



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

“Foodcoops und der österreichische Rechtsrahmen“

verfasst von / submitted by

Cansu Yesilyurt, BSc

angestrebter akademischer Grad /
in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Master of Science (MSc)

Wien, 2017 / Vienna, 2017

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears
on the student record sheet:

A 066 914

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears
on the student record sheet:

Masterstudium
Internationale Betriebswirtschaft

Betreut von / Supervisor:

ao. Univ.-Prof. Dr. Johann Brazda

Danksagung

Ich möchte mich an dieser Stelle bei meinem Betreuer, Herrn ao. Univ.-Prof. Dr.

Johann Brazda und seinem Mitarbeiter Herrn Mag. Florian Jagschitz für die hilfreichen Gespräche und Ratschläge während des Verfassens meiner Arbeit bedanken.

Zutiefst zu Dank verpflichtet bin ich meinen Eltern (Nuran und Hamit) und Geschwistern (Canan und Olcay), die mich nicht nur während der Masterarbeit, sondern während meines gesamten Studiums tatkräftig unterstützt und ermutigt haben.

Mein besonderer Dank gilt meinem Verlobten Gökhan und meiner Freundin Kanka für ihre große Unterstützung, ihre Motivation und ihr Verständnis.

Auch all jenen, die hier nicht namentlich genannt wurden, gilt mein herzlicher Dank.

Cansu Yesilyurt

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung	7
1.1 Vorwort	7
1.2 Ziel der Arbeit	9
1.3 Meine Motivation.....	10
2. Foodcoops	12
2.1 Definition.....	12
2.2 Arten von Foodcoops.....	12
2.3 Hintergrund & Bedeutung	16
2.4 Geschichte der Foodcoops.....	21
2.4.1 Vorläufer bzw. Vorgeschichte von Foodcoops	23
2.4.2 Konsumgenossenschaften in Österreich	24
2.5 Vergleich Foodcoops und Bioläden	27
2.6 Bioprodukte aus dem Supermarkt	28
2.6.1 Einleitung	28
2.6.2 Analyse	29
2.6.3 Vergleich Foodcoops und Supermärkte	38
3. Entstehung einer Foodcoop	42
3.1 Personenfindung.....	42
3.2 Lieferantensuche	43
3.3 Die erste Bestellung.....	45
3.4 Die weitere Entwicklung einer Foodcoop.....	46
4. Foodcoops in Österreich	48
4.1 Organisationsstruktur.....	48
4.1.1 Foodcoop- ‚1Korn‘	49
4.1.2 Foodcoop- ‚Rübezahl‘	50
4.1.3 Foodcoop- ‚Radieschenbund‘	50
4.2 Internetrecherche.....	52
4.2.1 Foodcoops in den Medien	52
5. Foodcoops und rechtliche Grundlagen	55
5.1 Vereinsgesetz	55
5.1.1 Der Verein als Rechtsform	55
5.1.2 Gründung des Vereins	56
5.1.3 Haftung im Verein	57
5.1.4 Rechnungslegung	59
5.1.5 Rechtliche Vereine	59
	3

5.1.6 Organisation eines Vereines	62
5.2 Genossenschaftsgesetz	66
5.2.1 Genossenschaften	66
5.2.2 Co-operative Identität, Werte und Prinzipien	67
5.3 Gewerberecht	69
5.3.1 Die Gewerbeordnung	69
5.3.2 Welche Gewerbearten gibt es?	70
5.3.3 Gewerbeanmeldung bei Einzelunternehmen	72
6. Foodcoops und österreichischer Rechtsrahmen	75
6.1 Sicht der WKO & ihrer Rechtsabteilung.....	76
6.1.1 Interview - Rechtsabteilung der WKW	76
6.1.2 Stellungnahme WKO (inkl. Gutachten)	78
6.1.3 Stellungnahme WKOÖ	85
6.2 Sicht der Foodcoops - Umgang mit der GewO / Angriffe der WKO.....	88
6.2.1 Fragebogenauswertung	88
6.2.2 Interview – Gründer der Foodcoop ‚Radieschenbund‘	91
7. Pressekonferenz	94
7.1 Pressemitteilung – LR Rudi Anschöber	94
7.2 Pressemitteilung – BIO AUSTRIA OÖ.....	99
7.3 Interview – Dominik Dax	101
8. Schlussfolgerung und Zukunftsausblick	105
9. Literaturverzeichnis	108
10. Quellenverzeichnis	109
11. Durchgeführte Interviews	111
12. Anhang	112
12.1 Zusammenfassung	112
12.2 Abstract.....	113
12.3 Fragebogen	114
12.4 Gutachten WKO.....	117

Abkürzungsverzeichnis

bzw.	beziehungsweise
WKO	Wirtschaftskammer Österreich
WKOÖ	Wirtschaftskammer Oberösterreich
WKW	Wirtschaftskammer Wien
Dr.	Doktor
E-Mail	elektronische Mail
ff.	fortfolgende
Gem.	Gemäß
GenG	Genossenschaftsgesetz
GewO	Gewerbeordnung
GöC	Großeinkaufsgesellschaft österreichischer Consumvereine
Hrsg.	Herausgeber
iSd	im Sinne des
o. ä.	oder ähnliche
o. V.	ohne Verfasser
z. B.	zum Beispiel
Mag.	Magister
Matr.-Nr.	Matrikelnummer
Z	Ziffer
Vgl.	Vergleich
VO	Verordnung
§	Paragraf
VerG	Vereinsgesetz
Ha	herrschende Ansicht

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Arten von Foodcoops

Abbildung 2: Foodcoops in Österreich

Abbildung 3: Warenfluss in einer Bestell-Foodcoop

1. Einführung

1.1 Vorwort

Die Ernährung spielt eine wesentliche Rolle in einem Menschenleben. Sie hat großen Einfluss auf unseren gesundheitlichen Zustand und unser Wohlbefinden. Dabei wird unsere Gesundheit nicht nur von der Art unserer Nahrungsmittel beeinflusst, ein wichtiger Einflussfaktor ist dabei auch die Art und Weise wie die Lebensmittel erzeugt werden (vgl. Sense.Lab e.V., 2009, S. 11).

Viele bewusste, engagierte Konsumenten und Konsumentinnen haben Wissen über die schlechten Bedingungen in der konventionellen Lebensmittelherstellung erlangt und sind sich mittlerweile im Klaren, dass durch manche Herstellungswege von Lebensmitteln die Umwelt beeinträchtigt wird. Außerdem haben viele Verbraucher und Verbraucherinnen Erfahrungen mit den immer häufiger werdenden Nahrungsmittelskandalen gemacht, die u. a. auf die industrielle Tierproduktion zurückzuführen sind. Dies sind einige Gründen, weshalb sich immer mehr Menschen dazu entscheiden, Produkte zu erwerben, welche einer strengen Kontrolle unterzogen werden und aus ökologischer Landwirtschaft stammen (vgl. Sense.Lab e.V., 2009, S. 11).

Eine Möglichkeit, Lebensmitteln zu beziehen, die sowohl den menschlichen Körper als auch die regionale, biologische Landwirtschaft im positiven Sinne unterstützen, ist die Mitgliedschaft in einer Lebensmitteleinkaufsgemeinschaft (auch Foodcoop genannt). *„Foodcoops sind ehrenamtlich organisierte Gemeinschaften, die kostengünstig ökologisch hergestellte Produkte aus der Region und fair gehandelte Waren aus Übersee beziehen“* (Sense.Lab e.V., 2009, S. 11). Die Absicht dieses Zusammenschlusses ist es, Menschen den Zugang zu qualitätsmäßig erstklassigen und umweltfreundlichen Lebensmitteln zu ermöglichen. Die Mitgliedschaft in einer Foodcoop ist insbesondere für Menschen von großer Bedeutung, die aufgrund ihrer Wohnsituation keinen einfachen Zugang zu qualitativ hochwertigen Nahrungsmitteln haben oder einer ökonomischen Benachteiligung unterliegen (vgl. Sense.Lab e.V., 2009, S. 11).

Die Struktur einer Lebensmittelkooperative in Bezug auf das Angebot und dem Arbeitsablauf wird von den Mitgliedern ausgestaltet und richtet sich demgemäß nach ihren Wünschen. Dabei bevorzugen Foodcoop-Mitglieder die direkte Beziehung zu regionalen Produzenten, da dadurch keine langen Transportwege nötig sind. Außerdem wird dadurch die regionale Wirtschaft gefördert. Bemerkenswerterweise stellen die Produktionsbedingungen der Lebensmittel, neben der Umweltfreundlichkeit, einen wesentlichen Faktor dar. Das Ziel ist es den faire Handel zwischen Produzenten und Konsumenten zu ermöglichen bzw. zu fördern(vgl. Sense.Lab e.V., 2009, S. 12).

Bemerkenswert ist außerdem, dass die Errichtung und der Betrieb einer Lebensmittelkooperative unzählige Schwierigkeiten mit sich bringen. Beachtlich dabei ist die hohe Anzahl der an einer Mitgliedschaft interessierten Menschen, die aufgrund der niedrigen Versorgungsgröße bestehender Foodcoops unversorgt bleiben müssen (vgl. Sense.Lab e.V., 2009, S. 12).

Um eine Foodcoop gründen zu können, müssen Interessierte vor der Gründung Know-how aufbauen, denn bislang existiert keine einheitliche, strukturierte, schriftliche Anleitung, welche sich zukünftige Mitglieder bei der Bildung einer Lebensmittelkooperative zur Hilfe nehmen könnten (vgl. Sense.Lab e.V., 2009, S. 12).

Daher gebe ich im Rahmen meiner Masterarbeit wissenswerte Informationen weiter, welche für Interessenten und Interessentinnen in Hinsicht auf eine erfolgreiche Gründung und Führung einer Foodcoop von großer Bedeutung sind. Auf diese Weise wird versucht „*einer breiten Bevölkerungsgruppe den Zugang zu ökologisch und fair produzierter und verteilter Nahrung*“ zu ermöglichen (Sense.Lab e.V., 2009, S. 12).

Diese Masterarbeit soll die Leser und Leserinnen nicht nur über den Ablauf der Gründung und Führung einer Foodcoop informieren, es wird auch ein umfangreicher Überblick über die rechtlichen Grundlagen in Österreich und die aktuellen Diskussionen zur Gewerbeordnung gegeben.

1.2 Ziel der Arbeit

Das Ziel dieser Arbeit ist die Darstellung der Stärken und Schwächen von Foodcoops in der heutigen Zeit und ihrer Besonderheiten in Bezug auf die österreichische Rechtsordnung. Dabei ist zu erwähnen, dass bei der folgenden Analyse nicht nur die aktuellen Aspekte untersucht wurden, sondern auch auf die Geschichte der Foodcoops und ihrer Vorläufer eingegangen wurde.

Im ersten Abschnitt der Masterarbeit werden zunächst allgemeine Informationen zu Lebensmittelkooperativen gegeben. Beginnend mit der Definition einer Foodcoop, wird die Einführung in dieses Thema mit den Arten und der Bedeutung von Foodcoops fortgesetzt. Anschließend wird kurz auf die Geschichte früherer großer Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften (Konsumgenossenschaften) eingegangen.

Da Foodcoops nicht die einzigen Anbieter ökologischer Lebensmittel sind und es auch andere Möglichkeiten gibt Bioprodukte zu beziehen, über welche die Leser informiert werden sollten, ist es äußerst interessant den Vergleich zwischen dem Erwerb von Biolebensmitteln von einer Foodcoop und einem Supermarkt zu sehen. Die Informationen zu dieser Gegenüberstellung werden einer Seminararbeit von zwei ehemaligen Studenten der BOKU entnommen, welche in der Lebensmittelkooperative ‚bioparadeis‘ aktiv sind bzw. waren.

Die Details von Foodcoops stellt der Teil der Entstehung (zB. Gruppenfindung) dar, welche mit Einzelheiten zu der Lieferantenrecherche, dem Einkauf, der generellen Funktionen (Arbeitsteilung, Bestellung etc.) ergänzt wird. Diese Arbeit befasst sich neben dem theoretischen Teil auch mit den rechtlichen Aspekten (Gewerbeordnung, Vereinsgesetz etc.) von Foodcoops. Dabei liegt der Schwerpunkt auf den aktuellen Verhandlungen der Foodcoops mit der WKO (Wirtschaftskammer Österreich). Wobei die Standpunkte beider Partner gegenübergestellt und untersucht werden.

Den Schluss der Arbeit bildet eine Alternative zu den bisher in Österreich bekannten Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften - nämlich Foodcoops mit Gewerbeschein. Die Informationen meiner Analyse basieren größtenteils auf Befragungen, welche ich mit bestehenden Foodcoops, der WKO sowie weiteren für die Analyse wichtigen

Vertretern durchführen werde. Um weitere Details zu erfahren, wird die Untersuchung durch eine Onlinebefragung unterstützt. Die Absicht hinter dieser Recherche ist es, Menschen über die große Bedeutung bewusster und selbstbestimmter Ernährung aufzuklären und ein neues Bewusstsein dafür zu schaffen.

1.3 Meine Motivation

Bevor ich mit dem Inhalt meiner Masterarbeit beginne, möchte ich meine Motivation für das Thema Foodcoops darlegen.

Seit Jahren setzte sich meine Ernährung aus verschiedenen Fertiggerichten wie Nudeln, Suppen, Fastfood wie Burger und Ähnlichem zusammen. Dabei machte ich mir nie Gedanken darüber, aus welchen Zutaten sich diese Produkte zusammensetzen oder in welchem Land diese Nahrungsmittel erzeugt werden. Eines stand für mich fest, ich hatte weder Zeit noch Interesse mich mit diesen Details zu beschäftigen. Bis ich schließlich eines Tages bemerkte, dass die Ernährung, neben sportlichen Aktivitäten, einen großen Einfluss auf meine Gesundheit hat.

Das Problem ist jedoch, dass keiner so genau weiß, was unter einer gesunden Ernährung eigentlich zu verstehen ist. Außerdem redet man sich häufig ein, dass die gegenwärtigen Ernährungsgewohnheiten ideal sind und dass die Ernährung unsere Gesundheit nicht beeinflusst. Dabei ist aber mittlerweile bekannt, dass der schlechte Gesundheitszustand vieler Personen sehr wohl auf die Essgewohnheit zurückzuführen ist. Wie kann man herausfinden, was gesunde Ernährung in Wirklichkeit ist?

Bekanntlich gibt es eine Menge verschiedener Ernährungsformen welche als „gesunde Ernährung“ bezeichnet werden, beispielsweise die Vermeidung von Kohlenhydrate oder Getränken mit Kohlensäure, vegane Ernährung und viele andere. Da ich im Grunde eine bewusste Person bin und besonderen Wert auf meine Gesundheit lege, habe ich vor einem halben Jahr beschlossen, zusätzlich zum Sport, meine Ernährung umzustellen. Dabei habe ich meine Ernährung auf der Grundlage der vorhin erwähnten Möglichkeiten geändert und mit der Zeit bemerkt, dass diese

Veränderungen für mich auf meinem neuen Weg nicht zufriedenstellend genug waren. Genau rechtzeitig machte mein Professor auch einen perfekten Themenvorschlag für meine Masterarbeit, nämlich ‚Foodcoops‘, welche meiner Meinung nach ein sehr guter Leitfaden für mich waren. Denn ich wusste damals, dass ich durch die Ernährungsumstellung für mich und meinen Körper zwar etwas Gutes gemacht hatte, jedoch merkte ich erst nach einer kurzen Recherche zu Foodcoops, dass eine Reihe an weiteren Aspekten existieren, über die ich mir bisher keine Gedanken gemacht hatte, welche aber von großer Bedeutung sind. Zu diesen Faktoren gehören zum Beispiel die Berücksichtigung bzw. Unterstützung der regionalen Landwirtschaft beim Kauf von Produkten und der bewusste Kauf von Saisonprodukten. Da diese Details mein besonderes Interesse weckten und mich motivierten über dieses Thema zu schreiben, nahm ich dieses Thema für meine Masterarbeit an.

2. Foodcoops

2.1 Definition

Der Begriff Foodcoop stammt vom Englischen ‚food cooperative‘ und ist eine Lebensmitteleinkaufsgemeinschaft bzw. Lebensmittelkooperative zu welcher sich Personen zusammenschließen und den Kauf von Lebensmitteln gemeinsam planen und durchführen (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 15f.).

Foodcoops legen Wert darauf, dass die Herstellung ihrer Produkte biologisch erfolgt. Ein großer Teil der Lebensmittel stammt aus der Region und ist somit gleichzeitig saisonal (vgl. Sense.Lab e. V. 2009, S. 15f.). Beispiele für ähnliche Organisationen sind zB *„lokale Bauernhöfe, Gärtnereien, Imkereien“* etc., wobei Konsumgenossenschaften, aber auch ErzeugerInnen- bzw. VerbraucherInnen-Gemeinschaften historische Vorläufer sind (Vgl. Foodcoops.at).

Lebensmittelkooperativen achten darauf, dass sie den Großteil ihrer Produkte direkt von regionalen Produzenten oder durch fairen Handel aus dem Ausland bekommen. Dabei wird sowohl der Einkauf als auch die Lagerung und Verteilung von den Foodcoops organisiert. Der Erwerb der Produkte erfolgt durch die Bezahlung einer angemessenen Geldsumme. Die Produkte werden dann ohne Preiszuschlag an die Mitglieder übergeben wird (vgl. Sense.Lab e. V. 2009, S. 15f.).

Zwei wichtige Punkte bei der Produktbeschaffung sind, abgesehen vom günstigen Einkauf der ökologisch und qualitativ erstklassigen Lebensmittel, die Kommunikation mit den ErzeugerInnen und die Konfrontation mit der Landwirtschaft und den Produkten (vgl. Sense.Lab e. V. 2009, S. 15f.).

2.2 Arten von Foodcoops

„Unter dem Begriff Foodcoop versammeln sich eine ganze Reihe von verschiedenen Organisationsformen. Selbstversorger-Kooperative, Lebensmittel-, Verbraucher- oder Einkaufsgemeinschaften, Mitgliederladen, Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaft, Community Supported Agriculture, ... - all diese Varianten setzen verschiedene

Schwerpunkte, und selten gibt es scharfe Abgrenzungen zwischen ihnen. Genauso unterschiedlich wie die Bedürfnisse der Menschen, die sich in Foodcoops organisieren, sind auch die einzelnen Foodcoops selbst“ (Sense.Lab e.V. 2009, S. 15f.).

Im Grunde genommen haben alle Foodcoops ähnliche Prinzipien und ähnliche Ziele. Ursprünglich sind sie zurückzuführen auf soziale Bewegungen, die „*Tauschringe, Wohnprojekte und andere solidarische Gemeinschaften*“ als Folge hatten (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 15). Bemerkenswert ist, dass für Lebensmittelkooperativen der Wettbewerb keine große Bedeutung aufweist. (Vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 15).

Die Art und Weise, wie Lebensmittelkooperativen organisiert sind repräsentiert, abgesehen von einer günstigen Alternative biologische Lebensmittel zu erwerben, einen Ort zum sozialen Informationsaustausch. Somit steht fest, dass sich Foodcoops durch ihre nicht-profitorientierte Betriebsweise von anderen Organisationen oder Firmen unterscheiden, wo Verbraucher und Verbraucherinnen als der Schlüssel zum Erfolg betrachtet werden (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 15f.).

Man kann zwischen zwei Arten von Lebensmittelkooperativen unterscheiden: **Lager-Foodcoop** oder **Bestell-Foodcoop**. Von einer *Bestell-Foodcoop* ist die Rede, wenn die Bestellungen der Mitglieder durch eine einzige Person (unter einem Namen) durchgeführt werden und nach der Auslieferung die Verteilung der Bestellware und die Verrechnung stattfinden. Wenn die Foodcoop eine gewisse Größe erreicht hat und Waren von mehreren Lieferanten bezogen werden, kann ein eigener Lagerraum angemietet werden (*Lager-Foodcoop*) (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 9).

Zahlreiche Lebensmittelkooperativen die heute aktiv sind, haben den Anfang als *Bestell-Foodcoop* gemacht. Hier erfolgen Bestellungen für Grundnahrungsmittel in regelmäßiger Abfolge. Dabei werden Produkte wie Tee und Kaffee beziehungsweise Trockenobst erst dann bestellt, wenn eine Nachfrage dafür besteht. Außerdem ist hervorzuheben, dass sowohl beim Großhändler als auch direkt bei Landwirten und Landwirtinnen bestellt werden kann. Nachdem die bestellten Lebensmittel geliefert wurden, werden diese aufgeteilt und abgerechnet. Eine *Bestell-Foodcoop* ist

besonders gut geeignet für „*Wohn- und kleinere Hausgemeinschaften*“ (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 19).

Wenn Lebensmittelkooperativen bemerken, dass sie aufgrund der hohen Bestellgröße von Waren und steigender Zahl an Zulieferern, einen Bedarf an einem Lager haben, treffen sie häufig die Entscheidung ein Lager anzumieten und als *Lager-Foodcoop* weiterzuarbeiten. Der Unterschied im Vergleich zu einer *Bestell-Foodcoop* besteht darin, dass diese Foodcoop-Variante über ein Lager verfügt, welches einen guten Überblick über die Waren gibt. „*Bestellungen können dann direkt in die zur Verfügung stehenden Räumlichkeiten geliefert und für eine gewisse Zeit dort gelagert werden. Die dadurch mögliche Vorratshaltung kommt den Mindestabnahmemengen vieler Lieferanten entgegen, da große Bestellmengen möglich sind. Als Nachteil kann angeführt werden, dass länger eingelagerte Ware natürlich auch schlecht werden kann und es somit zu Schwund kommt*“ (Sense.Lab e.V. 2009, S. 19f.).

Ein weiterer Unterschied zu einer Bestell-Foodcoop sind die unregelmäßigeren Bestellrhythmen, welche vom Lagerbestand abhängig sind. Die Aufteilung von weiteren Aufgaben welche Mitglieder zu erledigen haben, beispielsweise die Durchführung von Gesamtbestellungen, Warenannahme, Regalschlichtung, Buchführung, Lagerreinigung, usw. werden untereinander geregelt und zugeteilt. Außerdem können Lager-Foodcoops auch spontan Einkäufe tätigen, welche bei Bestell-Foodcoops aufgrund des regelmäßigen Bestelltaktes unmöglich sind. Zudem besteht für Mitglieder die Möglichkeit sich im Verkaufsraum oder den Lagerräumen einer Lager-Foodcoop zu treffen und Versammlungen abzuhalten.

Sobald es sich bei Lebensmittelgemeinschaften jedoch um eine viel größere Personengruppe handelt, fällt es den Mitgliedern manchmal schwer einander zu vertrauen und somit ein gemeinsames Lager zu führen, weshalb für sie eine *Laden-Foodcoop* in Frage kommt. Bei einer Laden-Foodcoop übernehmen die Mitglieder Aufgaben wie Bestellung, Verkauf und Verwaltung. Die Mitglieder einer Kooperative besitzen das Recht auf Mitsprache und sind verpflichtet für die Fortführung der Foodcoop ständig aktiv zu sein. Das Risiko der Foodcoop wird von allen Personen getragen (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 9).

Es existieren *Laden-Foodcoops*, die parallel *Bioläden* führen und umgekehrt. Es handelt sich bei diesen Läden um Gewerbebetriebe, die jedem Mitglied den Zugang gestatten und ihnen erlauben kostengünstig einzukaufen (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 9).

In den meisten Fällen herrscht ein guter Kontakt zwischen Foodcoop und Produzenten, was bedeutet, dass Foodcoops einen großen Teil der Ernte übernehmen. Dieses Verhältnis, welches auch als *„ErzeugerInnen-VerbraucherInnen-Gemeinschaft“* bezeichnet werden kann, stellt vor allem für ErzeugerInnen eine Absicherung für den langfristigen Verkauf von Produkten dar, schaltet den Zwischenhandel aus, verringert die Absatzkosten und sichert die Unabhängigkeit von externen Faktoren. Verbraucher und Verbraucherinnen haben den Vorteil, durch diese Zusammenarbeit günstiger Lebensmittel erwerben zu können und haben die sichere Kenntnis über die Herkunft der Güter (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 9).

„Lebensmittelkooperativen sind oft schwer voneinander abzugrenzen, da sie sich durch wechselnde MitgliederInnen mit unterschiedlichen Bedürfnissen und einer basisdemokratischen, flexiblen Organisation in einem dynamischen Prozess befinden. Daher gibt es in der Praxis viele Mischformen“ (Sense.Lab e.V. 2009: 19ff.).

Arten von Foodcoops

Art	Raum	Organisation	Sozial	Beispiele
Bestell-Food-Coop	Kein festes Lager	Koordination der Bestellung über Internet	Feste Gruppe, Treffen zu den Abholterminen	Fresskorb
Lager-Food-Coop	Festes Lager	Plena, auf Haushalte verteilte Arbeit, Mitgliedsbeitrag	Feste Gruppe, Plena, Vertrauen nötig	Bioparadeis D'Speis Krautkoopf
Laden-Food-Coop	Festes Lager	Angestellte, nicht öffentlich	Feste Mitgliedschaft, Verkauf nur an Mitglieder	
Laden-Food-Coop + Bioladen	Festes Lager, Verkaufsraum	Angestellte, gewerblich, öffentlich, höherer Mitgliedsbeitrag – günstigere Preise	Feste Mitgliedschaft, eher „Kunde“, Mitglieder-versammlungen	
ErzeugerInnen-VerbraucherInnen-Gemeinschaft	Lager, Abholplätze	unterschiedlich	Feste Gruppe	

Abbildung 1: David Brunmayr et al., 2011, S. 9

Der Verein NETs, der eine Mischform unterschiedlicher Foodcoops darstellt und in Oberösterreich und Niederösterreich aktiv ist, ist ein sogenanntes ‚Konsumenten-Erzeuger-Netzwerk‘. Er bezieht ökologisch hergestellte Güter von fünf regionalen Lieferanten. Laut Angabe des Vereins bezieht dieser ungefähr 70% seiner Hauptlebensmittel aus einer Umgebung von etwa 30 km, dabei werden der größere Anteil von Landwirtschaftsbetrieben und der Rest vom Biogroßhandel bezogen. Bemerkenswert ist, dass Lebensmittel sowohl von Mitgliedern als auch von Nicht-Mitgliedern über einen Online-Shop angefordert werden können und danach binnen kurzer Zeit im Geschäft zur Abholung bereit stehen. Zu erwähnen ist, dass dieser Verein keine Gewinnerzielungsabsicht hat. *„Das NETs ist etwas zwischen einem nicht Gewinn-orientierten Bioladen mit regionalem Schwerpunkt und einer Laden-Foodcoop mit Vorbestellsystem aber nicht nur für Mitglieder“* (David Brunmayr et al., 2011, S. 10).

2.3 Hintergrund & Bedeutung

Was ist der Grund, weshalb Personen sich zu Foodcoops zusammenschließen? Wenn wir diesen Diskussionspunkt aus der Perspektive des Individuums, der Wirtschaft und Gesellschaft beurteilen, können wir sagen, dass Foodcoops den

Mitgliedern die Möglichkeit geben, günstige und den ökologischen Bedingungen entsprechend erzeugte Lebensmittel zu erwerben. Unter den ökologischen Bedingungen ist hierbei die umweltschonende und soziale Nachhaltigkeit zu verstehen (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 16).

Für einen großen Teil der Foodcoops spielt neben der biologischen Nahrung auch die Art und Weise der Herstellung von Nahrungsmitteln eine wichtige Rolle, da sie die Nachhaltigkeit des Ökosystems unterstützen möchten (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 16). *„Wir wollen den Einsatz von Pestiziden und Düngemitteln verringern und biologischen und regionalen Landbau fördern, da durch kurze Transportwege die Umweltbelastung weiter verringert wird“* (Sense.Lab e.V. 2009, S. 16).

Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften sind Zusammenschlüsse von Verbrauchern die in der Region erzeugte Lebensmittel konsumieren, um den regionalen Landwirtschaftsbetrieb zu fördern. Aufgrund der Förderung durch Foodcoops kann der Preisdruck der Großhändler gemildert werden. Dadurch, dass Foodcoops einen direkten Kontakt zu den Erzeugern und Erzeugerinnen haben, bietet sich für sie die Möglichkeit *„saisonale Besonderheiten im Angebot“* zu haben und den Produktionsablauf mit zu verfolgen (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 16f.).

Da Foodcoops ihre Produkte direkt vom Produzenten oder Großhändler kaufen, zahlen sie weniger als beim Lebensmitteleinzelhändler. Dadurch bekommen Menschen mit geringem Einkommen ebenfalls die Möglichkeit sich gesund zu ernähren (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 17).

Der Wunsch der Mitglieder einer Foodcoop ist es, die Kontrolle über den Ablauf, Betrieb und die Struktur ihrer gemeinsamen Kooperative zu übernehmen, was nur vorstellbar ist, wenn alles demokratisch organisiert wird. Das heißt somit, dass diese Gemeinschaften Neuregelungen auf unkomplizierte Art bestimmen und durchführen können (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 17).

Bei Betrachtung der gesamten Gesellschaft stellt sich heraus, dass Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften in Bezug auf die Wissensvermittlung von großer Bedeutung sind (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 17). *„Verbraucherinnen und*

Verbraucher werden sensibilisiert und auf Freunde, Bekannte und Neugierige wird durch Vorbildfunktion eingegangen. Jede Foodcoop versorgt also nicht nur ihre Mitglieder, sondern kann gleichzeitig auch Bildungsträger sein. Durch Zusammenarbeit (z. B. über die Bundesarbeitsgemeinschaft der Foodcoops) kommt es zu Wissenstransfers und Synergieeffekten. Dieses Wissen ist von Vorteil für viele Entscheidungen hin zu einer nachhaltigeren, kreislauforientierten Lebensweise“ (Sense.Lab e.V. 2009, S. 17).

Motive von Foodcoops

Die Idee hinter Foodcoops ist der Erwerb von ökologisch produzierten Produkten. Früher konnten nicht alle VerbraucherInnen leicht an ökologische Lebensmittel gelangen. Heute ist eine breite Auswahl an Bioprodukten in allen Supermärkten verfügbar. Der Leitgedanke für Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften kommt hauptsächlich aus politischem, sozio-ökonomischen und ökologischen Antrieb. (Vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 10).

- **Förderung von kleinbäuerlicher, biologischer Landwirtschaft**

Ein Vorteil von Foodcoops besteht darin, dass der Erwerb von biologischen Lebensmitteln ohne konventionelle Zwischenstationen (Zwischen-, Groß-, und Einzelhandel) erfolgen kann. Somit profitieren Produzenten in den Höfen sowohl von der Selbstbestimmung ihrer Verkaufspreise als auch von den Aufpreisen die sie durch den Wegfall des Zwischenhandels für sich behalten. Zudem existiert ein enger Kontakt zu den VerbraucherInnen (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 11).

- **Kontakt zu Lebensmittel schaffen**

Personen, die an einer Foodcoop beteiligt sind, erhoffen sich in den meisten Fällen einen engeren Kontakt bzw. eine gute Beziehung zu den Produzenten. Diese Verbundenheit wird geschaffen, wenn Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften die Beziehung mit dem Produzenten pflegen und Rücksicht auf die saisonbedingte, lokale Produktion nehmen. Zudem nehmen die Mitglieder den Verbrauch ihrer Lebensmittel unter die Lupe und probieren andere zur Wahl stehende Produkte aus,

wie zum Beispiel Dinkelnudeln an Stelle von „normalen“ Nudeln. Damit jedoch eine große Anzahl an Produkten wie Frisch- und Lagergemüse wie auch Trockengüter „(Getreide, Hülsenfrüchte, Ölsaaten, Gewürze, etc.)“ angeboten werden könne, sind mehrere Lieferanten notwendig (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 11).

- **Abfallvermeidung**

Ein wichtiger Beweggrund für die Mitgliedschaft in einer Foodcoop ist die Vermeidung von Müll. Dabei ist die Absicht, einerseits die für die Verpackung häufig verschwendeten, überflüssigen Materialien zu vermeiden und andererseits Gebrauch von Mehrwegverpackungen (Glasflaschen etc.) zu fördern. Eine weitere Motivation für die Mitglieder stellt die Möglichkeit dar, im Vorhinein zu bestellen und die Waren abzuholen. (Vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 11).

- **Vermeidung von langen Transportwegen**

Um lange Strecken bei der Lieferung zu vermeiden, beziehen Foodcoops größtenteils regionale Produkte. Vor allem Frischprodukte wie Milch, Gemüse sowie Backwaren kauft ‚bioparadeis‘, eine der bestehenden und bekannten Lebensmittelkooperativen, bei regionalen Lieferanten. Außerdem lassen sich Foodcoops nicht in kleinen Zeitabständen und nur gleichzeitig mit anderen Lieferungen beliefern. Dabei übernehmen die MitgliederInnen von ‚bioparadeis‘ häufig die Beschaffung von frischem Gemüse sowie von Backwaren. Transport führen sie häufig mit dem Rad oder mit öffentlichen Verkehrsmittel durch. Nach Abholung der Lieferung vom Produzenten durch eine ausgewählte Person mit einem Wagen, wird diese an alle Foodcoops in Wien verteilt (ca. 800 kg). Der Vorteil von großen Bestellungen besteht darin, dass die Einkäufe der einzelnen Kooperativen in Zusammenarbeit stattfinden und diverse Kosten sowie der Aufwand auf die einzelnen MitgliederInnen aufgeteilt werden können (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 11).

- **Anspruch auf Bildung**

Foodcoops beabsichtigen Menschen dazu zu animieren, sich mit der Nahrungsbeschaffung zu beschäftigen. („Ernährungssouverän zu sein“) (vgl. David

Brunmayr et al., 2011, S. 11). Außerdem besteht ein gemeinschaftlicher Arbeitskreis für Foodcoops in Wien, welcher sich mit Gütern und ProduzentInnen auseinandersetzt und zudem auch Exkursionen wie, AK Speisereise, ermöglicht (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 11).

„Das zeigt sich durch die Organisation von Workshops („How to start a Foodcoop“ auf dem Kongress „solidarische Ökonomie“ 2009 in Wien, „Foodcoop Workshop“ am Bock Ma’s 2010, etc.), die Unterstützung von Gründungen neuer Foodcoops (z. B. „Jedem Grätzel seine Foodcoop!“- Flyer) oder die Offenheit für Presseberichte („Dem Supermarkt Good-Bye gesagt“ (derstandard.at, online))“ (David Brunmayr et al., 2011, S. 11).

- **Förderung Solidarischer Ökonomie**

Unter solidarischer Ökonomie versteht man Arten des wirtschaftlichen Handelns, die Wünsche eines jeden Menschen in ihrer ungezwungenen Zusammenarbeit und mithilfe ihrer wechselseitigen Unterstützung, zu erfüllen. (Vgl. Giegold 2007: 206f)

Angefangen mit der Gründung des Vereins, Bestimmung ihrer Versorgung, Organisation der ganzen Abläufe bis hin zur wöchentlichen Beschaffung wird von den Mitgliedern der Foodcoops alles selbst erledigt. Eine besondere Rolle bei der gemeinsamen Entscheidungsfindung spielt die Mitgliederversammlung, das sogenannte ‚Plenum‘, wo alle Mitglieder bei allen Entscheidungen ein Mitspracherecht haben. Als KooperationspartnerInnen nehmen Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften die Produzenten wahr und lassen in der Zusammenarbeit ihre Wünsche nicht außer Acht. Zudem lernen Lebensmittelkooperativen während dem alltäglichen Betrieb mit Verantwortung umzugehen und ihre Verpflichtungen erwartungsgemäß zu erfüllen (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 12).

- **Arbeit an Stelle von Geld**

„Die vorteilhafte Warenbeschaffung wird erkaufte durch den Arbeitsanteil eines jeden an der Organisation des gemeinsamen Handelns und aktives Mitwirken an diesbezüglichen Entscheidungen (BAG DER LEBENSMITTELKOOPERATIVEN 2000: 80).“ (David Brunmayr et al., 2011, S. 12).

Aufgrund der gut organisierten Arbeitsteilung, wie zum Beispiel der Beschaffung, Lagerung und Zuteilung der Waren an die Mitglieder, der Erwerb der Güter bei ErzeugerInnen und bei Großhändler kann der Bezug der Waren kostengünstig und direkt erfolgen. (Vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 12). Der Beweggrund für die Entstehung und das Bestehen einer Lebensmittelkooperative ist, abgesehen vom Kostenkriterium, vor allem die Kritik an der herkömmlichen Produktion von Gütern bzw. am gängigen System des Warenverkehrs, welches sie unbedingt vermeiden wollen (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 12).

2.4 Geschichte der Foodcoops

Ende der 70er bis Anfang der 80er Jahre des 20. Jahrhunderts kam es zu den ersten Gründungen von Foodcoops in Deutschland. Der Bezug von biologischen Lebensmittel war zu dieser Zeit nicht einfach und stark limitiert. Zahlreiche Menschen waren aufgrund des geringen Angebots an Bioprodukten am Markt motiviert die Beschaffung von biologischen Lebensmitteln selbst zu organisieren, indem sie sich direkt an die Produzenten und Produzentinnen wandten (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 17f.).

In diese Blütezeit der Lebensmittelkooperativen fällt auch die Glanzzeit von Bioläden. Bioläden waren eine Alternative zu den Foodcoops, da sich für alle Verbraucher und Verbraucherinnen, der Bezug von biologischen Lebensmitteln vereinfachte. Mitte der 80er nahm die Anzahl der Lebensmittelkooperativen ab. Einige Foodcoops, die aufgrund ihrer politischen Motivation weiterhin bestanden gaben ihren Kampf nicht auf (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 18).

Im Jahre 1985 bestanden in Westdeutschland ungefähr 300-500 Foodcoops. Dabei erzielten einige regionale Großhändler mehr als 50% ihrer Gesamteinnahmen durch Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften. Wie oben erwähnt lösten sich aber immer mehr Lebensmittelkooperativen ab Mitte der 80er Jahre auf. Dies war zurückzuführen auf die verstärkte Nachfrageerfüllung durch Bioläden. Aufgrund der Konkurrenzangst der Bioläden kam es sogar zu Protesten gegen Foodcoops. Mit der Zeit wollten Großhändler nur mehr Bioläden beliefern, sodass der Warenbezug für Foodcoops erschwert wurde (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 18).

In der heutigen Zeit nimmt die Zahl an Foodcoops stark zu, da immer mehr Menschen sich dem bewussten Konsum widmen und ihre Denkweise bzw. Entscheidungen von zahlreichen Lebensmittelskandalen beeinflusst werden (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 18).

Laut Daten der „Bundesarbeitsgemeinschaft der Lebensmittelkooperativen“ verfügten im Jahre 2000 ungefähr 200-300 Lebensmittelkooperativen in Deutschland über eigene Lagerräume, während ca. 2000 keinen Lagerraum besaßen (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 8).

„In Österreich entstanden mit Beginn des biologischen Landbaus auch Produzenten-Konsumenteninitiativen wie die 1980 gegründete BERSTA in Niederösterreich, EVI in Krems oder MÜLI in Linz - die sich jedoch heute nicht mehr wesentlich von Naturkostläden (EVI, MÜLI) beziehungsweise Naturkostgroßhändler (BERSTA) mit regionalem Schwerpunkt unterscheiden“ (David Brunmayr et al., 2011, S. 8).

Im Jahre 2007 bildete sich die erste Wiener Lebensmitteleinkaufsgemeinschaft unter dem Namen ‚bioparadeis‘. Anschließend entstanden weiteren Foodcoops, welche auf Selbstorganisation beruhen und den größten Teil ihrer Tätigkeiten, sowie Bestellungen, gemeinsam bestimmen (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 8).

Foodcoops in Österreich

Food-Coop	Ort	Gründung	Food-Coop-Typ
bioparadeis	1180 Wien	2007	Lager-Food-Coop
d'Speis	1080 Wien	2010	Lager-Food-Coop
Fresskorb	1140 Wien	2009	Bestell-Food-Coop
Krautkoopf	Graz	2009	Lager-Food-Coop
Marktplatz STAW	St. Andrä-Wördern	2009	Lager-Food-Coop

Abbildung 2: David Brunmayr et al., 2011, S. 9

2.4.1 Vorläufer bzw. Vorgeschichte von Foodcoops

Bereits in der Definition von Foodcoops wurde erwähnt, dass historische Vorläufer von Foodcoops, Konsumgenossenschaften waren. In den folgenden Absätzen wird ein Einblick in die Vorgeschichte von Foodcoops gegeben und der Unterschied zur heutigen Zeit sichtbar gemacht. Außerdem werden kurz die Schwierigkeiten erläutert, die die österreichischen Konsumgenossenschaften hatten.

Foodcoops: Gründungsmotive und interne Organisation

„Für die Gründung einer Foodcoop spielen nicht nur ökologische Motive, wie biologische Produktion und regionaler bzw. saisonaler Bezug von Lebensmittel sowie Müllvermeidung bei der Gründung von FCs eine zentrale Rolle, sondern auch sozioökonomische. FCs wollen durch ihre Selbstorganisation neue Formen der Arbeitsteilung schaffen und bei der Wahl von ProduzentInnen auf die dortigen Arbeitsverhältnisse achten. Auch können durch ehrenamtliche Mitarbeit und das Ausschalten des Zwischenhandels Produkte teilweise billiger bezogen werden“ (Lena Drazic et al., 2012, S. 32).

Demokratie und freiwillige Mitarbeit der Mitglieder ist ein zentraler Bestandteil für Foodcoops. Mitglieder leisten ihren Beitrag unentgeltlich und treffen Entscheidungen in der Gruppe, wobei dies eine Voraussetzung für das Bestehen einer

Lebensmittelkooperative darstellt. Nicht gleichzusetzen sind Foodcoops mit VersorgerInnen-VerbraucherInnen-Netzwerken, hier läuft der Einkauf über eine Onlineplattform. (Vgl. Lena Drazic et al., 2012, S. 32).

Es wird häufig behauptet, dass die genannten Werte von Foodcoops auch der Natur des Einkaufs in den Supermärkten entsprechen, es ist jedoch doch eine Abgrenzung zwischen Supermärkten und Foodcoops zu bemerken, da die Mitglieder von Foodcoops (somit die Verbraucher), sowohl über die Produktion als auch über den Vertrieb ihrer Nahrungsmitteln selber zu entscheiden (vgl. Lena Drazic et al., 2012, S. 32).

2.4.2 Konsumgenossenschaften in Österreich

Die erste Konsumgenossenschaft in Österreich wurde 1856 gegründet. Die österreichische Konsumgenossenschaftsbewegung begann mit der Gründung des Konsumvereins Teesdorf (vgl. Peter Höfferer et al 2016, S. 3).

„Die erste Phase der Genossenschaftsbewegung war nicht revolutionär, sondern demokratisch-liberal geprägt. Sie verfolgte das Ziel, soziale Spannungen auszugleichen und der neu entstandenen ArbeiterInnenklasse die Adaption an die herrschenden Produktionsverhältnisse zu erleichtern “ (Brazda 2006: 24ff., 53ff.; Blaich 1995: 43).

Ende 1880 kam es zur Entwicklung der Gewerkschaftsbewegung. Parallel dazu waren Auseinandersetzungen zwischen Menschen die den Besitz über das Kapital hatten und ArbeiterInnen deutlich zu. Darauffolgend zeigten sich immer mehr Arbeiter und Arbeiterinnen an Konsumgenossenschaften interessiert, da sie diese als eine Chance bzw. ein Mittel zur Realitätsumsetzung ihrer politischen Ziele und Wunschvorstellungen sahen. (Vgl. Brazda 2006: 24ff., 53ff.; Blaich 1995: 43).

„In Österreich stand die Konsumgenossenschaftsbewegung um die Jahrhundertwende den Sozialisten nahe, wurde jedoch zunächst nicht von der Partei unterstützt – mit der Begründung, dass die Konsumgenossenschaften die

ArbeiterInnen vom Klassenkampf abhalten würden. Erst 1909 erklärte die sozialdemokratische Partei (SDAP) Konsumgenossenschaften zum vollwertigen Kampfmittel der ArbeiterInnenbewegung“ (Brazda 2006: 24ff., 53ff.; Blaich 1995: 43).

„Nachdem die Konsumgenossenschaften ab 1916 von ihrer Eingliederung in die Kriegswirtschaft profitiert hatten wurde ihr Bestehen von der Liberalisierung der 1920er Jahre auf die Probe gestellt. Auf den verschärften Wettbewerb im Einzelhandel reagierten sie mit einer Neuausrichtung im Sinne des Konkurrenzprinzips“ (Brazda 2006: 60ff.; Blaich 1995: 44, 53f.).

„Die durch die Industrialisierung bewirkte Änderung der Bevölkerungsstruktur, das Aufkommen nationaler Bewegungen und die zwei Weltkriege brachten für die Bevölkerung große Probleme bei der Gestaltung des täglichen Lebens. Die Konsumgenossenschaften spielten eine entscheidende Rolle bei der Bewältigung all dieser Probleme und hatten einen, über die Versorgung der Menschen mit Gütern des täglichen Bedarfs hinausgehenden, positiven Anteil an der Entwicklung Österreichs. In Bezug auf die Rolle der Frau, der Einbindung der Arbeiter in die Gesellschaft und die Entwicklung der Demokratie, also der entscheidenden Pfeiler unserer heutigen Gesellschaft, kann man die Rolle der Konsumgenossenschaften nicht hoch genug einschätzen“ (vgl. Peter Höfferer et al 2016, S. 3).

KONSUM Österreich hieß die größte österreichische Konsumgenossenschaft, welche im Jahr 1978 durch den Zusammenschluss der wichtigsten Regionalkonsumgenossenschaften entstanden ist. *„Grund für den Zusammenschluss war die akute Gefährdung einiger regionalen Genossenschaften und die Hoffnung der Führungsebene, so der Konkurrenz besser gewachsen zu sein“ (wikipedia).*

1993 wurde der Kooperationsvertrag zwischen KONSUM Österreich und Migros Schweiz unterzeichnet. Der Hauptgrund für die Kooperation der beiden Partner war die Bildung einer gemeinsamen Marketing-, Einkaufs- und Logistikgesellschaft. Beide Partner verfügten in dieser neuen Gesellschaft über eine 50 prozentige Beteiligung (vgl. Peter Höfferer et al 2016, S. 61).

Aufgrund von unterschiedlichen Erwartungen der beiden Vertragspartner kam es zu großen Spannungen, weshalb das Jahr 1994 zum Katastrophenjahr für KONSUM ÖSTERREICH wurde (vgl. Peter Höfferer et al 2016, S. 61).

„Ab Februar 1995 setzte eine akute Krise ein, in welcher sich langjährige Lieferanten von KONSUM ÖSTERREICH weigerten, ihre Waren wie gewohnt gegen Wechsel zu liefern“ (vgl. Peter Höfferer et al 2016, S. 61). Der Druck der Banken, der Lieferanten stieg drastisch und es kam zu Liquiditätsengpässen. Im Endeffekt musste KONSUM Österreich und nahezu alle seine Tochtergesellschaften beim Handelsgericht Wien den Ausgleich anmelden (vgl. Peter Höfferer et al 2016, S. 61).

Bemerkenswert ist, dass die in der Form des Ausgleichs abgewickelte Insolvenz von KONSUM Österreich die Lieferanten, Mitarbeiter, kreditgebende Banken und Genossenschaftsmitglieder bestmöglich geschont wurden. Durch den Ausgleich blieben wichtige Verträge aufrecht und konnten an neue Eigentümer übertragen werden (vgl. Peter Höfferer et al 2016, S. 63).

Die wichtigsten Ursachen der Insolvenz von KONSUM Österreich waren:

„1. Mislungener Zusammenschluss aus betriebswirtschaftlicher Sicht

Die durch die Fusion möglichen Synergieeffekte wurden zu wenig ausgeschöpft. In der Verwaltung, in der Logistik und in den Filialen gab es unwirtschaftliche, personelle Übersetzungen.

2. Verfehlte Investitionspolitik

Es kam zu überproportionalen Investitionen in die Infrastruktur und in die letztendlich unzureichend ausgelastete Eigenproduktion auf Kosten von notwendigen, laufenden Erneuerung des Filialnetzes.

3. Unzureichende Preis-, Sortiments- und Personalpolitik

Der überdurchschnittlichen Entlohnung der Mitarbeiter und den freiwilligen Sozialleistungen stand keine marktkonforme Effizienz gegenüber. Eine interventionsorientierte Standortpolitik, ein zu hohes relatives Preisniveau und eine

halbherzige Sortimentspolitik, mit Förderung auch wenig attraktiver KONSUM-Eigenmarken, trugen zu den schlechten Ergebnissen bei.

4. Halbherzige, verfehlte Sanierungs- und Strategiekonzepte namhafter Berater

Statt sich auf das Kerngeschäft zu konzentrieren, wurde ein zu starker Fokus auf Angebots-Diversifikation gelegt.

5. Ineffiziente Kooperation mit Migros

Die Unkenntnis des österreichischen Marktes seitens der Schweizer Migros-Führung und die Managementschwächen von KONSUM Österreich führten zu einer für den österreichischen Markt nicht adäquaten und unrealistischen gemeinsamen Zielsetzung der Partner“ (vgl. Peter Höfferer et al 2016, S. 63).

Nach der Insolvenz von KONSUM Österreich im Jahr 1995 haben die Konsumgenossenschaften ihre Bedeutung für den österreichischen Handel verloren:

2.5 Vergleich Foodcoops und Bioläden

„Bei einigen beschriebenen Foodcoops stellt sich die Frage, was an ihnen anders ist, als an Bioläden, Reformhäusern oder Bioabteilungen der Discounter“ (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 22).

Die Kunden, die man ansprechen möchte, sind bei Lebensmittelkooperativen und bei Bioläden fast dieselben, aber Unterschiede gibt es trotzdem. Ein besonderes Kennzeichen für die Foodcoops stellt zum Beispiel die Möglichkeit der Beteiligung bzw. der Mitsprache von Mitgliedern dar, welche die Kunden und Kundinnen sind. Dies gilt nicht für Bioläden, denn ihre Verbraucher und Verbraucherinnen erwerben zwar Nahrungsmittel, die der Natur entsprechen, jedoch haben sie nicht das Recht auf Mitbestimmung. Eine höhere Kundenbindung erreichen Bioläden, indem sie beispielsweise durch Straßenfeste oder diverse andere Aktionen und Sonderangebote versuchen, den Absatz des Ladens zu erhöhen (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 22).

Es stellt sich somit die Frage, ob Bioläden und Lebensmittelkooperativen aufgrund der Ähnlichkeit ihrer Zielgruppen Konkurrenten sind? Bei Betrachtung des Marktes aus der Sicht eines Bioladens ist zu erkennen, dass Foodcoops eine Gefahr darstellen können. Aus dem Blickwinkel einer Foodcoop kann dies verneint werden, da diese nicht konkurrenzorientiert handeln. Foodcoops versuchen das Wohlbefinden ihrer Verbraucher und Verbraucherinnen vor allem durch ihr eigenes System (gemeinnützige Werte, biologisch erzeugte Lebensmittel etc.) zu steigern. Das heißt Kooperativen beabsichtigen in erster Linie die Veränderung der Art und Weise der Produktion und der Verteilung von Nahrungsmitteln. Bemerkenswert ist jedoch, dass auch Betreiber von Bioläden die Frage, ob Lebensmittelkooperativen eine Konkurrenz für sie darstellen, mit ‚Nein‘ beantworten würden. Laut Daten aus dem Jahre 2009 waren Erlöse von Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften im Vergleich zum gewerbsmäßigen Handel mit Bioprodukten deutlich geringer, und Foodcoops versorgten ihre Mitglieder größtenteils mit Grundnahrungsmitteln (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 22f).

„Darüber hinaus befriedigen die Mitglieder ihre Bedürfnisse und Wünsche durch zusätzliche Einkäufe z. B. in Bioläden. Durch ihre Außenwirkung und den Bildungsanspruch vieler Foodcoops machen sie sogar direkte Werbung für ökologische Produkte und kommen somit auch Bioläden und anderen Geschäften zugute“ (Sense.Lab e.V. 2009, S. 23f).

2.6.1 Einleitung

Zunächst hat mich bei meiner Recherche der Vergleich von Supermarktprodukten mit den Produkten von Foodcoops interessiert. Dafür habe ich die Seminararbeit von zwei Studenten der BOKU (David Brunmayr und Dominik Dax) herangezogen, welche in der Foodcoop ‚bioparadeis‘ aktiv sind. Die Seminararbeit von den beiden Verfassern war für mich äußerst interessant, da sie meiner Meinung nach aufgrund ihrer Studienrichtung und ihrer Mitgliedschaft in einer Foodcoop sowohl theoretisches als auch praktisches Wissen besitzen. Zur Untersuchung wurden insbesondere die internen Besprechungen wie der Emailverkehr der Foodcoop und Plenumsgespräche

herangezogen, welche dann durch persönliche Beobachtungen der Autoren ergänzt wurden. Außerdem wurde ihre Arbeit unterstützt durch die Kursunterlagen der BOKU (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 3).

Das Hauptaugenmerk der Seminararbeit liegt auf der Produktion und Wertschöpfungskette des Absatzes über Supermärkte. Des Weiteren beschreiben sie die Organisationsformen der Foodcoops. Dabei wird festgestellt, dass Foodcoops in Bezug auf die Regionalität, Saisonalität und ihre Produkte erfolgreicher abschließen als Supermärkte. *„Allerdings werden in Österreich nur äußerst geringe Mengen an Bio-Produkten über Foodcoops vermarktet, weshalb ihnen eher eine Bildungsfunktion zugeschrieben wird.“* (David Brunmayr et al., 2011, S. 1)

2.6 Bioprodukte aus dem Supermarkt

2.6.2 Analyse

Die Ergebnisse bezüglich des Absatzes von Bioprodukten über die Supermärkte zeigten, dass das Interesse und der Bedarf für biologische Lebensmittel in Österreich so stark sind, dass es unmöglich scheint, die Bedürfnisse aller Kunden durch direkten Vertrieb zu befriedigen. Dabei ist jedoch zu erwähnen, dass durch den Vertrieb über Supermärkte, die Regionalität, welche mit dem Begriff ‚Bio‘ stark assoziiert wird, wegfällt. (Vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 4)

Regionalität: *„Bei Lebensmitteln bedeutet Regionalität, dass ein möglichst großer Teil der Rohstoffe eines Produktes – bei Monoprodukten 100 Prozent - aus der Region stammt und eben auch die Verarbeitung und Fertigstellung vor Ort stattfindet. Immer mehr Verbraucher achten mittlerweile bewusst darauf, möglichst auch Lebensmittel aus der Region zu kaufen.“* (Ökolandbau, das Informationsportal)

Supermarkt- der große Händlermarkt für Bioartikel

Laut Daten der Agrarmarkt Austria ist ersichtlich, dass der Verbrauch von biologisch produzierten Gütern auch im Jahr 2010 nicht gesunken ist. Den höchsten Anstieg mit 21,5 % erzielten Bio-Frischgüter (ausgenommen Brot), was einen Rekord erwarten

lässt. Dabei ist jedoch zu erwähnen, dass der deutliche Anstieg auf einen Diskonter zurückzuführen ist, der einen bedeutenden Anteil seiner Frischwaren auf Bio geändert hat (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 4). Außerdem ist erkennbar, dass der Lebensmitteleinzelhandel im Jahr 2010 etwas mehr als 7% seiner Erlöse durch den Verkauf von Biogütern erzielte.

„Weiters geht aus den Zahlen hervor, dass der Wertzuwachs prozentual gesehen nicht ganz so hoch ist wie der Mengenzuwachs. Im Klartext heißt das: Bio wird billiger! (ROLLAMA 2010)“ (David Brunmayr et al., 2011, S. 4).

Grob gesehen kann der Vertrieb von Bioprodukten über Supermärkte für einige gute Entwicklungen verantwortlich gemacht werden. Es ist erkennbar, dass österreichische Supermärkte und Diskonter in den vergangenen Jahren ihr Sortiment in Richtung Bio entwickelt haben, indem sie ihre Produktpalette mit Biogütern stark erweitert haben. Durch stärkere Konkurrenz werden außerdem die Preise von Biogütern relativ niedrig gehalten und sind somit für fast alle Einkommensklassen leistbar. (Vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 4).

Laut einer Studie *„des grünen Berichtes“* vom Jahre 2010 ist ersichtlich, dass Supermärkte und Diskonter, insbesondere aufgrund finanzieller Interessen, einen großen Beitrag zur Weiterentwicklung von Bioprodukten geleistet haben (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 4). Außerdem hat sich in den vergangenen Jahren herausgestellt, dass der Markt für Bioprodukte innerhalb Österreichs derzeit knapp eine Milliarde Euro ausmacht. Davon wird ein großer Anteil, ca. zwei Drittel von Lebensmitteleinzelhändlern eingenommen. Dazu kommen noch die Umsätze der Bio-Supermärkte und Bioläden, welche den Anteil auf 80 Prozent bringen. Einen 7%igen Anteil vom gesamten Bioumsatz stellt der direkte Absatz von Biogütern dar (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 4).

Konsequenzen der Marktmacht von Lebensmitteleinzelhändlern auf den biologischen Landbau

Wie bereits erwähnt, existiert ein großes Interesse seitens des Lebensmitteleinzelhandels an Bioprodukten. Der Biomarkt wird zu knapp 80 Prozent

von den größten Supermarktketten Österreichs gedeckt. Dabei ist für viele ersichtlich, dass diese Supermarktketten über viele Filialen verfügen, die von zentralen Logistikeinrichtungen beliefert werden. Damit die Versorgung durch diese Logistikstrukturen auch wirklich einwandfrei abläuft, müssen die Einzelhändler auf überregionale Produkte zurückgreifen. Zudem sind laut Lebensmitteleinzelhandel bestimmte Voraussetzungen zu erfüllen, wie Mindestbestellmengen der Supermärkte, Bedingungen bezüglich Produktion und Lieferung, bestimmt durch zB. Qualitäts- und Verpackungsrichtlinien, aber auch die Festlegung der Preise im Lebensmitteleinzelhandel (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 4f).

„Diese von den Anforderungen der Einzelhandelsketten mitgetragene Entwicklung des Biolandbaus kann auch mit dem Begriff der Konventionalisierung beschrieben werden. Gemeint ist damit, dass Bio-Bauernhöfe mehr und mehr konventionelle Praktiken und Strukturen übernehmen, um sich den gängigen Marktmechanismen des Lebensmittelsystems anzupassen. Dabei rücken die ursprünglichen ökologischen und sozialen Prinzipien der Biobewegung in den Hintergrund.“ (David Brunmayr et al., 2011, S. 5).

Dadurch ist verständlich, dass durch den Eintritt des Lebensmitteleinzelhandels und dessen Vorgaben, sowohl Supermärkte und Diskonter als auch die Bauern ihre Standards anpassen müssen. Ein Beispiel dafür ist, dass bei der Herstellung von Biolebensmitteln die Nährstoffkreisläufe mit der Zeit unbeachtet bleiben. Dabei kommen beispielsweise Nahrung und Düngemittel nicht mehr aus dem eigenen landwirtschaftlichen Betrieb, sondern werden auf Landesebene bezogen (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 5).

Im Zentrum des Interesses befinden sich nur mehr wenige Güter, welche einen weiteren Hinweis für Konventionalisierung darstellen. Zudem wird die Zahl an Mischbetrieben immer weniger und im Landbau werden manche Kulturen großräumig angepflanzt (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 5).

Da sich landwirtschaftliche Betriebe aufgrund der Konventionalisierung nur mehr auf bestimmte Produkte spezialisieren und diese dann nicht mehr direkt vermarktet werden können, zB. wegen Zwischenschaltung des Einzelhändlers, verschwindet die

direkte Beziehung zwischen BäuerInnen und VerbraucherInnen, weshalb der Handel der Güter anonymisiert wird (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 5).

Geldstrom des Wertschöpfungsprozesses

Für viele ist es kein Geheimnis, dass Landwirte und Landwirtinnen von der Geldsumme, die wir VerbraucherInnen für Produkte wie biologische Milch oder Karotten zahlen, ungefähr nur ein „*Viertel bis ein Drittel*“ bekommen. Was passiert jedoch mit dem Rest? Den Restbetrag behält, der Lebensmitteleinzelhändler. Bei Biogütern, welche eine Verarbeitung brauchen, erfolgt eine Verschiebung der Wertschöpfungskette, weshalb sich der Weg zwischen Produzenten und Lebensmittelindustrie oder dem Lebensmitteleinzelhandel vergrößert (David Brunmayr et al., 2011, S. 5).

„Die Gewinner des Biobooms sind also nicht die Pioniere der Szene, also Bäuerinnen und Bauern die mit viel Idealismus Bioprodukte überhaupt salonfähig gemacht haben, sondern die auf den Zug aufgesprungenen Supermärkte und Discounter, die den Großteil des Umsatzes erwirtschaften“ (David Brunmayr et al., 2011, S. 5).

Die Gesamtheit der Bestrebungen im Hinblick auf die Marktpreise von Lebensmitteleinzelhändlern bleibt hinsichtlich der Biolebensmittel unverändert. Das heißt, dass Supermärkte einerseits versuchen „die Konkurrenz mittels möglichst billiger Preise zu unterbieten“ und andererseits beabsichtigen an ihrer Gewinnabsicht auch bei Bioprodukten nichts zu ändern (David Brunmayr et al., 2011, S. 5). Das Ziel ist, dass der Reinertrag durch die günstigen Preise nicht minimiert wird, da dieser notwendig ist um die Kosten für die Durchführung der Prozesse (wie Produktion, Auslieferung u. a.), die zu einer Wertschöpfung führen, zu verringern. „Der Preisdruck wird ausgehend vom Handel über die Verarbeitung an die ErzeugerInnen weitergegeben“ (David Brunmayr et al., 2011, S. 5).

Entwicklung der Preise von Biolebensmitteln und ihre Auswirkungen

Heutzutage ist ein Preisunterschied zwischen konventionell produzierten und der Natur entsprechend hergestellten Produkten kaum spürbar. Dies ist zurückzuführen auf den Eintritt von Diskontern in den Markt für Bioprodukte. Der Zutritt des Marktes für Bioprodukte erfolgte auf der einen Seite durch Diskonter, welche ihre Güter preiswert anbieten. Auf der anderen Seite existieren aber Supermärkte, welche ebenfalls einen wesentlichen Einfluss auf die Preise von Biogütern haben. Denn wenn die Ware nicht mehr ganz in Ordnung ist, bieten Supermarktketten ihre Produkte zu Sonderpreisen - wie zum Beispiel „minus 25% auf alle biologischen Obst- und Gemüsewaren“ an - um sich von der Konkurrenz zu unterscheiden (David Brunmayr et al., 2011, S. 6).

Abhängig von der Betrachtungsweise kann man den Einstieg der Lebensmitteleinzelhandelsketten verschieden wahrnehmen. Aus einer positiv eingestellten Betrachtungsweise kann man sagen, dass der bereits mehrmals erwähnte Einstieg gute Auswirkungen hat, da sich Verbraucher aufgrund der günstigen Preise von Bioprodukten diese eher leisten können und es ihnen daher einfacher fällt auf Bioprodukte umzusteigen (David Brunmayr et al., 2011, S. 6).

Analysiert man dies allerdings aus einer Perspektive, die die negativen Folgen miteinbezieht, wird man bemerken, dass LandwirtInnen, die Lebensmitteleinzelhandelsketten beliefern, einer wirtschaftlichen Unfreiheit unterliegen, was wiederum ein wesentlicher Beweggrund für die vorher erwähnte Konventionalisierung darstellt“ (David Brunmayr et al., 2011, S. 6).

Außerdem ist nicht zu vergessen, dass auch andere Vertriebsformen am Markt vorhanden sind, welche durch den vom Handel verursachten Preiskampf benachteiligt werden. Solche Betriebe sind zum Beispiel kleine, unabhängige Biogeschäfte oder auch BäuerInnen, welche die direkte Vermarktung für ihre Lebensmittel bevorzugen. Die Schwierigkeit für diese Betriebe liegt darin, dass sie häufig nicht in der Lage sind, VerbraucherInnen von den für ihre Bioprodukte angemessenen Preisen zu überzeugen, da in den Supermarktketten Bioprodukte zu sehr günstigen Preisen verkauft werden (David Brunmayr et al., 2011, S. 6).

„Wird der Preis zur bestimmenden Größe, so setzt ein Verdrängungswettbewerb ein, der im konventionellen Bereich bereits vor einigen Jahren stattgefunden hat, als die kleinen Nahversorger beziehungsweise Greißler weitgehend von der Bildfläche verschwanden. Durch das Eindringen der großen Supermarktketten in den Biobereich scheint sich diese Entwicklung auch im Bio-Bereich fortzusetzen. Kleinere Anbieter können weder mit der Vielfalt der Artikel, noch mit den Preisen von Supermärkten mithalten, was zur Folge hat, dass bei Standardprodukten wie zum Beispiel Milch die Direktvermarktung aufgrund der niedrigen Marktpreise kaum noch rentabel ist“ (David Brunmayr et al., 2011, S. 6).

Sowohl Bio- und Hofläden als auch weitere Direktvermarktungsstrukturen fokussieren sich aus diesem Grund gezwungenermaßen immer mehr auf Produkt- und Servicelücken. Da durch den Einstieg der Lebensmitteleinzelhändler am Bio-Markt einige Anbieter unter Druck kamen, existiert dementsprechend auch nur eine eingeschränkte Beziehung zwischen Bio und Regionalität (David Brunmayr et al., 2011, S. 6).

Nachprüfbarkeit der Herkunft von Biogütern aus Supermärkten

Auf die Frage: Wie kann man zur Unterstützung der ökologischen und regionalen Landwirtschaft beitragen? Kommt häufig als Antwort: Indem man inländische Bioprodukte erwirbt! Hört sich alles zwar sehr einfach an, aber ob es in der Realität auch wirklich so klar ist aus welchem Herkunftsland ein Gut kommt, möchten wir im Detail untersuchen (David Brunmayr et al., 2011, S. 6).

Die Wahrscheinlichkeit die Herkunft herauszufinden ist insbesondere bei Gütern wie Obst und Gemüse oder bei rohen Eiern hoch, da laut Gesetz das Herkunftsland anzugeben ist. Dies trifft jedoch auch bei unverarbeiteten Biolebensmitteln zu, welche sich ausschließlich aus Rohstoffen zusammensetzen, wie beispielsweise Milch. Nach dem Gesetz muss ab dem 1. Juli 2010 außer dem Bio-Symbol auch das Ursprungsland der Rohstoffe auf der Produktverpackung angegeben werden. Folglich haben VerbraucherInnen die Möglichkeit nachzulesen, aus welchem Land die Rohstoffe kommen (David Brunmayr et al., 2011, S. 6).

Bemerkenswert bei dieser Untersuchung ist auch, inwiefern *„Regionalität mit nationalstaatlichen Grenzen in Verbindung steht“* (David Brunmayr et al., 2011, S. 6). Bisher bin ich in meinen Analysen davon ausgegangen, dass, wenn von regionalen Produkten die Rede war, ein großer Teil der Rohstoffe dieses Produktes aus der Region stammen. Dabei vergisst man oft, dass die für die Lieferung der Biolebensmittel zurückgelegten Kilometer eine bedeutende Rolle für diesen Begriff spielt. Ich habe bemerkt, dass man hier einige wesentliche Einflussfaktoren außer Acht lässt. Fragt man sich beispielsweise, ob die in Oberösterreich erzeugte, jedoch außerhalb von Österreich verarbeitete Gurke von einer in Wien ansässigen Person als regional anzusehen ist, tauchen schon Unklarheiten auf (David Brunmayr et al., 2011, S. 6).

Eine weitere Frage die sich stellen lässt, ist, wie bedeutende, zentralisierte Logistikstrukturen von Supermärkten den regionalen Erwerb von Bioprodukten beeinflussen können. Wenn wir hier wieder als Musterbeispiel die Biomilch nehmen, können wir feststellen, dass es keine Rolle für das Ursprungsland des Gutes spielt, ob die Milch von einem niederösterreichischen oder Tiroler Supermarkt erworben wurde. Die Milch wird stets vom selben Molkereibetrieb bzw. aus derselben Landschaft bezogen (David Brunmayr et al., 2011, S. 6f).

Versucht man zum Beispiel herauszufinden, welche nationalstaatliche Herkunft ein Produkt hat, ist anzumerken, dass dies bei verarbeiteten Lebensmitteln ein wenig komplizierter ist als bei unverarbeiteten Gütern. *„Denn je höher die Verarbeitungsstufe eines Produktes ist, umso komplizierter ist es, die Herkunft der Rohstoffe ausfindig machen zu können“* (David Brunmayr et al., 2011, S. 7).

Um eine Antwort auf die Frage: ‘Aus welchem Land kommt das Bio-Obst aus meinem Fruchtemüsli?’ geben zu können, schaut man zunächst einmal auf die Produktverpackung. Häufig ist es jedoch so, dass nur die Bezeichnung des Konzerns, zB. ‚Unilever‘ angeschrieben ist, welche dem Verbraucher nicht genug Information über die Herkunft des Produktes gibt (David Brunmayr et al., 2011, S. 7).

„Im LEH stellen auch Bioprodukte anonyme Massenware dar, es besteht kein Kontakt mehr zwischen ErzeugerInnen und VerbaucherInnen. Die Anonymisierung schließt jedoch die Förderung regionaler soziale Netzwerke und auch wirtschaftlicher Kreisläufe von vornherein aus“ (David Brunmayr et al., 2011, S. 7).

Biogüter von überall

Biolebensmittel wurden in den vergangenen Jahren hauptsächlich regional abgesetzt, heute gibt es weltweite Verflechtungen im Biobereich (Globalisierung). Hierbei ist der Lebensmitteleinzelhandel häufig auf der Suche nach dem günstigeren Bioprodukterzeuger, jedoch nicht nur im eigenen Land, sondern auch überregional, das heißt auch außerhalb von Österreich. Das primäre Ziel bei der Analyse der Bedingungen für den Erwerb von Biogütern über nationalen Grenzen hinaus ist es, zunächst einmal eine große Anzahl an Bioprodukten zu günstigen Preisen kaufen zu können. Da der Lebensmitteleinzelhandel den großen Bedarf an biologisch hergestellten Produkten von Konsumenten nicht unerfüllt lassen möchte, spielt für diese die Regionalität nach dem Preis ebenfalls eine wichtige Rolle. Um konkurrenzfähig bleiben zu können, sorgen Supermarktketten dafür, dass sie ein breites Warensortiment über das ganze Jahr anbieten können (David Brunmayr et al., 2011, S. 7).

„Die Folge ist, dass mittlerweile nicht nur exotische Früchte in Bioqualität importiert werden, sondern auch Gemüse, das problemlos auch in Österreich gedeihen würde, allerdings nicht das ganze Jahr hindurch. So kommt es, dass die von Supermärkten angebotenen Zwiebeln und Karotten schon auch mal aus Nordafrika stammen. Die Saisonalität ist im Supermarkt kaum noch zu bemerken, auch im Winter sind Paprika, Zucchini (mit südländischer Herkunft) usw. problemlos erhältlich“ (David Brunmayr et al., 2011, S. 7).

Ein weiterer Grund, weshalb Supermarktketten dazu neigen ihre Lebensmittel überregional zu beziehen sind die günstigeren Produktionskosten. Wenn sich Supermärkte bewusst sind, dass sie biologisch erzeugte Bioprodukte außerhalb von Österreich preiswerter erwerben können, werden sie diese bevorzugen und aus dem Ausland importieren (David Brunmayr et al., 2011, S. 7).

Infolgedessen lässt sich nicht immer davon sprechen, dass durch den Kauf von Biolebensmitteln die regionale Bio-Landwirtschaft gefördert wird, da bei einem hohen Anteil der im Supermarkt angebotenen Bioprodukte die Saisonalität nicht eingehalten wird (David Brunmayr et al., 2011, S. 7).

Industrialisierte Bio-Güter

Viele Menschen leiden häufig aufgrund der Arbeit unter Stress oder sind mit den Erwartungen der Universität überfordert, sodass sie, wenn sie zu Hause angekommen sind, kaum Zeit für die Zubereitung eines Gerichtes investieren können oder wollen. Dieses Problem wurde schon vom Lebensmitteleinzelhandel berücksichtigt und mithilfe des heute sehr bekannten „*Convenience Food*“ eine Lösung dafür gefunden. Unter dem oben erwähnten Begriff versteht man stark verarbeitete Produkte, deren Zubereitung keinen großen Aufwand benötigen. Solche Lebensmittel sind zum Beispiel Tiefkühlgerichte, wie Pizza, Lasagne oder Mikrowellengerichte, wie Suppen, Nudeln etc. (David Brunmayr et al., 2011, S. 7). In der Zwischenzeit hat sich auch das Biosortiment zum oben genannten Trend entwickelt, mittlerweile gibt es auch in diesem Bereich Fertiggerichte zum Kaufen (David Brunmayr et al., 2011, S. 7). Diese hochverarbeiteten Bioprodukte werden meiner Meinung nach vor allem für Personengruppen von besonderem Interesse sein, welche einerseits auf ihre Ernährung achten, andererseits aber nicht die Zeit zum Kochen haben.

Die Produktion dieser Lebensmittel ist mit der von konventionellen Gütern fast identisch. Ausschlaggebend ist hier der hohe Einsatz an Zusatzstoffen und der Aufwand für Energie, Transport und Verpackung. Dabei erfolgt sowohl der Rohstoffwerb als auch der Verkauf in der ganzen Welt (David Brunmayr et al., 2011, S. 7f).

Besonders gewinnbringend ist diese Marktentwicklung für Lebensmittelunternehmen, welche bis zu einem bestimmten Zeitpunkt vorwiegend für den Verkauf ihrer konventionellen Lebensmittel verantwortlich waren und mittlerweile auch den Absatz von Bioprodukten fördern (David Brunmayr et al., 2011, S. 8).

„Internationale Beispiele sind etwa Nestle, die die allseits bekannte Wagner Pizza nun auch in Bioqualität anbietet oder auch über die Marke Maggi Bioprodukte verkauft. Auch unter der bekannten Marke Dr. Oetker werden Bio-Tiefkühlpizzen, Bio-Puddingpulver, und Bio-Backmischungen angeboten, und Tiefkühlware von Iglo gibt es selbstverständlich auch schon mit Biosiegel“ (David Brunmayr et al., 2011, S. 8). Die Untersuchung der einzelnen Aspekte hinsichtlich der Bioprodukte aus dem Supermarkt ist ausreichend um zu zeigen, dass sowohl die Herstellung als auch der Absatz der oben erwähnten Lebensmittelkonzerne hauptsächlich überregional erfolgen und mit Regionalität nichts zu tun haben (David Brunmayr et al., 2011, S. 8).

2.6.3 Vergleich Foodcoops und Supermärkte

- **Regionalität**

Bekannt ist, dass neben konventionell hergestellten Produkten, auch biologisch erzeugte Lebensmittel am Markt existieren, die von Supermarktketten angeboten werden, jedoch häufig überregional bezogen werden. Bemerkenswert ist, dass sich auch hier neue Entwicklungen beim Verkauf von (Bio-)Produkten wahrnehmen lassen, denn auch hier gewinnt die Regionalität mittlerweile an Bedeutung wie zum Beispiel die Marke ‚Zurück zum Ursprung‘ zeigt (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 12).

Allerdings ist anzumerken, dass Unterschiede zu erkennen sind, da Supermärkte und Lebensmittelkooperativen unter Regionalität etwas anderes verstehen (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 12).

„Bei der Marke „Zurück zum Ursprung“ stehen etwa die „Ursprungs-Regionen“ für die Herkunft der Produkte. Daher, die „regionale“ Biomilch die ich beispielsweise bei einem Hofer in Wien kaufe kommt aus der „Ursprungs-Region“ Kitzbüheler-Alpen. Die Foodcoop „bioparadeis“ bezieht ihre Milchprodukte bei einer ProduzentInnen-Arbeitsgemeinschaft (ARGE) mit einer eigenen Molkerei aus der Nähe Wiens, von

denen die Foodcoop (neben anderen AbnehmerInnen) direkt beliefert wird“ (David Brunmayr et al., 2011, S. 12).

Eine klare Definition für Regionalität ist nicht vorhanden, steht aber in enger Verbindung mit der Umgebung von Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 12).

- **Sortiment**

Nun wissen wir, dass es den Supermarktketten aufgrund des überregionalen Einkaufs möglich ist ein breites Sortiment an Biolebensmitteln, und das sogar über das ganze Jahr, anzubieten. Bei Lebensmittelkooperativen ist dies jedoch nicht der Fall, da diese auf die Regionalität und Saisonalität der Produkte achten. Das heißt, die Foodcoops vermeiden die überregionale Beschaffung von Lebensmitteln und legen Wert darauf nur Saisonprodukte zu beziehen. Zudem verfügen Foodcoops nur über Produkte, die von ihren Mitgliedern bestellt werden. Im Gegensatz zu Supermarktketten, bestellen die Mitglieder einer Foodcoop nur das Nötigste, um erstens Überreste zu vermeiden und zweitens einen Schwund zu verhindern. Außerdem verzichten Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften bei ihren Bestellungen auf das vorher erwähnte ‚Convenience-Food‘ (vorverarbeitete Lebensmittel) da man bei diesen Produkten über die enthaltenen Zutaten keine Kenntnis hat und ebenso die Herkunft unklar ist. Foodcoops fokussieren sich bei ihrer Bestellung hauptsächlich auf Grundnahrungsmittel (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 12).

Die Mitglieder von Lebensmittelkooperativen produzieren häufig auch selber einige Lebensmittel wie zum Beispiel „bei ‚bioparadeis‘: *frische Nudeln, Brot, Marmeladen, Eingemachtes, etc.*“ (David Brunmayr et al., 2011, S. 12f). Einige Produkte wiederum, zB. „Kaffee, Kakao, Olivenöl oder Schwarztee“ bezieht ‚bioparadeis‘ ausnahmsweise aus dem Ausland (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 13).

- **Bezug zu Produkten**

Bioprodukte, die man in einem Supermarkt erwirbt, werden häufig mit der Garantie der Nachvollziehbarkeit der Herkunft des Produktes angeboten. Somit haben KonsumentInnen mithilfe des Codes auf der Produktverpackung theoretisch die

Möglichkeit herauszufinden, wo die Herstellung ihrer Produkte stattgefunden hat. Außerdem garantieren Bio-Gütesiegel, dass die Waren einer genauen Kontrolle unterliegen und bestätigen ebenso die Herkunft des Produktes (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 13).

Da Lebensmittelkooperativen ihre Bioprodukte direkt vom Erzeuger beziehen, verfügen sie diesbezüglich über genaue Kenntnisse. Foodcoops haben aufgrund des direkten Erwerbs der Produkte (ohne Zwischenschaltung von Einzelhändlern) eine gute Beziehung zu Landwirten und Landwirtinnen und sind ständig in Kontakt mit ihnen, was bei Supermärkten nicht der Fall ist (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 13).

Eine Besonderheit bei den Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften ist außerdem, dass diese im Vergleich zu den Supermarktketten die Chance haben, sich den ganzen Produktionsablauf der Biolebensmittel anzusehen. Natürlich können während des Zusammentreffens mit den ProduzentInnen seitens der Foodcoop Fragen auftauchen, welche aber von Bauern und Bäuerinnen sofort beantwortet werden können (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 13).

Manchmal haben die Mitglieder von Foodcoops sogar die Gelegenheit den Landwirten und Landwirtinnen am Bauernhof zu helfen, was den Bauern womöglich große Freude bereitet. Dabei können aber auch die Lebensmittelkooperativen ihren Nutzen daraus ziehen, da sie durch ihre Mithilfe sehen, wie viel Zeit und Aufwand man in die Erzeugung eines Produktes investiert und lernen, die Arbeit am Hof wertzuschätzen (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 13).

Einen weiteren Unterschied zu Supermarktkonsumenten stellen Foodcoop Mitglieder dar, die keinen Wert auf das Bio-Gütesiegel legen, da für sie das Vertrauen gegenüber den Erzeugern und Erzeugerinnen eine viel größere Rolle spielt und das Bio-Siegel dadurch ersetzt werden kann (vgl. David Brunmayr et al., 2011, S. 13).

„Engere Zusammenarbeit gibt es vom “bioparadeis” mit einem Gärtner: So wird jährlich zu Saisonstart dem Gärtner eine Art Kredit gegeben, der im Laufe der Saison mit Gemüse (auf Wunsch des Gärtners inklusive 10% Zinsen) zurückbezahlt wird. Dadurch hat der Gärtner einen fixen Absatz und die Möglichkeiten für Investitionen

für den Saisonbeginn, das "bioparadeis" bekommt wertvolles Gemüse" (David Brunmayr et al., 2011, S. 13).

3. Entstehung einer Foodcoop

Im letzten Abschnitt wurden allgemeine Informationen zu den Foodcoops dargelegt, wie beispielsweise die unterschiedlichen Arten und Motive von Foodcoops, ihre Geschichte, aber auch Unterschiede zu anderen Lebensmittelläden erläutert. In diesem Kapitel wird die Entstehung einer Foodcoop im Detail beschrieben.

3.1 Personenfindung

Eine Foodcoop entsteht meistens mit der Zusammenfindung von Menschen, die daran interessiert sind ihre Lebensmittelversorgung umzustellen. Dabei ist von großer Bedeutung, die Wünsche der einzelnen Mitglieder hinsichtlich der Bestellungen zu respektieren. Außerdem tauchen hierbei zahlreiche Fragen auf, wie zB.: Welche Kriterien sind bei der Erzeugung der Nahrungsmittel zu berücksichtigen? Sind Fleisch- und Milchprodukte von Bedeutung? Spielt die Regionalität bzw. die Saisonalität der Produkte eine wesentliche Rolle? Was ist bei Nahrungsmitteln wie „Kaffee und Schokolade“ zu beachten? (Vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 25).

Weitere Fragen bezüglich der Organisation einer Foodcoops sind: Auf welchem Weg erhält man Kontakt zu Zulieferern? Will man das Angebot selbst hergestellter Lebensmittel wie Konfitüre und Ähnliches in das Sortiment aufnehmen? Welche finanziellen Grenzen sind bei der Warenbestellung zu beachten? Wie viel muss bei den entsprechenden Lieferanten mindestens bestellt werden? Spielt die Haltbarkeit einiger Produkte eine Rolle? Sind Räume für Lagerware und Mitgliederversammlungen vorhanden? Gibt es Regale, Gefrierschränke, Wiegegeräte usw.? Dürfen sich weitere interessierte Personen an der Gemeinschaft beteiligen? (Vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 25f).

„Wichtig sind auch einige Fragen, die sich jedes Mitglied selbst stellen sollte: Haben sie Energie und Interesse daran, einen Laden selbstorganisiert in Kooperation mit mehreren Menschen aufzubauen? Wie viel Zeit können und wollen Sie in die Foodcoop einbringen?“ (Sense.Lab e.V. 2009, S. 26). Erfolgt der Kauf von Lebensmitteln im Vorhinein geplant oder ungeplant? Legen Sie Wert darauf, dass

Ihre Lebensmittel gesund sind? Was ist der höchste Geldbetrag, den Sie für Nahrungsmittel einer Lebensmitteleinkaufsgemeinschaft zahlen wollen? Beabsichtigen Sie die Verwirklichung eigener Ziele in der Foodcoop? Arbeiten sie gerne mit Menschen zusammen? (Vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 26).

Sicher ist, dass die oben erwähnten Fragestellungen keine endgültigen Antworten haben, da auch während dem In-Funktion-Sein der Lebensmittelkooperative laufend Fragen auftauchen. Besonders in der Gründungsphase der Kooperative spielt der Fokus auf die jeweiligen Fragestellungen bzw. Probleme einzelner Personen eine wichtige Rolle. Durch die Auseinandersetzung mit den vorliegenden Fragen bzw. die Behandlung der vorhandenen Probleme der Mitglieder entsteht eine gute Vertrauensbasis in einer Foodcoop. Dies hat natürlich positive Auswirkungen sowohl auf die Entscheidungsfindung in krisenhaften Situationen einer Foodcoop als auch auf das private Leben eines Menschen. Generell sind Ehrlichkeit und Zugänglichkeit in einer Gemeinschaft von großer Bedeutung, da diese direkte Auswirkung auf die dauerhafte Existenz einer Lebensmittelkooperative hat (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 26).

3.2 Lieferantensuche

Wie alle anderen Unternehmen brauchen natürlich auch Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften geeignete Lieferanten. Der beste Weg die angebrachtesten Zulieferer zu finden, ist die Lieferantenrecherche. In Deutschland erfolgt die Lieferantenfindung nicht selten, indem viele Landwirte sowie Betriebe die Lebensmittel verarbeiten, sich Verbänden anschließen, welche vom Organisationsaufbau den Werten einer Foodcoop entsprechen (biologischer Landbau) (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 27). *„Die biologischen Anbauverbände haben, zum Teil schon vor Jahrzehnten, Verbands- und Warenzeichen eintragen und rechtlich schützen lassen“* (Sense.Lab e.V. 2009, S. 27).

Diese Verbände unterstützen Foodcoops dabei, jene Lieferanten zu finden, beispielsweise Bauernhöfe, welche ihnen am nächsten liegen. Außerdem besteht für Lebensmittelkooperativen die Alternative durch Internetrecherchen, die für sie

geeigneten Zulieferer ausfindig zu machen. Die dafür verwendete Webpage ist Wikipedia ähnlich, auch auf dieser Seite ist es möglich Inhalte zu aktualisieren, zu ergänzen und auszubessern (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 27).

Des Weiteren besteht für Foodcoops die Möglichkeit Nahrungsmittel von den jeweiligen Bioproduktanbietern auf dem örtlichen Marktplatz zu beziehen. Diese Anbieter stammen überwiegend aus der Region und beliefern ebenso Läden von geringerer Größe, die wiederum die Bewohner der Region mit Bioprodukten versorgen (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 28).

„Neben dem direkten Bezug von Bioprodukten von regionalen Bauernhöfen gibt es auch die Option, bei Großlieferanten zu bestellen. Eben diese vertreiben biologische Produkte bundesweit und beliefern alle großen Bioläden“ (Sense.Lab e.V. 2009, S. 28). Bei dieser Variante ist zu beachten, dass Bestellungen bei Großlieferanten einen Mindestbestellwert voraussetzen, der jedoch häufig durch den kleinen Personenkreis einer Foodcoop nicht realisiert werden kann (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 28).

Bei der Lieferantensuche tauchen ebenfalls Fragen auf, die in Hinsicht der richtigen Lieferantensuche beantwortet werden müssen. Eine der vielen Fragen, die sich für Foodcoops stellt ist zum Beispiel, ob ein Zulieferer ihren Vorstellungen und festgelegten Bedingungen entspricht. Weitere Fragen wären: Wie schnell ist eine spontane Lieferung verfügbar und an welchen Ort möglich? Diese ist von großer Bedeutung, da zu Beginn einer Foodcoop oft kein Lagerraum existiert. Des Weiteren stellt sich die Frage, wie der Ablauf der Bestellung und Abrechnung der Waren zustande kommt. Weiters sind Mindestbestellmengen und Gebindegrößen der entsprechenden Nahrungsmittel zu beachten (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 28).

Dabei ist unter Gebindegrößen folgendes zu verstehen: *„Der Begriff Gebindegröße beschreibt die Größe der Verpackungseinheit eines Produktes. Salat wird z. B. in einer Kiste verpackt, damit er den Transport unbeschadet übersteht. Der Lieferant verkauft deshalb immer nur ganze Kisten mit Salat. Wenn in einer Kiste z. B. immer acht Salate liegen, dann ist die Gebindegröße acht. Die Foodcoop kann nur Vielfache der Gebindegröße bestellen, also in diesem Beispiel acht Salate, sechzehn, vierundzwanzig, usw.“* (Sense.Lab e.V. 2009, S. 28).

Das bedeutet, dass Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften sich hinsichtlich ihrer Warenbestellungen an einige Regeln halten müssen. Gut wäre hier natürlich, wenn sich Foodcoops, noch bevor sie den ersten Bestellauftrag geben, mit ihren Zulieferern in Verbindung setzen und ihre Wünsche besprechen (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 29).

3.3 Die erste Bestellung

Nach dem ersten Kontakt mit dem Lieferanten und der Besprechung der Erwartungen, steht dem ersten Bestellauftrag nichts mehr im Weg. Für die Bestellung liegen den Lebensmittelkooperativen meist Produkt- und Preisangebote sowie Formulare für den Bestellauftrag vor. Dabei wird vorab der Warenbedarf der einzelnen Foodcoop-Mitglieder ermittelt, worauf die Bestellung erfolgt. Die Ware wird zum vereinbarten Termin in Empfang genommen und gelagert. Die Warenentnahme bzw. Abholung der bestellten Waren erfolgt entweder durch jedes Mitglied einzeln oder es wird ein größeres Zusammentreffen organisiert. Parallel zur Warenverteilung kann die Entrichtung der Kaufpreise durch die Mitglieder erfolgen und bestenfalls gleich der nächste Bestellauftrag abgeschickt werden. Dieser Ablauf wiederholt sich dann in regelmäßigen Abständen. Hierbei ist zu erwähnen, dass die Bestellung von Grundnahrungsmitteln wöchentlich und die von Trockenwaren aufgrund ihrer Lagerfähigkeit nur einmal pro Monat erfolgt. Nach einiger Zeit sind Foodcoops so weit, dass sie alle Details sowohl über sich, wie beispielsweise über die Disziplin ihrer Mitglieder bei der Warenbestellung, -lagerung und -bezahlung, als auch über ihre Zulieferer, wie zum Beispiel über ihre Produkte und ihre Lieferpünktlichkeit kennen (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 29).

Warenfluss in einer Bestell-Foodcoop

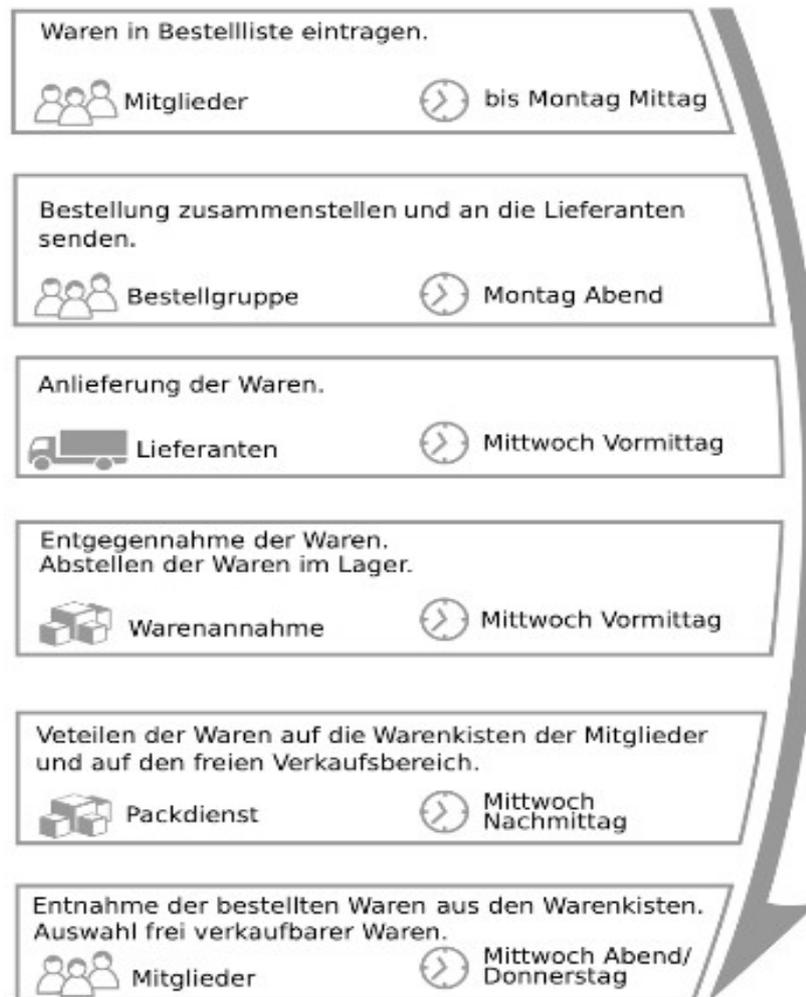


Abbildung 3: Sense.Lab e.V. 2009, S. 30

3.4 Die weitere Entwicklung einer Foodcoop

Die bisherigen Informationen waren die wichtigsten Details um einer neu gegründeten Foodcoop den Start zu erleichtern. Dadurch haben die Mitglieder einerseits die Möglichkeit sich an den Betriebsrhythmus der Lebensmittelkooperative zu gewöhnen, und andererseits aufgrund ihrer bisherigen Erfahrungen den Lieferanten auf gewisse Wünsche (bei der Lieferung, der Waren, der Preise etc.) aufmerksam zu machen. Die Anzahl der Interessenten an einer Mitgliedschaft in der Foodcoop wächst mit ihrer Existenzdauer. Eine Foodcoop wächst mit der Zeit, indem ständig neue interessierte Personen dazu stoßen und daher kann der Bedarf für einen eigenen Lagerraum entstehen. Üblicherweise geht man davon aus, dass die

Mitgliederzahl einer Foodcoop bis zu 80 steigen kann und diese an ihrer Betriebsfähigkeit trotzdem nichts verliert (vgl. Sense.Lab e.V. 2009, S. 31).

4. Foodcoops in Österreich

Meine Arbeit hat einen Überblick über die Arten, Bedeutungen, Geschichte und Vergleiche zu anderen Nahversorgern gegeben. Zudem wurde eine Einführung in die Entwicklung einer Foodcoop dargestellt. Wie diese jedoch im alltäglichen Leben funktionieren, möchte ich in diesem Kapitel darlegen.

Österreichweit gibt es derzeit geschätzt 80 – 100 Foodcoops, rund 20 davon in Oberösterreich. Um die Unterschiede, die Foodcoops aufweisen deutlich zu machen, möchte ich in den nächsten Schritten einige von ihnen vergleichen.

4.1 Organisationsstruktur

In den vorigen Kapiteln wurde bereits in die Struktur von Einkaufsgemeinschaften eingeführt. Man kann zwischen **Bestell-Foodcoops** und einer **Lager-Foodcoops** unterscheiden.

Es spielt eine wesentliche Rolle, ob die Foodcoop eine große Zahl von Mitgliedern und Produzenten hat. Wenn dies zutrifft, ist eine Lager-Foodcoop zu bevorzugen. Um insbesondere den Überblick bei der Warenbeschaffung und –lagerung behalten zu können, wird in diesem Fall sinnvollerweise durch die Mitglieder ein Lager zur Verfügung gestellt. Dies ist beim Großteil dieser Gemeinschaften in Österreich der Fall.

Erwähnenswert sind außerdem die unterschiedlichen Organisationsformen der Foodcoops. Hier unterscheidet man zwischen „**losen Gruppierungen**“ und „**Vereinen**“. Die Rechtsform der „**Genossenschaft**“ spielt derzeit in der Praxis keine Rolle.

Unter einer losen, informellen Gruppierung ist eine Gruppe von Personen zu verstehen, *„die sich zur Verfolgung bestimmter politischer, gesellschaftlicher o. ä. Ziele zusammengeschlossen hat, die [innerhalb einer größeren Organisation] eine bestimmte Linie vertritt“* (Duden). Bei Vereinen handelt es sich ebenso um einen

Zusammenschluss von Personen (mindestens zwei), die einen bestimmten, gemeinsamen, ideellen Zweck verfolgen und anders als lose Gruppierungen im Vereinsregister eingetragen sind (vgl. Vereinsgesetz). Für weitere Details und Unterschiede siehe *Kapitel 5: Foodcoops und rechtliche Grundlagen*.

Um einen Einblick in die Organisationsstruktur zurzeit aktiver Foodcoops zu geben, möchte ich einige Bestehende davon vorstellen.

4.1.1 Foodcoop- ‚1Korn‘

Als Beispiel möchte ich die Foodcoop ‚1Korn‘ im 1160 Wien anführen. Diese ist ein Verein *„mit dem Ziel ökologischen Landbau und regionale Netzwerke zu fördern“* (vgl.: 1korn.at).

Ihre Aktivitäten umfassen:

- „•Aufbau von regionalen Netzwerken zur Kooperation von KonsumentInnen und biologisch arbeitenden Betrieben*
- Bewusstseinsbildung für ökologische und nachhaltige Landwirtschaft sowie die Ermöglichung des direkten Zuganges der Mitglieder zu biologisch erzeugten Lebensmitteln*
- Förderung von umweltbewusstem Denken und Handeln*
- Veranstaltung von Diskussionsrunden, Workshops usw.“* (1korn.at).

Struktur

Die Foodcoop ‚1Korn‘ veranstaltet wie die Mehrheit der Lebensmittelkooperativen ein monatliches *Plenum*, wo wichtige Entscheidungen getroffen werden. Dabei werden Vereinbarungen wie in vielen anderen Einkaufsgemeinschaften *basisdemokratisch* beschlossen. Die *Arbeit des Vereins* erledigen alle Mitglieder gemeinsam. Dies erfolgt, indem alle Aufgaben einzelnen Mitgliedern zugeteilt werden (vgl.: 1korn.at).

Als gemeinnütziger Verein haben sie *keine Gewinnerzielungsabsicht*. Dabei findet *freiwillige und unentgeltliche Arbeitsleistung* durch alle Vereinsmitglieder statt. Auch

bei dieser Foodcoop geschieht die Finanzierung der Lagerraummiete und anderer Kosten durch den *monatlich eingezahlten Mitgliedsbeitrag* (vgl.1korn.at).

Wie bei den anderen Foodcoops wird auch beim Erwerb der Nahrungsmittel von ‚1Korn‘ besonders auf die Regionalität geachtet. Zum Teil erfolgt die Lieferung der Nahrungsmittel von Produzenten ins Foodcoop-Lager und teilweise wird der Transport auch von den zuständigen Mitgliedern übernommen. Jedes Mitglied kann anschließend seine Nahrungsmittel abholen (vgl.1korn.at).

4.1.2 Foodcoop- ‚Rübezahl‘

Eine weitere Foodcoop ist die ‚Rübezahl‘ mit ungefähr 60 Mitgliedern. Die Foodcoop nutzt ihr Lager nicht nur als Lagerraum, sondern ebenso als Küche und Veranstaltungsort, wo sie sämtliche gesellschaftspolitischen Zwecke erfüllen. (Vgl.: rübezahl17.at)

Mit ihrer Existenz hat Rübezahl die Absicht sowohl qualitativ hochwertige Nahrungsmittel zu beziehen, als auch Werte wie nachbarschaftliche Beziehungen zu pflegen. Dies geschieht insbesondere durch gemeinsames Kochen und Essen (vgl.rübezahl17.at)

4.1.3 Foodcoop- ‚Radieschenbund‘

Im Rahmen meiner Recherche hatte ich die Gelegenheit ein persönliches Interview am 8. Juni 2016, mit dem Gründer der Foodcoop ‚Radieschenbund‘ zu führen, um detaillierte Informationen aus erster Hand zu erhalten.

‚Radieschenbund‘ hat derzeit 60-70 Mitglieder, jedoch sind einige aufgrund von Zeitmangel nicht aktiv (ca. 50 von Ihnen sind aktiv). Die Entscheidungen in einer Foodcoop werden basisdemokratisch in einem monatlichen Plenum getroffen. Jedes Mitglied darf selbst entscheiden wie stark es sich selbst einbringen will. Jeder Vorschlag wird berücksichtigt.

Auch ‚Radieschenbund‘ hat das Ziel die Anonymität zum Produzenten aufzuheben und regionale Netzwerke zu fördern. Das übliche Prinzip der Regionalität beim Bezug der Lebensmittel wird, wie bereits erwähnt, bei Produkten wie Kaffee durchbrochen. Wie viele der Gemeinschaften, bezieht auch diese den Kaffee aus Mittelamerika, allerdings wird dieser zuvor in Deutschland geröstet.

Grundsätzlich kann jeder Mitglied einer Foodcoop werden. Die einzige Voraussetzung für die Mitgliedschaft ist, die Bekanntgabe des Interesses per E-Mail an die jeweilige Foodcoop. Anschließend kommt es zur Terminvereinbarung für das Einstiegstreffen, in dem alle Informationen über die Funktionsweise der Lebensmittelkooperative besprochen werden. Als letzter Schritt ist nur mehr ein Einstiegsbetrag in Höhe von 30€ (eine Art Kautions) zu erbringen, wodurch man offiziell Mitglied wird.

Zu einer Gruppenbildung kommt es oft dadurch, dass sich Menschen schon von früher kennen beispielsweise durch Infoveranstaltungen. Viele von ihnen werden jedoch mit Mitgliedern einer bestehenden Lebensmittelkooperative gegründet, da z. B. die maximale Mitgliederzahl überschritten wurde. Ein Beispiel dafür ist die Einkaufsgemeinschaft D’Speis, die im Jahre 2010 aus ‚Bioparadeis‘ entstanden ist. Um mehr Interesse an Foodcoops zu wecken, wird häufig mit folgenden Mitteln geworben: Homepage (zB. Foodcoops.at), Flyerverteilung, Infostände bei Veranstaltungen, Straßenfeste, Öffentlichkeitsarbeit für alle Foodcoops etc.

Der Bestellvorgang wird im ‚Radieschenbund‘ folgendermaßen durchgeführt:

Über Softwaresysteme wie ‚Google Docs‘ wird die Bestellung der Lebensmittel abgewickelt. Die Mitglieder haben auch die Möglichkeit über ihre Smartphones auf das System zu zugreifen und ihren wöchentlichen oder monatlichen Bedarf anzugeben. Die Waren werden in **Bestell- und Lagerware** differenziert.

Bei der **Bestellware** handelt es sich um frische Güter wie Obst oder Gemüse, dessen Beeinträchtigung der Qualität durch kurzfristige Bestellung vermieden werden soll. Bei der **Lagerware** hingegen (Nudeln, Wein, Honig) können Produkte auch im Voraus bestellt und gelagert werden.

Auch im ‚Radieschenbund‘ zahlen die Vereinsmitglieder einen monatlichen Beitrag, welcher sich zusammensetzt aus den Fixkosten geteilt durch die Anzahl der Mitglieder (ca. 5-10€ pro Person). Zusätzlich können zusätzliche Einzahlungen zur Reservebildung für unvorhersehbare Kosten wie Schwund, Homepageerstellung etc. geleistet werden. Bei manchen Foodcoops wird der Schwund durch einen 10%igen Zuschlag auf den Einkaufspreis der bestellten Güter abgeglichen. Die Einkaufszahlungen des jeweiligen Mitgliedes werden anhand eines Kassabuches vom Mitgliedsbeitrag abgerechnet. Sobald der Kontostand der jeweiligen Person einen Saldo von 0€ aufweist, muss diese für weitere Einkäufe Geld zur Verfügung stellen.

Mietverträge und Rechnungen werden meist auf mehrere Personen ausgestellt. Die Größe der Lagerräume einer Foodcoop ist abhängig von den finanziellen Möglichkeiten. Um Energiekosten einzusparen werden Kühlschränke den Kühlräumen vorgezogen. Die Buchführung erfolgt beim ‚Radieschenbund‘ wie bei vielen anderen Vereinen und losen Gruppierungen durch eine Einnahmen- und Ausgaben-Rechnung. Hierbei kann höchstens ein Gewinn bzw. Verlust von 50€ toleriert werden. Bei Lebensmittelkooperativen in der Rechtsform einer Genossenschaft müsste die Buchhaltung ähnlich wie bei einer GesmbH und somit aufwendiger geführt werden.

Hinsichtlich der Lieferantensuche habe ich vom Gründer der Foodcoop ‚Radieschenbund‘ erfahren, dass diese größtenteils über private Kontakte oder über befreundete Bioläden gefunden werden. Laut Gründer von ‚Radieschenbund‘ gibt es in Österreich ebenso Produzenten, die sowohl eine Foodcoop beliefern, wie auch selbst Mitglied sind, in Wien ist dies allerdings nicht der Fall (Persönliches Interview, Ravi).

4.2 Internetrecherche

4.2.1 Foodcoops in den Medien

Alte Idee in neuer Form

In ‚Foodcoops‘ gibt es ausschließlich Lebensmittel die, die Mitglieder selbst wollen und zuvor bestellt haben - ökologisch, sozial gerecht und meist auch regional. Es besteht nicht die Möglichkeit ohne eine Mitgliedschaft bei den Foodcoops einzukaufen, da der Bezug von Produkten nur für Mitglieder der Einkaufsgemeinschaft vorgesehen ist. Einschränkungen gibt es in der Hinsicht des Erwerbs von Lebensmittel, da nur saisonale Produkte zur Verfügung stehen. Ein weiteres Beispiel hier ist die Fleischbestellung, welche bei Foodcoops nur nach Bedarf erfolgt. Die Basis einer Foodcoop ist Vertrauen.

Dadurch, dass die Lebensmittel direkt vom Erzeuger und Erzeugerinnen bezogen werden, entsteht ein Mehrwert für beide Seiten. Die Bereicherung besteht nicht nur darin, dass Fahrtkosten eingespart werden, viele Produkte billiger sind und das sowohl der Bauer für Direktlieferungen mehr bekommt als vom Einzelhandel. Es kann auch durchaus persönlich bereichernd sein, sich nicht der Verführung durch Überangebot, Werbung und Marketing aussetzen zu müssen. All das ist im normalen Handel allgegenwärtig und muss aus Konkurrenzgründen wohl auch so sein. Die Kombination aus Verführung, Wohlstand und individueller Freiheit erzeugt für uns Alle ein gewaltiges Entscheidungsproblem. (Vgl. Youtube-Die Food Coop Idee).

Aspekt der Müllvermeidung

Menschen würden viel weniger Müll produzieren, wenn sie weniger Lebensmittel wegwerfen würden. Laut dem Österreichischen Ökologie Institut landen jedes Jahr 760.000 Tonnen Lebensmittel in Österreich im Müll. Die Hälfte davon wäre vermeidbar, wenn das Einkaufsverhalten geändert werden würde.

Lebensmittelkooperativen, die selbstorganisiert direkt von lokalen Bauern ihre Lebensmittel beziehen, wirken diesen Tatsachen aktiv entgegen. Verpackungsmüll vermeiden sie, indem sie ihre Verpackungen selber mitbringen und zB. Getreide und Nudeln umfüllen. Der Müll kann durch eine genaue Mengenbestimmung von Produkten, welche mit dem Bauern besprochen werden, vermieden werden.

39% der weggeworfenen Lebensmittel landen bei den Herstellern im Abfall. Gastronomie und Einzelhandel machen nur einen Bruchteil aus. Der Großteil,

nämlich 43 % wird von den privaten Haushalten verschwendet. Hier kann angesetzt werden indem bewusst eingekauft und richtig gelagert wird.

In Salzburg zB. gibt es derzeit drei aktive Foodcoops, die vierte ist momentan im Aufbau. Auf die Frage, inwieweit sich der Einkauf von Foodcoops von gängigen Lebensmittel und Agrarsystemen unterscheidet, wird von den Salzburgern auf folgende Weise geantwortet: Das Konsumenten Dasein unterscheidet sich in der Hinsicht, dass die Verbraucher nicht bedient werden, sondern sich Lebensmittel nach Bedarf selber abwägen. Dabei haben die Foodcoop-Mitglieder keine Mengenvorgaben bei ihrer Bestellung. Sie haben Kilopreise vorgegeben, welche sie sich für ihre Lebensmittel selber ausrechnen können, wodurch ebenso ein bewusster Umgang mit Lebensmittel entsteht. Da der Lebensmittelproduzent den Foodcoops bekannt ist, haben die Mitglieder ebenfalls einen direkten Bezug zu den Gütern (vgl. bonaudelta.wordpress.com).

Vorstellung- Foodcoop ‚NUSS Coop‘

Verbrauchergemeinschaften gibt es bereits seit über 500 Jahren. Der generelle Trend zur Nachhaltigkeit hat diese Gemeinschaften nun in Form von Foodcoops in den Vordergrund gedrängt. Vor allem im urbanen Raum sind diese Kooperativen beliebt. Im Vergleich zu Vereinen stellt die NUSS-Coop eine informelle, lose Gruppierung dar, dessen Name für Nachhaltigkeit steht. Die Lebensmittel werden in einem Lager aufbewahrt und von den Mitgliedern abgeholt. Neben dem Essen stehen soziale Kontakte im Mittelpunkt. Gemeinschaftliche Aktivitäten wie Kochen und Grillen sind wichtig für die Gruppe. Die Nahrungsmittel kommen direkt von Biobauernhöfen und Produzentinnen aus der Umgebung von Wien. Das Sortiment umfasst Getreide, Wein, Säfte sowie Gewürze, Linsen, Öle und vor allem Obst und Gemüse (vgl. nusscoop.xyz).

5. Foodcoops und rechtliche Grundlagen

5.1 Vereinsgesetz

5.1.1 Der Verein als Rechtsform

Die meisten österreichischen Foodcoops sind derzeit als Vereine organisiert. Damit ein Unternehmen einen Verein nach den Anforderungen des Vereinsgesetzes führen kann, müssen folgende Voraussetzungsmerkmale kumulativ erfüllt werden:

- Zusammenschluss von **mindestens zwei Personen**
- eine **auf Dauer angelegte Organisation**
- gemeinschaftliche, **ideelle Zweckverfolgung**
- **keine Gewinnerzielungsabsicht**
- **Freiwilligkeit der Mitgliedschaft**

Wenn alle oben genannten Kriterien zutreffen, kann der Verein gegründet werden. Man kann auch von einem Idealverein sprechen, da diese Personengemeinschaften einen ideellen Zweck dienen (vgl. WKO-Der Verein als Unternehmer, Stand Februar 2016).

Gemäß Vereinsgesetz 2002 darf ein Verein keine Gewinnerzielungsabsicht haben. *„Dennoch kommt er als Unternehmensträger in Frage, weil er sich auch erwerbswirtschaftlich betätigen darf (**Nebenzweckprivileg**) und sogar Gewinne erzielen darf, wenn er diese nur nicht an die Vereinsmitglieder **ausschüttet** bzw. er als Deckmantel für eine Erwerbstätigkeit seiner Mitglieder dient. Wird der erzielte Gewinn vielmehr wieder dem Verein – insbesondere zur Erreichung seiner **ideellen Zwecke** – zugeführt, kann der Idealverein auch gewerblich tätig sein (zB. Fußballverein betreibt gewinnorientiert ein Sportplatzbuffet). Für eine ausschließlich gewinnorientierte Tätigkeit steht allerdings die Rechtsform des Vereines **nicht** zur Verfügung!“* (WKO-Der Verein als Unternehmer, Stand Februar 2016).

Im Falle, dass Vereine erlaubterweise erwerbswirtschaftliche Tätigkeiten ausüben, müssen diese auch den Vorgaben entsprechend handeln, welche für ihre Wettbewerber gelten (vgl.: WKO-Der Verein als Unternehmer, Stand Februar 2016).

5.1.2 Gründung des Vereins

Zu einer Vereinsgründung ist eine Vereinbarung notwendig. Dabei muss die genannte Gründungsvereinbarung aus folgenden Vorgaben bestehen: Name, Sitz, Vereinszweck, Mitteln bzw. Handlungen zur Realisierung des Vereinszwecks, Aufbringungsart von Geldmitteln. Fernerhin sind ebenfalls die Bestimmung von Organen des Vereins sowie ihre Aufgabenbereiche, Mitgliederrechte und –pflichten des Vereins und die Regelungsart von Auseinandersetzungen bzw. Streitsituationen erforderlich. (Vgl. WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016). Nach der Gründung des Vereins haben entweder die Vereinsgründer oder die beauftragten Organe mit der erstellten Gründungsvereinbarung eine **Errichtungsanzeige** bei der örtlich ermächtigten Vereinsbehörde einzureichen (vgl. WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016).

Nach Ablauf von vier Wochen, in Ausnahmefällen sechs Wochen, nachdem die Errichtung bei der zuständigen Behörde angezeigt wurde und kein Gründungsverbot erteilt wurde, steht dem Verein der Weg zur Durchführung seiner Tätigkeiten frei. Die Übermittlung eines Vereinsregisterauszugs inklusive der Registerzahl des Vereins muss jedoch zustande kommen (vgl. WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016).

5.1.1 Vereinsstatuten

Der Inhalt eines Vereins und wie dieser nach außen hin erscheint, wird durch die **Vereinssatzung** bestimmt. Hierbei besteht eine Gestaltungsfreiheit, allerdings muss der gesetzliche **Mindestinhalt** vorhanden sein. Falls ein wirtschaftlicher Zweck verfolgt wird, sollten Vereinsstatuten nicht nur Basisinhalte aufweisen, sondern ihre Ziele detailliert darstellen. Falls eine Änderung des Statuteninhalts erfolgt, ist eine Anzeige bei der Vereinsbehörde vorzunehmen. Laut § 13 Abs. 1 und 2 des Vereinsgesetzes gilt der abgeänderte Inhalt nach Ablauf einer Frist von vier bis sechs Wochen (vgl. Höhne et al., 2009, S. 66).

Ein weiterer Bestandteil der Vereinssatzung welcher von Bedeutung ist, sind die **Rechte** und **Pflichten** der Mitglieder. Es ist der Grundsatz der ‚Gleichbehandlung‘

anzuwenden, jedoch besteht die Möglichkeit Befugnisse von den Mitgliedern einzuschränken (vgl. Höhne et al., 2009, S. 99).

5.1.3 Haftung im Verein

Für die Verbindlichkeiten haftet per se nur diese auf Dauer angelegte Organisation mit ihrem Gesamtvermögen. Sowohl die Organe als auch die Vereinsmitglieder unterliegen einzeln nur dann einer Haftung, sofern andere Gesetzesvorgaben vorhanden sind oder auf Grund von individueller rechtsgeschäftlicher Pflichten bzw. Verbindlichkeiten (vgl. Help.gv.at). Wenn Organe eines Vereins ihren „*gesetzlichen oder statutarischen Pflichten*“ nicht nachkommen können, müssen diese dem Verein für die daraus resultierenden negativen Folgen eine Entschädigung leisten. (Vgl. Help.gv.at).

Im Falle, dass das Organ des Vereins oder die RechnungsprüferInnen kein Entgelt für die Ausübung ihrer Tätigkeit beziehen, haften diese nur dann, wenn es sich um ein vorsätzliches oder grob fahrlässiges Handeln handelt, ausgenommen es liegen andere Vereinbarungen vor (vgl. Help.gv.at).

Beispiele für die Schadenersatzpflichtigkeit der Vereinsorgane sind folgende:

- unzweckmäßiger Gebrauch vom Vermögen des Vereins
- Tätigen von Vereinsvorhaben ohne Berücksichtigung der Geldverfügbarkeit
- Verachtung der Rechnungslegungsvorschriften
- Verzögerung eines erforderlichen Insolvenzantrags
- Verstoß gegen Abgabevorschriften (vgl. WKO, Stand Februar 2016)
- Behinderung der Vereinsabwicklung im Falle einer Auflösung
- eine Handlungsweise, welche die Haftung eines Vereins gegenüber den Vereinsmitgliedern oder Dritten herbeigeführt hat (vgl. Help.gv.at).

*„Umgekehrt trifft den Verein für deliktisches Handeln seiner Organe die Haftung und Verantwortung für **strafgerichtlich** zu ahnende Delikte und bestimmte **Finanzvergehen** seiner Entscheidungsträger und gegebenenfalls auch seiner Mitarbeiter nach Maßgabe des Verbandsverantwortlichkeitsgesetzes “ (WKO-Der Verein als Unternehmer, Stand Februar 2016).*

5.1.4 Rechnungslegung

Ausreichend ist eine Einnahmen- und Ausgabenrechnung für Vereine dann, wenn die Einnahmen oder Ausgaben eines Vereins die Grenze in Höhe von 1 Mio. Euro im Jahr nicht übersteigen (vgl. WKO-Der Verein als Unternehmer, Stand Februar 2016). Wenn diese jedoch zwei Jahre hintereinander die genannte Schwelle überschreiten, besteht ein Bedarf zur Aufstellung eines Jahresabschlusses (Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung). Ist es der Fall, dass die Einnahmen und Ausgaben überdies einen Grenzwert von 3 Mio. Euro zwei Jahre hintereinander (inklusive Einnahmen aus wirtschaftlichen Beschäftigungen) überschreiten oder ergibt das Aufkommen aus Spenden über 1 Mio. Euro, muss der Jahresabschluss dementsprechend ergänzt werden und benötigt einen sachgemäßen Abschlussprüfer (vgl. WKO-Der Verein als Unternehmer, Stand Februar 2016).

5.1.5 Rechtliche Vereine

- **Verein im Unternehmens- und Konsumentenschutzrecht**

Der Begriff eines Unternehmens gemäß Unternehmensgesetzbuches (**UGB**) zielt eindeutig **nicht** auf die **Gewinnerzielungsabsicht** ab. Somit finden Vereine ebenso im UGB Anwendung und werden hier definiert. Anwendung finden sie dann, sofern diese Tätigkeiten nicht nur vorübergehend durchgeführt werden und dafür eine Gegenleistung am Markt bekommen. *„Finanziert ein Verein seine Leistungen allerdings über Mitgliedsbeiträge, Spenden, Subventionen und Sponsoring, also ohne unmittelbares Entgelt für die jeweilige Leistung, oder zu einem nicht auf Kostendeckung kalkulierten Entgelt, kann nicht von einem Unternehmen ausgegangen werden. Tritt er hingegen auf dem Markt mit seinen wirtschaftlich werthaftern Leistungen (zB. Wochenendbetrieb in der Vereinskantine, Verkaufsshop für Vereinsartikel) nach **außen** (auch bei Nichtmitgliedern) auf, ist von einem Unternehmen nach UGB auszugehen und unterliegt dieser Verein bei seinen Rechtsgeschäften den UGB-Bestimmungen über unternehmensbezogene Geschäfte“* (WKO-Der Verein als Unternehmer, Stand Februar 2016).

Somit ist ein Verein nur dann **kein** Unternehmen, wenn es sich um ein wöchentliches Zusammentreffen von Mitgliedern eines Schachklubs handelt, wo die Finanzierung der Ausgaben über Mitgliedsbeiträge erfolgt. Die genannte Kalkulation betrifft ebenso außenorientierte Vereine, die uneigennützige Dienste leisten. Obwohl es sich dabei um die Erbringung bedeutender Leistungen handelt, ist hier kein Wechselverhältnis mit dem Leistungsabnehmer vorhanden, da dieser eine entsprechende Gegenleistung nicht erbringen könnte (vgl. WKO-Der Verein als Unternehmer, Stand Februar 2016).

Bekannt ist nun, wann ein Verein ein Unternehmen gemäß UGB darstellt. Wichtig ist jedoch auch zu wissen, dass, wenn ein Verein aufgrund seiner Unternehmenseigenschaften dem UGB unterliegt, dieser somit auch gleichzeitig dem Konsumentenschutzrecht unterworfen ist. Das heißt, wenn der Verein mit seinen Mitgliedern einen Vertrag nicht ausschließlich über die hauptsächlich bekannten Verpflichtungen bzw. Bestandteile eines Vereins (zB. Pflicht zur Zahlung des Mitgliedsbeitrags) abschließt, auch **echter** Satzungsbestandteil genannt, hingegen andere beidseitige Schuldverhältnisse aufzeigt, ist dieser Verein als **Unternehmer** und die jeweiligen Vereinsmitglieder als **Kunden** anzusehen. In diesem Fall sind die vorgesehenen rechtlichen Ansprüche des Konsumenten (z. B. Rücktrittsrecht) nicht außer Acht zu lassen (vgl. WKO-Der Verein als Unternehmer, Stand Februar 2016).

- **Verein im Gewerbebereich**

Ist der Verein erwerbswirtschaftlich tätig, unterliegt dieser der Gewerbeordnung und bedarf daher einer **Gewerbeberechtigung**. Die Ertragsabsicht spielt hierbei keine Rolle (vgl. Höhne et al., 2009, S. 183). Die Erforderlichkeit einer Gewerbeberechtigung besteht an dieser Stelle aufgrund der Tätigkeitsausübung nach der Gewerbeordnung, wobei es irrelevant ist, ob der Verein laut UGB als Unternehmer gilt oder nicht (vgl. WKO-Der Verein als Unternehmer, Stand Februar 2016). Die Notwendigkeit einer Gewerbeberechtigung beginnt bereits dann, sofern die Absicht zur Erzielung wirtschaftlicher Vorteile für die Mitglieder vorhanden ist *oder* „das Erscheinungsbild eines einschlägigen Gewerbebetriebs“ vorliegt. Die Gewinnerzielungsabsicht ist gegeben, wenn die Tätigkeit mehr als einmal pro Woche erfolgt (vgl. Höhne et al., 2009, S. 183).

- **Verein im Steuerrecht**

Im Falle, dass Vereine gegenüber der Verwaltung für Finanzen als „Gemeinnütziger Verein“ einzuordnen sind, sind diese von der Körperschaftsteuer befreit. *„Dies trifft dann zu, wenn der Verein, dem die Begünstigung zukommen soll, nach dem Gesetz, der Satzung oder jeder sonstigen Rechtsgrundlage und nach ihrer tatsächlichen Geschäftsführung ausschließlich und unmittelbar der Förderung gemeinnütziger, mildtätiger oder kirchlicher Zwecke dient; auch ein für die Erreichung der angeführten gemeinnützigen Zwecke unentbehrlicher Hilfsbetrieb eines Vereines (zB. kleine Verkaufsveranstaltungen wie Schi-Basar), der sonst keine darüber hinausgehenden Aktivitäten ausführt, beeinträchtigt nicht den Gemeinnützigkeitsstatus“* (WKO Verein als Unternehmer, Stand Februar 2016).

Handelt es sich bei den Aktivitäten des Vereins um land- und forstwirtschaftliche Tätigkeiten oder einen gewerblichen Betrieb mit der Absicht einen Gewinn am Wirtschaftsverkehr zu erzielen, verliert dieser das Recht auf eine Steuerbegünstigung bzw. –befreiung. Somit unterliegt der Verein sowohl einer unbeschränkten Körperschaftsteuer- als auch einer Umsatzsteuerpflicht. In Ausnahmefällen kann es vorkommen, dass das berechnete Finanzamt einen Antrag auf eine gesamte oder teilweise Bewilligung, bezüglich einer Begünstigung erteilt. Umsatzsteuerbefreit wäre der Verein in dem Fall nach den Regelungen eines Kleinunternehmers (vgl. WKO-Der Verein als Unternehmer, Stand Februar 2016).

- **Der Verein im Sozialversicherungsrecht**

„Sind die Vereinsorgane nicht als (freie) Dienstnehmer des Vereines ASVG-pflichtig und erhalten sie eine Aufwandsentschädigung, ist eine allfällige Sozialversicherungspflicht nach dem GSVG zu prüfen!“ (WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016).

5.1.6 Organisation eines Vereines

Organe

Vereine haben verpflichtend über eine Mitgliederversammlung zu verfügen. Bereits ein Zehntel der Vereinsmitglieder hat die Berechtigung die Mitgliederversammlung einzuberufen. Genauso vorgeschrieben ist aber auch das **Leitungsorgan**, bestehend „aus zumindest zwei natürlichen Personen“, das hauptsächlich sowohl die Führung der Geschäfte als auch die Vereinsvertretung zu übernehmen hat. Die Art und Weise der Wahl und Abberufung des Leitungsorganes bzw. der Leitungsorgane haben eine Regelung in den Statuen aufzuweisen (vgl. WKO-Der Verein als Unternehmer, Stand Februar 2016). *„Die organschaftlichen Vertreter sind vom Verein binnen vier Wochen nach Bestellung unter Angabe der Funktion, des Namens, Geburtsdatums, Geburtsortes und ihrer Zustellanschrift sowie des Datums des Vertretungsbeginnes bekannt zu geben“* (WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016).

Darüber hinaus hat die Mitgliederversammlung eines Vereines „zwei Rechnungsprüfer (bei einem „großen“ Verein auch einen **Abschlussprüfer**)“ verpflichtend zu bestimmen. Ebenso ist es dem Verein überlassen, zusätzlich ein Aufsichtsorgan mit mindestens drei Personen zu organisieren (vgl. WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016).

Name, Sitz

Laut § 4 Abs 2 des Vereinsgesetzes muss sich der Sitz des Vereines im Inland befinden. Der Ort der Hauptverwaltung ist dafür maßgeblich. Für die Bekanntgabe des Sitzes ist die Nennung der Stadt ausreichend und bedarf nicht der genauen Adresse, da jede Adressenänderung ansonsten eine Sitzverlegung darstellen würde (vgl. Höhne et al., 2009, S. 56) Wenn es zu einer Verlegung des Vereinssitzes kommt, muss diese sowohl eine Änderung in den Statuen als auch eine Anzeige bei der zuständigen Vereinsbehörde verursachen. Zu beachten ist, dass eine Anzeige über die Verlegung des Sitzes ebenso bei der Behörde erfolgen muss, welche vor der Verlegung für den Verein zuständig war, auch wenn es offensichtlich ist, dass

aufgrund des neuen Sitzes eine andere Vereinsbehörde die Verantwortlichkeit übernimmt (vgl. WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016).

Wenn es sich jedoch nur um eine Änderung der Adresse handelt und der Vereinssitzort gleichbleibt, ist eine Bekanntmachung innerhalb von vier Wochen bei der Vereinsbehörde vorzunehmen (vgl. WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016).

„Der Vereinsname muss einen Schluss auf den Vereinszweck zulassen. Verwechslungen müssen ausgeschlossen sein. Der gewählte Name darf nicht gesetzwidrig, unerlaubt oder sittenwidrig sein. Wird ein Dritter durch den ausgewählten und allenfalls sogar schon registrierten Vereinsnamen in seinem Namensrecht beeinträchtigt, kann er sich dem Verein gegenüber mit Unterlassungsklage zur Wehr setzen“ (WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016).

Vereinsregister

Die Führung von Vereinen erfolgt im Zentralen Vereinsregister beim Bundesministerium für Inneres. Wie bereits erwähnt, erhalten alle im Vereinsregister aufgezeichneten Vereine vom Bundesminister für Inneres, besonders um die Unverwechselbarkeit sicherzustellen, eine Vereinsregisterzahl (ZVR-Zahl). Zu beachten ist, dass eine Verpflichtung über die Angabe der ZVR-Zahl *„im Rechtsverkehr nach außen (zB Briefpapier, Rechnung, Website etc)“* von allen Vereinen immer vorgesehen ist. Bei Missachtung dieser Vorschrift begründet dies eine Übertretung der Verwaltung (vgl. WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016).

Verlust der Mitgliedschaft

Für die Beendigung einer Vereinsmitgliedschaft gibt es zwei Möglichkeiten, einerseits durch **Kündigung** und andererseits durch **Einvernehmen**. Der genaue Ablauf der Beendigung sollte den Vereinsstatuten zu entnehmen sein. Beispiele für solche Regelungen sind etwa Formen und Fristen der Kündigung. Eine weitere Beendigungsalternative ist der sofortige **Austritt** mit einer wesentlichen Begründung. Ebenso hat aber auch der Verein die Berechtigung für den Ausschluss eines

Vereinsmitgliedes. In diesem Fall besteht für das betroffene Vereinsmitglied jedenfalls die Möglichkeit ein **Vereinsschiedsgericht** zu kontaktieren. *„Frühestens sechs Monate ab Anrufung der Streitschlichtungseinrichtung kann sich das betroffene Mitglied bei einem Gericht dagegen zur Wehr setzen, sofern nicht das Vereinsschiedsgericht den Kriterien eines **zivilrechtlichen Schiedsgerichtes** entspricht und dadurch die Anrufung eines staatlichen Gerichtes ausgeschlossen ist“* (WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016). Eine Erklärung des Ausschlusses hat erst nach dessen Zugang eine Wirksamkeit gegenüber dem betroffenen Vereinsmitglied, außer der Ausschluss konnte durch das Gericht verhindert werden (vgl. WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016).

Vereinsadministration

Die Einberufung der Mitgliederversammlung hat durch das Leitungsorgan des Vereins fünfjährlich zu erfolgen. Dabei ist die Aufgabe des Organs, die Mitglieder sowohl über Tätigkeiten als auch über die Vereinshaltung zu benachrichtigen. Außerdem ist dieses für die Organisation des Rechnungswesens und die Überwachung der fließenden Einnahmen und Ausgaben zuständig (vgl. WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016).

Fernerhin ist eine Einnahmen- und Ausgabenrechnung einschließlich einer Vermögensaufstellung am Rechnungsjahresende notwendig. Dies hat binnen fünf Monaten zu erfolgen. Bei Überschreitung eines Grenzwertes in Höhe von 1 Mio. Euro der regelmäßigen Einnahmen und Ausgaben in zwei darauffolgenden Jahren, ist ab dem dritten Jahr ein Jahresabschluss verpflichtend (vgl. WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016).

Wenn es jedoch der Fall ist, dass die Einnahmen und Ausgaben in den aufeinanderfolgenden zwei Jahre einen Geldbetrag in Höhe von 3 Mio. Euro überschreiten (oder überstieg das Aufkommen von Jahresspenden jeweils 1 Mio. Euro), so ist die Erstellung eines erweiterten Jahresabschlusses und Beauftragung eines Abschlussprüfers erforderlich. Erst dann, wenn es nicht mehr zur Überschreitung der genannten Grenzwerte im angeführten Zeitraum kommt, können

Vereine die aufgezählten Verpflichtungen übersehen (vgl. WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016).

Vereinsauflösung

Die Art und Weise einer ungezwungenen Vereinsauflösung wird nicht im Vereinsgesetz, sondern in den Vereinsstatuten geregelt. Diese haben außerdem die Regelung über die Abwicklung des Vermögens zu beinhalten. Innerhalb von vier Wochen muss die zuständige Vereinsbehörde durch den Vorstand des Vereins außerdem über den Entschluss der Auflösung sowie über den Ablauf benachrichtigt werden. *„Als juristische Person endet der Verein erst mit der Registereintragung seiner Auflösung, bei einer notwendigen Abwicklung erst mit Eintragung ihrer Beendigung“* (WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016).

Zudem kann die Auflösung eines Vereins von einer Vereinsbehörde durch Vermittlung eines Bescheids erfolgen, sofern dieser strafrechtliche Gesetze ignoriert, nicht den Statuten entsprechend handelt oder die Kriterien für das Bestehen des Vereins rechtlich gesehen nicht mehr erfüllt (vgl. WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016).

„Zuständige Behörde ist die Bezirksverwaltungsbehörde (im Wirkungsbereich einer Landespolizeidirektion als Sicherheitsbehörde diese) am statutenmäßigen Vereinssitz“. (WKO-Der (Ideal-) Verein, Stand Februar 2016).

5.2 Genossenschaftsgesetz

5.2.1 Genossenschaften

Neben einer *losen Gruppierung* oder einem *Verein* können Foodcoops auch die Organisationsstruktur einer *Genossenschaft* annehmen. Derzeit gibt es in Österreich jedoch keine in der Rechtsform einer Genossenschaft organisierte Foodcoop. Man kann sogar sagen, dass die historischen Vorläufer von Foodcoops Konsumgenossenschaften waren. Wenn man den Begriff „Coop“ näher betrachtet, lässt sich feststellen, dass dieser für „Genossenschaft“ steht (vgl. wikipedia).

Gemäß § 1 gilt das Genossenschaftsgesetz (GenG) für Personenvereinigungen mit Rechtspersönlichkeit von nicht geschlossener Mitgliederzahl, die im Wesentlichen

der Förderung des Erwerbes oder der Wirtschaft ihrer Mitglieder dienen (Genossenschaften), wie für Kredit-, Einkauf-, Verkaufs-, Konsum-, Verwertungs-, Nutzungs-, Bau-, Wohnungs- und Siedlungsgenossenschaften.

5.2.2 Co-operative Identität, Werte und Prinzipien

Prinzipien

Bei den genossenschaftlichen Prinzipien handelt es sich um Leitlinien, die Genossenschaften bei der Umsetzung ihrer Werte in die Praxis helfen: (vgl.ica.coop, Stand 2005-2015).

1. Freiwillige und offene Mitgliedschaft

„Genossenschaften sind Organisationen, offen für alle Personen in der Lage, ihre Dienste zu nutzen und bereit sind, die Pflichten der Mitgliedschaft zu übernehmen, ohne Geschlecht, sozialen, rassistischen, politischen oder religiösen Diskriminierung“ (ica.coop, Stand 2005-2015).

2. Demokratische Mitgliederkontrolle

„Genossenschaften sind demokratisch von ihren Mitgliedern kontrollierten Organisationen, die bei der Festlegung ihrer Politik und Entscheidungen aktiv zu beteiligen. Männer und Frauen als gewählte Vertreter dienen, sind zur Mitgliedschaft verantwortlich. Alle Mitglieder haben das gleiche Stimmrecht (ein Mitglied, eine Stimme) und Genossenschaften auf anderen Ebenen sind auch in demokratischer Weise organisiert“ (ica.coop, Stand 2005-2015).

3. Ökonomische Partizipation der Mitglieder

„Die Mitglieder tragen die gerechte und demokratische Kontrolle ihrer Genossenschaft. Zumindest ein Teil des Kapitals ist in der Regel gemeinsames Eigentum der Genossenschaft. Die Mitglieder erhalten in der Regel begrenzte Entschädigung, wenn überhaupt, auf das Kapital als Voraussetzung für die

Mitgliedschaft abonniert. Mitglieder verwenden Erträge für einen oder alle der folgenden Zwecke: Ihre kooperative Entwicklung, möglicherweise durch Reserven einrichten, von denen ein Teil zumindest wäre unteilbar; Mitglieder im Verhältnis zu ihrer Transaktionen mit der Genossenschaft in Anspruch nehmen; und die Unterstützung anderer Aktivitäten durch die Mitgliedschaft genehmigt“ (ica.coop, Stand 2005-2015).

4. Autonomie und Unabhängigkeit

„Genossenschaften sind autonome, Selbsthilfeorganisationen von ihren Mitgliedern kontrolliert. Wenn sie Vereinbarungen mit anderen Organisationen eingehen, einschließlich der Regierungen oder zu erhöhen, Kapital aus anderen Quellen, tun sie so zu Bedingungen, die von ihren Mitgliedern eine demokratische Kontrolle zu gewährleisten und ihre kooperative Autonomie aufrechtzuerhalten“ (ica.coop, Stand 2005-2015).

5. Ausbildung, Fortbildung und Information

„Genossenschaften bieten Bildung und Ausbildung für ihre Mitglieder, gewählte Vertreter, Manager und Mitarbeiter, sodass sie effektiv zur Entwicklung ihrer Genossenschaften beitragen können. Sie informieren die Öffentlichkeit - insbesondere junge Menschen und Meinungsführer - über die Natur und die Vorteile der Zusammenarbeit“ (ica.coop, Stand 2005-2015).

6. Kooperation mit anderen Genossenschaften

„Genossenschaften dienen ihre Mitglieder am wirksamsten und stärken die Genossenschaftsbewegung durch die Zusammenarbeit mit lokalen, nationalen, regionalen und internationalen Strukturen“ (ica.coop, Stand 2005-2015).

7. Vorsorge für die Gemeinschaft

„Genossenschaften arbeiten für die nachhaltige Entwicklung ihrer Gemeinden durch die von ihren Mitgliedern genehmigten Richtlinien“ (ica.coop, Stand 2005-2015).

5.3 Gewerberecht

Bei einer Unternehmensgründung oder –übernahme tauchen diverse Fragen auf, die nach dem Gewerberecht zu beantworten sind. Solche Fragen sind zB.: Unter welches Gewerbe ist die beabsichtigte Tätigkeit einzuordnen? Besteht Bedarf für einen Befähigungsnachweis? Wie kann man eine Gewerbeberechtigung erwerben? Welche Grundvoraussetzungen sind zu erfüllen? (Vgl. Gründerservice-WKO, Stand Dezember 2015).

5.3.1 Die Gewerbeordnung

„Die Gewerbeordnung stellt die wichtigste berufs- und unternehmensrechtliche Regelung in Österreich dar. Bei unternehmerischen Tätigkeiten sind weiters u.a. diverse gewerberechtliche Nebengesetze, wie das Güterbeförderungsgesetz und das Kraftfahrliniengesetz, zu beachten“ (bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016)

Die Bekanntmachung der heute geltenden Gewerbeordnung erfolgte im Jahr 1994 und wird regelmäßig an die neuen Anforderungen angepasst, wovon sowohl Gründer als auch existierende Unternehmen einen Nutzen erzielen. Dabei wurde eine bedeutende Ergänzung des Gesetzes im Jahr 2002 vorgenommen, welche die Ursache für ein zeitgemäßes Unternehmensrecht „mit weniger Hürden im Berufs- und Alltagsleben“ war (vgl. bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016).

Die Notwendigkeit einer Gewerbeberechtigung besteht für alle gewerbsmäßig ausgeübten Tätigkeiten. Die Ausstellung dieser erfolgt bei einer Gewerbebehörde. Dabei ist von einem Gewerbe die Rede, wenn es sich um eine *selbstständige, regelmäßige und ertragsorientierte* Beschäftigung handelt (vgl. Gründerservice-WKO, Stand Dezember 2015). Gesetzlich verboten sind Tätigkeiten wie z. B. der Drogenhandel, aber auch jene, die unter den Rahmen der Land- und Forstwirtschaft oder den Bergbau fallen (vgl. bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016).

Die Gewerbeordnung findet für folgende Tätigkeiten keine Anwendung:

- selbstständige Berufe, welche den Regelungen anderer Gesetze unterliegen:

- „Ärzte“
- „Apotheker“
- „Notare“
- die "Neuen Selbstständigen", wie
 - „Psychotherapeuten“
 - „Physiotherapeuten“
 - „Vortragende“ (Gründerservice-WKO, Stand Dezember 2015).

Weitere Beschäftigungen, die keine Regelungen in der Gewerbeordnung haben sind zum Teil Berufsklassen, welche zugleich Wirtschaftskammermitglieder sind, wie zum Beispiel Buchführer, Personalverrechner, etc. (vgl. Gründerservice-WKO, Stand Dezember 2015).

5.3.2 Welche Gewerbearten gibt es?

Laut Gewerbeordnung (GewO) gibt es eine Unterscheidung zwischen dem **reglementierten Gewerbe** und dem **freien Gewerbe**.

Bei der Anmeldung von **reglementierten Gewerben** ist ein für das ausgeübte Gewerbe erforderlicher Befähigungsnachweis vorzulegen. Für eine Auflistung der reglementierten Gewerbe ist in der Gewerbeordnung einzusehen. Beispiele für derartige Gewerbe sind: Bäcker, Elektrotechnik, Fremdenführer etc. (vgl. bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016).

Unter die Gruppe der reglementierten Gewerbe fallen außerdem: **Teilgewerbe** und **verbundene Gewerbe**. Bei einem **Teilgewerbe** handelt es sich um Tätigkeiten reglementierter Gewerbe. Für Teiltätigkeiten (z. B. Änderungsschneiderei, Autoverglasung, Nähmaschinenteknik) ist ein vereinfachter Befähigungsnachweis ausreichend (vgl. bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016), denn die Durchführung dieser Tätigkeiten ist ebenso auch von Personen, die nur eine Lehrabschlussprüfung haben, möglich (vgl. WKO- Gewerberecht allgemein, Stand Jänner 2016). Eine Auflistung der Teilgewerbe gibt es in der Teilgewerbeordnung (vgl. bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016).

Beim **verbundenen Gewerbe** handelt es sich um eine für ein anderes Gewerbe zu erbringende Leistung, für welche kein zusätzlicher Befähigungsnachweis vorgesehen ist (vgl. bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016). *„Verbundene Gewerbe sind jene, die einen besonders engen fachlichen Zusammenhang aufweisen und die ausdrücklich in der Gewerbeordnung als solche bezeichnet werden. (zB. Metalltechnik für Metall- und Maschinenbau; Metalltechnik für Schmiede und Fahrzeugbau; Metalltechnik für Land- und Baumaschinen).“* (bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016)

Neben dem reglementierten Gewerbe gibt es auch die Möglichkeit zur Ausübung eines **freien Gewerbes**. Für diese besteht keinen Bedarf auf einen Befähigungsnachweis. Das heißt, die Ausübung von freien Gewerbe darf nach Erfüllung, der für die Anmeldung erforderlichen allgemeinen Voraussetzungen begonnen werden. Freie Gewerbe sind zum Beispiel: Handelsgewerbe, Grafiker, Werbeagentur etc. (vgl. WKO- Gewerberecht allgemein, Stand Jänner 2016)

Bei der Gründungsabsicht von einem neuen freien Gewerbe ist darauf zu achten, dass sich dieses eindeutig von einem reglementierten Gewerbe unterscheiden lässt. Eine präzise Bezeichnung jedes neuen Gewerbes ist bei der Anmeldung somit verpflichtend, um die existierenden Arten (reglementiertes Gewerbe, freies Gewerbes und Tätigkeit, die nicht der Gewerbeordnung unterliegt) voneinander abgrenzen zu können (vgl. WKO- Gewerberecht allgemein, Stand Jänner 2016).

Voraussetzungen für den Erhalt einer Gewerbeberechtigung

- *„Österreichische Staatsbürgerschaft oder EWR/EU Staatsangehörigkeit*
- *Eigenberechtigung (Alter mindestens 18 Jahre)*
- *Keine Ausschließungsgründe (z. B. Finanzstrafdelikte, gerichtliche Verurteilung)*
- *Bezeichnung des Standortes und allenfalls auch Betriebsanlagengenehmigung“* (bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016).

Für weitere Voraussetzungen gibt es zudem Festlegungen in den Verordnungen für jedes reglementierte Gewerbe (einschließlich für die, die in der Gewerbeliste als Handwerk bestimmt sind). *„Kann dieser Befähigungsnachweis nicht erbracht werden, hat die Behörde aufgrund der beizubringenden Unterlagen über die bisherige Ausbildung und Tätigkeiten zu prüfen, ob die erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und Erfahrungen erbracht werden und bei positiver Beurteilung das Vorliegen der individuellen Befähigung, allenfalls eingeschränkt auf Teiltätigkeiten des betreffenden Gewerbes festzustellen“* (bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016).

Neben der oben erwähnten Variante kann zur Feststellung der individuellen Befähigung ebenfalls ein gewerblicher Geschäftsführer beauftragt werden. Damit die Eintragung der Gewerbeanmeldung im Gewerberegister erfolgen kann, muss die Rechtskraft des Bescheides über die Feststellung abgewartet werden (vgl. WKO – Gewerbeanmeldung, Stand Juni 2016).

Man kann unterscheiden zwischen:

- **Freies Gewerbe:** Es besteht kein Bedarf für einen Befähigungsnachweis.
- **Reglementiertes Gewerbe:** Verschiedene Befähigungsnachweise sind möglich, wie z. B. Ausbildung, Prüfungen, Praxiserfahrung.
- **Teilgewerbe:** Ein vereinfachter Befähigungsnachweis ist ausreichend (vgl. bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016).

5.3.3 Gewerbeanmeldung bei Einzelunternehmen

Prinzipiell beginnt die Gewerbeausübung mit der Anmeldung eines Gewerbes bei der Gewerbebehörde (Einbringen der notwendigen Unterlagen), wenn alle Voraussetzungen erfüllt sind. Eine Gewerbeberechtigung ist für jede gewerbsmäßige Tätigkeit notwendig. Das Erbringen der Nachweise kann entweder bei der Verwaltungsbehörde des jeweiligen Bezirks oder beim Magistrat, wenn es sich um eine Stadt mit individuellem Statut handelt, erfolgen. Die Gewerbeanmeldung kann dabei mündlich, schriftlich oder elektronisch erfolgen. (Vgl. bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016).

Erforderlich bei der Anmeldung ist die Bezeichnung des Gewerbes, der Standort und Daten zur Person, die den Antrag stellt. Außerdem sind folgende Dokumente erforderlich: Geburtsurkunde, Meldezettel, Staatsbürgerschaftsnachweis sowie, nur bei reglementierten Gewerben und Teilgewerben, Unterlagen, die den Befähigungsnachweis betreffen, beispielsweise das Zeugnis über den Lehrabschluss oder die Meisterprüfung, Arbeitszeugnisse, Studien- oder Schulabschlusszeugnisse (vgl. WKO – Gewerbeanmeldung, Stand Juni 2016).

Dabei haben Behörden die Möglichkeit diverse Unterlagen wie Meldebestätigung oder das Leumundszeugnis selbst aus den Systemen abzufragen. Ein aktueller Auszug aus dem Firmenbuch muss bei Gesellschaften zusätzlich zu den genannten Unterlagen vorgelegt werden (vgl. bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016).

Außerdem muss bei diversen Gewerben vor der Eintragung ins Gewerberegister kontrolliert werden, ob diese zulässig sind. Hierbei handelt es sich um Gewerbe mit Rechtskraftvorbehalt. Damit die Eintragung von Gewerben nach der Anmeldung in das Register erfolgen kann, muss zuerst die Rechtskraft des Bescheides über die Verlässlichkeit abgewartet werden. Bei einigen Gewerben ist außerdem eine Haftpflichtversicherung bzw. eine Absicherung über die Haftung notwendig (vgl. WKO – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016). Beispiele sind: *„Baumeister, Zimmermeister, Elektrotechnik, Gas- und Sanitärtechnik, Herstellung von Arzneimitteln, Sicherheitsgewerbe, Waffengewerbe, Sprengungsunternehmen, Inkassoinstitute, Reisebüros“* (bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016).

Zu Beginn der Gründung eines Gewerbes ist darauf zu achten, dass eine *„Anmeldung bei der Sozialversicherungsanstalt der gewerblichen Wirtschaft (SVA), beim Finanzamt sowie die Anmeldung von Mitarbeitern bei der Gebietskrankenkasse“* zu erfolgen hat (bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016).

Vor der Anmeldung haben Antragsteller die Möglichkeit, sich von der Wirtschaftskammer („Bezirks- bzw. Regionalstelle“) beraten zu lassen. Während dem Beratungsgespräch wird über ihre Berechtigungen informiert, ebenso erhalten die Antragsteller im Falle einer Neugründung oder einer Übergabe des Betriebs eine

NeuFöG-Bestätigung von der Wirtschaftskammer. (Vgl. WKO-Gewerbeschein/Gewerbeberechtigung, Stand April 2016).

Das Neugründungsförderungsgesetz- NeuFöG gilt für Unternehmensgründungen ab 2.5.1999 sowie Übernahmen ab 1.1.2002. Das Gesetz sorgte bislang, insbesondere bei Neugründungen, für Steuererleichterungen oder –befreiungen. Mit Einführung des Konjunkturbelebungsgesetzes 2002 durften ebenso Unternehmensübergaben von Abgabenerleichterungen profitieren und sind seit Anfang 2002 von „*Stempel- und Gerichtsgebühren, der Grunderwerbsteuer (bis € 75.000) sowie der Gesellschaftsteuer*“ entlastet. Laut einer Vorschrift nach dem NeuFöG besteht die Möglichkeit, Steuerbefreiungen seit Anfang 2004 im Voraus zu beanspruchen (vgl. bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016).

Eintragung in das Gewerberegister

Die Eintragung hat binnen drei Monaten, sofern alle gesetzlichen Voraussetzungen erfüllt sind, von der Gewerbebehörde in das Gewerberegister zu erfolgen. Anschließend kommt es durch Zusendung eines Auszuges aus diesem zur Verständigung des Antragstellers (vgl. bmwfw – Gewerbeordnung, Stand Juni 2016).

6. Foodcoops und österreichischer Rechtsrahmen

Gegen Mitte des Jahres 2016 ist eine Auseinandersetzung zwischen der Wirtschaftskammer und den „Foodcoops“ entstanden. Während Foodcoops einerseits als ideale Nahversorger gesehen werden, werden sie andererseits als Bedrohung wahrgenommen. Die Wirtschaftskammer Oberösterreich behauptete, dass durch die Existenz von Foodcoops nicht gleiches Recht für alle gilt (Supermärkte etc.). Den Foodcoops wurde vorgeworfen, einen Lebensmittelhandel zu betreiben. Daher sah die Wirtschaftskammer für diese Gemeinschaften die Notwendigkeit einer Gewerbeberechtigung. Sprich: Foodcoops würden unter die Gewerbeordnung fallen und müssten von der Gewerbebehörde kontrolliert werden (vgl. www.meinbezirk.at).

Durch Internetrecherche wurden mehrere Sichtweisen verschiedener Personen erkennbar, die von diesem Thema betroffen sind und in den Medien vorkommen. Des Weiteren wurde eine qualitative Untersuchung durchgeführt, diese erfolgte durch persönliche und telefonische sowie schriftliche Befragungen. Die Recherchen in Bezug auf den rechtlichen Rahmen, insbesondere auf die Gewerbeordnung wurde nicht nur aus der Sicht von der WKO und den dazugehörigen Zuständigen, sondern auch vom Standpunkt der Foodcoops und ihrer Vertreter durchgeführt (vgl. www.meinbezirk.at).

Die Quellen für die Interviews sind folgende:

WKO:

- Telefonisches Interview mit Herrn Dr. Bernhard Hlatky aus der Rechtsabteilung der Wirtschaftskammer Wien (WKW)
- Rechtliches Gutachten der Wirtschaftskammer Österreich (WKO)
- Stellungnahme via E-Mail von Herrn Dr. Manfred Zöchbauer, Geschäftsführer der Sparte Handel, Wirtschaftskammer Oberösterreich (WOÖ)

Foodcoops:

- Persönliche Interviews mit einigen Foodcoops
- Online-Umfrage

6.1 Sicht der WKO & ihrer Rechtsabteilung

6.1.1 Interview - Rechtsabteilung der WKW

Da es für mich von großer Bedeutung war zu Beginn meiner Untersuchung eine rechtliche Einschätzung des Sachverhalts, durch einen Juristen, einzuholen, nahm ich Kontakt zur Wirtschaftskammer Wien auf. Dadurch kam das telefonische Interview mit Herrn Dr. Bernhard Hlatky, einem Jurist aus der Abteilung Rechtspolitik der Wirtschaftskammer Wien (WKW), zustande. Vorweg möchte ich jedoch klären, dass es sich beim folgenden Gespräch ausschließlich um die Rechtsansichten vom Herrn Dr. Hlatky handelt.

Telefoninterview mit Jurist Herr Dr. Hlatky – 28.09.2016

Ich: Wie sehen Sie die Situation der Foodcoops aus der rechtlichen Sicht (im Speziellen der Umgang mit der Gewerbeordnung)?

B.H.: Aus der rechtlichen Sicht kann man allgemein nicht sagen, dass Foodcoops immer einen Gewerbeschein brauchen. Maßgeblich hier ist immer §1 GewO (Gewerbeordnung). In diesem Paragraf wird geregelt, wann eine Tätigkeit gewerbsmäßig ausgeübt wird. Dabei gibt es drei Tatbestandselemente die vorliegen müssen: Regelmäßigkeit, Selbstständigkeit und die Absicht einen Gewinn oder einen sonstigen wirtschaftlichen Vorteil zu erzielen.

Ich: Sind Sie der Meinung, dass Foodcoops die drei Merkmale eines Gewerbes erfüllen und somit der Gewerbeordnung unterliegen?

B.H.: Dass die Regelmäßigkeit gegeben ist, ist offensichtlich, ebenso die Selbstständigkeit. Die Frage ist, ob sie eine Gewinnerzielungsabsicht haben. Diese haben sie wahrscheinlich nicht, aber einen wirtschaftlichen Vorteil haben sie, da sie ja in der Regel Vereine sind und ihre Mitglieder Lebensmittel billiger beziehen können als beispielsweise bei einem normalen Supermarkt. Allein, dass etwas billiger bezogen wird, ist schon mal ein wirtschaftlicher Vorteil. Man müsste sich dies jedoch im Einzelfall anschauen und nicht verallgemeinern. Die Gewinnabsicht muss gar

nicht gegeben sein, es reicht alleine die Absicht einen sonstigen wirtschaftlichen Vorteil zu beziehen, damit auch die Gewerbsmäßigkeit gegeben ist.

Ich: Würden sie somit die Ansichten der WKOÖ unterstützen und den Aufstand als angebracht sehen?

B.H.: Meiner Meinung nach, ist dies nach der Gewerbeordnung eine zutreffende Rechtsansicht. Wenn zu mir ein Gründer kommen würde und mir das Geschäftsmodell (wie das von einer Foodcoop) so erklären würde, dann wäre meine rechtliche Beratung so, dass ein wirtschaftlicher Vorteil gegeben ist und dementsprechend ein Gewerbeschein erforderlich ist.

Worauf ich auch noch hinweisen muss, ist §1 Abs 6 GewO, wo explizit geregelt ist, dass auch die Absicht einen wirtschaftlichen Vorteil für die Vereinsmitglieder zu erzielen, eine Gewerbsmäßigkeit auslöst.

Ich: Wie könnten sich diese rechtlichen Konflikte aus Ihrer Sicht für die Foodcoops entwickeln bzw. mit welchen Folgen müssen sie rechnen?

B.H.: Es können Anzeigen bei der Gewerbebehörde gemacht werden, dabei muss es gar nicht die WKO sein die eine Anzeige einreicht, das kann jeder Staatsbürger oder genauso ein Lebensmittelhändler sein. Da die Gewerbeordnung ein Bundesgesetz und nicht ein Landesgesetz ist, gilt dieses somit in allen Bundesländern gleichermaßen. Wenn eine Anzeige wegen unbefugter Gewerbeausübung bei einer Gewerbebehörde eingebracht wird, hat die Behörde dieser nachzugehen, da diese an die Rechtslage gebunden ist. Und wenn die Behörde dann zum Ergebnis kommt, dass diese Tätigkeit gewerbsmäßig ist, wird auch eine Verwaltungsstrafe wegen unbefugter Gewerbeausübung verhängt werden.

Ich: Können in dem Fall auch die Landwirten bzw. Landwirtinnen angeklagt werden?

B.H.: Potenziell ist dies wegen Beihilfe zur unbefugten Gewerbeausübung möglich. Diese werden aber nicht angeklagt, sondern es wird nach §366 GewO für sie ein Verwaltungsstrafverfahren zu erwarten sein.

6.1.2 Stellungnahme WKO (inkl. Gutachten)

Das telefonische Interview mit Herrn Hlatky verschaffte mir eine gute rechtliche Einführung in den Sachverhalt und zeigte welche wesentlichen Merkmale besonders betrachtet werden bzw. welche Voraussetzungen erfüllt werden müssen, um den Bedarf einer Gewerbeberechtigung für die Tätigkeitsausübung der Foodcoops zu rechtfertigen.

Um die rechtliche Einschätzung des Sachverhaltes aus der Sicht kontaktierte ich die Bundessparte Handel der Wirtschaftskammer Österreich per Mail. Folgende Fragen richtete ich an die WKO:

- Von welchen weiteren Bundesländern, außer OÖ, wird die Idee eines Gewerbescheinbedarfs unterstützt?
- Wie reagieren die Foodcoops auf die Angriffe der WKOÖ?
- Welche Gefahren erwartet die WKOÖ vom Bestehen von Foodcoops? (Wirtschaftliche etc.)
- Sind mögliche Kompromisslösungen für dieses Diskussionsthema absehbar?

Zunächst wurden meine Fragen wie folgt beantwortet:

„Die Wirtschaftskammer hat grundsätzlich natürlich nichts gegen Initiativen wie Foodcoops, sie müssen sich nur an die gleichen Spielregeln halten wie unsere Mitgliedsbetriebe und ein entsprechendes Handelsgewerbe anmelden, wenn sie die rechtlichen Voraussetzungen dafür erfüllen – dies ist im Einzelfall zu prüfen“ (Clemens Anwander, LL.M., LL.B. - Bundesgremium des Lebensmittelhandels, WKO). Dazu wurde mir außerdem ein einschlägiges rechtliches Gutachten zur Beurteilung von Foodcoops in der Rechtsform eines Vereins zugeschickt, dem ich weitere Details entnehmen und mit dessen Hilfe ich meine Fragen, die ich an die WKO gestellt hatte selbst beantworten konnte. Dabei ist jedoch zu erwähnen, dass das Gutachten, ausschließlich Foodcoops behandelt, welche als Vereine organisiert sind.

GUTACHTEN zur gewerberechtlichen Beurteilung von Foodcoops in der Rechtsform des Vereins - Dr. Friedrich Filzmoser/Dr. Josef Wagner, LL.B.

A. Ausgangssachverhalt

„Nach ihrer Eigendefinition sind Foodcoops Zusammenschlüsse von Personen und Haushalten, die selbst organisiert biologische Produkte direkt von lokalen Bauernhöfen, Gärtnereien, Imkereien etc. beziehen. Historischer Vorläufer sind die Konsumgenossenschaften des 19. Jahrhunderts oder auch Erzeuger- bzw. Verbrauchergemeinschaften (http://FoodcoopS.at/?page_id=2, zuletzt abgerufen am 4.5.2016, 15:36 Uhr).

Allen Foodcoops dürfte gemeinsam sein, dass sie „nur gesunde biologische Lebensmittel“ (in der Regel) unmittelbar aus der Landwirtschaft beziehen. Bezweckt wird sowohl die Förderung der lokalen Landwirtschaft als auch eine „Kritik am gängigen Lebensmittel- und Agrarsystem“. Der Ab-Hof Verkauf vom Bauern wird durch Foodcoops kanalisiert, sodass ein wirtschaftlicher Vorteil sowohl für die Landwirtschaftsbetriebe (Steigerung des Umsatzes) als auch für die Mitglieder (Senkung des jeweiligen Aufwandes durch gemeinsame Tätigkeit) erzielt wird“ (Gutachten,WKO).

B. Rechtliche Beurteilung

➤ Gesellschaftsrechtliche Sonderstellung von Vereinen

„Die Rechtsform des Vereins nimmt im Gesellschaftsrecht in zweierlei Hinsicht eine systematische Sonderstellung ein: Zum einen ist der sonst allgemein geltende Grundsatz der Freiheit der Rechtsformwahl insofern durchbrochen, als ein Verein nach dem Vereinsgesetz einen ideellen Zweck verfolgen muss und nicht auf Gewinn gerichtet sein darf (§ 1 Abs 1 und 2 VerG). Zum anderen hebt sich der Verein von allen anderen Gesellschaftsformen dadurch ganz deutlich ab, dass weder eine unbeschränkte Haftung zumindest eines Gesellschafters vorgesehen ist, noch Vorschriften über die Kapitalerhaltung bestehen“ (Gutachten,WKO).

Die Gesetzgebung beabsichtigt mit der Zulassung dieser Rechtsform insbesondere Tätigkeiten zur Erfüllung ideeller Zwecke und gibt ebenso keine Vorgaben in Bezug auf die Aufbringung bzw. Erhaltung des Kapitals (vgl. Gutachten,WKO).

➤ **Zum ideellen Zweck**

Es ist zu beachten, dass die beiden Bezeichnungen ‚ideell‘ und ‚nicht auf Gewinn gerichtet‘ sich voneinander unterscheiden und Grundvoraussetzungen für die gesetzesmäßige Errichtung und Genehmigung eines Vereins als Rechtsform bilden. Aufgrund der voneinander unabhängigen Betrachtungsweise der zwei Begriffe steht fest, dass der ideelle Zweck gleichzeitig mit der Gewinnerzielung in einem Unternehmen beabsichtigt werden kann, wie zum Beispiel der Handel mit Fair-Trade-Gütern. Auf der anderen Seite ist auch vorstellbar, dass eine Tätigkeit weder einen ideellen Zweck verfolgt noch eine Absicht auf Gewinnerzielung hat, wie zum Beispiel „steuerliche Verlustverwertungsgesellschaften“. Da der Begriff eine große Bedeutung im Hinblick auf die gewerberechtliche Beurteilung von Foodcoops in der Rechtsform des Vereins hat, wird diese zunächst wie folgt definiert:

„Nach einer Definition des Duden bedeutet „ideell“ so viel wie „auf einer Idee beruhend, nur gedanklich“. Das Gegenwort zu „ideell“ ist „materiell“. „Ideell“ bezieht sich nur auf Nichtdingliches, also nicht direkt auf Personen oder Gegenstände. In diesem Sinne sind Vereine nach dem VerG dadurch gekennzeichnet, dass sie in erster Linie einen ideellen, also materiell grundsätzlich nicht greifbaren Zweck verfolgen, wie etwa Feuerwehrevereine, Sportvereine, Musikvereine etc.

Der Handel, also der Kauf und Verkauf von Waren, stellt hingegen per se keinen ideellen Zweck dar, sondern findet unmittelbar auf materieller Ebene statt (Ware - Entgelt). Foodcoops, die also in eigenem Namen Kaufverträge mit den Produzenten und mit ihren Abnehmern abschließen, werden (jedenfalls überwiegend) auf einer materiellen Ebene tätig - mag diese Ebene auch von einem ideellen Zweck getragen sein (in der Regel besteht dieser „ideelle“ Zweck aber ohnedies in der Förderung des Erwerbs oder der Wirtschaft der Mitglieder; siehe dazu sogleich). Im Unterschied zu den meisten gängigen - da eben nur insofern zulässigen - Vereinen erfolgt also eine Beteiligung am Wirtschaftsverkehr nicht bloß nebenbei, sondern wird der dahinterstehende (teilweise tatsächlich ideelle) Gedanke gerade primär in Form der Beteiligung am allgemeinen Wirtschaftsverkehr umgesetzt. Vereinen ist eine unternehmerische Betätigung zwar nicht verboten – jedoch ist eine solche aufgrund des „Nebentätigkeitsprivilegs“ (!) nur in einem dem ideellen Zweck untergeordneten

Umfang zulässig (vgl zB Höhne/Jöchli/Lummerstorfer, Das Recht der Vereine 181; zur Definition des Unternehmens vgl auch § 1 Abs 2 UGB und § 1 Abs 2 KSchG „mag sie auch nicht auf Gewinn gerichtet sein“)“ (Gutachten,WKO).

Zusammenfassend ist erneut hervorzuheben, dass die Gesetzgebung Österreichs an erster Stelle ausgenommen die Errichtung von auf ideeller Basis angelegter Vereine zulässt, um somit auch die Interessen von Gläubigern keineswegs und wenn dann auch nur in minimaler Höhe zu verletzen, denn diese Interessenten können im Zuge des Güterhandels insbesondere aufgrund ihrer Ansprüche auf Gewährleistung und Schadenersatz im großen Ausmaß belastet werden (vgl. Gutachten,WKO).

➤ **Rechtsformzwang nach dem GenG**

Das österreichische Gesetz laut § 1 Abs 1 GenG besagt, dass es sich bei der Errichtung von Genossenschaften um Personengemeinschaften mit einer nicht geschlossenen Anzahl an Mitgliedern handeln darf, die *„im Wesentlichen der Förderung des Erwerbs oder der Wirtschaft ihrer Mitglieder dienen (Genossenschaften), wie für Kredit-, Einkaufs-, Verkaufs-, Konsum-, Verwertungs-, Nutzungs-, Bau-, Wohnungs- und Siedlungsgenossenschaften.“* Als Folge davon sieht die herrschende Ansicht einen Rechtsformzwang vor, die Genossenschaft zu wählen, wenn die Absicht die Ausübung einer genossenschaftlichen Tätigkeit ist. (Dellinger in Dellinger, § 1 GenG Rz 97 u FN 166 mzn; siehe dazu auch 4 Ob 71/90)“ (Gutachten,WKO).

„Bedenkt man, dass Coop auf Deutsch „Genossenschaft“ bedeutet und Foodcoops selbst Konsumgenossenschaften sowie Erzeuger- bzw Verbrauchergemeinschaften als historische Vorläufer bezeichnen, verbleibt für die Annahme der Zulässigkeit eines ideellen Vereins für diese Tätigkeiten kein Raum, wenn diese „Vereine“ nahezu ausschließlich Handelstätigkeiten ausüben“ (Gutachten,WKO).

➤ **Abgrenzung zur Vermittlungstätigkeit**

Die Situation ist eine andere, wenn der Verein den Handelsverkehr nicht im eigenen Namen durchführt, jedoch nur als vermittelndes Medium tätig ist. Denn dann wird angenommen, dass es sich in erster Linie um die Verfolgung eines ideellen Zwecks handelt. Dies ist der Fall, wenn sich der Abschluss des Vertrages ohne

Zwischenhändler zwischen dem Erzeuger und dem Endverbraucher ereignet und das Hauptziel des Vereins die Ausbreitung naturgemäßer und regional erzeugter Produkte ist, weshalb sich gleichzeitig auch das Haftungsrisiko des Vereins verringert. Wenn die Mitglieder des Vereins jedoch die einzigen Verbraucher dieser erworbenen Lebensmittel sind und diese zugleich zu preiswerteren Bedingungen bekommen, ist von der Beabsichtigung des ideellen Zwecks nicht mehr die Rede (vgl. Gutachten,WKO).

Folglich kann gesagt werden, dass Vereine die den Lebensmittelhandel als Hauptbetätigung haben, als nicht zulässig zu bewerten sind. Hingegen ist der Warenhandel aus vereinsrechtlicher Sicht als zulässig anzusehen, wenn abgesehen von der Mitgliedschaft alle Erwerber die Möglichkeit auf dieselben Bedingungen bekommen (vgl. Gutachten, WKO)

Gewerberechtliche Beurteilung

In dem Gutachten wurde ebenfalls eine **gewerberechtliche Beurteilung** über die Zulässigkeit der Errichtung von Foodcoops in der Rechtsform des Vereins durchgeführt. Dabei wurden folgende *drei Punkte* aus der **gewerberechtlichen Sicht** näher erläutert:

➤ **Grundsätzliches zu § 1 Abs 6 GewO**

§ 1 Abs 6 GewO verfolgt den **Zweck, die Umgehung der Gewerbeordnung durch die Bildung von Vereinen auszuschließen**: *„Bei Vereinen gemäß dem Vereinsgesetz 1951 liegt die Absicht, einen Ertrag oder sonstigen wirtschaftlichen Vorteil zu erzielen, auch dann vor, wenn die Vereinstätigkeit das Erscheinungsbild eines einschlägigen Gewerbebetriebes aufweist und diese Tätigkeit - sei es mittelbar oder unmittelbar – auf Erlangung vermögensrechtlicher Vorteile für die Vereinsmitglieder gerichtet ist. Übt ein Verein gemäß dem Vereinsgesetz 1951 eine Tätigkeit, die bei Vorliegen der Gewerbsmäßigkeit in den Anwendungsbereich dieses Bundesgesetzes fiel, öfter als einmal in der Woche aus, so wird vermutet, dass die Absicht vorliegt, einen Ertrag oder sonstigen wirtschaftlichen Vorteil zu erzielen“* (Gutachten,WKO).

Sobald eine der angeführten Kriterien bei einem Verein zutrifft, kann bereits davon ausgegangen werden, dass eine gewerbsmäßige Betätigung vorliegt, auch wenn die restlichen Kriterien kaum zutreffen (vgl. Gutachten, WKO).

Nachdem der Warenhandel wie bekannt keine ideelle, sondern eine materielle Absicht verfolgt, besteht nicht die Möglichkeit, dass dieser eine Hauptbetätigung von Vereinen darstellt, denn wenn, müssten sich diese besonders den Bestimmungen des GenG unterstellen. Selbst wenn der Handel von Gütern nicht der primäre Vereinszweck ist, hat der Verein Bedarf auf eine Gewerbeberechtigung, für den Fall, dass er den Anschein für den Betrieb eines Gewerbes gibt und die Absicht zur Erzielung wirtschaftlicher Vorteile für die Mitglieder vorhanden ist (vgl. Gutachten, WKO).

➤ **Zum Erscheinungsbild eines einschlägigen Gewerbebetriebs**

„Zur Beurteilung des Vorhandenseins des Erscheinungsbildes eines einschlägigen Gewerbebetriebes können gerade auch Ausstattungsgegenstände herangezogen werden (VwGH 3.3.1999, 97/04/0183). Das Erscheinungsbild eines einschlägigen Gewerbebetriebes wird dann gegeben sein, wenn der Verein seinen Mitgliedern - wenn auch zur Förderung des ideellen Zweckes – Leistungen anbietet und erbringt oder Waren an die Mitglieder vertreibt und dies in einer Art und Weise vor sich geht, die vergleichbar ist mit dem Auftreten und der Gestion eines einschlägigen Gewerbebetriebes (690 BlgNR XVII. GP). Insofern macht es also grundsätzlich keinen Unterschied, wie oft das Gewerbe ausgeübt wird, oder ob das Erscheinungsbild dem hohen Qualitätsstandard von Kunden einer Supermarktkette entspricht, da eben auf das Erscheinungsbild eines einschlägigen Gewerbebetriebes abzustellen ist. Gerade beim Verkauf von agrarischen Produkten (direkt vom Landwirt) dürfen die diesbezüglichen Anforderungen nicht überspannt werden“ (Gutachten, WKO).

Somit ist der Warenverkehr bereits ausreichend, um eine Tätigkeit als einen einschlägigen gewerbsmäßigen Betrieb wahrzunehmen. Sogar wenn die Bestellungen über das Internet ablaufen, wird nicht bezweifelt, dass es sich um ein Gewerbebetrieb handelt (vgl. Gutachten, WKO).

➤ **Zum vermögensrechtlichen Vorteil**

Ein vermögensrechtlicher Vorteil für Mitglieder eines Vereins ist anzunehmen, wenn diese von „Leistungen zum Selbstkostenpreis des Verkäufers, also des Vereins“ Gebrauch machen. Isoliert betrachtet ist von einem wirtschaftlichen Genuss zu sprechen, wenn folgende Punkte gegeben sind:

- Die Absicht den Zwischenhändler auszuschalten, um durch den gemeinschaftlichen Erwerb, Produkte kostengünstiger zu beziehen und sich durch Großbestellungen Vorteile zu ziehen. Für diesen Fall liegt der Rechtsformzwang nach dem GenG vor.
- Es kommt zu Einsparungen bezüglich der Zeit und den Fahrtausgaben für die Vereinsmitglieder, da die Warenabholung von diversen Bauern und Bäuerinnen erfolgt und Mitglieder sich nicht zusätzlich Zeit hierfür nehmen müssen.
- Allein die passiven Mitglieder des Vereins stellen bereits einen Grund für den Anschein des wirtschaftlichen Vorteils dar, da diese kaum Zeit oder anderen Aufwand leisten.
- Auch die Bauern und Bäuerinnen haben einen wirtschaftlichen Vorteil, da sie ihre Produkte direkt vertreiben können.
- Es werden zB gespaltene Preise, also höhere Preise für Nichtmitglieder verlangt, die zusätzlich dem Verein selbst einen wirtschaftlichen Vorteil (Ertrag) verschaffen (vgl. Gutachten, WKO).
-

Systematische Überlegungen

Neben der **rechtlichen** und **gewerberechtlichen** Beurteilung über die „Zulässigkeit der Errichtung von Foodcoops in der Rechtsform des Vereins“ wurden ebenfalls systematische Überlegungen angestellt:

„Auch bei systematischer Interpretation ist davon auszugehen, dass die vorgenommenen Tätigkeiten jedenfalls der Gewerbeordnung unterliegen müssen. Ansonsten wäre zum Beispiel das Öffnungszeitengesetz nicht anwendbar, sodass sich Foodcoops alleine dadurch einen wirtschaftlichen Vorteil verschaffen könnten, dass sie ihre Leistungen auch außerhalb der für sonstige Handelsbetriebe geltenden Öffnungszeiten Vorschriften anbieten könnten. Auch das Erfordernis einer Betriebsanlagengenehmigung knüpft unmittelbar an das Vorliegen einer

gewerblichen Tätigkeit an. Im Lebensmittelrecht spielt es eine maßgebliche Bedeutung, ob Lebensmittelhändler aufgrund ihrer Gewerbeberechtigung als solche publik sind oder gleichsam als „U-Boote“ (also ohne jegliche Registrierung) agieren. Selbiges gilt im Steuerrecht, insbes. die Umsatzsteuer betreffend oder SV-Recht iZm der notwendigen Anmeldung von Mitarbeitern bei der GKK, selbst wenn diese unentgeltlich mitarbeiten würden (sog. Anspruchslohn)“ (Gutachten,WKO).

Fazit – Gutachten

Beim Handel von Waren handelt es sich um einen materiellen und nicht einen ideellen Zweck. Nachdem Vereine gemäß Vereinsgesetz in erster Linie auf einer ideellen Ebene tätig sein müssen, kommt der Kauf und Verkauf von Produkten nicht als primäre Haupttätigkeit des Vereins in Frage, aber auch nicht hinsichtlich des Gläubigerschutzes. Somit steht fest, dass Foodcoops als Vereine nicht zulässig sind und dies nicht nur aufgrund des Lebensmittelhandels (abgesehen von der Vereinsmitgliedschaft), jedoch ebenso, weil diese dadurch wirtschaftliche Vorteile erzielen.

Sogar wenn angenommen wird, dass Foodcoops als Vereine den Kauf und Verkauf von Waren in Bezug auf die primäre Vereinstätigkeit durchführen dürfen, wäre dies ein Grund für „*das Erscheinungsbild eines einschlägigen Gewerbebetriebs*“ und ebenso der „Verkauf zum Selbstkostenpreis“ ein wirtschaftlicher Vorteil für die Vereinsmitglieder, weshalb die Anwendung der Gewerbeordnung unumgänglich wäre.

6.1.3 Stellungnahme WKOÖ

Ich habe mich sowohl über den rechtlichen Aspekt des Sachverhalts als auch über die Betrachtungsweise der Wirtschaftskammer Österreichs anhand eines ausführlichen Gutachtens informieren können. Da ich ebenfalls ein großes Interesse an einer Stellungnahme der Wirtschaftskammer Oberösterreich hatte, setzte ich mich mit Herrn Dr. Manfred Zöchbauer, Geschäftsführer der Sparte Handel, via Email in Verbindung. Die Ansichten der WKOÖ waren für mich von großer Wichtigkeit, da Oberösterreich bezüglich dieses Themas besonders im Vordergrund steht und sich

stark vorgenommen hat gegen die als Verein organisierten Einkaufsgemeinschaften rechtlich vorzugehen.

Meine Fragen an Herr Dr. Zöchbauer, zusätzlich zu den bereits an die WKO gerichteten (Siehe 6.1.2), umfassten folgende:

- Wie möchte die WKO gegen die als Verein organisierten Foodcoops rechtlich vorgehen?
- Welche sind die zukünftigen Maßnahmen, die Sie ergreifen möchten?

Stellungnahme vom Herrn Dr. Manfred Zöchbauer – 28.10.2016

„Sehr geehrte Frau Yesilyurt,

gerne beantworte ich Ihre Fragen zu den Foodcoops.

Vorweg darf ich darauf hinweisen, dass derzeit sehr konstruktive Gespräche für einen Kompromiss laufen und ich den Ergebnissen nicht vorgreifen will/ kann. Mit einem Ergebnis ist Mitte November zu rechnen. Danach ist eine gemeinsame Pressekonferenz geplant.

Nur wenn diese Gespräche scheitern sollten oder ein Verein sich nicht an den Kompromiss halten sollte, würden wir Anzeigen bei den Gewerbebehörden einbringen.

Falls sich ein Verein trotz rechtskräftigem Bescheid nicht an die gesetzlichen Bestimmungen hält, könnten wir als letztes Mittel eine Klage beim Zivilgericht wegen unlauterem Wettbewerb einbringen. Wir gehen aber nicht davon aus, dass es dazu kommen wird.

Unsere Kollegen aus den anderen Bundesländern sind voll eingebunden. Sie sehen dies genauso sind aber in unterschiedlichem Ausmaß betroffen und warten auf die Ergebnisse aus OÖ.

Die O.Ö. Foodcoops verhalten sich derzeit sehr ruhig und warten unsere Gespräche ab. Es ist ihnen aber mittlerweile auch bewusst geworden, dass sie sich weitgehend auf rechtswidrigem Terrain bewegen. Leider wurden sie von den Initiatoren zum Teil falsch informiert.

Es geht nicht um "Gefahren" sondern um gleiches Recht für Alle, insbesondere im Wettbewerb mit den vielen kleinen unternehmergeführten Nahversorgern.

Schöne Grüsse

Manfred Zöchbauer“

Der Bedarf – aus Sicht der WKO - für eine Gewerbeberechtigung bei existierenden Foodcoops ist kein Geheimnis. Der größte Befürworter dafür ist, wie bekannt, die Wirtschaftskammer Oberösterreich. Gespräche laufen seit dem Frühjahr 2016. Ob Foodcoops wirklich ein Handelsgewerbe anmelden müssen, wird laut folgendem Artikel von *nachrichten.at* am 25.10.2016 voraussichtlich Ende November 2016 an einem ‚Runden Tisch‘ geklärt (die Verhandlungen sind mittlerweile abgeschlossen, aber ich denke, dass der ursprüngliche Ablauf für die Leser trotzdem interessant ist):

„Gewerbereform löst Streit um Foodcoops nicht

LINZ. Große Aufregung hat heuer im Frühjahr ausgelöst, dass die Wirtschaftskammer fünf Lebensmittelkooperationen (Foodcoops) wegen Verstößen gegen die Gewerbeordnung angezeigt hat. Am Runden Tisch suchen Land und Kammer einen Kompromiss. Das zieht sich, weil die für Herbst angekündigte, große Reform der Gewerbesteuer offensichtlich keine Lösung bringen wird. "Das Gesprächsklima ist gut. Es sollte ein gutes Nebeneinander von Handel und Foodcoops möglich sein", sagt Thomas Karbner, Büroleiter von Konsumenten-Landesrat Rudi Anschober. Die Details, wann der Handel den alternativen Vertrieb regionaler Lebensmittel ermöglicht, sollten im November geklärt werden. "Wenn Mindestbedingungen erfüllt werden, sind wir zu einem Kompromiss bereit", sagt Manfred Zöchbauer von der Wirtschaftskammer. Die Konsumenten bestellen zumeist im Internet, die Foodcoops geben das gesammelt an die Bauern weiter. Vor den Wochenenden werden Gemüse, Obst, Fleisch etc. dann ausgeliefert.“

Auf die Frage: Wer wird an dem veröffentlichten Zusammentreffen von Land und Kammer teilnehmen? Von wem werden die Foodcoops am runden Tisch vertreten? Welche sind mögliche Mindestbedingungen, die zu einem Kompromiss zwischen der Wirtschaftskammer und den Foodcoops führen könnten? antwortet Herr Zöchbauer, Geschäftsführer von der Sparte Handel wie folgt:

„Liebe Frau Yesilyurt,

über Inhalt und Termin der Veröffentlichung eines allfälligen Kompromisses haben die Verhandlungspartner (Land O.Ö., Wirtschaftskammer, Landwirtschaftskammer (Bio Austria), Vertreter der 5 Foodcoops) bis zum Abschluss der Gespräche Stillschweigen vereinbart.

Das Ergebnis soll im Rahmen einer gemeinsamen Pressekonferenz, wahrscheinlich noch im November, bekannt gegeben werden.

Ich bitte um Verständnis.

Freundliche Grüße

Manfred Zöchbauer“

6.2 Sicht der Foodcoops - Umgang mit der GewO / Angriffe der WKO

6.2.1 Fragebogenauswertung

Im Rahmen der Masterarbeit wurde ein Fragebogen erstellt, welcher die Foodcoops zuerst allgemein über ihre Organisationsstruktur befragte und versuchte herauszufinden, welche Vorgehensweise die Foodcoops wählen würden, wenn diese von der Wirtschaftskammer OÖ aufgefordert würden ein Handelsgewerbe anzumelden. Es wurden sieben Foodcoops österreichweit befragt, wobei nicht immer alle Fragen beantwortet wurden.

Auf die erste Frage „*Nennen Sie bitte den Namen Ihrer Foodcoop*“ gab es nur eine Antwort von der Foodcoop ‚Donaudelta‘.

Die nächste Frage: „*Welche Organisationsstruktur weist Ihre Foodcoop auf?*“ wurde allerdings von allen Teilnehmern beantwortet. Von folgenden Antwortmöglichkeiten - *lose Gruppierung, gemeinnütziger Verein, Verein mit Gewerbeschein, Genossenschaft* – gaben vier ‚lose Gruppierung‘ und drei ‚gemeinnütziger Verein‘ als Ihre Organisationsstruktur an.

Die Frage „*Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihrer Foodcoop?*“ wurde von allen sieben Teilnehmern ähnlich beantwortet. Folgende Antworten wurden gegeben:

-,Nachhaltig und biologisch produzierte Lebensmittel aus der Region konsumieren, regionale Bauern und Bäuerinnen unterstützen, den Gedanken der Nachhaltigkeit und ökologischen Lebensweise auch leben“.

-,Unsere Foodcoop ist eine Lebensmittelkooperative. Das ist ein Zusammenschluss von Menschen, die selbstorganisiert Produkte direkt von regionalen Bauernhöfen, Gärtnereien und Imkereien kaufen. Wichtig ist, dass die Lebensmittel ökologisch produziert werden, die Wege kurz sind und wir persönlichen Kontakt zu den Landwirten haben. Aber: Wir sind KEIN Laden, in dem jeder einkaufen kann. Eine Foodcoop ist ein Gemeinschaftsprojekt, in dem alle Mitglieder aktiv mitarbeiten“ etc.

Ob es sich bei der jeweiligen Foodcoop um eine auf Dauer angelegte Organisation handelt wurde von sechs Teilnehmern beantwortet und als zutreffende Aussage angekreuzt.

Die Frage wie viele Mitglieder eine Foodcoop hat und wie viele davon aktiv bzw. passiv beteiligt sind, wurde von sechs Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften beantwortet. Dabei hat nur ein Teilnehmer angegeben, dass ihre Foodcoop zusätzlich zu ihren 60 aktiven noch 10 passive Mitglieder aufweisen.

Laut Antworten der Teilnehmer kann man erst dann Mitglied einer Foodcoop werden, wenn man eine Anfrage per E-Mail schreibt oder während den Öffnungszeiten persönlich vorbeikommt. Zukünftige Mitglieder bekommen nach der Anfrage eine Willkommensmail mit allen Informationen zur Mitgliedschaft, Mitglied ist man ab Zahlung des Mitgliedsbeitrags und der Starteinlage.

Die Frage, ob eine Teilnahmemöglichkeit für Nicht-Mitglieder besteht, wurde von sechs Teilnehmern beantwortet und als „Nein“ bekannt gegeben.

„Weist Ihre Foodcoop Organe auf? (Leitungsorgan, Aufsichtsrat)“. Diese Frage wurde von vier Teilnehmern mit „Nein“ beantwortet. Zwei der befragten Foodcoops gaben an andere Organe wie Koordinationsteam und Vereinsorgane laut gesetzlichen Bestimmungen zu haben.

Nach Angaben der Teilnehmer werden gemeinsame Entscheidungen innerhalb einer Foodcoop im monatlichen Plenum (Mitgliederversammlung) getroffen, wo alle Mitglieder bei allen Entscheidungen ein Mitspracherecht haben. Außerdem wird angegeben, dass alle Mitglieder derselben Haftungshöhe unterliegen.

Auf die Frage *„Bietet die Foodcoop einen besonderen Gläubigerschutz für Ihre Mitglieder an?“* gaben die Foodcoops *„Nein“* als Antwort.

Des Weiteren gaben alle befragten Foodcoops an, dass sie auf keine Weise einen Gewinn erzielen.

„Wie sind die Öffnungszeiten Ihrer Foodcoop geregelt?“ Diese offene Frage wurde von den Teilnehmern wie folgt beantwortet:

- *„zwei Mal in der Woche, nach Eintreffen der Waren. Dann werden diese überprüft und anschließend die FC geöffnet. Die Mitglieder der FC werden informiert, falls etwas nicht geliefert werden konnte etc.“*

- *„zwei Mal in der Woche ist jemand eingeteilt für zwei Stunden am Abend, um nach dem Lager zu sehen und in diesem Zeitraum werden auch frische Waren (Milchprodukte, Gemüse) angeliefert – das sind die Zeiten, wo die meisten Mitglieder sich ihre Sachen abholen, sie können aber auch später kommen (Schlüsseltresor ermöglicht jederzeitigen Einlass für Mitglieder)“.*

Laut Angaben der Teilnehmer werden Foodcoops von bis zu 15 Produzenten beliefert werden. Die Lebensmittel erwerben die Foodcoops zu Preisen, welche von den Produzenten festgelegt werden. Die Befragten geben außerdem an, dass ihre Foodcoop durch Mitgliedsbeiträge finanziert werden.

Wie bereits erwähnt umfasst die Befragung sowohl allgemeine Fragen zu der Organisation und der Funktion von Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften als auch die potenzielle Vorgehensweise von Foodcoops im Falle der Aufforderung der WKO zur Gewerbeanmeldung.

Die Frage: *„Wurden Sie bisher von der WKO aufgefordert ein Handelsgewerbe anzumelden“* wurde von fünf Teilnehmern und mit *„Nein“* beantwortet. Nach

Aussagen der Foodcoops wären diese im Falle einer Aufforderung durch die Wirtschaftskammer OÖ wie folgt vorgegangen:

- *„müssten wir in einer Generalversammlung besprechen und konsensual weiteres Vorgehen entscheiden. Nach unserem bisherigen Wissenstand würde jedoch eine Gewerbeanmeldung das Bestehen der Foodcoop verunmöglichen, da der Aufwand nicht bewältigbar ist und es auch dem Vereinszweck entgegen steht“.*

Auf die Frage: *„Was wäre eine denkbare Kompromisslösung zwischen Ihnen und der WKO in so einem Fall“* gaben die Foodcoops folgende Antworten:

- *„unserer Einschätzung nach besteht überhaupt kein Handlungsbedarf aufseiten der WKO (keinerlei Konkurrenz, schon gar keine unfaire für ihre Mitglieder) und damit bedarf es auch keines Kompromisses“.*

- *„Die FC ist eine nicht gewinnorientierte Organisation. Es geht darum regional und biologisch produzierte Lebensmittel unkompliziert an den Verbraucher zu bringen, und zwar ohne teure Zwischenhändler. Dadurch ergibt sich auch ein angemessener Preis. Diesen Preis sind wir bereit zu bezahlen. Wir wollen nicht von Supermärkten und deren Produktionspolitik abhängig sein, genauso wenig wollen das die Produzenten“.*

Aufgrund ihrer Aussagen sehen die Foodcoops keinen Grund dafür unter den rechtlichen Rahmen der Gewerbeordnung zu fallen.

6.2.2 Interview – Gründer der Foodcoop ‚Radieschenbund‘

Die Recherche hinsichtlich gewerberechtlicher Bedenken der WKOÖ stützte sich nicht nur auf ihre Meinung, sondern es wurden ebenso die Meinungen der betroffenen Foodcoops eingeholt. In diesem Sinne wurde ein Telefoninterview mit dem Gründer der Foodcoop ‚Radieschenbund‘ (auch Mitgründer der Foodcoop bioparadeis) geführt.

Die Absicht dieser Befragung war es den Standpunkt der Wiener Lebensmittelkooperativen gegenüber der Kritik der WKOÖ zu erfahren und wie diese sich Verhalten würden, wenn sie von Anzeigen betroffen wären.

**Telefoninterview mit dem Gründer der Foodcoop ‚Radieschenbund‘ -
30.11.2016**

Ich: Wie sehen Sie die derzeitige Problematik im Hinblick auf die Angriffe der WKOÖ?

Ravi: *„Ich sehe keine Veranlassung dafür, dass eine Foodcoop ein Gewerbe anmeldet. Zumindest nicht die Foodcoops so wie wir sie betreiben. Wir arbeiten nicht in einer Gewinnerzielungsabsicht. Das ist ja auch der Knackpunkt, was uns die WKO unterstellt und was nicht der Fall ist. Dadurch sehe ich keinen Grund ein Gewerbe anzumelden und zwangsweise diesem Verein beizutreten.“*

Ich: Von welchem Verein sprechen Sie hier konkret?

Ravi: *„Damit meine ich die Wirtschaftskammer, da man Zwangsmitglied wird sobald man ein Gewerbe laufen hat.“*

Ich: Die WKOÖ behauptet, dass es den Foodcoops möglich ist diverse Produkte billiger zu beziehen und aufgrund dessen wirtschaftliche Vorteile für ihre Vereinsmitglieder zu erzielen. Was ist Ihre Meinung dazu?

Ravi: *„Die Preise zu welchen wir die Lebensmittel beziehen, sind schwer mit Verkaufspreisen der Supermärkte zu vergleichen. Beispielsweise kann ich die Haferflocken, die ich zu Hause habe nicht mit den Haferflocken vergleichen die ich im Supermarkt kaufen könnte. Das ist eine andere Qualität und ein anderes Produkt. Es gibt natürlich Preisunterschiede. Ein weiteres Beispiel wäre zum Beispiel der Autohandel, wo behauptet wird, dass der eine billiger verkauft als der andere. Während ein Anbieter die Marke Fiat verkauft, bietet der andere Händler einen Mercedes an. Auf Grundlage dessen macht ein Vergleich keinen Sinn. Es gibt innerhalb von Produktgruppen Differenzierungen. Die Produkte die wir in unserer Foodcoop haben, sind möglicherweise billiger als in Bioläden, obwohl wir höchstwahrscheinlich dieselben Produkte mit derselben Qualität haben. Zumindest in*

Wien gibt es zum Beispiel Milchprodukte die man in Bioläden teurer einkauft als bei uns. Im Vergleich zum Hofer kostet die Biomilch bei uns mehr. Der Milchpreis bei uns liegt zwischen 1,40-1,50€ welchen der Bauer direkt und zur Gänze bekommt. Diese etikettieren die Produkte für uns.

Ich: Wie würden Sie rechtfertigen, dass die Vereinsmitglieder Ihrer Foodcoop keine wirtschaftlichen Vorteile erzielen?

Ravi: *„Ich sehe nicht ein, dass ich das rechtfertigen muss. Für mich macht das Argument der WKO, dass das Zusammenarbeiten wirtschaftliche Vorteile hätte, genau so viel Sinn wie wenn die Wirtschaftskammer zu mir sagt, ich darf nicht mehr zu Hause kochen und muss ins Gasthaus gehen, da ich einen wirtschaftlichen Vorteil dadurch habe. Oder ein anderes Beispiel: Wenn ich in einer Wohngemeinschaft lebe und wir abwechselnd kochen, würden wir dann auch wirtschaftliche Vorteile erzielen?“*

Ich: Ende November soll mittels Pressekonferenz eine Kompromisslösung zu diesem heftig diskutierten Thema veröffentlicht werden. Welche könnten die Voraussetzungen für einen Kompromiss Ihrer Meinung nach sein?

Ravi: *„Die Wirtschaftskammer kann die Foodcoops im schlimmsten Fall bei den zuständigen Gewerbebehörden anzeigen, womit sie höchstwahrscheinlich nichts erreichen werden. Der Punkt ist aber der, dass die Wirtschaftskammer Druck gegen die Foodcoops ausübt, was sehr nervig ist. Die ehrenamtlichen Mitglieder müssen sich deshalb in ihrer Freizeit zu Terminen begeben.*

Ich: Falls die Wirtschaftskammer ihre Meinung zu dem Verhandlungsthema durchsetzen kann, mit welchen Folgen ist dann Ihrer Ansicht nach zu rechnen?

Ravi: *„Die Zahl der Foodcoops würde sich reduzieren, aber verschwinden würden sie nicht. Aus politischer Sicht könnte die WKO allein aufgrund der stark regierenden Partei ‚Die Grünen‘ nichts erreichen, wo auch noch die Medien nur positives über Foodcoops berichten. Ich sehe keinen Grund auf Kompromissbereitschaft der Foodcoops.*

7. Pressekonferenz

7.1 Pressemitteilung – LR Rudi Anschober

Die seit Frühjahr 2016 ungeklärte Frage, ob Foodcoops (Einkaufsgemeinschaften) der Forderung der Wirtschaftskammer OÖ nach einer Gewerbeanmeldung nachkommen müssen, fand in insgesamt vier Verhandlungsrunden am 12. Dezember 2016 eine Antwort (www.bio-austria.at).

Die Wirtschaftskammer OÖ kündigte im Mai dieses Jahres schriftlich einzelnen Foodcoops an, gegen ihr Geschäftsmodell vorzugehen und eventuell Anzeigen bei den Bezirksbehörden zu erstatten. Die WKOÖ war der Meinung, dass Foodcoops eine Gewerbeberechtigung benötigen und daher gegen die Anforderungen der Gewerbebehörde und der Lebensmittelaufsicht verstoßen.

Die Bedenken der WKOÖ konnten nach mehreren Runden Tischen mit allen Partnern und auf Einladung von Umwelt- und Konsument/innenschutz- Landesrat Rudi Anschober zerstreut werden. Ein für alle vertretbarer Kompromiss, der ein vernünftiges Nebeneinander zwischen Foodcoops und gewerblichem Lebensmittelhandel ermöglicht, wurde gefunden und im Rahmen einer Pressekonferenz veröffentlicht (www.anschober.at). *„Foodcoops wollen und können nicht dasselbe leisten wie gewerbliche Nahversorger: Sie haben kein Service wie Bedienung oder ständige Öffnungszeiten und sie haben kein Vollsortiment. In den Foodcoops gibt es nur ausgewählte Produkte, die den durch die Mitglieder der Gemeinschaft festgelegten oft sehr hohen ideologischen Kriterien entsprechen müssen“* (www.anschober.at).

An den Gesprächsrunden waren beteiligt: Vertreter/innen von Foodcoops, Landwirtschaftskammer OÖ, Bio Austria OÖ, Wirtschaftskammer OÖ, Wirtschaftsressort und das Umweltressort von LR Rudi Anschober (www.anschober.at). Das erfolgreiche Verhandlungsergebnis wurde mit dem Titel *„Appetit auf Zukunft – Schluss mit Streit: Klare gemeinsame Regelung für Foodcoops mit WKOÖ gefunden“* (www.anschober.at) publiziert.

Wie kamen die Parteien zu ihrer Einigung? Wie sieht die klare Regelung zwischen Foodcoops und der Wirtschaftskammer OÖ aus, wodurch der Bedarf einer Gewerbeberechtigung für die Einkaufsgemeinschaften nicht mehr nötig ist?

Laut Pressemitteilung von BIO AUSTRIA wurden Missverständnisse geklärt, wodurch Foodcoops nicht den üblichen Nahversorgern gleichzusetzen sind und dementsprechend geringer gesetzliche Anforderungen erfüllen müssen (www.bio-austria.at).

LR Anschober und die Wirtschaftskammer OÖ berichten, dass es gemeinsam gelungen ist *„eine einvernehmliche Sichtweise und Vorgangsweise festzulegen, die in Zukunft klare Regeln auf Basis der Rechtslage und ein gesichertes Arbeiten ohne rechtliche Risiken sicherstellen sollen“* und beide betonen, dass alle dadurch profitieren werden (www.anschober.at).

„Die Konsument/innen erhalten hochwertige, regionale Lebensmittel und volle Transparenz, die Produzent/innen gute Preise und planbaren Absatz. Aber jedes Projekt ist anders, besitzt einen eigenen Charakter“ (www.anschober.at).

Der Landessprecher der Grünen OÖ, Rudi Anschober betont, dass Foodcoops eine bedeutende Verbindung von Konsument/innen und Produzent/innen sind. Außerdem sieht er die Foodcoops als Botschafter für ökologische Nahrungsmittel, bewusste Ernährung und regionalen Einkauf, was vom Umweltressort OÖ unterstützt wird. Das Ressort von LR Rudi Anschober befasst sich mit zahlreichen Initiativen unter dem Schwerpunkt Besser Essen und versucht seit Jahren eine neue Beziehung zwischen Oberösterreichern/innen und ihren Nahrungsmitteln aufzubauen. Dabei wird auf die Wertschätzung der Produzent/innen großen Wert gelegt (www.anschober.at).

Erwähnenswert ist, dass die oberösterreichische Umweltpolitik besonderen Wert auf Lebensqualität und Zusammenarbeit von Umwelt und Wirtschaft legt. Aufgrund der erfolgreichen Regierungsarbeit des oberösterreichischen Umweltressorts wurde Oberösterreich zur europaweit führenden Region für erneuerbare Energie und Umweltschutz gewählt. (www.ooe.gruene.at)

Als ein zentrales Thema sehen LR Anschober und die Wirtschaftskammer OÖ insbesondere die Regionalität und Vielfalt. Das wachsende Bedürfnis nach gesunden, ökologischen Nahrungsmitteln erklären sie mit der starken Unzufriedenheit der Verbraucher mit der Abhängigkeit von industriell erzeugten Lebensmitteln, sowie dem Wunsch nach regionalen Produkten und Transparenz. Außerdem machen sie auf weltweit entstehende Initiativen und Bedürfnisse von Verbraucher/innen und Hersteller/innen aufmerksam, die sich um die Produktion und Verteilung – insbesondere biologischer – Lebensmittel selbst kümmern. Da der Liefervertragsabschluss direkt zwischen Konsument/innen und Produzent/innen erfolgt, haben beide Seiten einen Nutzen davon. (www.anschober.at).

Die Vorteile dieses Bündnisses sind sowohl laut LR Anschober als auch Wirtschaftskammer OÖ folgende Punkte:

- *„Die **Konsument/innen wissen, was sie kaufen** — und später essen. Es herrscht absolute Transparenz über die Produzent/innen, deren Produktionsweisen und angebotenen Produkte.*
- *Der große **Vorteil der Produzent/innen** besteht in dem sicheren Absatzmarkt und einem guten Preis. Durch teils wöchentliche Vorbestellungen der Produkte können sich die Produzent/innen ihres Absatzes sicher sein.*
- *Foodcoops haben auch zum Ziel, **lokale Versorgungsschienen** zu sichern bzw. wieder aufzubauen. So können bspw. neue Kooperationen zwischen Konsument/innen, Landwirt/innen und dem lokalen Nahversorger angestoßen werden. Beispielsweise können Übernahmestellen beim lokalen Nahversorger eingerichtet werden, dies schafft eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten“* (www.anschober.at).

Auf Basis der oben erwähnten Vorteile für alle Parteien wurden 7 Punkte bestimmt, welche die Foodcoops erfüllen müssen, um nicht unter die Gewerbeordnung zu fallen.

Vereinbarte Festlegungen:

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

Laut Herrn Dax, Bio Austria OÖ handelt es sich hierbei um eine inhaltliche Einigung oder Gentlemen's Agreement. Darunter ist zu verstehen, dass die Vereinbarung rechtlich nicht bindend ist und nur eine Kompromisslösung für beide Parteien darstellt. Somit wäre es theoretisch noch immer möglich, dass eine Privatperson z. B. der Nachbar mit einer Anzeige gegen eine Foodcoop droht. Außerdem ist zu erwähnen, dass die festgelegten 7 Punkte nur für Oberösterreich gelten (Dax, 2016). Hier einige Zitate von den jeweiligen Beteiligten in Bezug auf das Thema:

KR Jetschgo: *‘Der gewerbliche oö. Lebensmittelhandel bietet neben seinem umfassenden Angebot auch regionale Produkte an, z. B. über die 440 Genussland-Outlets in ganz OÖ. Darüber hinaus gibt es noch weitere, Regale‘, die außerhalb der Genusslandinitiative vom heimischen Lebensmittelhandel angeboten werden. Hier kommen ausschließlich oö. bäuerliche wie gewerbliche Kleinproduzent/innen zum Zug‘ (www.anschober.at).*

Dr. Zöchbauer: *‘Nach der unglücklichen medialen Debatte haben wir in vier Verhandlungsrunden einen für alle vertretbaren Kompromiss gefunden, der ein*

vernünftiges Nebeneinander zwischen Foodcoops und gewerblichem Lebensmittelhandel ermöglicht. Foodcoops, die über die vereinbarten Spielregeln hinaus tätig werden wollen, empfehlen wir, eine entsprechende Gewerbeberechtigung für den Lebensmittelhandel anzumelden, sonst muss die Tätigkeit eingestellt werden‘ (www.anschober.at).

Dominik Dax, Foodcoop-Geburtshelfer: *„Foodcoops sind Teil einer neuen gesellschaftlichen Strömung unter Konsument/innen, die auf Ernährungssouveränität beruht. Selbstbestimmung spielt dabei eine zentrale Rolle, Solidarität ebenso. Foodcoops wollen nicht auf Kosten gewerblicher Nahversorger agieren, denn der Erhalt regionaler Netzwerke ist wichtig für unsere kleinstrukturierte Landwirtschaft‘ (www.anschober.at).*

Claudia Zechmeister, Foodcoop „GüterWeGe“ Kirchdorf:

„Spannend finde ich neben den regionalen Lebensmitteln den Austausch mit den Produzent/innen über Produktion u ä. Nebenbei freue ich mich beim wöchentlichen Abholen, nette coole Leute zu treffen und mit diesen gemütlich zu plaudern. Gerne engagiere ich mich auch ehrenamtlich für den Verein Güterwege, da durch das gemeinsame „Tun“ auch eine starke Gemeinschaft, im Sinne einer „Nachbarschaftshilfe“ oder einer „Kulturinitiative“ entsteht, die weit über das „Einkaufen“ hinausgeht!‘ (www.anschober.at).

Elisabeth Steinhäusler, Foodcoop „fairteiler“ Scharnstein:

„Die regionalen Produkte, die ich über die Foodcoop beziehe, reisen nicht um den halben Erdball und sind umweltschonend. Durch die Vorbestellung der Frischwaren (Gemüse, Milchprodukte) wird nur genau das produziert bzw. geerntet, was auch verkauft wird, d. h. es landet wenig im Müll‘ (www.anschober.at).

Beratungsangebote für Foodcoops und ähnliche Modelle– Projekt „Appetit auf Zukunft“

Die Bedeutung der angebotenen Beratungen von Wirtschaftskammer OÖ und Bio Austria OÖ insbesondere beim Start von Initiativen wird in der Pressemitteilung besonders hervorgehoben. Eine große Rolle spielt hier vor allem die Beratung von Bio Austria für Foodcoops und ähnliche gewerbliche Modelle, die von anderen Beratungsstellen (z. B. WKO Gründerservice) unterstützt wird (www.anschober.at).

Erwähnenswert dabei ist das Projekt „Appetit auf Zukunft“, welches von BIO AUSTRIA und LR Rudi Anschober gegen Ende des Jahres 2014 eingeführt wurde. Das Ziel des Projektes ist die Unterstützung und Förderung von KonsumentInnen, ProduzentInnen sowie Gemeinden bei der Gründung lokaler Initiativen für eine biologische, regionale und saisonale Nahrungsversorgung. Vorteile für die Region sind die hohe Wertschöpfung und Transparenz. Aufgrund des direkten Kontakts zwischen Konsument und Produzent wird der Landwirt für seine biobäuerliche Arbeit und seine biologischen Lebensmittel wertgeschätzt. *„Biobauern werden auf ihrem Weg in Richtung Direktvermarktung unterstützt, während für Konsumenten der Zugang zu hochwertigen biologischen Produkten sichergestellt wird. Somit entstehen regionale Versorgungsnetzwerke durch die Entstehung von Beziehungsnetzwerken“* (www.bio-austria.at).

Im Jahr 2015 konnten 11 Initiativen im Rahmen des Projektes „Appetit auf Zukunft“ von BIO AUSTRIA unterstützt werden. Beratungsleistung, Prozessbegleitung, Workshops wie auch das Aufstellen von Fördermitteln sind Voraussetzungen für die Entstehung und Weiterentwicklung von guten Projekten (www.bio-austria.at).

Bei Nichteinhaltung des vereinbarten Rahmens können Foodcoop-Initiativen natürlich bestehen bleiben, würden jedoch der Gewerbeordnung unterliegen (www.anschober.at).

„Für Konsument/innen oder Gemeinden, die Ambitionen auf mehr als das klassische Foodcoop-Modell haben – etwa wenn in einer Gemeinde die klassischen gewerblichen Nahversorgungsstrukturen zusammen-gebrochen sind und nun ein neues Nahversorgungsmodell geschaffen werden, soll – wurde das Modell „Gemeinschaftsläden“ ausgearbeitet, für das BIO AUSTRIA OÖ in Zukunft auch gerne in Zusammenarbeit mit der WKO beratend zur Verfügung steht“ (www.anschober.at).

7.2 Pressemitteilung – BIO AUSTRIA OÖ

Bezüglich der Pressekonferenz berichtet BIO Austria OÖ wie folgt:

„Die im Frühling 2016 aufgetauchten Unklarheiten zur Frage, ob Foodcoops

(Einkaufsgemeinschaften) der Forderung der Wirtschaftskammer OÖ nach einer Gewerbeanmeldung nachkommen müssen, sind nach Gesprächen mit allen Beteiligten geklärt.

Missverständnisse wurden ausgeräumt und das Verständnis erhöht, dass Foodcoops nicht das Gleiche sind wie Geschäfte und daher auch nicht per se den gleichen gesetzlichen Anforderungen entsprechen müssen. Die Einigung verdeutlicht aber auch, dass Foodcoops keine wirtschaftliche Bedrohung für gewerbliche Nahversorger darstellen. Dies ist auch gar nicht das Ziel der ehrenamtlichen Initiativen. Sie beruhen auf dem Konzept von Ernährungssouveränität, worin Solidarität und die Förderung von lokalen (auch wirtschaftlichen) Netzwerken zentrale Themen sind. Auch Bio Austria betont, dass regionale Vertriebskanäle - gewerblich oder nicht - als Partner für unsere kleinstrukturierte Landwirtschaft unerlässlich sind“.

Foodcoops sind keine Geschäfte!

Foodcoops wollen und können nicht dasselbe leisten wie gewerbliche Nahversorger. Sie haben kein Service - wie Bedienung oder ständige Öffnungszeiten - und sie haben kein Vollsortiment. Aktive Mitgliedschaft ist Voraussetzung, in einer Foodcoop kann man also nicht einfach einkaufen gehen wie in einem Geschäft. Foodcoops sind für Menschen da, die Zeit und Motivation aufbringen, um durch ihr ehrenamtliches Engagement der Landwirtschaft unter die Arme zu greifen. Für die Foodcoop Mitglieder sind nicht wirtschaftliche Vorteile ausschlaggebend, sie profitieren vielmehr durch Selbstbestimmung, bewusstes Konsumverhalten, volle Transparenz und nicht zuletzt beste Qualität. Denn in Foodcoops gibt es nur ausgewählte Produkte, die den durch die Mitglieder der Gemeinschaft selbst festgelegten, oft sehr hohen Kriterien entsprechen müssen.

Aus bäuerlicher Sicht sind Foodcoops eine erfreuliche Erscheinung

Foodcoops wollen einen Beitrag zum Erhalt regionaler, kleinstrukturierter, (Bio-) Landwirtschaft leisten. Dafür tragen Foodcoops wesentlich zu Bewusstseinsbildung bei, da sich die Mitglieder die Lebensmittel selbst organisieren, und durch den direkten Kontakt mit den Produzentinnen und Produzenten einen vertieften Einblick in die Abläufe des Lebensmittelsystems bekommen.

BIO AUSTRIA freut sich über Konsumentinnen und Konsumenten, die Interesse und Wertschätzung für Lebensmittel und die Menschen dahinter haben. Durch das ehrenamtliche Engagement in den Foodcoops ergeben sich für unsere Bio-Betriebe zusätzliche Absatzwege. Positiv dabei ist auch, dass die zeitlich sehr beanspruchten Direktvermarkter durch die gesammelten und verlässlichen Vorbestellungen entlastet werden. Ganz allgemein glauben wir, dass zu unseren vielfältigen Bio-Betrieben vielfältige Vertriebskanäle sehr gut passen', sagt Franz Waldenberger, Obmann von BIO AUSTRIA OÖ.

Für Gruppen, die Ambitionen auf mehr als das bisherige Foodcoop Modell haben - etwa wenn in einer Gemeinde voller Ersatz für nicht mehr existierende, klassische gewerbliche Nahversorgungsstrukturen gesucht wird – ist das Modell „Gemeinschaftsläden“ mit Gewerbeschein in Arbeit, für das BIO AUSTRIA OÖ in Zukunft auch gerne in Zusammenarbeit mit der WKO beratend zur Verfügung steht. Franz Waldenberger: ‚Wir sind über diese positive Entwicklung sehr froh, da wir der Überzeugung sind, dass von der Vielzahl an regionalen Einkaufsmöglichkeiten von Bioprodukten und dem steigenden Bewusstsein der Konsumenten für regionale Bio-Landwirtschaft letztendlich alle profitieren, die in diesem Bereich tätig sind‘ „ (www.bio-austria.at).

7.3 Interview – Dominik Dax

Auf Basis der Aussagen von Bio Austria OÖ (Siehe Punkt 7.2) wurde ein persönliches Follow-up-Interview mit dem Berater der Foodcoops Dominik Dax, der als Angestellter bei Bio Austria tätig ist, geführt.

Der ehemalige Mitgründer der Foodcoop „bioparadeis“ im 18. Bezirk sammelte langjährige Erfahrung während seiner Studienzeit in Wien. Erwähnenswert hierbei ist, dass im Kapitel 2 bereits Bezug auf die Seminararbeit der damaligen BOKU Studenten genommen wurde. Seit 2014 ist er als Gemüsebauer in Inzersdorf im Kremstal (Gemeinde in Oberösterreich) tätig. Dominik Dax beliefert mit seinem DAXanBau-Team nun die zwei nicht weit gelegene

Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften „GüterWeGe“ und „Fairteiler Scharnstein“ sowie Bioläden aus der Umgebung.

Das Ziel des Interviews mit Herrn Dax war einen besseren Einblick in die Pressekonferenz zu bekommen. Das Gespräch mit ihm war besonders interessant, da er sowohl das Leben eines Foodcoop-Mitglieds als auch die Aufgaben eines Bauern kennt und weiß was die gegenseitigen Erwartungen sind.

Bevor die Befragung begann, machte Herr Dax besonders darauf aufmerksam, dass die Vereinbarung der beiden Parteien nur eine inhaltliche Einigung für Oberösterreich ist und kein rechtlich bindendes Dokument, Gesetz etc. Das Gespräch mit dem Foodcoop-Berater basierte sowohl auf das aktuelle Konferenzthema als auch auf allgemeine Fragen, die an Herr Dax gestellt wurden.

Ich: Sie betonen, dass es sich bei der Bestimmung von Foodcoops und der Wirtschaftskammer um kein rechtliches Dokument handelt und die Vereinbarung nur für Oberösterreich gilt. Was ist die Meinung der WKOs der anderen Bundesländer hinsichtlich dieses Themas? Haben diese auch vor gegen Foodcoops rechtlich vorzugehen?

Dominik Dax: Der Herr Zöchbauer ist eine Vorlage für andere Bundesländer. Die vereinbarten sieben Punkte gelten nur für OÖ.

Ich: Einer der festgelegten sieben Punkte besagt, dass Waren nur an aktive Mitglieder verkauft werden können. Fällt die passive Mitgliedschaft unter diese Regelung?

Dominik Dax: Eine passive Mitgliedschaft ist leider nicht möglich. Alle Mitglieder müssen sich aktiv beteiligen.

Ich: Kommt die Mitgliedschaft für Personen die aus privaten Gründen (z. B. ständiger Auslandsaufenthalt) nicht immer erreichbar sind somit nicht in mehr Frage?

Dominik Dax: Die Mitgliedschaft an einer Foodcoop erfordert eine aktive Beteiligung. Interessierte die aus zeitlichen Gründen nicht bereit für die Mitarbeit in der Einkaufsgemeinschaft sind, können als Alternative in Bioläden einkaufen.

Ich: Eine weitere Bestimmung ist das Verbot der Anstellung von Mitarbeiter/innen über die Geringfügigkeit hinaus. Gibt es in Österreich Foodcoops mit einem Mitarbeiter auf geringfügiger Basis?

Dominik Dax: Ich kenne die Foodcoop ‚Güterwege‘ in OÖ die eine geringfügig Beschäftigte haben.

Ich: Wieso benötigen Foodcoops überhaupt Mitarbeiter auf geringfügiger Basis?

Dominik Dax: Der Grund für die geringfügige Anstellung eines Mitarbeiters ist hauptsächlich auf das Alter der Foodcoop-Mitglieder in Oberösterreich zurückzuführen, da diese meistens aus älteren Landsleuten bestehen, die kein buchhalterisches Wissen haben.

Ich: Ist es möglich, dass die Mitglieder einer Foodcoop Lebensmittel billiger als beim Supermarkt beziehen, da sie aus einer großen Gruppen bestehen?

Dominik Dax: Wenn die Mitglieder ihre Produkte wirklich jede Woche zu Großhandelskonditionen beziehen, unterliegen sie der Gewerbeordnung. Der Fall müsste zur genaueren Betrachtung der Details dem Gericht vorgelegt werden.

Ich: Welche Systeme nutzen Foodcoops um ihre Bestellungen abzuwickeln?

Dominik Dax: In OÖ findet die Bestell- bzw. Abrechnungssoftware ‚Foodcoopshop.com‘ Anwendung.

Ich: In OÖ werden die Bestellungen durch die Mitglieder durchgeführt, die ihre Produkte dann von Übergabestellen z. B. vom Produzenten abholen, wenn diese bereit stehen. Ist der Ablauf bzw. das Modell einer Foodcoop österreichweit gleich?

Dominik Dax: Übergabestellen in OÖ sind auch Bioläden. Um den Ort lebendig zu halten und die Kundenfrequenz in der Gegend nicht verloren geht, erklären sich Bioläden oder Supermärkte wie Spar einverstanden, dass Foodcoops diese als Übernahmestellen nutzen können. Durch diese Zusammenarbeit profitieren sowohl die Übernahmestellen (höhere Kundenfrequenz) als auch die Foodcoops und Produzenten (Zeitaufwand und Flexibilität). In Salzburg gibt es auch ein anderes Modell. Hier rufen Bauern die Foodcoops an und sagen ihnen welche Nahrungsmittel sie liefern können.

Ich: Gibt es eine Einschränkung bei der Anzahl der Produzenten mit welchen die Foodcoop zusammenarbeiten?

Dominik Dax: Die Foodcoop darf pro Produkt nur von einem Produzenten beliefert werden.

Ich: Angenommen eine Foodcoop besteht aus 50 Mitgliedern. Wie viele Mitglieder müssten wöchentlich bestellen, damit die Bestellung vom Produzenten bearbeitet werden kann?

Dominik Dax: Es kommt so gut wie nie vor, dass alle Mitglieder einer Lebensmitteleinkaufsgemeinschaft gemeinsam bestellen. Solange ungefähr 30 von 50 Mitgliedern eine Bestellung aufgeben kann der Produzent diese durchführen.

Ich: Welche ist die ideale Größe für Foodcoops?

Dominik Dax: Die beste Größe für Foodcoops liegt zwischen 60 bis maximal 80 Mitgliedern. Ab einer bestimmten Menge gibt es einen Aufnahmestopp und eine Warteliste für Mitglieder.

8. Schlussfolgerung und Zukunftsausblick

Alles in allem sollten Foodcoops nicht als Alternative zu Supermarktketten und Bioläden wahrgenommen werden, sondern als eine einzigartige Variante, um Lebensmittel unter Berücksichtigung bestimmter Werte erwerben zu können. *„Foodcoops sind ein Ausdruck der Kritik am gängigen Lebensmittel- und Agrarsystem, das sehr stark von Supermärkten und Agrarindustrie dominiert ist und von industrieller Landwirtschaft, langen Transportwegen und Ungleichheiten geprägt ist“* (Foodcoops.at).

Unterschiede weisen Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften sowohl zu Bioläden als auch zu Supermärkten auf. Nicht zu vergleichen sind Foodcoops mit Supermärkten, denn der Absatz dieser Läden ist so enorm, dass es ohne ihre Existenz unmöglich wäre die Kundenbedürfnisse durch direkten Vertrieb zu befriedigen. Ein weiterer Unterschied sind die angebotenen Waren, während Foodcoops ausschließlich biologisch produzierte Lebensmittel verteilen handelt sich bei Supermärkten in der Regel nicht um saisonale, regionale und ökologisch nachhaltige Produkte. Der Produzent der Nahrungsmittel bleibt für den Konsumenten anonym, was bei Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften und ihre Mitglieder nicht der Fall ist. Entscheidungen in einer Foodcoop werden basisdemokratisch getroffen und anfallende Aufgaben selbst organisiert. Bei Supermärkten hingegen erfolgt dies aus Managementüberlegungen heraus. Supermarktkunden haben nur eine geringe Entscheidungsmacht bezüglich des Sortiments während die Mitglieder einer Foodcoop dieses selbst festlegen.

Die Unterscheidungen von Foodcoops zu Bioläden zeigen sich im Folgenden: Wie bei den Supermärkten bereits erwähnt besitzen die Verbraucher von Bioläden im Vergleich zu Foodcoop-Mitgliedern nur ein geringes Mitspracherecht – die Kunden erwerben zwar Nahrungsmittel die der Natur entsprechen, jedoch bekommen sie nicht das Recht auf Mitbestimmung. Im Gegensatz zu Supermärkten sprechen Bioläden dieselbe Zielgruppe wie Foodcoops an. Somit kann angenommen werden, dass Foodcoops eher eine Gefahr für Bioläden darstellen, da Mitglieder einer Lebensmittelkooperative von zusätzlichen Vorteilen wie Mitbestimmung und sozialen Interaktionen profitieren.

Von den Vorteilen einer Foodcoop möchten ebenfalls Mitglieder, die nicht aktiv an der Lebensmitteleinkaufsgemeinschaft teilnehmen können oder wollen, profitieren. Dieses Thema stellt einen kritischen Punkt dar, da eine passive Mitgliedschaft beispielsweise in Oberösterreich laut den Vereinbarungen zwischen der WKOÖ und den Foodcoops nicht mehr möglich ist. Ob diese Regelung auch für andere Bundesländer kommen wird ist derzeit noch unklar und muss eventuell im Einzelfall überprüft werden. Denn, dass derzeit passive Mitgliedschaften bei Foodcoops zB. in Wien vorhanden sind, bestätigten die Ergebnisse der qualitativen Recherchen dieser Arbeit.

Der Grund für eine passive Mitgliedschaft ist in den meisten Fällen Zeitmangel oder fehlende Motivation sich an einer Foodcoop zu beteiligen. Falls diese Aspekte zutreffen, kann davon ausgegangen werden, dass diese derzeit passiven Mitglieder in Zukunft Bioläden zum Bezug ihrer Waren nützen werden müssen.

Wenn für Verbraucher nur aufgrund von Zeitmangel eine aktive Mitgliedschaft nicht möglich ist, das Interesse an einer Zusammenarbeit und Erfüllung der gemeinnützigen Werte aber vorhanden ist, bestünde für Foodcoops die Möglichkeit ein Handelsgewerbe anzumelden. Dann dürften Foodcoops problemlos sogar einen höheren Mitgliedsbeitrag von Passiv-Mitgliedern verlangen, um ihre fehlende Beteiligung zu rechtfertigen. Ebenso könnten dann wie bei herkömmlichen Supermärkten Preisaufschläge auf die direkt vom Produzent bezogenen Nahrungsmittel erhoben werden. Des Weiteren könnte die Einschränkung der geringfügigen Beschäftigung und der Öffnungszeiten der Foodcoop außer Acht gelassen werden.

Bislang war keine klare Einigung bezüglich der Gewerbeberechtigung von Foodcoops vorhanden. Seit der Pressekonferenz - die am 12. Dezember 2016 stattgefunden hat - gelten bestimmte Regelungen in Oberösterreich, die alle Unklarheiten beseitigt haben. Dabei handelt es sich jedoch nur um eine inhaltliche Einigung und kein rechtlich bindendes Dokument, Gesetz etc. Diese Vereinbarung schafft einen neuen Rahmen für die Foodcoops in Oberösterreich und könnte zukünftig auch in den übrigen Bundesländern Anwendung finden.

Durch die vereinbarten Festlegungen konnte ein Fortschritt erreicht werden, da die Werte der Foodcoops nun in gewisser Weise auch bei der WKOÖ Unterstützung finden und dadurch die Bereitschaft der existierenden und potenziellen Mitglieder zur Teilnahme gefördert wird.

9. Literaturverzeichnis

- Blaich, Robert (Hrsg.) (1995): *Der rote Riese wankt*. Wien: Tosa, Seite 35 – 53f.
- BAG der Lebensmittelkooperativen e.V. (Hrsg.) (2000): *Das Foodcoop Handbuch. Gemeinsam ökologisch Handeln*; Bochum, Seite 95-98.
- Brazda, Johann/Rom, Siegfried (Hrsg.) (2006): *150 Jahre Konsumgenossenschaften in Österreich*. Wien: Eigenverlag des FGK, Seite 24 – 60ff.
- David Brunmayr & Dominix Dax (Verf.) (2011) *Vergleich von Foodcoops und Supermärkten in Bezug auf die Förderung von regionaler ökologischer Landwirtschaft*, Seite 1-14.
- Drazic, L., Jaklin, U., & Lammer, C. (Hrsg.) (2012), *Food Coops - Das nächste Kapitel der Konsumgenossenschaftsbewegung in Österreich?*, Seite: 32 – 34.
- Dr. Thomas Höhne, Dr. Gerhard Jöchel, Mag. Andres Lummerstorfer (Hrsg.) (2009, 3., aktualisierte und stark erweiterte Auflage), *Das Recht der Vereine*, Seite 56 - 183
- Gerhard Geckle (Hrsg.) (2011, 8. aktualisierte Auflage), *Mein Verein-Perfekt organisiert und erfolgreich geführt*, Seite 9.
- Giegold, S. (2007) in: Brand, U., Lösch, B. Thimmel, S. (Hrsg.): *ABC der Alternativen – Von „Ästhetik des Widerstands“ bis „Ziviler Ungehorsam“*, Hamburg:VSA-Verlag, Seite 206f.
- Höfferer, Jagschitz, Rom (Verf.) (2016), *160 Jahre Konsumgenossenschaften in Österreich*, Seite 3, 61-63.
- RECHTSANWALT Mag. Martin Krumschnabel, *Österreichisches Vereinsrecht – Kurze Zusammenfassung der rechtlichen Bestimmungen*, Seite 7f.
- Sense.Lab e.V.(Hrsg.) (2009), *Fair.Bio.Selbstbestimmt - Das Handbuch zur Gründung einer Foodcoop*, Seite 11-31.
- Dr. Friedrich Filzmoser, Dr. Josef Wagner, LL.B. (Verf.) (2016), *GUTACHTEN - zur gewerberechtlichen Beurteilung von Foodcoops in der Rechtsform des Vereins*, Seite 1-7-
- BIO AUSTRIA OÖ Pressemitteilung, *BIO AUSTRIA OÖ begrüßt Einigung in Causa Foodcoops*, <http://www.bio-austria.at/app/uploads/PA-BIO-AUSTRIA-OOE-FoodcoopS.pdf> (Stand: 12.12.2016).
- BIO AUSTRIA OÖ Pressemitteilung, *Abgrenzung in OÖ: Foodcoop ohne Gewerbeschein – gewerbliche Lebensmittelversorgung*, <http://www.bio-austria.at/app/uploads/Abgrenzung-Foodcoop-Geschaefte.pdf> (Stand: 12.12.2016).

10. Quellenverzeichnis

<https://www.oekolandbau.de/lehrer/nachgefragt/was-ist-eigentlich-regionalitaet/>
(Zugriff am 28.06.2016)

<http://FoodcoopS.at/> (Zugriff am 28.06.2016)

<http://1korn.at/verein-struktu/> (Zugriff am 12.10.2016)

<http://www.nusscoop.xyz/> (Zugriff am 12.10.2016)

<http://rübezahl17.at/> (Zugriff am 12.10.2016)

<http://rübezahl17.at/essen-und-kochen/gemeinsames-kochen/> (Zugriff am 12.10.2016)

http://FoodcoopS.at/wp-content/uploads/2012/02/Brunmayr_Dax-Foodcoops_Superm%C3%A4rkte.pdf (Zugriff am 12.10.2016)

<https://www.wien.gv.at/amtshelfer/dokumente/aufenthalt/aufenthaltstitel/bescheinigung/familienangehoeriger.html> (Zugriff am 28.06.2016)

<https://de.wikipedia.org/wiki/Verein> (Zugriff am, 22.10.2016)

<https://de.wikipedia.org/wiki/Coop> (Zugriff am, 22.10.2016)

https://de.wikipedia.org/wiki/Konsum_%C3%96sterreich (Zugriff am, 22.10.2016)

https://www.wko.at/Content.Node/Service/Wirtschaftsrecht-und-Gewerberecht/Gesellschaftsrecht/Unternehmensrecht/Gesellschaftsformen/Der_Verein_als_Unternehmer.html (Zugriff am, 22.10.2016)

https://www.wko.at/Content.Node/Service/Wirtschaftsrecht-und-Gewerberecht/Verwaltungs--und-Verfassungsrecht/Verwaltungsrecht-allgemein/Der_Idealverein.html (Zugriff am, 23.10.2016)

<https://www.help.gv.at/Portal.Node/hlpd/public/content/22/Seite.220920.html> (Zugriff am, 22.10.2016)

<https://www.gruenderservice.at/Content.Node/gruenden/Rechtliche-Voraussetzungen/Gewerberecht/Gewerberecht1.html> (Zugriff am, 24.10.2016)

<http://www.bmfwf.gv.at/Unternehmen/Gewerbe/Seiten/Gewerbeordnung.aspx>
(Zugriff am, 20.10.2016)

https://www.wko.at/Content.Node/Service/Wirtschaftsrecht-und-Gewerberecht/Gewerberecht/Gewerberecht-allgemein/Welche_Gewerbe_gibt_es_.html (Zugriff am, 20.10.2016)

<https://www.wko.at/Content.Node/Service/Wirtschaftsrecht-und-Gewerberecht/Gewerberecht/Gewerbeanmeldung/Gewerbeschein.html> (Zugriff am, 30.10.2016)

<https://www.wko.at/Content.Node/Service/Wirtschaftsrecht-und-Gewerberecht/Gewerberecht/Gewerbeanmeldung/Gewerbeanmeldung.html> (Zugriff am, 30.10.2016)

<http://genossenschaftsgeschichte.info/was-sind-genossenschaften> (Zugriff am, 25.10.2016)

<http://www.meinbezirk.at/linz/lokales/Foodcoops-gefahr-oder-grosse-chance-d1712006.html> (Zugriff am, 5.11.2016)

<https://bonaudelta.wordpress.com/presse/wir-in-den-medien/> (Zugriff am, 01.11.2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=wHa2Wjg0Cc8> (Zugriff am, 01.11.2016)

<http://www.nachrichten.at/nachrichten/wirtschaft/wirtschaftsraumooe/Gewerbereform-loest-Streit-um-Foodcoops-nicht;art467,2382692> (Zugriff am, 21.11.2016)

<http://www.anschober.at/presse/artikel/appetit-auf-zukunft-schluss-mit-streit-klare-gemeinsame-regelung-fuer-Foodcoops-mit-wkooe-1/> (Zugriff am, 13.12.2016)

<http://www.bio-austria.at/konsumentinnen-produzentinnen-initiativen/> (Zugriff am, 13.12.2016)

<https://ooe.gruene.at/netzwerk/landesrat-anschober> (Zugriff am, 13.12.2016)

<http://ica.coop/en/whats-co-op/co-operative-identity-values-principles> (Zugriff am, 3.1.2017)

11. Durchgeführte Interviews

Ravi (2016). Persönliches Interview mit dem Gründer der Foodcoop ‚Radieschenbund‘, Wien, 08.06.2016.

Ravi (2016). Telefoninterview mit dem Gründer der Foodcoop ‚Radieschenbund‘, Wien, 30.11.2016.

Dr. Bernhard Hlatky (2016). Telefoninterview mit Jurist aus der Abteilung Rechtspolitik der Wirtschaftskammer Wien (WKW), Wien, 28.09.2016.

Dominik Dax (2016). Persönliches Interview mit dem Foodcoop Berater von Bio Austria, Wien, 18.12.2016.

12. Anhang

12.1 Zusammenfassung

In dieser Arbeit werden die Stärken und Schwächen von Foodcoops in der heutigen Zeit und ihre Besonderheiten in Bezug auf die österreichische Rechtsordnung dargestellt.

Zunächst werden im ersten Teil meiner Arbeit allgemeine Informationen zu Lebensmittelkooperativen gegeben. Beginnend mit der Definition einer Foodcoop, wird die Einführung in dieses Thema mit den Arten und der Bedeutung von Foodcoops fortgesetzt. Anschließend wird auf die Geschichte früherer großer Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften (Konsumgenossenschaften) eingegangen.

Da Foodcoops nicht die einzigen Anbieter ökologischer Lebensmittel sind und es auch andere Möglichkeiten gibt Bioprodukte zu beziehen, wird ein Vergleich zwischen dem Erwerb von Biolebensmitteln von einer Foodcoop und einem Supermarkt durchgeführt.

Die in dieser Masterarbeit dargestellten Details zu den Foodcoops umfassen zB. die Gruppenfindung, Einzelheiten zu der Lieferantenrecherche, dem Einkauf der Waren und der generellen Funktionen (Arbeitsteilung, Bestellung etc.). Diese Arbeit befasst sich neben dem theoretischen Teil auch mit den rechtlichen Aspekten (Gewerbeordnung, Vereinsgesetz etc.) von Foodcoops. Dabei liegt der Schwerpunkt auf den aktuellen Verhandlungen der Lebensmittelkooperativen mit der WKO (Wirtschaftskammer Österreich). Wobei die Standpunkte beider Partner gegenübergestellt und untersucht werden.

Den Schluss der Arbeit bildet eine Alternative zu den bisher in Österreich bekannten Lebensmitteleinkaufsgemeinschaften - nämlich Foodcoops mit Gewerbeschein. Die Informationen meiner Analyse basieren größtenteils auf Befragungen mit bestehenden Foodcoops, der WKO sowie auf weiteren für die Analyse wichtigen Vertretern.

12.2 Abstract

This thesis presents the strengths and weaknesses of foodcoops in modern times and their particularities with regard to the Austrian legal system.

In the first part of my work, general information on foodcoops are given. Starting with the definition of a foodcoop, the introduction to this topic is continued with the types and importance of foodcoops. Subsequently, the history of former large food retailing cooperatives (consumer cooperatives) is briefly discussed.

Since foodcoops are not the only provider of organic food and there are other ways to obtain organic products, a comparison is made between the purchase of organic food from a foodcoop and a supermarket.

The information on foodcoops covers the supplier research, the purchase of goods, and the general functions (work division, order etc.). In addition to the theoretical part, this master thesis deals with the legal aspects (trade regulations, association law, etc.) of foodcoops. The focus here is on current negotiations of food cooperatives with the WKO (Austrian Federal Economic Chamber). The viewpoints of both partners are compared and examined.

The conclusion of the master thesis is an alternative to the food retailing companies known to date in Austria, namely foodcoops with a legally based trade certificate. The information in my analysis is largely based on interviews with existing foodcoops, WKO, as well as other important representatives.

12.3 Fragebogen

- **Fragebogenleitfaden**

Sehr geehrte Damen und Herren!

Ich bin eine ‚Internationale Betriebswirtschaft‘ Studentin der Universität Wien und verfasse meine Masterarbeit über die Foodcoops. In meiner Masterarbeit geht es um die aktuelle Frage Foodcoops und Gewerbeordnung, die wie Sie wissen in Oberösterreich gerade heftig diskutiert wird.

Der Vorteil für Sie als Foodcoop bei einer Teilnahme an der Befragung ist, dass alles wissenschaftlich bearbeitet wird und die einzelnen Standpunkte gegenübergestellt werden, was in den kommenden Verhandlungen sicher hilfreich sein wird.

Unterstützen Sie bitte diese Studentin um Argumente gegen die Unterstellung der Foodcoops unter die Gewerbeordnung zu sammeln.

- **Fragebogeninhalt**

Foodcoops und österreichischer Rechtsrahmen

Allgemein

1. Nennen Sie bitte den Namen und Ort Ihrer Foodcoop: *

2. Nennen Sie bitte das Gründungsdatum Ihrer Foodcoop: *

3. Welche Organisationsstruktur weist Ihre Foodcoop auf? *

- lose Gruppierung
- Verein
- Genossenschaft

4. Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihrer Foodcoop laut Statut? *

Mitgliedschaft

5. Wie viele Mitglieder hat Ihre Foodcoop?

6. Wie kann man zu der Foodcoop beitreten? *

7. Besteht eine Teilnahmemöglichkeit für Nicht-Mitglieder? *

- Nein
- Wenn Ja, welche:

Organisation/Regelungen

8. Wie erfolgt die Warenverteilung? *

9. Wie viele Produzent*innen bzw. Lieferant*innen beliefern Euch derzeit? *

10. Zu welchem Preis erwerben die Mitglieder die Lebensmittel? (z. B. zum Selbstkostenpreis der Foodcoop) Wie ist das Preisniveau im Vergleich zu Discounter? (z. B. Hofer, Billa) *

Finanzen

11. Wie hoch sind die Mitgliedsbeiträge? *

12. Sind weitere Finanzierungsarten vorhanden? *

Rechtlicher Rahmen

13. Wurden Sie bisher von der WKO aufgefordert ein Handelsgewerbe anzumelden? * Annahme: Sie haben für die Organisationsstruktur Ihrer Foodcoop bisher keine Gewerbebeanmeldung vorgesehen und auch keine durchgeführt

- ja
- nein

14. Wie sehen Sie die derzeitige Problematik mit der Gewerbeordnung? *

Vielen Dank für die Teilnahme!

12.4 Gutachten WKO

GUTACHTEN

zur gewerberechtlichen Beurteilung von FoodCoops in der Rechtsform des Vereins

Dr. Friedrich Filzmoser/Dr. Josef Wagner, LL.B.

A. Ausgangssachverhalt

Nach ihrer Eigendefinition sind FoodCoops Zusammenschlüsse von Personen und Haushalten, die selbst organisiert biologische Produkte direkt von lokalen Bauernhöfen, Gärtnereien, Imkereien etc. beziehen. Historischer Vorläufer sind die Konsumgenossenschaften des 19. Jahrhunderts oder auch Erzeuger- bzw. Verbrauchergemeinschaften (http://foodcoops.at/?page_id=2, zuletzt abgerufen am 4.5.2016, 15:36 Uhr).

Allen FoodCoops dürfte gemeinsam sein, dass sie „nur gesunde biologische Lebensmittel“ (in der Regel) unmittelbar aus der Landwirtschaft beziehen. Bezweckt wird sowohl die Förderung der lokalen Landwirtschaft als auch eine „Kritik am gängigen Lebensmittel- und Agrarsystem“. Der Ab-Hof Verkauf vom Bauern wird durch FoodCoops kanalisiert, sodass ein wirtschaftlicher Vorteil sowohl für die Landwirtschaftsbetriebe (Steigerung des Umsatzes) als auch für die Mitglieder (Senkung des jeweiligen Aufwandes durch gemeinsame Tätigkeit) erzielt wird.

FoodCoops sind in verschiedenen Rechtsformen organisiert. Das vorliegende Gutachten behandelt ausschließlich FoodCoops, welche in der Rechtsform des Vereins nach dem Vereinsgesetz errichtet sind.

B. Rechtliche Beurteilung

1.) Zulässigkeit der Errichtung von FoodCoops in der Rechtsform des Vereins?

a) Zur gesellschaftsrechtlichen Sonderstellung von Vereinen

Die **Rechtsform des Vereins** nimmt im Gesellschaftsrecht in zweierlei Hinsicht eine **systematische Sonderstellung** ein: Zum einen ist der sonst allgemein geltende **Grundsatz der Freiheit der Rechtsformwahl** insofern **durchbrochen**, als ein Verein nach dem Vereinsgesetz einen ideellen Zweck verfolgen muss *und* nicht auf Gewinn gerichtet sein darf (§ 1 Abs 1 und 2 VerG). Zum anderen hebt sich der Verein von allen anderen Gesellschaftsformen dadurch ganz deutlich ab, dass **weder** eine **unbeschränkte Haftung zumindest eines Gesellschafters** vorgesehen ist, **noch Vorschriften über die Kapitalerhaltung** bestehen.

Die dahinterstehende Absicht des Gesetzgebers läuft offenkundig darauf hinaus, ausschließlich für primär ideelle Zwecke eine Rechtsform zuzulassen, die in Abweichung vom sonst durchgängigen Prinzip des Gläubigerschutzes eine juristische Person als Rechtsträger erlaubt, ohne zwingende Vorschriften über die Kapitalaufbringung bzw -erhaltung festzulegen.

b) Zum ideellen Zweck

Die Begriffe „ideell“ und „nicht auf Gewinn gerichtet“ sind nicht als ident zu betrachten, sondern beschreiben zwei kumulative Voraussetzungen für die Zulässigkeit eines Vereins nach dem VerG. In diesem Sinne ist es durchaus denkbar, dass ein ideeller Zweck (mit)verfolgt wird und zugleich eine Gewinnerzielungsabsicht vorliegt (z.B. Handel mit Fair-Trade-Produkten). Umgekehrt ist es auch denkbar, dass eine Tätigkeit nicht auf Gewinn ausgerichtet ist, aber gerade keinen ideellen Zweck verfolgt (z.B. steuerliche Verlustverwertungsgesellschaften). Vor diesem Hintergrund ist nun näher zu beleuchten, was unter einem ideellen Zweck eigentlich zu verstehen ist.

Nach einer Definition des Duden bedeutet „ideell“ so viel wie „auf einer Idee beruhend, nur gedanklich“. **Das Gegenwort zu „ideell“ ist „materiell“.** „Ideell“ bezieht sich nur auf Nichtdingliches, also nicht direkt auf Personen oder Gegenstände. In diesem Sinne sind Vereine nach dem VerG dadurch gekennzeichnet, dass sie in erster Linie einen ideellen, also materiell grundsätzlich nicht greifbaren Zweck verfolgen, wie etwa Feuerwehvereine, Sportvereine, Musikvereine etc.

Der Handel, also der Kauf und Verkauf von Waren, stellt hingegen per se keinen ideellen Zweck dar, sondern findet unmittelbar auf materieller Ebene statt (Ware - Entgelt). FoodCoops, die also in eigenem Namen Kaufverträge mit den Produzenten und mit ihren Abnehmern abschließen, werden (jedenfalls überwiegend) auf einer materiellen Ebene tätig - mag diese Ebene auch von einem ideellen Zweck getragen sein (in der Regel besteht dieser „ideelle“ Zweck aber ohnedies in der Förderung des Erwerbs oder der Wirtschaft der Mitglieder; siehe dazu sogleich). Im Unterschied zu den meisten gängigen - da eben nur insofern zulässigen - Vereinen erfolgt also eine Beteiligung am Wirtschaftsverkehr nicht bloß nebenbei, sondern wird der dahinterstehende (teilweise tatsächlich ideelle) Gedanke gerade primär in Form der **Beteiligung am allgemeinen Wirtschaftsverkehr** umgesetzt. Vereinen ist eine unternehmerische Betätigung zwar nicht verboten – jedoch ist eine solche aufgrund des **„Nebentätigkeitsprivilegs“ (!)** nur in einem dem ideellen Zweck untergeordneten Umfang zulässig (vgl zB *Höhne/Jöchl/Lummerstorfer*, Das Recht der Vereine⁴ 181; zur Definition des Unternehmens vgl auch § 1 Abs 2 UGB und § 1 Abs 2 KSchG „mag sie auch nicht auf Gewinn gerichtet sein“).

Wie zu Beginn ausgeführt erlaubt der österreichische Gesetzgeber nur primär ideelle Zwecke als Grundlage eines Vereins, da dadurch in aller Regel Gläubigerinteressen nicht bzw. nur minimal berührt werden, während gerade beim Kauf und Verkauf von Waren Gewährleistungs- und

Schadenersatzansprüche bzw ganz allgemein Gläubigerpositionen begründet bzw. beeinträchtigt werden können.

c) **Rechtsformzwang nach dem GenG**

Diese soeben ausgeführte Wertung des österreichischen Gesetzgebers findet sich auch in § 1 Abs 1 GenG, wonach dieses Gesetz für Vereine von nicht geschlossener Mitgliederzahl gilt, die im Wesentlichen der Förderung des Erwerbs oder der Wirtschaft ihrer Mitglieder dienen (Genossenschaften), wie für Kredit-, Einkaufs-, Verkaufs-, Konsum-, Verwertungs-, Nutzungs-Bau-Wohnungs-, und Siedlungsgenossenschaften. Daraus leitet die hA ab, dass es einen **Rechtsformzwang zur Wahl der Genossenschaft bei beabsichtigter Entfaltung einer genossenschaftlichen Fördertätigkeit** gibt (*Dellinger* in *Dellinger*, § 1 GenG Rz 97 u FN 166 mZN; siehe dazu auch 4 Ob 71/90).

Bedenkt man, dass Coop auf Deutsch „Genossenschaft“ bedeutet und FoodCoops selbst Konsumgenossenschaften sowie Erzeuger- bzw Verbrauchergemeinschaften als historische Vorläufer bezeichnen, verbleibt für die Annahme der Zulässigkeit eines ideellen Vereins für diese Tätigkeiten kein Raum, wenn diese „Vereine“ nahezu ausschließlich Handelstätigkeiten ausüben.

d) **Abgrenzung zur Vermittlungstätigkeit**

Anders hingegen ist die Rechtslage zur beurteilen, wenn der Verein nicht in eigenem Namen kauft und verkauft, sondern lediglich die Vermittlung übernimmt. In diesem Fall wird dann davon auszugehen sein, dass ein primär ideeller Zweck verfolgt wird, wenn der Vertragsabschluss direkt zwischen Produzent und Kunden erfolgt, das Vereinsziel, biologische bzw regional produzierte Lebensmittel möglichst vielen Personen schmackhaft zu machen, also im Vordergrund steht und auch das Haftungsrisiko auf Seiten des Vereins deutlich reduziert ist. Sollten allerdings nur Vereinsmitglieder als Käufer der

vermittelten Waren in Frage kommen oder Vereinsmitglieder günstigere Konditionen lukrieren können, kann von einem überwiegend ideellen Zweck nicht mehr gesprochen werden.

Während also der Handel mit Lebensmitteln als Haupttätigkeit in der Rechtsform eines Vereins als grundsätzlich unzulässig zu beurteilen ist, stößt die Vermittlung des Handelns mit Waren vereinsrechtlich dann auf keine grundsätzlichen Bedenken, wenn – unabhängig von der Vereinsmitgliedschaft – jeder Käufer in den Genuss der vermittelten Waren zu gleichen Konditionen gelangen kann.

2.) Gewerberechtliche Beurteilung

a) Grundsätzliches zu § 1 Abs 6 GewO

§ 1 Abs 6 GewO verfolgt den **Zweck, die Umgehung der Gewerbeordnung durch die Bildung von Vereinen auszuschließen**: „Bei Vereinen gemäß dem Vereinsgesetz 1951 liegt die Absicht, einen Ertrag oder sonstigen wirtschaftlichen Vorteil zu erzielen, auch dann vor, wenn die Vereinstätigkeit das Erscheinungsbild eines einschlägigen Gewerbebetriebes aufweist und diese Tätigkeit - sei es mittelbar oder unmittelbar – auf Erlangung vermögensrechtlicher Vorteile für die Vereinsmitglieder gerichtet ist. Übt ein Verein gemäß dem Vereinsgesetz 1951 eine Tätigkeit, die bei Vorliegen der Gewerbsmäßigkeit in den Anwendungsbereich dieses Bundesgesetzes fiel, öfter als einmal in der Woche aus, so wird vermutet, dass die Absicht vorliegt, einen Ertrag oder sonstigen wirtschaftlichen Vorteil zu erzielen“.

Diese Bestimmung ist **im Sinne eines beweglichen Systems** zu verstehen und auszulegen: Wenn bei einem Verein eines der genannten Merkmale besonders stark ausgeprägt ist, reicht es für das Vorliegen einer gewerbsmäßigen Tätigkeit bereits aus, wenn die anderen Merkmale in nur abgeschwächter Form vorliegen.

Da der Handel mit Waren keinen ideellen Zweck darstellt, kann er nicht die Haupttätigkeit eines Vereins iSd Vereinszweckes darstellen (ansonsten wäre ein Umgehungsgeschäft anzunehmen, auf das die umgangene Norm anzuwenden ist, insbesondere Bestimmungen des GenG). Aber auch dann, wenn die Handelstätigkeit nicht den Hauptzweck des Vereins darstellt, benötigt ein Verein eine eigene Gewerbeberechtigung, wenn das Erscheinungsbild eines einschlägigen Gewerbebetriebes und zusätzlich ein vermögensrechtlicher Vorteil für die Mitglieder vorliegen.

b) Zum Erscheinungsbild eines einschlägigen Gewerbebetriebs

Zur Beurteilung des Vorhandenseins des Erscheinungsbildes eines einschlägigen Gewerbebetriebes können gerade auch Ausstattungsgegenstände herangezogen werden (VwGH 3.3.1999, 97/04/0183). Das Erscheinungsbild eines einschlägigen Gewerbebetriebes wird dann gegeben sein, wenn der Verein seinen Mitgliedern - wenn auch zur Förderung des ideellen Zweckes – Leistungen anbietet und erbringt oder **Waren an die Mitglieder vertreibt** und dies in einer Art und Weise vor sich geht, die vergleichbar ist mit dem Auftreten und der Gestion eines einschlägigen Gewerbebetriebes (690 BlgNR XVII. GP). Insofern macht es also grundsätzlich keinen Unterschied, wie oft das Gewerbe ausgeübt wird, oder ob das Erscheinungsbild dem hohen Qualitätsstandard von Kunden einer Supermarktkette entspricht, da eben auf das Erscheinungsbild eines einschlägigen Gewerbebetriebs abzustellen ist. Gerade beim Verkauf von agrarischen Produkten (direkt vom Landwirt) dürfen die diesbezüglichen Anforderungen nicht überspannt werden.

Im Sinne der obigen Ausführungen reicht es für das Erscheinungsbild eines einschlägigen Gewerbebetriebs in der konkreten Konstellation bereits aus, dass der Kauf und Verkauf von Waren, also die ureigenste Tätigkeit des Handels, verrichtet wird. Wenn dann auch das Bestellwesen (zB via Internet) professionell ausgestaltet ist, besteht kein erstzunehmender Zweifel am Erscheinungsbild eines Gewerbebetriebes mehr.

c) Zum vermögenswerten Vorteil

Ein vermögenswerter Vorteil für Vereinsmitglieder wird bereits dann erzielt, wenn ihnen die Möglichkeit geboten wird, Leistungen zum Selbstkostenpreis des Verkäufers, also des Vereins, in Anspruch zu nehmen (VwGH vom 19.6.1990, 90/04/0036; vgl 4 Ob 71/92 zur Veranstaltung von Reisen). Im Einzelnen ergibt sich ein wirtschaftlicher Vorteil zusätzlich auch aus folgenden Elementen:

- Der Zwischenhandel soll umgangen bzw. ausgeschaltet werden, sodass allein dadurch ein wirtschaftlicher Vorteil für die Mitglieder entsteht, dass durch den gemeinsamen Einkauf günstigere Preise erzielt werden, indem größere Mengen abgenommen werden. Gerade für diese Aktivitäten hat der Gesetzgeber die Rechtsform Genossenschaft (zwingend) vorgesehen.
- Die einzelnen Mitglieder sparen sich Zeit und Fahrtkosten, da die Abholung von den einzelnen Landwirten gebündelt erfolgt.
- Nicht mitarbeitende Vereinsmitglieder haben bereits dadurch einen wirtschaftlichen Vorteil, dass sie weder Zeit noch sonstigen Aufwand einbringen.
- Auch Landwirte können Mitglieder sein – gerade diese haben jedenfalls einen wirtschaftlichen Vorteil, wenn sie so ihre Produkte vertreiben.
- Es werden zB gespaltene Preise, also höhere Preise für Nichtmitglieder verlangt, die zusätzlich dem Verein selbst einen wirtschaftlichen Vorteil (Ertrag) verschaffen.

3.) Systematische Überlegungen

Auch bei systematischer Interpretation ist davon auszugehen, dass die vorgenommenen Tätigkeiten jedenfalls der Gewerbeordnung unterliegen müssen. Ansonsten wäre zum Beispiel das **Öffnungszeitengesetz** nicht

anwendbar, sodass sich FoodCoops **alleine dadurch einen wirtschaftlichen Vorteil** verschaffen könnten, **dass sie ihre Leistungen auch außerhalb der für sonstige Handelsbetriebe geltenden Öffnungszeiten Vorschriften anbieten könnten.** Auch das Erfordernis einer **Betriebsanlagengenehmigung** knüpft unmittelbar an das Vorliegen einer gewerblichen Tätigkeit an. Im **Lebensmittelrecht** spielt es eine maßgebliche Bedeutung, ob Lebensmittelhändler aufgrund ihrer Gewerbeberechtigung als solche publik sind, oder gleichsam als „U-Boote“ (also ohne jegliche Registrierung) agieren.

Selbiges gilt im Steuerrecht, insbes. die Umsatzsteuer betreffend oder SV-Recht iZm der notwendigen Anmeldung von Mitarbeitern bei der GKK, selbst wenn diese unentgeltlich mitarbeiten würden (sog. Anspruchslohn).

C. Zusammenfassung

Der Kauf und Verkauf von Waren ereignet sich unmittelbar auf der materiellen Ebene und stellt daher per se keinen ideellen Zweck dar. Da Vereine nach dem Vereinsgesetz primär einen ideellen Zweck verfolgen müssen, scheidet der Handel mit Lebensmitteln als primäre Vereinstätigkeit bzw wesentlicher Vereinszweck aus - dies nicht zuletzt auch aus Gläubigerschutzüberlegungen. Der Betrieb von FoodCoops in Vereinsform ist daher insofern rechtlich unzulässig, als nicht bloß der Handel mit Lebensmitteln (unabhängig von der Vereinsmitgliedschaft) vermittelt, sondern der Handel mit Lebensmitteln schlechthin ausgeübt wird. Derartige Tätigkeiten sind im Übrigen regelmäßig den Genossenschaften vorbehalten.

Selbst unter der Annahme, FoodCoops in Vereinsform dürften im Rahmen ihres Vereinszwecks selbst mit Lebensmitteln handeln, würde dieser Handel das Erscheinungsbild eines einschlägigen Gewerbebetriebes und der Verkauf zum Selbstkostenpreis einen wirtschaftlichen Vorteil für die Mitglieder begründen, sodass die Gewerbeordnung auf solche Vereine jedenfalls anzuwenden wäre.

