sind.
4. Die Mitgliederversammlung ist mit der Anzahl der anwesenden Mitglieder beschlußfähig.
5. Die Mitgliederversammlung beschließt insbesondere über:
 - Die Wahl des Vorstandes
 - Die Wahl von zwei Kassenprüfern
 - Die Bildung von Arbeitskreisen und Festlegung von deren Kompetenzen
 - Die Genehmigung des Rechnungsprüfungsberichtes
 - Die Entlastung des Vorstandes
 - Die Festsetzung der Mitgliedsbeiträge
 - Die Einrichtung von Arbeitsplätzen
 - Satzungsänderungen
 - Die Auflösung des Vereins
6. Satzungsänderungen sind nur mit zwei-drittel-Mehrheit zulässig.
7. Über jede Mitgliederversammlung ist ein Protokoll zu führen, welches vom Protokollführer zu unterzeichnen ist.

§ 7

Initiativkreis

Der Initiativkreis ist neben der Mitgliederversammlung das beratende, beschlußfassende, ausführende und delegierende Gremium des Vereins, das sich regelmäßig trifft. Er besteht aus den Mitgliedern, die gewillt sind, kontinuierlich für die Belange der Lebensmittelkooperative zu arbeiten. Der Initiativkreis sollte einstimmige Beschlüsse fassen. Über die Beschlüsse ist ein Ergebnisprotokoll zu führen.

§ 8

Vorstand

Der Vorstand (§ 26 BGB) besteht aus mindestens 3 gleichberechtigten Mitgliedern. Der Vorstand wird durch die Mitgliederversammlung auf 1 Jahr gewählt. Wiederwahl ist zulässig. Je 2 Mitglieder des Vorstandes sind gemeinsam zur Vertretung des Vereins befugt.

Der Vorstand vertritt den Verein gerichtlich und außergerichtlich.

§ 9

Arbeitskreise

Der Initiativkreis betraut Arbeitskreise mit der Lösung besonderer Aufgaben.

Die Mitglieder der Arbeitskreise werden vom Initiativkreis gewählt, ihre Aufgaben und Kompetenzen vom Initiativkreis bestimmt.

Auf jeder Mitgliederversammlung legen die Arbeitskreise Berichte über ihre Arbeit vor.

§ 10

Auflösung

Der Beschluß zur Auflösung des Vereins kann nur nach satzungsgemäßer Ankündigung in der Einladung zur Mitgliederversammlung gefaßt werden.

Die Auflösung des Vereins kann nur mit einer zwei-drittel-Mehrheit der anwesenden Mitglieder beschlossen werden.

Bei Auflösung oder Aufhebung des Vereins ist das Vermögen zu steuerbegünstigten Zwecken zu verwenden.

Nach Auflösung des Vereins wird das Vermögen dem BUND (Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland e.V.) zugeführt.



Satzung des Vereins „Gesund Essen“

Beschlossen 04.02.1979

I. Allgemeines

§ 1 Name und Sitz

Der Verein führt den Namen „Gesund Essen“. Er hat seinen Sitz in Berlin-Schöneberg. Er soll im Vereinsregister eingetragen werden.

§ 2 Zweck

Zweck des Vereins ist die Förderung gesunder, natürlicher Ernährung. Es soll über Anbaumethoden und die Qualität der auf verschiedene Art und Weise erzeugten Lebensmittel aufgeklärt werden.

Natürlich anbauende Landprojekte sollen unterstützt, die Anonymität zwischen Erzeuger und Verbraucher abgebaut werden. Zur Förderung in diesem Sinne gehört auch der An- und Verkauf natürlich erzeugter Produkte ausschließlich an Vereinsmitglieder.

II. Mitgliedschaft

§ 3 Mitglieder

Mitglieder des Vereins können alle Personen werden, die im Sinne des genannten Zwecks aktiv tätig sein wollen.

§ 4 Erwerb der Mitgliedschaft

Über die Aufnahme in den Verein entscheidet der Beirat.

Erforderlich sind:

1. Entrichtung einer Einlage
2. Zahlung des monatlichen Beitrags

Die Höhe für 1. und 2. wird jeweils durch die Mitgliederversammlung (MV) beschlossen. Die Mitgliedschaft beginnt mit der Eintragung in die Mitgliederliste.

§ 5 Beendigung der Mitgliedschaft

- (1) Die Mitgliedschaft endet:
 - a) durch Austritt
 - b) durch Ausschluß
 - c) durch Tod.
- (2) Der Austritt ist unter Einhaltung einer Frist von einem Monat jeweils zum Monatsende zulässig. Er ist schriftlich dem Vorstand oder dem Beirat mitzuteilen.
- (3) Der Beirat kann den Ausschluß eines Mitgliedes beschließen, wenn es trotz schriftlicher oder persönlicher Aufforderung seinen durch die Satzung bestimmten oder sonst übernommenen Pflichten nicht nachkommt oder sich sonst vereinschädigend verhält. Gegen den Ausschluß ist Berufung zulässig, über die in der nächsten Mitgliederversammlung entschieden wird. Die MV entscheidet mit einfacher Mehrheit.
- (4) Ausscheidende erhalten ihre Einlage zurück. Sollten sie mit ihren Beitragszahlungen im Rückstand sein, werden diese von der Einlage abgezogen und sie erhalten nur den Restbetrag zurück.

Auf Rücklagen oder sonstiges Vermögen besteht kein Anspruch.

III. Rechtsverhältnisse der Mitglieder/Haftung

§ 6 Rechte und Pflichten der Mitglieder

1. Jedes Mitglied soll im Sinne des genannten Zwecks tätig sein.
2. Jedes Mitglied hat eine Stimme.
3. Jedes Mitglied soll vor allem durch seine persönliche Mitarbeit den Zweck des Vereins nach seinen Kräften fördern.

§ 7 Haftung

Für die Verbindlichkeiten des Vereins haftet nur das Vereinsvermögen.

IV. Organe des Vereins

§ 8 Organe des Vereins sind:

1. der Vorstand
2. der Beirat
3. die Mitgliederversammlung

§ 9 Vorstand

- (1) Der Vorstand besteht aus 2 bis 8 Personen, die Mitglieder des Vereins sein müssen. Die Vorstandsmitglieder werden durch die MV per Handzeichen gewählt.
- (2) Aufgabe des Vorstands ist die Geschäftsführung und die Vertretung des Vereins.
- (3) Es vertreten jeweils zwei Vorstandsmitglieder gemeinschaftlich.

§ 10 Beirat

- (1) Der Beirat besteht aus 7-15 Mitgliedern, die Mitglieder des Vereins sein müssen. Mindestens zwei seiner Mitglieder sollen Vorstandsmitglieder sein.
- (2) Der Beirat soll Empfehlungen zu Fragen der Vereinstätigkeit abgeben und den Vorstand beraten. Ihm können einzelne Geschäftsführungsaufgaben übertragen werden.
- (3) Beirat und Vorstand geben sich eine Geschäftsordnung.
- (4) Eine Geschäftsführungsmaßnahme des Vorstandes, der der Beirat mehrheitlich widerspricht, darf vom Vorstand nicht durchgeführt werden.

§ 11 Mitgliederversammlung

- (1) Die MV wird durch den Vorstand oder den Beirat oder durch Unterschriftenliste von 10% der Mitglieder einberufen.
- (2) Termin, Ort und Tagesordnung werden in den Vereinsräumen ausgehängt oder schriftlich mitgeteilt.
- (3) Die Mitgliederversammlung ist zuständig für alle Angelegenheiten, die nicht durch Gesetz oder Satzung dem Vorstand oder Beirat übertragen sind.
- (4) Die Beschlüsse der Vereinsorgane sind im Beschlußbuch einzutragen und vom jeweiligen Versammlungsleiter zu unterschreiben. Dabei sollten Ort und Zeit der Versammlung sowie das jeweilige Abstimmungsergebnis festgehalten werden.

§ 12 Satzungsänderungen und Auflösung des Vereins

- (1) Hierzu ist die Anwesenheit von mindestens 50% der Mitglieder und eine 2/3 Mehrheit der Anwesenden erforderlich.
- (2) Wahl des Vorstands und des Beirats, Höhe der Einlage und des Beitrags. Hierzu ist einfache Mehrheit erforderlich. Die MV ist bei Anwesenheit von mindestens 1/3 der Mitglieder beschlußfähig.

§ 13

Ist eine MV nach § 12 nicht beschlußfähig, so wird nach einem Monat, längstens drei Monaten, eine neue MV einberufen, die dann ohne Rücksicht auf § 12 beschlußfähig ist.

V. *Schlußbestimmungen*

§ 14 **Auflösung**

- (1) Bei Anträgen auf Auflösung des Vereins gilt § 12 (1).
- (2) Im Falle der Auflösung wird nach Tilgung der Verbindlichkeiten das Vermögen wie folgt aufgeteilt:
 - a) Die Mitglieder erhalten ihre Einlage ganz oder anteilig zurück.
 - b) Der verbleibende Rest wird für ein Abschlußfest verwandt.

Kommentar der Redaktion:

Die Satzung nennt kaum ideelle Ziele, wie z.B. den Bezug ökologisch angebauter Lebensmittel, Vermeidung von Transporten und Verpackungsmüll oder demokratische Entscheidungsstrukturen.

Literatur

Quellen

- Albrecht, Thomas 1986: Anspruch und Wirklichkeit in Food-Coops, Eigenverlag, Berlin
- Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V. (Hrsg.) 1995: Jahrestagung der Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen - in Koop Telegramm, Sep. 95, o.O.
- Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V. (Hrsg.) 1989: Wie gründe ich eine Lebensmittelkooperative, 19 S., o.O.
- Bergstedt, Jörg o. J.: Frankfurt a. Main
- BMU, Der Bundesumweltminister für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit 1992, A: Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung im Juni 1992 in Rio de Janeiro, Dokumente, Klimarahmenkonvention, Konvention über die biologische Vielfalt, Bio Deklaration, Walderklärung. In Umweltpolitik, Bonn
- BMU, Der Bundesumweltminister für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit 1992 B: Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung im Juni 1992 in Rio de Janeiro, Dokumente, Agenda 21. In Umweltpolitik, Bonn
- Loziczky, Tanja 1996: Kooperationsformen zwischen Bauern/Bäuerinnen und VerbraucherInnen - Wege zu einem solidarischen Wirtschaften im ökologischen Landbau anhand von ausgewählten Beispielen, Wien (zu beziehen über den Ökomarkt e.V., Hamburg)
- Öko-Test-Magazin 1992: Aldi für Ökos. - in Öko-Test, Magazin für Gesundheit und Umwelt, S.33-39, Frankfurt a. Main

Bücher

- Einkaufen direkt beim Biobauern, Hrsg. Stiftung Ökologie, Deukalion-Verlag, 410 Seiten
- Das alternative Branchenbuch, Altop-Verlag, GotzingerStr. 48, 81371 München, Tel 089/7466110, e-mail: info@ALTOP.de
- Kennwort Lebensmittel - Ein Handbuch für den täglichen Einkauf; 1994; Auswertungs- und Informationsdienst für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (AID) e.V., Konstantinstr. 124, 53179 Bonn; Infos zu Einkauf, Lagerung und Haltbarkeit von Lebensmitteln
- Fernlehrgänge Naturkost-Fachkraft, Forum Berufsbildung e.V., Charlottenstr. 2; 10969 Berlin; tel 030/2590080; fax 030/2518722
- Die Vermarktung selbst in die Hand nehmen! Ein Handbuch für Bio-Bauern, Verbraucher und Ladner; Kai Kreuzer 1988
- Bio-Vermarktung, Vermarktungswege für Lebensmittel aus ökologischer Erzeugung, Kai Kreuzer 1996; ISBN: 3-89566-120-1; Umfangreiche Vorstellung von Food-Coops in den USA, viele Fotos
- Anfang der Naturkostbewegung - Dokumentation; 10 DM, Packpapier-Verlag, Postfach 1811, 49008 Osnabrück
- Auf zum Bio-Ratschlag! Ein Lesebuch der Naturkost-Diskussion 1989/1990 zur Neubesinnung der Bewegung, 6 DM, Packpapier-Verlag, Postfach 1811, 49008 Osnabrück

- Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften; 4 DM, Packpapier-Verlag, Postfach 1811, 49008 Osnabrück
- Vereine und Finanzen, Beck rechtsberater im dtv, Prof. Dr. O. Sauer, Franz Luger
- Vereine, Sport & Steuern; Hrsg.: Bundesminister der Finanzen, Referat Öffentlichkeitsarbeit, Wilhelmstr. 97, 10117 Berlin
- Aktionsmappe Umwelt - Der Leitfaden für BürgerInneninitiativen und Umweltgruppen; Institut für Ökologie, Turmstr. 14a, 23843 Bad Oldesloe

Zeitschriften

- bio-land, Kaiserstr. 18, 55116 Mainz
- Gen-Ethischer Informationsdienst (GID), gen-ethisches netzwerk, Brunnenstr. 4, 10119 Berlin
- koop-telegramm, Informationen der Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V., Im Mailand 131, 44797 Bochum
- ö-Punkte - der Infodienst für UmweltschützerInnen, Institut für Ökologie, Turmstr. 14a, 23843 Bad Oldesloe
- schrot und korn, s&k special, Am Eichwald 24, 64850 Schaaheim

Internet-Adressen

www.lebensmittelkooperativen.de
www.agoel.de
www.alles-bio.de
www.naturkost.de
www.soel.de

Adressen

Anbauverbände des ökologischen Anbaus

- Arbeitsgemeinschaft ökologischer Anbauverbände (agöl), Baumschulenweg 11, 64295 Darmstadt, www.agoel.de
- Bioland e.V., Kaiserstr. 18, 55116 Mainz, tel 06131/239790, fax 06131/2397927, e-mail: ressortvfr@bioland.de, www.Bioland.de
- Demeter-Bund e.V., Brandschneise 2, 64295 Darmstadt, tel 06155/84690, fax 06155/846911, e-mail: demeterbd@aol.com, www.demeter.de
- Gäa e.V., Am Beutlerpark 2, 01217 Dresden, tel/fax: 0351/4012389, e-mail: gaea.sachsen@t-online.de
- Biopark e.V. , Karl-Liebknecht-Str. 26, 19395 Karow, tel 038738/70309, fax 038738/70024, e-mail: biopark@compuserve.de, www.Biopark.de
- Ökosiegel e.V., Barnser Ring 1, 29581 Gerdau, tel/fax 05808/1834
- ANOG e.V., Pützchens Chaussee 60, 53227 Bonn, tel 0228/461262, fax 0228/461558, e-mail: anogev@t-online.de, www.bonnet.de/ANOG
- Eco Vin e.V. (Bundesverband ökologischer Weinbau - BÖW), Zuckerberg 19, 55276 Oppenheim, tel 06133/1640, fax 06133/1609, e-mail: ecovin@t-online.de, www.ecovin.de
- Naturland - Verband für naturgemäßen Landbau e.V., Kleinhaderner Weg 1, 82166 Gräfelfing, tel 089/898082-0, fax 089/898082-90, e-mail: naturland@naturland.de, www.naturland.de
- Biokreis Ostbayern e.V., Heiliggeist-/Ecke Hennengasse, 94032 Passau, tel 0851/32333, fax 0851/32332, e-mail: biokreis@t-online.de

GroßhändlerInnen und ProduzentInnen

- Hanfhaus, Eppendorfer Weg 1, 20259 Hamburg, tel 040-322457
Hanfprodukte, mehrere Filialen
- Horst Bode GmbH, Havighorster Weg 6f, 21031 Hamburg, tel 040/739-3320, fax 040/739-7035
Trockensortiment bundesweit per Spedition, Frisches nur im eigenen Liefergebiet
siehe auch Anzeige Seite 111
- Reforma-Werk Andreas Stellisch GmbH, Stellauer Hauptstr. 8, 22885 Barsbüttel, tel 040/675795-0, fax 040/675795-2
Trockenfrüchte, Nüsse, Getreide, Honig, Naschzeug
- Aries Umweltprodukte, Stapeler Dorfstr. 47, 27367 Horstedt, tel 04288/93010
- Bio-Antakya, z. Hd. Mathias Bohlen, Ludwig-Erhard-Str. 34, 28197 Bremen, tel 0421/528777-0, fax 0421/528777-2
Großhändler für Koops und Einkaufsgemeinschaften, beliefert in Niedersachsen und angrenzenden Bundesländern
siehe auch Anzeige Seite 112
- Leela Cotton, Georg-Wulf-Str.13, 28199 Bremen, tel 0421/551612, fax 0421/535605
Baumwolltextilien aus kbA (Schlafanzüge, Unterwäsche, z.T. Oberbekleidung)
- Eilter Bauernkäse, Barni Derneke, Eilte Nr. 27, 29693 Ahlden bei Walsrode, tel 05164/2614

Rohmilchkäse aus Kuhmilch: Schnittkäse mit Kräutern, Versand bundesweit mit Kurierdienst

siehe auch Anzeige Seite 111

- el Puente, Hildesheimer Str. 59, 31177 Harsum-Asel, tel 05127/9886020, fax 05127/9886028, e-mail: el-puente@t-online.de, www.el-puente.de
Kaffee, Tee, Wein, Honig, Gewürze, Kunstgewerbeartikel und Gebrauchsgegenstände - »Eine-Welt-Produkte«
- Die Nudelwerkstatt - Bioland-Verarbeitungsbetrieb, Anita Hohmeier, Zur Pfaffenmach 1, 36110 Schlitz, tel 06642/6848, fax 06642/6286
Nudeln aus Vollkorn- und Auszugsmehlen, Versand per Post
- Berglandkräuter aus Hessen, Thomas Kurowski, Tannenbergweg 11, 36179 Bebra, tel 06622/919846, fax 06622/919847
Teemischungen, Gewürzkräuter und Kräutermischungen, verschiedene Saaten, Apfelchips
- Hofgemeinschaft Nienhagen, Dorfstr. 2, 37186 Moringen, tel 05554/760
Schnittkäse, Schweinewurst, Rinderwurst, zeitw. Fleisch
- bioland-Imkerei, Heike Appel, Am Eschenbornrasen 11, 37213 Witzenhausen, tel 05542/8568, fax 05542/72560
Honig, Kerzen, eigene Touren nach Göttingen, Hannover, Neuss, sonst Versand per Paketdienst
- Alfred Galke GmbH, Postfach 1120, 37535 Gittelde, tel 05327/86810, fax 05327/5420
Kräuter, Gewürze, pflanzliche Produkte, zum Teil kbA, kbA-Programm ist im Aufbau
- HÖP GmbH+CoKG Handelsgesellschaft für ökologische Produkte, Schloß Borgwedde Borgwedder Str. 4, 49179 Borgwedde, tel. 05476/9020-81, fax 05476/9020-85, Belieferung bundesweit
Obst, Gemüse, Molkereiprodukte, Trockensortiment
- Hüttermann Naturwaren, Lanterstr. 38, 46539 Dinslaken, tel 02064/98055, fax 02064/91334
Käse (international)
- Ökologisches Handeln GmbH, Bärbel Holve, Hochstr. 30, 53894 Lückerrath, tel 02443/1631, fax 02443/1668
von Koops organisierter Großhandel für das Rhein-Ruhr-Gebiet
- Geo-Kreativ & Spinnwebwerkstätten, Zum Johannistal 3, 57610 Altenkirchen, tel 02681/7730, fax 02681/7737
Schaffelle, Wolle, Kerzen, Lederwaren, Spielzeug
- Südasien Imexpo, Schwanthaler Straße 54 HH, 60596 Frankfurt, tel 069/628644, fax 069/6032290
Tee, Kaffee, Gewürze, Schmuck u.a., Versand bundesweit
- Harald Zellerer, Bio-Delicatessen, Friedrichstr. 36, 67433 Neustadt, tel 06321/35757, fax 06321/35329, www.zellerer.com
Käse, Wurst, Nußmuse, Kekse, Nudeln, Aufstriche, Öl, liefert bundesweit, eigene Tour einmal monatlich

siehe auch Anzeige Seite 112

- VIVA GmbH, Postfach 2530, 76615 Bruchsal, tel 07251/349990, fax 07251/349993
Großhändler, beliefert bundesweit Koops und Einkaufsgemeinschaften
- Bioland-Hof Moser, Hans Moser, St. Felizitas Str. 23, 86860 Jengen-Weinhausen, tel 08241/2699, fax 08241/1059
Dinkelvollkornnudeln aus eigener Herstellung, bundesweiter Versand in Mehrwegbox

Regionalkontaktstellen der Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen

- Verbrauchergem. f. umweltgerecht erzeugte Produkte, c/o Matthias Schwarzwälder, Schützengasse 18, 01067 Dresden, tel 0351/4943322
- Hanna Voss de Marin, Jagowstr. 16, 10555 Berlin, tel 030/3924154
- Ökomarkt e.V., z.H. Jochen Schneck, Kurfürstenstr. 10, 22041 Hamburg, tel 040/6565042, fax 040/7340371
- Horst Eitmann, Bruchhauser Str. 2c, 28277 Bremen, tel 0421/820520
- Projektwerkstatt, c/o Jörg Bergstedt, Ludwigstr. 11, 35447 Reiskirchen-Saasen, tel 06401/903283, fax 06401/903285
- Frank Weber, Pfingststr. 3, 38118 Braunschweig, tel 0531/892178
- Food Coop Magdeburg, c/o Anne Marx, Harsdorferstr. 9, 39110 Magdeburg, tel 0391/7315980 (Umweltbüro)
- Annette Hoffstiepel, Im Mailand 131, 44797 Bochum, tel/fax 0234/797831
- Frauke Kunze, Zum Boul 6, 53894 Mechernich, tel 02443/1600
- Annette Hoeft, Im Sarkberg 30, 54296 Trier, tel 0651/9990951
- Thomas Igelhard, Buchenstraße 13, 79108 Freiburg, tel 0761/555231
- Harry Weber, Mörsingen 71, 88529 Zwiefalten, tel/fax 07373/477

„Wie gründe ich eine Lebensmittelkooperative“ im Internet:
www.lebensmittelkooperativen.de

Bundeskontaktstelle

Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen e.V., c/o Annette Hoffstiepel, Im Mailand 131, 44797 Bochum, tel/fax 0234/797831

