

## Die neuen aktiven KonsumentInnen

**KonsumentInnen wollen einen Bezug zu den Lebensmitteln, die sie kaufen. Nähe zu den ProduzentInnen schafft Vertrauen. Und Vertrauen ist laut Innova Market Insights ein Top-Lebensmittel-trend für 2014. Manche KonsumentInnen nehmen die Sache selbst in die Hand und gehen aktiv auf die ProduzentInnen zu: Sie gründen Foodcoops und CSA-Projekte.**

Ein Dienstag kurz vor Weihnachten, 16 Uhr. In einem Erdgeschoßlokal im zweiten Wiener Bezirk öffnen sich die Pforten. Eine Foodcoop hat hier ihr Lager aufgeschlagen, und heute ist Ladentag. Die Mitglieder trudeln zum Einkaufen ein. Manche kommen mit Trolleys, andere mit großen Taschen und Rucksäcken, nicht wenige sind trotz der Kälte mit dem Rad da.

In den Regalen des Lagers stehen Öle, Essige, Fruchtsäfte, Honig, Schnaps, auch Kaffee und Kakao; Lebensmittel, die lange haltbar sind. Vor wenigen Stunden ist die Gemüselieferung gekommen. Ein Bio-Bauer aus dem zehnten Bezirk hat sie gebracht. Zeitig in der Früh war bereits eine Bio-Bauerngenossenschaft da und hat Brot und Milchprodukte geliefert, Freiwillige aus der Arbeitsgruppe *Warenannahme* haben sie entgegengenommen. Heute ist ein besonderer Ladentag, weil auch die monatliche Fleischlieferung gekommen ist.

Zwischen 16 und 18 Uhr geht's in dem 30-m<sup>2</sup>-Raum zu wie einst beim Greißler: Es wird gewogen, gezählt, portioniert, eingepackt – und dabei getratscht, gelacht, mitunter auch ein Schnapserl verkostet. Zwei Freiwillige aus der Arbeitsgruppe *Ladendienst* kümmern sich darum, darum, dass alle das mitnehmen, was sie jeweils bestellt haben. Nur gezahlt wird hier nicht, das läuft virtuell über eine Software, in die die Arbeitsgruppe *Produkte* die bestellbaren Lebensmittel einspeist und über die die Arbeitsgruppe *Verwaltung* die Abrechnungen organisiert. Eine Foodcoop ist eine bestens organisierte, moderne Angelegenheit.

### Foodcoops: Gemeinsam einkaufen

Foodcoop ist die Abkürzung für Food Cooperation, Lebensmittelkooperative. Foodcoops sind Einkaufsgemeinschaften von Menschen, die einiges verbindet: Sie sind nicht zufrieden mit dem Einkaufssystem der Supermärkte, suchen mehr Nähe zu den LebensmittelproduzentInnen, haben ein hohes Maß an Eigeninitiative und sind bereit, Zeit in Aufbau und Pflege eines alternativen Einkaufsmodells zu investieren. FoodcooperantInnen sind vom Altruismus getrieben, aber auch hedonistische Motive spielen eine Rolle: Die meisten Foodcoops sind auf der Suche nach Lebensmitteln besonders hoher Qualität, fast immer ist Bio Mindeststandard, meist sucht man aber nach ProduzentInnen, die noch umweltfreundlicher landwirtschaften, Tiere noch artgerechter halten und Lebensmittel noch natürlicher

herstellen als herkömmliche Bio-Betriebe das tun. Und man will so direkt wie möglich einkaufen, am liebsten bei Bauern/Bäuerinnen, die man kennt und denen man vertraut. Foodcoop-Exkursionen zu den ProduzentInnen sind Teil des Konzeptes.

### Community Supported Agriculture: KonsumentInnen als Co-LandwirtInnen

Noch einen Schritt weiter geht das Konzept der Community Supported Agriculture (CSA), der gemeinschaftsgestützten oder auch solidarischen Landwirtschaft. Sie hat eine wechselseitige Beziehung zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen zum Ziel, die EsserInnen werden sozusagen zu Co-LandwirtInnen. Das funktioniert so: Eine Gruppe von Menschen, oft aus der Stadt, verbindet sich langfristig mit einem Hof. Die BetreiberInnen legen in der Generalversammlung eine Schätzung vor, was der laufende Betrieb kostet, und die Mitglieder erwerben sogenannte „Ernteanteile“, mit denen sie zunächst den landwirtschaftlichen Betrieb finanzieren. Was der produziert, erhalten sie in Form von Lebensmitteln. Die KonsumentInnen kaufen nicht „nur“ von dem Betrieb ein, sie tragen auch alle Risiken, wie Ernteausfälle, mit. „Echtes“ Produzent-Sein, in Form von Mithelfen bei der landwirtschaftlichen Arbeit, ist ausdrücklich erwünscht.

### Die Zukunft des KonsumentIn-Seins?

Weder Foodcoops noch CSA sind aus rückwärtsgerichteten Früher-war-alles-besser-Motiven entstanden. Im Gegenteil: Beide Ansätze verstehen sich als Zukunftsmodelle, wie Konsument-Sein auch funktionieren könnte: mehr Selbstbestimmung, größere Transparenz, auch mehr Verantwortung, dafür höhere Produktqualität. Perfekt sind beide Modelle freilich nicht. So ist die Zustellung kleinerer Mengen an Lebensmitteln relativ energieaufwändiger als die Logistik der Handelsketten. Foodcoops und CSA haben immer wieder Engpässe, nicht immer ist alles verfügbar. Und das Mehr an Selbstverantwortung ist anstrengend und zweitaufwändig. Aus diesen Gründen werden sich wohl weder Foodcoops noch CSA als Standardmodelle durchsetzen. Wer allerdings auch die Freude und Befriedigung einmal kennengelernt hat, die mit dem aktiven KonsumentIn-Sein verbunden ist, möchte nicht mehr anders einkaufen.

#### ► Weiterführende Informationen:

foodcoops.at  
www.solidarische-landwirtschaft.org  
www.ochsenherz.at  
www.biohof-mogg.at