

Strukturmerkmale, Bedeutung und Perspektiven kleiner Lebensmittel-Genossenschaften

Strukturen

Die selbstorganisierten Verbrauchergruppen sind bei uns Mitte der siebziger Jahre mit den neuen sozialen Bewegungen entstanden. Sie nennen sich Food-Coop, Verbrauchergemeinschaft, Selbstversorgungs-Coop, Lebensmittelgemeinschaft, Lebensmittel-Coop, Verbraucherinitiative, Milch-Coop oder Einkaufsgemeinschaft. In den Coops sind Verbraucher zusammengeschlossen, die biologisch erzeugte Lebensmittel und umweltverträgliche Produkte des täglichen Bedarfs gemeinsam kaufen, lagern, und verteilen. In der Regel haben sie zwischen 20 und 100 Mitglieder und beziehen die Produkte möglichst direkt beim Bio-Bauern oder doch zumindest beim Bio-Großhandel. Da die Mitglieder der Coop die anfallenden Arbeiten außerdem unbezahlt leisten, zahlen sie deshalb deutlich weniger als im Bioladen, durchschnittlich 30-40% weniger.

Food-Coops bzw. Coops besitzen einen höheren Grad an Verbindlichkeit als Ad-hoc-Sammelstellen, manchmal auch Einkaufsgemeinschaften genannt. Coops haben weitergehende Ansprüche sozialer, bildungsmäßiger und öffentlichkeitswirksamer Ziele. [\(1\)](#) Hierarchiefreies Arbeiten, Förderung des biologischen Landbaus, radikale Gesellschaftskritik verschmelzen mit persönlichen und sozialen Interessen. Geselliges Beisammensein ist oft genauso wichtig wie politische Aktivitäten oder der Einkauf.

Coops haben ein Warenlager angelegt oder einen nicht_öffentlichen Laden eingerichtet und führen ein Konto. Die Mitglieder teilen sich die anfallende Arbeit und treffen Entscheidungen gemeinsam. Sie praktizieren rohstoffsparendes Verhalten, indem Tüten und Gläser mehrmals verwendet und große Gebinde eingekauft werden. Bei einer Coop können nur die Mitglieder einkaufen. "Coop-Kunden" gibt es nicht. Angesichts der geringen Mitgliederzahl der Coops sind deren Strukturen überschaubar, Anonymität kann so kaum entstehen.

Wenn sich auch die Coops - zu Recht - von den zu kapitalistischen Unternehmen degenerierten Nachfolgern traditioneller Konsumgenossenschaften (wie der Coop AG) abgrenzen, so treffen doch viele Merkmale, die zur Charakterisierung der traditionellen Konsumgenossenschaften herangezogen wurden, auch auf Food-Coops zu:

- Sie sind Personenvereinigungen, nicht Kapitalgesellschaften und haben offene Mitgliedschaft.
- Sie besitzen eine demokratische Verfassung (die aber oft nicht schriftlich fixiert ist), und alle Mitglieder sind gleichberechtigt ("One-man-one-vote"-Prinzip). Sie führen einen gemeinsamen Geschäftsbetrieb "der den Mitgliedern unmittelbar dient, ... wobei in diesem Fall der gemeinsame Geschäftsbetrieb als ansatzweise Organisation auf dem gemeinsamen Arbeitseinsatz der Mitglieder ruht". [\(2\)](#)

Als eine Weiterentwicklung der Food-Coops können Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften/Genossenschaften angesehen werden. Sie stellen einen Zusammenschluß von Erzeugern und Verbrauchern dar. Ziel ist es, "die Bedingungen der Erzeugung und Vermarktung von Lebensmitteln selbst zu bestimmen". [\(4\)](#) Oft haben sie einen öffentlichen Laden; auch sind sie zumeist stärker verrechtlicht. Die SV_Coop, die ja mit dem Hof an der Aue (Zeven) kooperiert, ist in diesem Sinne eine Mischung aus Food-Coop und informeller EVG (Erz.- Verbr.- Gem.)

Die überwiegende Mehrheit der Mitglieder der Food-Coops hat das Abitur, oft auch die Hochschule besucht oder befindet sich im Studium. Die meisten Mitglieder sind zwischen 20 und 30 (in der SV-Coop zwischen 30 und 40) Jahre alt, unverheiratet und haben keine Kinder. Bei den untersuchten Coops liegt das Einkommen der Mitglieder überwiegend unter 1000 Mark im Monat. Fast alle Befragten zählen sich zu den "Alternativen". [\(6\)](#)

Es gibt aber auch andere strukturierte Food-Coops mit einem höheren Durchschnittseinkommen, mit mehr Familien und sozial "gemischter". [\(7\)](#)

Nach einer Schätzung, die auf dem 1. Bundeskongreß der Lebensmittelkooperativen in Düsseldorf (Okt. 1986) vorgenommen wurde, gibt es z. Z. in der BRD und West-Berlin 400 - 500 Food-Coops. Bei einer durchschnittlichen Zahl pro FC von 30 Mitgliedern gehören also bis zu 15.000 Menschen zur "Bewegung". [\(5\)](#)

Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften/Genossenschaften gibt es in der BRD und West-Berlin ca. 25.

Politisch-soziale Bedeutung

Selbstorganisierte Verbrauchergruppen- wie Food Coops - erbringen zwar nicht zu unterschätzende Versorgungsleistungen mit hochwertiger Nahrung (wobei ihre Eigenarbeit natürlich nicht ins Bruttosozialprodukt eingeht), ihre eigentliche Bedeutung liegt aber im politisch-sozialen Bereich. Food-Coops erfüllen eine zum Überleben des Einzelnen in der Gesellschaft notwendige Avantgardefunktion. Als "gelebte Politik" setzen sie politische Forderungen in die Praxis um und sind "Katalysator der gesellschaftlichen Verbreitung alternativer Wert- und Handlungsmuster" [\(8\)](#), somit also ein Teil gegenkultureller Strukturen, die zur Weiterentwicklung der Gesellschaft beitragen können.

Ökonomische Bedeutung

Im Verhältnis zu den Umsätzen des Einzelhandels sind die Umsätze der Food-Coops eher bescheiden zu nennen. Bei angenommen 15.000 FC-Mitgliedern mit einer monatlichen Einkaufssumme von DM 50,- (Erfahrungswert der SV-Coop) kommen die ca. 500 Food-Coops bei uns auf einen Umsatz von ca. 9 Millionen DM. Gegenüber den Milliarden-Umsätzen der Lebensmittelindustrie fällt diese Summe

kaum ins Gewicht. Allerdings muß berücksichtigt werden, daß auf der mikroökonomischen Ebene manche Food-Coop das ökonomische Überleben von Bio-Bauern (bzw. Umstellbetrieben) erst möglich machen.

Welche Umsätze auf dem "Bio-Markt" zu erzielen sind, kann in etwa am Umsatz der "Neuform e.G." (Zusammenschluß von 2000 Reformhäusern und ca. 1000 Reformabteilungen in Drogerien und Apotheken) abgelesen werden. Sie erzielten 1982 eine Umsatzhöhe von 800 Mio. DM.[\(9\)](#) Die relativ geringen Umsätze der Food-Coops haben auch interne Ursachen :

- das Sortiment deckt in der Regel nur die "Grundbedürfnisse" an vollwertigen Nahrungsmitteln und sonstigen Artikeln des täglichen Bedarfs ab.
- die eingeschränkten "Laden"-öffnungszeiten der meisten Coops (1 - 2 x die Woche) erfordern eine überlegte Planung des Wochenbedarfes an Lebensmitteln. Die bevorzugten "Spontan-Einkäufe" erfolgen dann eben im Bio-Laden, Reformhaus oder Supermarkt

Peter Bargfrede

Bio-Läden contra Lebensmittel-Coops?

Auf Druck von Bio-Läden verlangen in letzter Zeit einige Bio-Großhändler (Rapunzel, Löwenzahn-Bielefeld u.a.) von Coops 10% höhere Preise für ihre Waren, da angeblich die Coops den Läden Kunden abspenstig machen bzw. die "kleinen" Bestellmengen der Coops höhere Bearbeitungskosten verursachen. Diese "Bestrafungssteuer" der Großhändler hat zu einiger Unruhe in der "Bio-Szene" geführt. Die Coops sind zu Recht darüber verärgert, daß die wirtschaftlichen Vorteile, die sie durch Eigenarbeit haben, so z.T. wieder zunichte gemacht werden.

In Bremen haben die Coops zum Glück nicht mit derartigen Problemen zu kämpfen. Unser wichtigster Bio-Großhändler arbeitet sehr fair mit Lebensmittel-Coops zusammen und zwischen Coops und Bio-Läden existieren keine größeren Probleme.

Eine Konkurrenzsituation zwischen Coops und Bio-Läden ist in der Regel ja auch nicht gegeben. "Coopler/innen kaufen auch in den Läden ein, da die Coop nie das ganze Sortiment eines Laden führen kann oder will. Darüberhinaus leisten wir unentgeltlich und kontinuierlich Bildungs- und Überzeugungsarbeit im Naturkostbereich und gewinnen dadurch langfristig viele neue Kunden für die Bioläden." [\(10\)](#)

Wirklich zu befürchten haben Food-Coops und alternative Bio-Läden aber eine Kommerzialisierung des Bio-Marktes durch Lebensmittelketten und Kaufhäuser. Nur wenn es ihnen gelingt, Verbrauchergewohnheiten, politische Ansprüche, Erzeugerinteressen und ökonomische Effizienz sinnvoll zu verbinden, wird auch

"Otto/Frieda-Normalverbraucher" bewußter konsumieren und das Einkaufsgeld nicht zum Supermarkt tragen.

Perspektiven selbstorganisierter Verbrauchergruppen

Wenn die Zahl der Verbraucherorganisationen z.Z. auch eher rückläufig ist, so wird ihre Bedeutung als Eigenarbeitsprojekt bei anhaltender (bzw. zunehmender) Massenarbeitslosigkeit in Zukunft eher noch anwachsen. Zu fragen ist aber, ob nicht neben Lebensmittel-Coops, Bio-Läden und Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften auch selbstverwaltete Lebensmittelgenossenschaften mittlerer Größe (300-1000 Mitglieder) eine Zukunftschance hätten? Eine teil-professionalisierte, demokratische strukturierte Konsumgenossenschaft könnte evtl. neue Verbraucherkreise ansprechen (z.B. Personen, denen der Arbeitsaufwand einer Coop zu groß ist, die aber genossenschaftliche Ideen unterstützen und den biologischen Landbau fördern wollen), die steigende Nachfrage von Bio-Produkten von kommerziellen Händlern in "genossenschaftliche Bahnen" lenken und sinnvolle Arbeitsplätze schaffen.

Aus der Geschichte kennen wir die Gefahr der "Transformierung" solcher Genossenschaften zu normalen kapitalistischen Unternehmen. Doch gibt es wirklich nur die Alternative zwischen "klein aber rein" (Food-Coop) oder "klein aber mein" (Bio-Laden)? Warum sollen sich nicht durch selbst auferlegte Regeln die Fehler der alten Konsumgenossenschafts-Bewegung (Tätigkeit von Nicht-Mitgliedergeschäften, Vernachlässigung der politisch-ideellen Motive/Ziele, zu große Betriebseinheiten, Abschaffung des Rückvergütungsprinzips usw.) vermeiden lassen? Eine Konsumgenossenschaft, die wirtschaftliche Interessen, politisch-ideelle Ziele, Verbraucher/Umweltberatung mit der Förderung des biologischen Landbaus verbindet, könnte durchaus eine ernsthafte Alternative zu den Supermärkten sein. Sicher ist aber auch, daß eine solche "neue Konsumgenossenschaftsbewegung" nur Überlebenschancen hätte, wenn sie politisch in eine alternativ-ökonomische/antikapitalistische Bewegung integriert wäre.

Literaturhinweise(1) Vgl. Albrecht, Thomas Anspruch und Wirklichkeit in Food-Coops, Eigenverlag, Berlin 1986 S.17(2) Vgl. Jösch, J. Konsumgenossenschaften und foodcooperatives Duncker und Humblot, Berlin 1983 S.31 (vgl. Albrecht, Tomas, a.a.O.)(3) Vgl. Albrecht,Thomas a.a.O.(4) Schmandibben, Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften Kassel 1983, vgl. auch den abschnitt über den "Ökomarkt" in dieser Broschüre(5) Ergebnisprotokolle des ersten Bundeskongresses der Lebensmittelkooperativen Düsseldorf 1986(6) Vgl. Albrecht, Thomas, a.a.O.,(7) Ebd., S.25(8) Ebd., S.4, aus :Brandt, K.W., Neue soziale Bewegungen, Opladen, 1982, S. 182(9) Albrecht, Thomas, a.a.O., S.21(10) 1. Rundbrief, Arbeitsgemeinschaft bundesweiter Food-Coops, Ostern 1987, S.14