

Foodcoop als Alternative zum Supermarkt



Tom Albrecht

kontakt@tomalbrechtart.de

Mitglied Foodcoop
Bergmanstrasse, Berlin

Sprecher
Bundesarbeitsgemein-
schaft der Foodcoops



Themen



Foodcoop als
Alternative zum
Supermarkt

Eine „Coop Werbung“

Beispiel FC
Bergmannstrasse

FC Typen

Weitere
Informationsquellen

Foodcoop als Alternative zum Supermarkt

- Überwindet die Vereinzelung der/des Verbraucherin/ers
- Schafft lebendige soziale und ökologische Praxis und Kontakte zu gleichgesinnten Menschen
- Vereinfacht die Warenauswahl durch vertraute Personen
- Preisvorteil durch Beteiligung
- Stärkung und Wissenszuwachs durch Gespräche bei Einkauf und Versammlung
- Motiviert zu Engagement

Plakat im Fenster der Food Coop Bergmannstrasse Berlin:

„Wir kaufen

Bio, saisonal, regional, Fair Trade,
vegetarisch, gemeinsam

Das ist gut für

Gesundheit, Geldbeutel, Tier, Umwelt,
Klima, Arbeitende, lokale Wirtschaft

Und Sie?“



Foodcoop - Typen

Typ	Raum	Organisation	Sozial	Rechtlich
Bestell- gemein- schaft	Kein festes Lager	Koodination der Bestellung über Internet	Feste Gruppe, Treffen zu den Abholterminen	GbR, z.B. Foodcoop Umweltzentrum Bielefeld, z.B.
Lager- coop	Festes Lager	auf Haushalte verteilte Arbeit, Plena, geringer Mitgliedsbeitrag	Feste Gruppe, Plena, Vertrauen nötig	GbR, e.V., z. B. Foodcoop Bergmanstr., Berlin
Mitglie- der- laden	Festes Lager	Angestellte, nicht öffentlich	Feste Mitgliedschaft, Verkauf nur an Mitglieder	z.B. Kernbeisser e.G., Braunschweig
Mitglie- derla- den+Bio laden	Lager, Verkaufsraum	Angestellte, gewerb- lich, öffentlich, höhe- rer Mitgliedsbeitrag - günstigere Preise	Feste Mitgliedschaft, eher „Kunde“, Mitgliederver- sammlungen	GmbH, z.B. „Biocompany“, Berlin

Beispiel FC Bergmannstr., Berlin

- „Lagercoop“ seit 1977
- e.V.
- Arbeit auf 38 unbezahlten Teilzeitarbeitsplätze auf alle Mitgliedshaushalte verteilt
- WGs, Singles, Familien, Paare
- Eintritt über Bürgen aus den Mitgliedern
- Warteliste
- Warenschwund 1,4% in 2009

Beispiel FC Bergmannstr., Berlin

bestellen, lagern und verkaufen gewinnfrei
Naturkostvollsortiment und Non - Food aus
ökologischer Erzeugung

Ca. 80 Essende in 45 Mitgliedshaushalten

Bezug bei regionalen Erzeugern, lokalem und
überregionalem Naturkostgroßhandel, Banafair.

Umsatz ca. 40.000 €/a

Beispiel FC Bergmannstr., Berlin

- Einlage je erwachsene/r Esser/in von 90 €, Mitgliedsbeitrag/ Haushalt von 5,50€ / Monat
- Teilnahme an Plena vier mal jährlich für ca. zwei Stunden erwünscht
- Arbeit auf einem Job z.B. "Auspreisen neuer Ware" ca. alle sechs Wochen 1 Stunde und einmal Ladendienst im Jahr ca. 2 Stunden
- Preisvorteil Naturkost 10 bis 50%
- Einkauf immer, alle Haushalte haben Schlüssel

Weitere Informationen

- Website der Bundes-AG der Foodcoops: <http://foodcoops.de/> Dort u.a.
- Film über zwei Cooptypen
- Hinweis auf zwei Gründungs-Handbücher
- Antwort auf Steuerfragen bei verschiedenen Foodcoop-Typen
- Links zu typischen Foodcoops, regionalen Ansprechpersonen, Warenanbietern, Literatur, Archiv
- Link zu Foodcoopedia: Listen von Coops, Lieferanten, Gründungshilfen