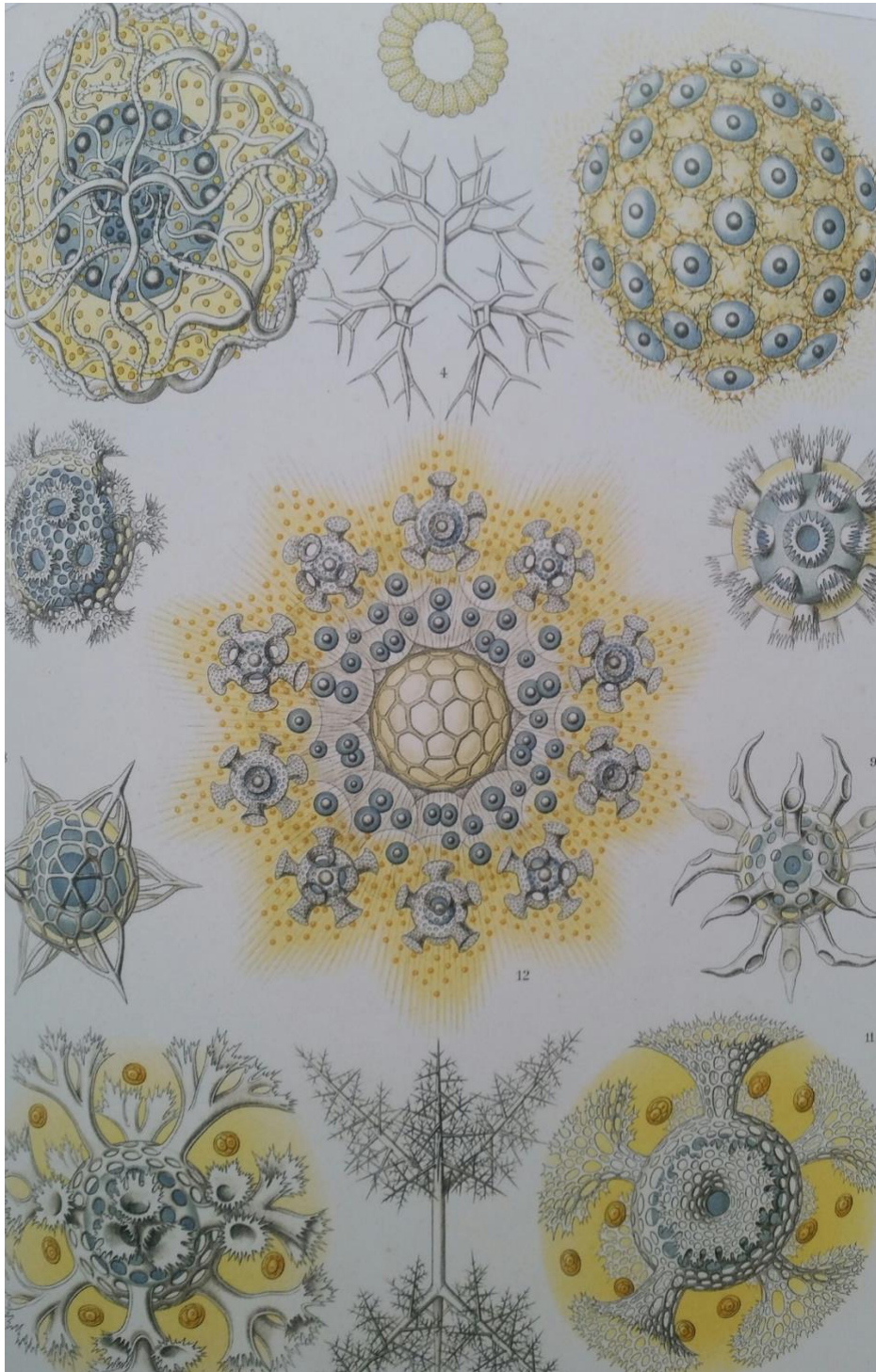


Protokoll  
Online-Workshop Community Building  
31. Jänner 2023



Vereins-Strahllinge (*Collosphaera Polycyttaria*) – Ernst Haeckel, Naturforscher und Künstler, Ende 19. Jhdt.

Zu Beginn gab es eine kurze Vorstellungsrunde der Teilnehmer:innen (die Auflistung findet sich am Schluss)

### Ausgangslage:

Grundfragen, die immer wieder aufpoppen: Warum sollte man sich überhaupt den Aufwand antun, eine FoodCoop zu betreiben? Wie argumentiert man Außenstehenden den Vorteil einer Mitgliedschaft und wie nutzbringend ist das Konzept überhaupt, wenn man es im gesamtgesellschaftlichen Zusammenhang betrachtet - ist es nicht ein Minderheitenprogramm für die gehobene alternative Mittelschicht und hat relativ wenig erkennbare Effekte im Großen?

Angesichts vieler anderer, niederschwelligerer Alternativen, die das Ziel mitunter sogar effizienter verfolgen (24h-Selbstbedienungs-Hofläden, Dorfladenboxen etc), ist die Unique Selling Proposition (USP) einer FoodCoop, einen Ort zum Wohlfühlen, für neue Erfahrungen und für Begegnung zu schaffen. Daher legen viele FoodCoops nach dem coronabedingten Zurückfahren von Sozialkontakten nun wieder den Fokus besonders darauf, Begegnungsräume zu bieten, das gemeinsame Erleben in den Vordergrund zu rücken und direkten Kontakt zu Hersteller:innen zu ermöglichen!

**Die Ergebnisse dieses Workshops sollen dabei helfen! Es handelt sich bei diesem Protokoll um eine wirklich sehr umfassende Zusammenschau aller Inputs im Vorfeld und während des Workshops – entnehmt euch daraus, was ihr brauchen könnt – wie bei einem Buffet!**

### Inhaltsübersicht:

<b>Inputs zu „Community Building“ von Lucia Schramm-Kaineder:</b> .....	3
Umfrageergebnisse: <b>Herausforderungen bei der Gründung</b> .....	6
Umfrageergebnisse: <b>Was gelang bei der Gründung gut, Empfehlungen</b> .....	7
Umfrageergebnisse: <b>Herausforderungen im laufenden Betrieb</b> .....	8
Ideenbuffet: <b>Gelingendes im Alltagsbetrieb</b> (Tipps während des Workshops) .....	9
Umfrageergebnisse: <b>Gelingendes im Alltagsbetrieb</b> .....	11
<b>Ergänzende Inputs von Lucia Schramm-Kaineder:</b> .....	12
<b>Links, Videos, Buchempfehlungen, Radiosendungen:</b> .....	14
<b>Vereinbarung mit der WKO</b> .....	16
<b>Projekt „Appetit auf Gutes“: Angebot</b> .....	17

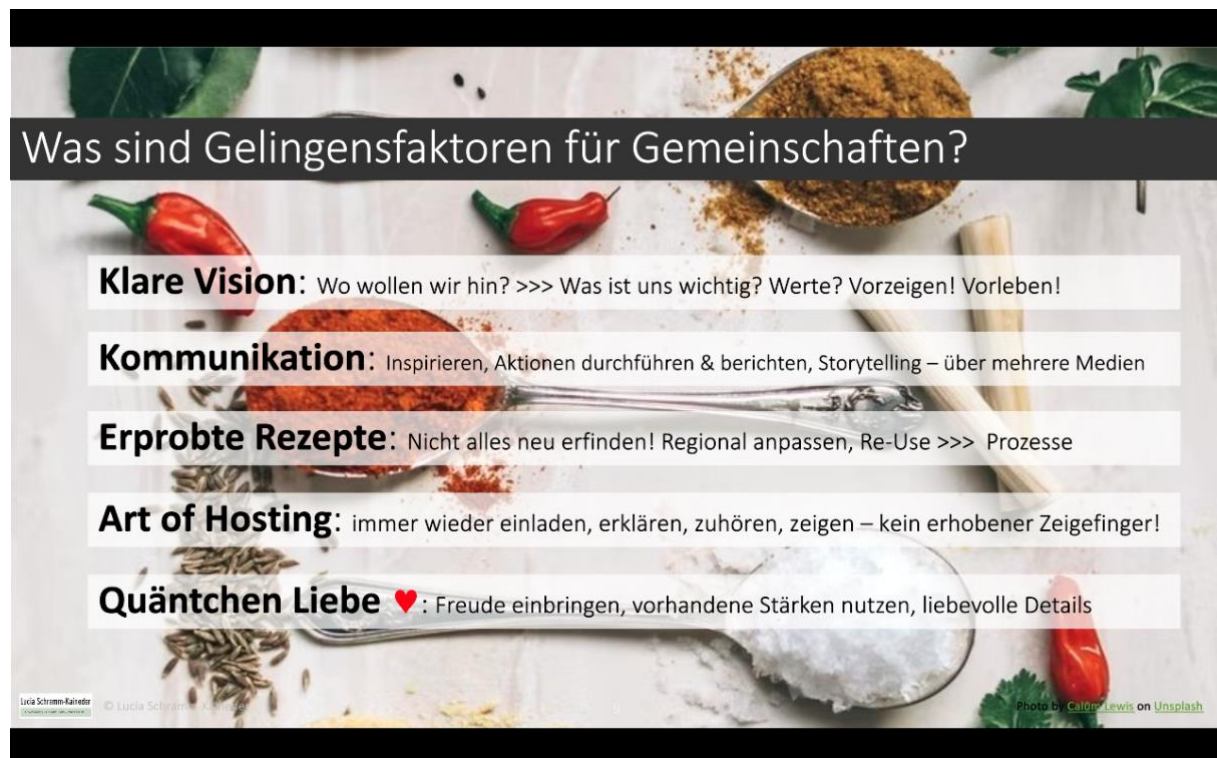
## Inputs zu „Community Building“ von Lucia Schramm-Kainerder:

Geht man von der **Bedürfnispyramide nach Maslow** aus, müssen zuerst die Grundbedürfnisse nach Nahrung, Schutz, Sicherheit sowie soziale Bedürfnisse wie Familie und Freunde erfüllt sein, bevor man sich weiter engagieren kann und will. Ist diese Basis jedoch gegeben, so strebt man nach Wertschätzung und Selbstverwirklichung im weiteren sozialen Umfeld.

### Was motiviert also, sich u.U. auch in einer gemeinschaftlich getragenen Initiative zu engagieren?:

In Zeiten von gesellschaftlicher Unsicherheit (Coronakrise, Inflation etc) ist es kein Wunder, wenn das ehrenamtliche Engagement leidet – die essentielleren Grundbedürfnisse stehen beim Einzelnen im Vordergrund. Man muss wieder besonderen Fokus auf den Mehrwert für die Mitglieder legen!

**Gemeinschaft gibt Sicherheit:** Menschen sind soziale Wesen → Menschen wollen gestalten → Menschen streben nach Sinn → Menschen können im Rahmen von FoodCoops in diesem sinnvollen Betätigungsfeld Sinn finden!



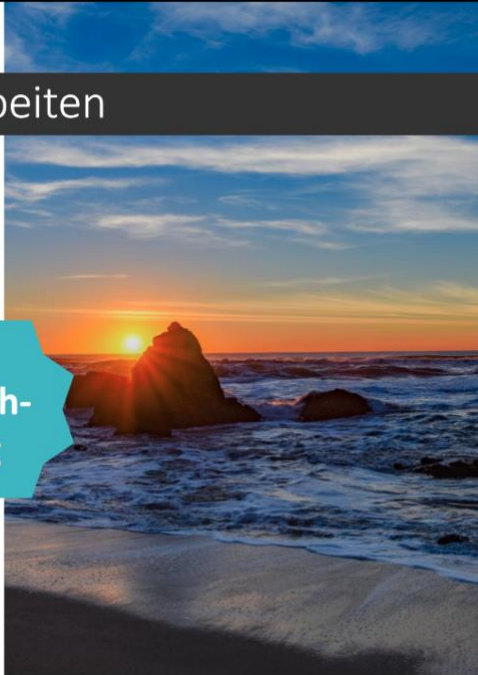
### Was sind Gelingensfaktoren für Gemeinschaften?

- Klare Vision:** Wo wollen wir hin? >>> Was ist uns wichtig? Werte? Vorzeigen! Vorleben!
- Kommunikation:** Inspirieren, Aktionen durchführen & berichten, Storytelling – über mehrere Medien
- Erprobte Rezepte:** Nicht alles neu erfinden! Regional anpassen, Re-Use >>> Prozesse
- Art of Hosting:** immer wieder einladen, erklären, zuhören, zeigen – kein erhobener Zeigefinger!
- Quäntchen Liebe** ❤️: Freude einbringen, vorhandene Stärken nutzen, liebevolle Details

Lucia Schramm-Kainerder © Lucia Schramm-Kainerder Photo by Calum Lewis on Unsplash

## Ideen-Büffet >>> Werte und Vision erarbeiten

- Gemeinsame Vision formulieren („Lehre die Sehnsucht nach dem Meer“)
- Wichtig um Leitungsteam einzuschwingen und weitere Aktive / Partner / Interessenten zu finden
- Vorbildwirkung / Wo geht es hin?
- Werte / Ergebnisse verschriftlichen & kommunizieren!
- **Werte und Vision nachvollziehbar machen!**
- **PR! Webseite! Blog!**




Ziel:  
**Ausrichtung**

Lucia Schramm-Kaineder 11

## Ideen-Büffet >>> Regeln verschriftlichen

- Statuten, Manifest, Rollen – gemeinsam erarbeiten
- **Prozesse verschriftlichen und online stellen**, alles transparent, „nachvollziehbar“ machen:
  - Wie werde ich Mitglied? Wie kündige ich?
  - Schnuppern möglich? Onboarding?
  - Was wird erwartet? Was darf ich? Wer macht was? >>> **Kümmerer-Energie aufteilen!**
- **Alles im Raum beschriften**, inkl. Wegführung!
- Gemeinsame Regeln im Raum sichtbar machen
- Büffet: Alles darf, nichts muss
- **Q&A aufbauen**  
>>> wenn einer die Frage hat, hat sie potentiell jemand zweites!



Ziel: **Self-Service\***

\* dadurch mehr Zeit für Beziehungsaufbau

Lucia Schramm-Kaineder 12

## Ideen-Büffet >>> Onboarding im Team

- **Offene Treffs** / Interessenten immer wieder persönlich einladen (niederschwelligst!)
- **Interessenten managen!** Kontakte & Infos aufschreiben (Asana / Trello); strukturiert nachfassen; Neue fragen, woher sie kommen, wie sie aufmerksam geworden sind >>> **Überprüfung des eigenen Marketings**
- **Info-Hour** vor / am Abhol-Tag (gleich einweben in Echtbetrieb)
- **Sich aktiv um Neue kümmern!** Kennenlernen, gleich anderen Personen vorstellen – einweben
- **Mitglieder / Lieferanten anerkennen!** (Member Wall, Erzeuger Stories, Social Media Taggen / Teilen, Aktiv vernetzen)
- **Mentoring** / Mentor zur Seite stellen
- **Prozesse, Rituale** definieren –
  - nach 3, 6, 12 Wochen nachfragen, wie es geht
  - Informationen besser Stück-für-Stück zu schicken (Email-Automatisation) – oft zu viel zu Beginn.

Lucia Schramm-Kaineder

Ziel: **Warm welcome\***

\* **Sofort Teil davon sein!**  
Fokus auf die, die da sind!

## Mitglieder innen & außen sichtbar machen

**BEISPIEL**

**Erfolgsbeispiel Kreative Wand-Gestaltung...**

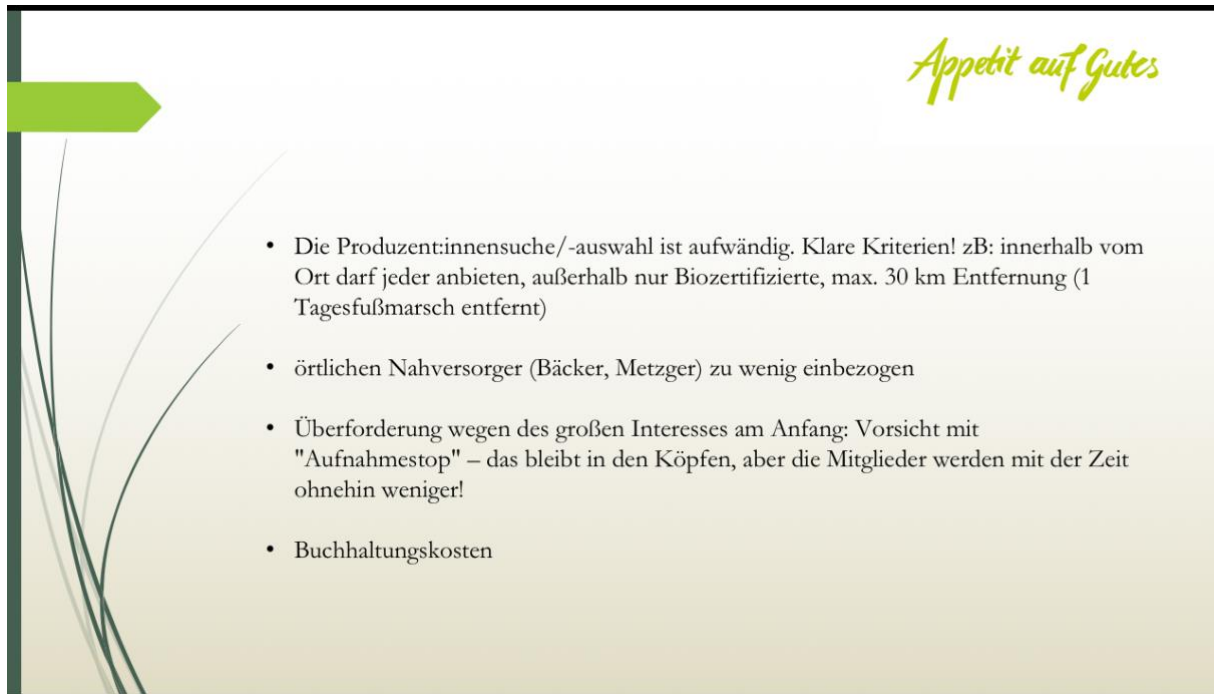
Lucia Schramm-Kaineder

**Erfolgsbeispiel Member Stories Blog & Insta...**

Lucia Schramm-Kaineder

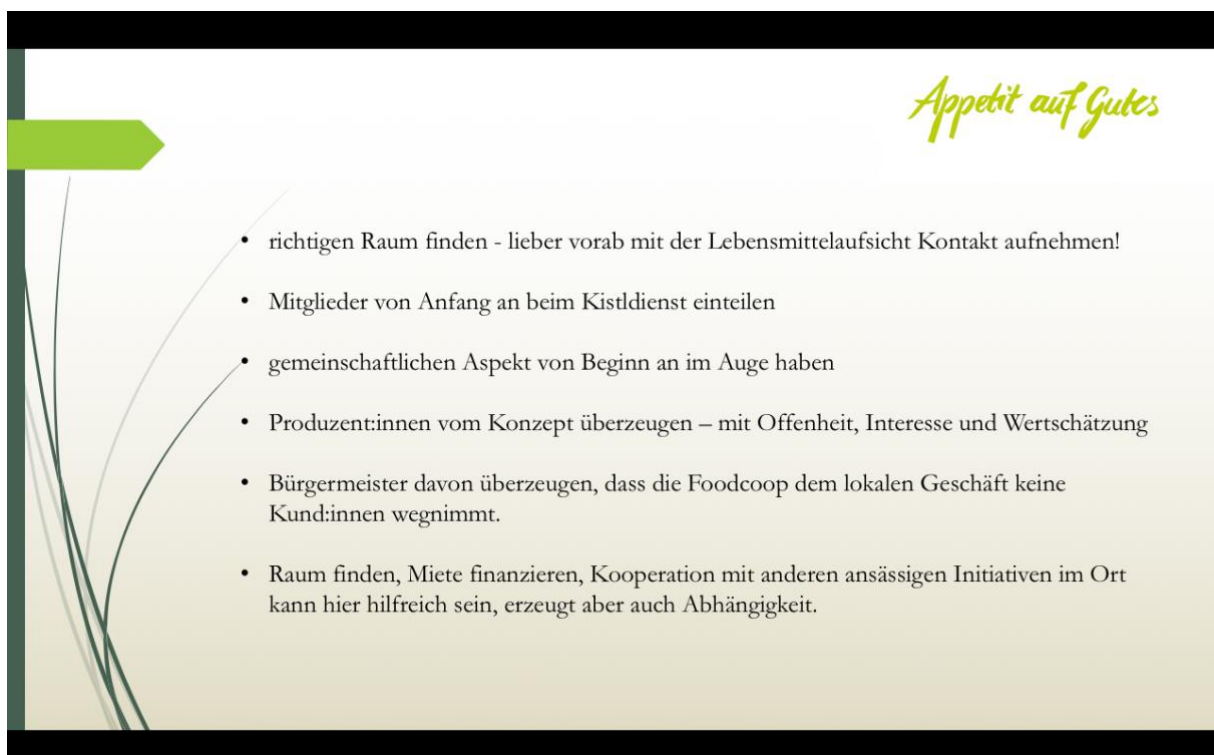
21

## Umfrageergebnisse: Herausforderungen bei der Gründung



*Appetit auf Gutes*

- Die Produzent:innensuche/-auswahl ist aufwändig. Klare Kriterien! zB: innerhalb vom Ort darf jeder anbieten, außerhalb nur Biozertifizierte, max. 30 km Entfernung (1 Tagesfußmarsch entfernt)
- örtlichen Nahversorger (Bäcker, Metzger) zu wenig einbezogen
- Überforderung wegen des großen Interesses am Anfang: Vorsicht mit "Aufnahmestop" – das bleibt in den Köpfen, aber die Mitglieder werden mit der Zeit ohnehin weniger!
- Buchhaltungskosten



*Appetit auf Gutes*

- richtigen Raum finden - lieber vorab mit der Lebensmittelaufsicht Kontakt aufnehmen!
- Mitglieder von Anfang an beim Kistldienst einteilen
- gemeinschaftlichen Aspekt von Beginn an im Auge haben
- Produzent:innen vom Konzept überzeugen – mit Offenheit, Interesse und Wertschätzung
- Bürgermeister davon überzeugen, dass die Foodcoop dem lokalen Geschäft keine Kund:innen wegnimmt.
- Raum finden, Miete finanzieren, Kooperation mit anderen ansässigen Initiativen im Ort kann hier hilfreich sein, erzeugt aber auch Abhängigkeit.

## Umfrageergebnisse: Was gelang bei der Gründung gut, Empfehlungen

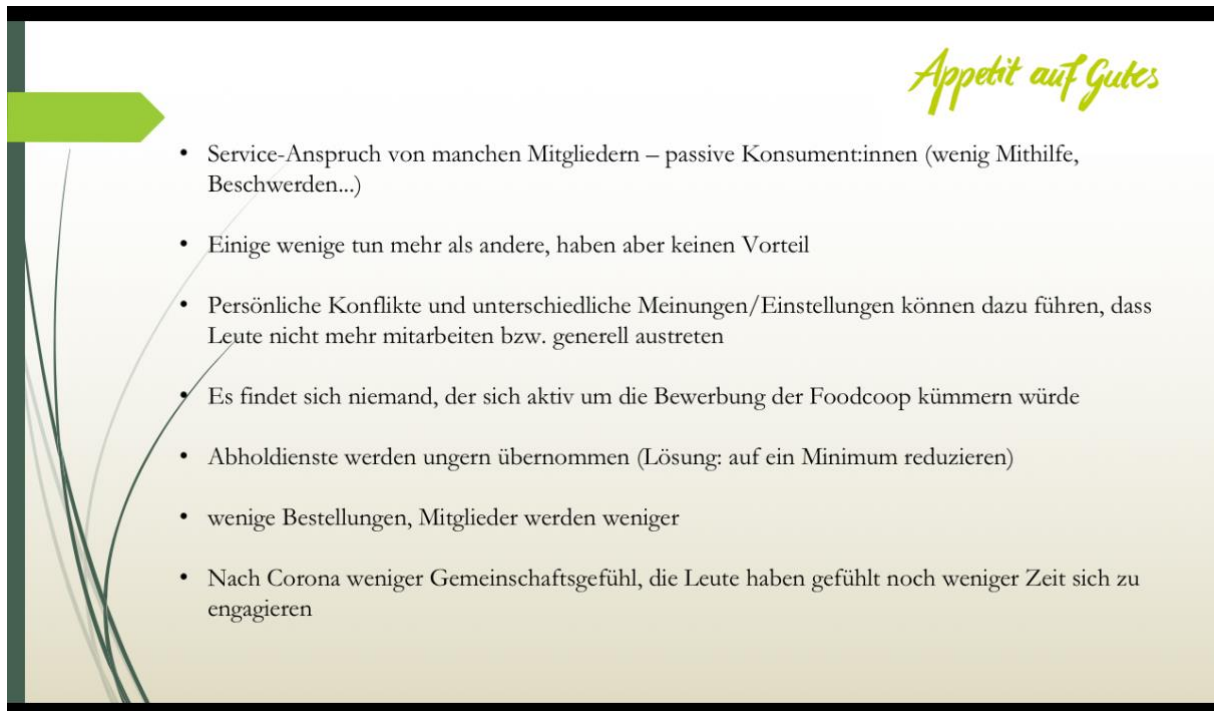
### *Appetit auf Gutes*

- enge Zusammenarbeit mit der Gemeinde (Förderungen, Raum, Publicity und Vernetzung)
- Prominenter Platz (durch Unterstützung der Gemeinde)
- niederschwellige Aufnahmekriterien sowohl bei Mitgliedern als auch Produzent:innen (geringer Mitgliedsbeitrag, kein Ausschluss von lokalen konventionellen Produzent:innen (fördert den Austausch zwischen verschiedenen Weltanschauungen, bringt Menschen zur FoodCoop, die nicht totale Bio-Fans sind, aber diese Produkte dann trotzdem kaufen und sich damit auseinandersetzen,...))
- Über Gemeindezeitung zu großer Auftaktveranstaltung / Diskussion (mit Expert:innen) einladen (ersatzweise Online-Infoabend)
- Social Media nutzen, Berichte in Regionalzeitungen
- Sichtbarkeit durch Veranstaltungen

### *Appetit auf Gutes*

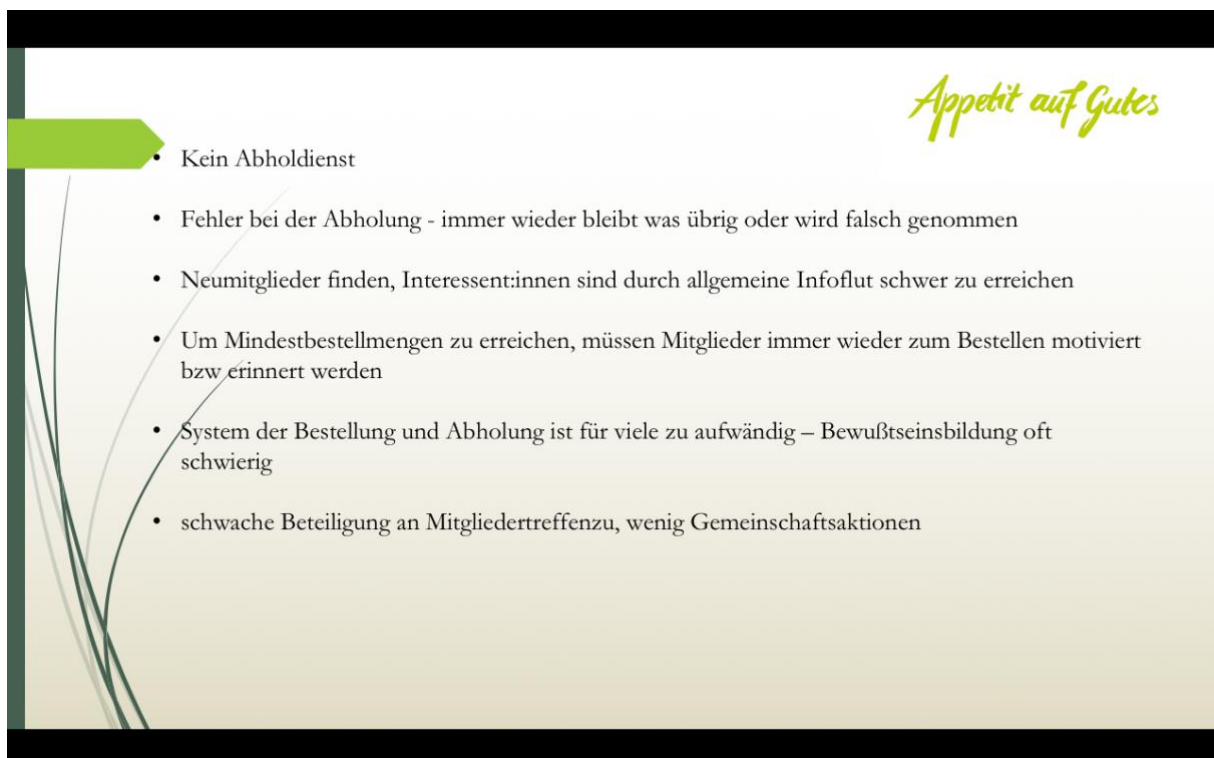
- Hersteller:innen nehmen, die die Idee von FoodCoops gern unterstützen
- keine Mitglieder halten wollen - es ist ein Kommen und Gehen bei den Mitgliedern, darauf vertrauen!
- Unterstützung durch Nachbar-FoodCoops
- Gutes Teamwork (Kernteam 15 Personen) mit regelmäßigen Treffen - klare Aufgabenverteilung (Leitungskreis, Arbeitskreise, ...)
- Gute Vernetzung mit lokalen Initiativen
- Von Anfang an breites Produktsortiment
- Ausgereifte Software-Lösungen erleichtern strukturiertes Arbeiten und reibungslosen Ablauf

## Umfrageergebnisse: Herausforderungen im laufenden Betrieb



*Appetit auf Gutes*

- Service-Anspruch von manchen Mitgliedern – passive Konsument:innen (wenig Mithilfe, Beschwerden...)
- Einige wenige tun mehr als andere, haben aber keinen Vorteil
- Persönliche Konflikte und unterschiedliche Meinungen/Einstellungen können dazu führen, dass Leute nicht mehr mitarbeiten bzw. generell austreten
- Es findet sich niemand, der sich aktiv um die Bewerbung der Foodcoop kümmern würde
- Abholdienste werden ungern übernommen (Lösung: auf ein Minimum reduzieren)
- wenige Bestellungen, Mitglieder werden weniger
- Nach Corona weniger Gemeinschaftsgefühl, die Leute haben gefühlt noch weniger Zeit sich zu engagieren



*Appetit auf Gutes*

- Kein Abholdienst
- Fehler bei der Abholung - immer wieder bleibt was übrig oder wird falsch genommen
- Neumitglieder finden, Interessent:innen sind durch allgemeine Infoflut schwer zu erreichen
- Um Mindestbestellmengen zu erreichen, müssen Mitglieder immer wieder zum Bestellen motiviert bzw erinnert werden
- System der Bestellung und Abholung ist für viele zu aufwändig – Bewußtseinsbildung oft schwierig
- schwache Beteiligung an Mitgliedertreffen zu, wenig Gemeinschaftsaktionen



## Ideenbuffet: Gelingendes im Alltagsbetrieb (Tipps während des Workshops)

**Ideen-Büffet:** Was funktioniert bei dir besonders gut? Worauf bist du stolz?

Wofür könnte deine FoodCoop Vorzeigebispiel sein?

Wo könntest du Impulse geben / Mentor sein?

Schreibe mind. 3 Beispiele in den Chat

Ziel: 5 Minuten **Erfahrungsaustausch**

Lucia Schramm-Kaineder 37 Photos: Lucia Schramm-Kaineder

### Gruppendynamik, Gemeinschaftsgefühl:

- Wir machen sogenannte Landgänge. Also gemeinsame Wanderungen zu Produzent:innen. Die sind öffentlich ausgeschrieben. Wer kommt kommt und kommt mit. Meist sind sie mit einer Verkostung vor Ort gekoppelt.. (Genussfairteiler Neumarkt i. Mkr.)
- Wir machen einen alljährlichen GuaT-Wandertag zu unseren Produzent:innen der breit in der Region/Gemeinde beworben wird und sehr gut ankommt (GuaT Taiskirchen)
- Soziokratie! (Kollerabi, Wien) – soziokratische Wahl, Arbeitskreise
- Verbindung der foodcoop mit Tauschkreis ist fruchtbringend: (gemeinsamer Mitgliedsbeitrag!): Die Leute kommen mehr zusammen, kommen ins Tun! [www.talenteverbund.at](http://www.talenteverbund.at) (FoodCoop Wienerwald)
- Ein- bis zweimal im Monat ein Brunch am Samstag-Vormittag: Abwechselnd ist eine Person für Vorbereitung zuständig, manchmal wird ein/e Produzent:in eingeladen, die/der eine Verkostung anbietet, ansonsten bringt jede/r einen Beitrag zum Buffet mit. Besonders gut geeignet auch, um mit Tauschmöglichkeit für Selbstgemachtes, Kleidung zu koppeln! (FoodCoop Wienerwald)
- in unserem Kernteam gibt's eine große Motivation zum (gemeinsamen) kistldienst, einen Wandertag haben wir bereits organisiert (Brot&Ruam, Aspach)
- Signal channel für alle aktiven mitglieder, super zum erinnern ans bestellen etc. nachfragen ob wer was falsch mitgenommen hat bei der abholung ;) (Fairteiler Scharnstein)

### Sichtbar werden:

- Raum für Begegnung schaffen, Schwellenangst nehmen, Themen vertiefen. Foodcoop geht raus, in unserem Fall auf zwei Parkplätzen vor der Tür. dort haben wir eine Grätzloase mit Beeten installiert (Allmunde, Wien)

- Station beim Dorffest bei dem die Produzenten Essen anbieten, mit Kinderprogramm etc (Fairteiler Scharnstein)
- Programmpunkt beim Ferienspiel der Gemeinde, super kostenlose Bewerbung weil das alle Eltern anschauen (Fairteiler Scharnstein)
- Lieferant:innen, die im Blog regelmäßig über ihre neuen Produkte berichten und Rezepte anbieten, haben bessere Umsätze (sINNKistl, Reichersberg)
- staffteilst. kinderstand mit gemüsemandala angeboten. (Barefood Innsbruck)

### Neue ins Boot holen:

- Wenn Neue zu Treffen kommen, die viele Fragen hätten, jedoch die TOPs auch abgearbeitet werden sollten: Jemanden extra für die Neuen abstellen, der währenddessen eine Führung/Einführung macht. Oder Neue eine Stunde vorm regulären Treffen einladen und sie im Anschluss gleich in die Gruppe einführen.
- Buddysystem, Mentoren oder Peergroups für Neue: Nicht nur die längstgedienten Mitglieder sollen Neue einführen!
- **Von Anfang an klar kommunizieren!!!** Entweder man will als FoodCoop, dass nicht mit passiver Konsumhaltung davon ausgegangen wird, dass man eine Leistung wie im Geschäft erwarten kann, und schreibt dies gleich klipp und klar auf Infolyer und Homepage oder hält es in ein Anmeldeformular für eine Probestellung (sh.zB. Franckkistl <https://franckkistl.at/mitmachen/>) fest. Oder man verfolgt als FoodCoop ein niederschwelligeres Modell, wo auch passive Mitglieder willkommen sind.

### Abholzeit organisieren:

- Jungpensionist:innen sind ein heißer Tipp für Unterstützung beim Abholdienst: gemeinsam mit einem erfahreneren Mitglied bringen sie sich besonders konstant ein.
- Wenn Kisterl vorgepackt werden, ist die Abholzeit weniger gesellig, die Vorbereitungen sind für die Mitglieder auch zeitaufwändiger. Für die Mitglieder ist's natürlich bequem. Eine interessante Lösung gibt's beim Kerbal Kremsmünster: Die Produzent:innen räumen gleich bei der Anlieferung die Produkte in die richtigen Kisterl.
- Bei GuaT hat man gute Erfahrungen mit einer geringfügigen Anstellung gemacht: Während der Abholzeit ist immer jemand da, der sich auskennt. Die Hauptverantwortung für die Abholung wird von dieser Person getragen – dadurch fällt es aber auch den anderen leichter, mitzuhelfen.

### Aufgabenverteilung:

- Grundsätzlich muss man akzeptieren lernen, dass sich nie alle Mitglieder gleich einbinden lassen: Faustregel 1/3 ist federführend, 1/3 hilft aktiv mit, beim restlichen 1/3 soll man wertschätzen, dass sie einfach mitbestellen!
- Wollen Mitglieder mit sehr tragenden Rollen Aufgaben abgeben, so gilt es auch wirklich loslassen zu lernen. Es empfiehlt sich auch durchaus, es mal draufankommen zu lassen: wird eine Funktion eine Zeit lang nicht erfüllt, wird sich je nach Relevanz dann schon jemand anderer dafür finden.

### Allgemein:

- wir vernetzen uns auch innerhalb innsbrucks mit anderen foodcoops und bestellen gemeinsam. ist zwar kompliziert, aber nachhaltiger. (Barefood Innsbruck)
- Bei allerlei Fragen rund um den Betrieb von FoodCoops wird man auch im **online-Forum** (discourse) der **IG-FoodCoops** fündig! Um Zugang dazu zu erhalten, muss die FoodCoop Mitglied in der IG sein. <https://foodcoops.at/ig/>

## ACHTUNG! Nicht alles alleine machen!

- Überbordende Vielfalt überfordert oft.
- Wo anfangen?
- >>> Daher
  - Kooperations- und Sparring Partner suchen!
  - Gemeinsame Aktionen, gemeinsame Kommunikationen
  - Sich gegenseitig stärken / pushen „Empfehlungsmarketing“
  - Stärker und mehr kooperieren!

Das Ziel, FoodCoops untereinander bestmöglich zu vernetzen und in vielen Fragen zu unterstützen verfolgt in Österreich auch die IG FoodCoops. Sie lebt vom aktiven Engagement der Beteiligten und freut sich über die Mitgliedschaft all eurer Initiativen und bietet auch ein umfassendes Forum für alle möglichen Fragen rund um den FoodCoop-Alltag!

**IG FoodCoops**

Lucia Schramm-Kaineder  
Sociality, Diversity, Network

43



## Umfrageergebnisse: Gelingendes im Alltagsbetrieb

*Appetit auf Gutes*

- relativ gutes Sortiment, Abholung schon alles markiert und hergerichtet - es ist sehr bequem
- Selbstorganisation beim Einteilen des Abholdiensts. Eintragen in Liste. Genügend Menschen, die das regelmäßig machen.
- Gute Lage zwischen einem Geschäft und einem Cafe - Win-Win-Situation.
- Gute Zusammenarbeit mit Produzent:innen
- Mitgestalterteam, das in Aktivitäten und Prozesse nun intensiv eingebunden wird – neue Gesichter – frischer Wind
- gute Kommunikation in der Gruppe – reges Vereinsleben (Organisation von Exkursionen, Umfrage bei den Mitgliedern....)
- Viele verschiedene Personen machen Kleinigkeiten - so wirds ein großes Ganzes

*Appetit auf Gutes*

- gute Arbeitsteilung (ehrenamtliche Arbeit wird nicht zur Belastung) - beständiges Team
- Projekt trägt sich finanziell selbst
- Lieferant:innen agieren sehr selbständig (Kisterl-Befüllen, Lagerbestand-Auffüllen, Handling Webshop)
- hohe Eigenverantwortung
- Mitglieder organisieren selber neue Produzent:innen
- Sehr gute und kreative Zusammenarbeit im Kernteam; mehr und mehr geselliges Beisammensein & Engagement auch mit bzw. von "restlichen" Mitgliedern
- Kommunikation über WhatsApp-Gruppe
- gute Bandbreite an Produkten, zuverlässige Lieferungen

## Ergänzende Inputs von Lucia Schramm-Kaineder:

### Ideen-Büffet >>> öffentliche Events

- **Alle Aktivitäten zum Event machen**
  - öffentlich ausschreiben mit „offener Tür“: Interessenten dazu einladen!
  - Extra Gästetag (Bring a friend! Bring your Family, Open House) mit Info-Hour (offene Info-Veranstaltung kurz vor Beginn Mitglieder-Event)
- **Beziehungsebene fördern** – Zeit miteinander verbringen
  - Jahreskreis-Feste, Geburtstage, Jubiläen,...
  - Picknick, Grillerei (Bring your own Food)
  - Freizeit-Aktivitäten reinholen (gemeinsames Film schauen, wandern, Vereins-Ausflug, Wuzzel-Turnier“)
  - Kooperationen, Nachbarschaftsbesuche von Firmen, Hersteller / Lieferanten besuchen.... (AXIS goes to ....Touren)

Ziel:  
**Angebote schaffen\***

\* Einladungen



Lucia Schramm-Kaineder  
COMMUNITY BUILDING NETWORK

14

## Tue Gutes und sprich darüber

- **Selbstmarketing ist wichtig!**
- >>> **Wer nutzt welche Medien?** (FB / Insta / LinkedIn / WhatsApp / TikTok / Twitter / PR / ...)
- PR / Regionalmedien, Regionales interessiert am meisten
- Digitale Kanäle >>> Es darf / soll Spaß machen!
- Eigenen Instagram-Hashtag definieren!
  - #foodcoopxxx oder #foodcoopoe
- Community-Kommunikation, wie zB. SLACK, oder Facebook-Gruppen
- WhatsApp Broadcast-Gruppe (nur Admin posted)
- Webseite / Podcast = longterm content

Ziel:

**Digitale  
Kommuni-  
kation\***



Lucia Schramm-Kaineder

@Bio Austria: <https://www.schmecks-ooe.at/thema/trends/trends-trends/foodcoops/>

## Raum für Lagerfeuer-Momente

BEISPIEL

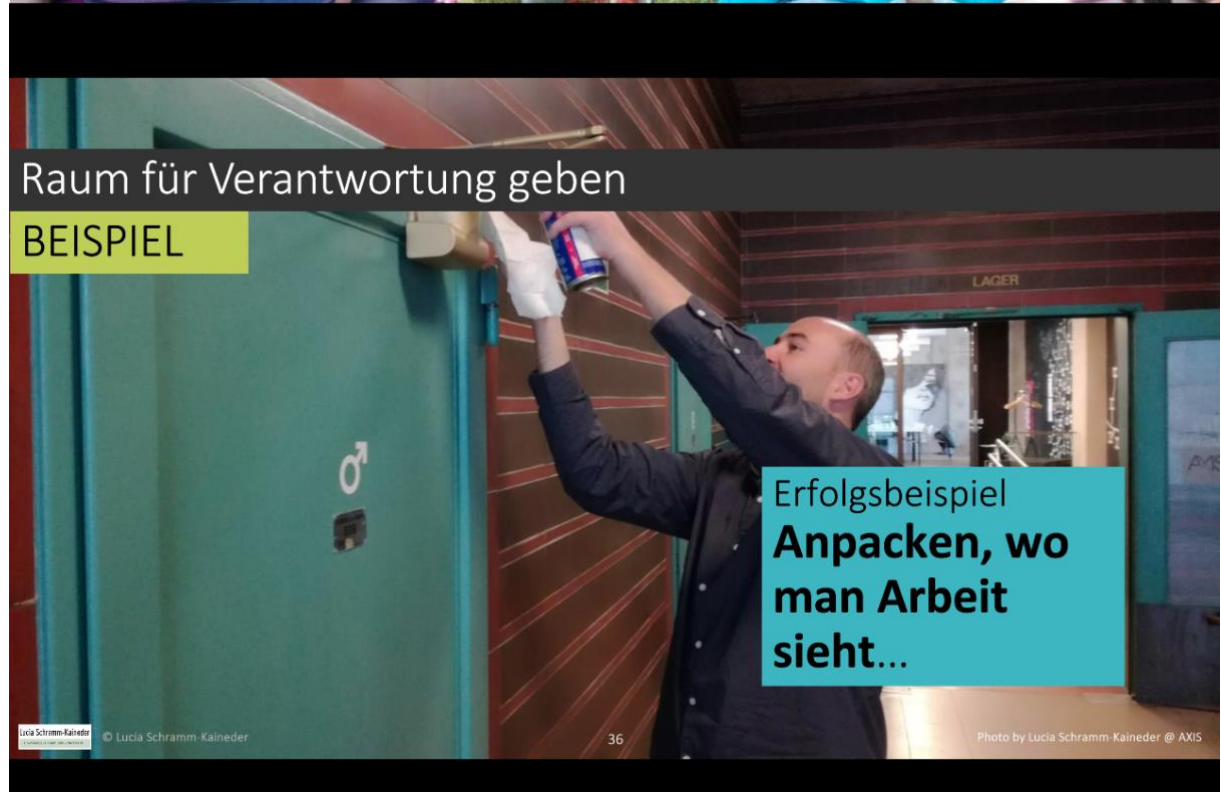


Erfolgsbeispiel  
**Community &  
Family Event...**

< > [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ]

30

Photo by Tessi Lehner @ AXIS



## Links, Videos, Buchempfehlungen, Radiosendungen:

### Erklärvideos von FoodCoops:

sINNNkistl: <https://www.sinnkistl.at/aktuelles/140-sINNNkistl-Video>

GüterWeGe: <https://www.gueterwege.at/aktuelles/202-Video-Mitglieder-ueber-ihre-Bewegruende>

FoodCoops in der Umgebung von Vöcklabruck: <https://www.vrva.at/vamos/food-coops/>

Kollerabi: <https://kollerabi.fcoop.at/was-ist-eine-foodcoop/>

**Radiosendungen der FoodCoop GüterWeGe** auf Radio B138: Findet man zum Nachhören auf der Homepage der GüterWeGe: <https://www.gueterwege.at/content/17-Radio>

### Buchtip: Organisiert euch!

In diesem Handbuch steckt die geballte Erfahrung von über 30 aktiven Personen aus über 20 Kollektiven. Man findet 350 Seiten praktisches Wissen für den Alltag als engagierte Gruppe - für Anfänger:innen und Fortgeschrittene: konkrete Anleitungen, Vorlagen zum Download und zum Ausdrucken (auf der Website), Beispiele aus der echten Welt und noch viel mehr.

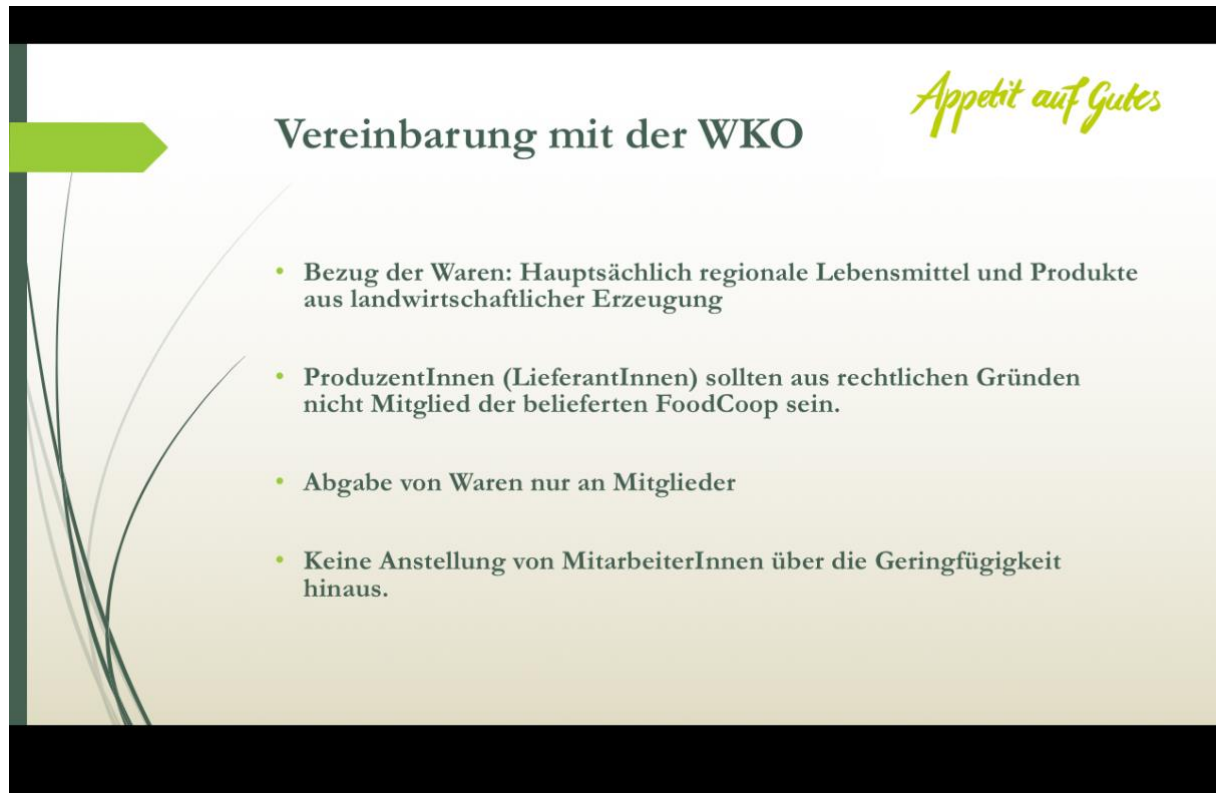
Die erste Auflage ist leider vergriffen. Aber es ist online downzuladen. <https://organisiert-euch.org/>

### Filmtipps für Vorführungen:

- [„Anders Essen“](#) von Kurt Langbein und Andrea Ernst. Ein Film für noch eher unbewußt handelnde Zielgruppen, gut geeignet für Veranstaltungen, wo man als FoodCoop neue Leute ansprechen und zum Nachdenken anregen möchte. Der Fairteiler Scharnstein hat vorigen Sommer damit ein Sommerkino mit Diskussion veranstaltet. Davor gabs Verkostungen von Produzent:innen. Das hat uns auf die Idee gebracht, ihn anderen FoodCoops für ähnliche Aktivitäten zur Verfügung zu stellen. Er ist über Appetit auf Gutes ab nun zwei Jahre kostenlos zu beziehen – bitte bei Tanja melden: [tanja.obernberger@klimabuendnis.at](mailto:tanja.obernberger@klimabuendnis.at)
- Für vertiefende Themenabende im internen Kreis: SoLaWi-Film [Ernte teilen](#)
- Filmtipp von Mirko: [Generation Change](#) über Südwind. Man kann eine Vorführung des Films für Schulen oder in Gemeinden kostenlos und unkompliziert organisieren. Dafür einfach Südwind kontaktieren [merle.weber@suedwind.at](mailto:merle.weber@suedwind.at) und alles Weitere vereinbaren!

## Vereinbarung mit der WKO

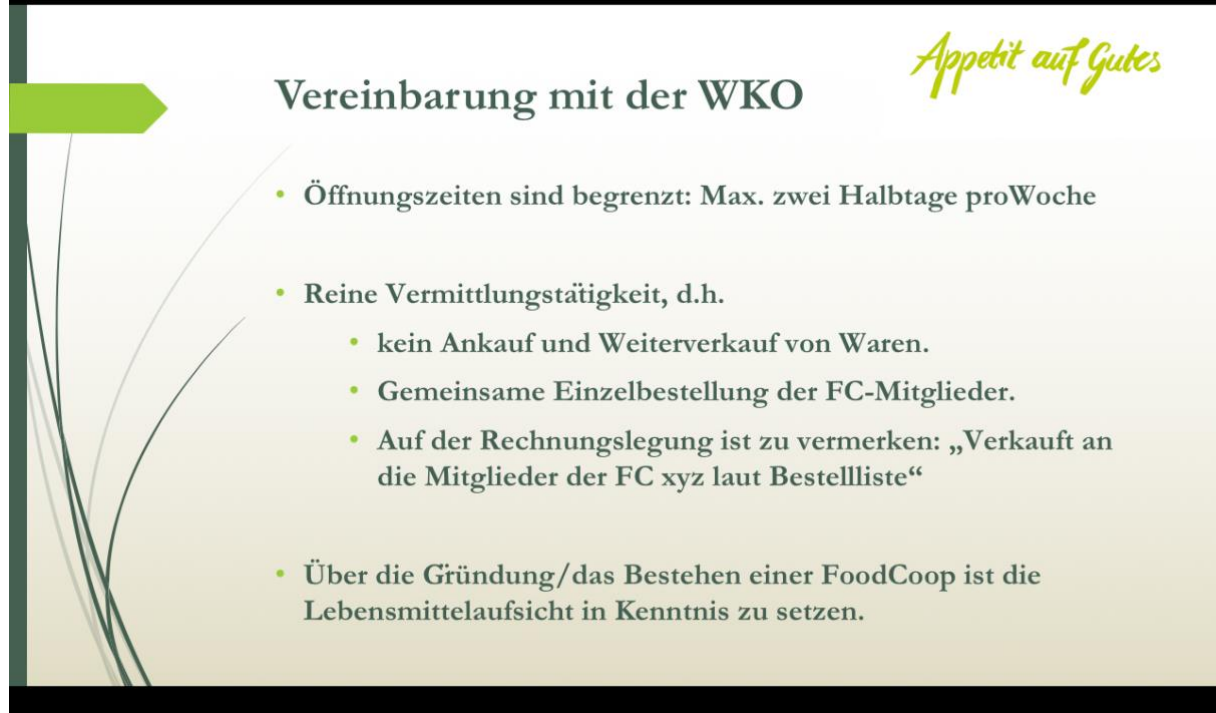
Der Vollständigkeit halber führen wir hier auch nochmal bewährte Richtlinien für den Betrieb von FoodCoops auf. 2016 hatte es Unstimmigkeiten gegeben, ob es sich um gewerblichen Betrieb handelt oder nicht. Untenstehende Vereinbarung wurde mit der Wirtschaftskammer OÖ daraufhin getroffen.



### Vereinbarung mit der WKO

*Appetit auf Gutes*

- Bezug der Waren: Hauptsächlich regionale Lebensmittel und Produkte aus landwirtschaftlicher Erzeugung
- ProduzentInnen (LieferantInnen) sollten aus rechtlichen Gründen nicht Mitglied der belieferten FoodCoop sein.
- Abgabe von Waren nur an Mitglieder
- Keine Anstellung von MitarbeiterInnen über die Geringfügigkeit hinaus.



### Vereinbarung mit der WKO

*Appetit auf Gutes*

- Öffnungszeiten sind begrenzt: Max. zwei Halbtage proWoche
- Reine Vermittlungstätigkeit, d.h.
  - kein Ankauf und Weiterverkauf von Waren.
  - Gemeinsame Einzelbestellung der FC-Mitglieder.
  - Auf der Rechnungslegung ist zu vermerken: „Verkauft an die Mitglieder der FC xyz laut Bestellliste“
- Über die Gründung/das Bestehen einer FoodCoop ist die Lebensmittelaufsicht in Kenntnis zu setzen.



## Projekt „Appetit auf Gutes“: Angebot

### Die Initiative „Appetit auf Gutes“ ist für euch da!

- **BIO AUSTRIA** Office Online Frame
  - Beratung und Förderung von bestehenden und neuen FoodCoops & Co
- **Klimabündnis OÖ**
  - Vermittlerin des Themas an Konsument:innen



Lucia Schramm-Kalneder  
Cooperating, Community, Marketing

39

#### Kontakt:

**Projekt „Appetit auf Gutes“ – BIO AUSTRIA / Klimabündnis OÖ**

<https://www.bio-austria.at/a/konsument/appetitaufgutes>

<https://www.gutesfinden.at/foodcoops/>

Veronika Muß – Kontakt zu den Initiativen, Newsletter, Verwaltung AAG-Fonds

Tel.: 0676 842 214 366

[veronika.muss@bio-austria.at](mailto:veronika.muss@bio-austria.at)

Tanja Obernberger – Projektleitung, Organisatorisches, Grafisches

Tel.: 0732/77 26 52-20

[tanja.obernberger@klimabuendnis.at](mailto:tanja.obernberger@klimabuendnis.at)

Tanja Desgeorges – Öffentlichkeitsarbeit, Marketing, Social Media

0660 2984529 [tanja.desgeorges@klimabuendnis.at](mailto:tanja.desgeorges@klimabuendnis.at)

Katrin Schmoll – nach der Karenz erst wieder für wenige Stunden im Einsatz: Porträts von Initiativen

[katrin.schmoll@klimabuendnis.at](mailto:katrin.schmoll@klimabuendnis.at)

Bitte beachtet aber: Obwohl wir zu viert für das Projekt arbeiten, kommen wir insgesamt nur auf 20 Wochenstunden, sodass die personellen Ressourcen beschränkt sind!

## >>> Appetit auf Gutes

2014 wurde in OÖ das Projekt „Appetit auf Zukunft“ ins Leben gerufen, 2021 umbenannt in „Appetit auf Gutes“. Mittlerweile gibt es rund 35 FoodCoops in OÖ und auch solidarische Landwirtschaften etablieren sich immer mehr.

Angebote:

- Beratungsangebot und Förderung (bis zu 2.000 EUR möglich)
- Newsletter, Signalgruppe und Vernetzungsveranstaltungen für Initiativen
- Tage der offenen Türen bei den Initiativen
- Social-Media-Berichte, Porträts von Initiativen etc.
- Film "Anders Essen" zwei Jahre kostenlos zu streamen - für Initiativen, die ein Event zur Bewußtseinsbildung organisieren wollen
- Topia-Plattform: Für niederschwellige Treffen oder Jours fixes  
<https://topia.io/brombeerhaag-free-tswjwter7>

Übersicht Initiativen in OÖ

Handbuch FoodCoop

1. Aufl. 2017

2. Aufl. 2021/22

- [Appetit auf Gutes – Fonds](#): Zur Unterstützung von vorwiegend ehrenamtlich betriebenen Lebensmittelinitiativen in OÖ
- [Appetit auf Gutes-Newsletter abonnieren](#)
- Seit Ende Juni 2022 gibt es eine Signal-Austauschgruppe für oberösterreichische Lebensmittelinitiativen: Wer Interesse hat, mit vielen Menschen, die mit alternativen Wegen regionaler Lebensmittelversorgung betraut sind, in stetigem Austausch über Produkte, Produzent:innen, allgemeine Fragen, Tipps und Veranstaltungshinweise zu sein, kann über den [Link](#) oder untenstehenden QR-Code beitreten (wünschenswert wäre, wenn von jeder oö Initiative jemand mit dabei wäre)



- Film „Anders Essen“ kostenlos für eure Veranstaltung anfordern:  
[tanja.obernberger@klimabuendnis.at](mailto:tanja.obernberger@klimabuendnis.at)

- Topia: Wir machen euch diese virtuelle, ländliche Landschaft, die wir selbst „geschaffen“ haben, offen zugänglich. Sie kann als unkomplizierte Online-Plattform für spontane Treffen zwischendurch verwendet werden. Verschiedene Gruppen können sich beim Lagerfeuer, am Teich oder bei der festlich gedeckten Tafel austauschen – einfach mal ausprobieren! <https://topia.io/brombeerhaag-free-tswjwter7>
- Das umfassende FoodCoop-Handbuch und auch weiteres Infomaterial zu FoodCoops und SoLaWis kann unter [appetitaufgutes@bio-austria.at](mailto:appetitaufgutes@bio-austria.at) angefordert werden. Das Handbuch ist auch downzuladen (Bild unten ist verlinkt)

Das aktualisierte Handbuch ist da!

2017 wurde das "Handbuch zum Gründen und Betreiben von FoodCoops", das Dominik Dax verfasst hatte, erstmals herausgegeben. 2022 haben wir es aktualisiert und mit einem neuen Design versehen.

Erste Auflage: <https://www.bio-austria.at/app/uploads/FoodCoop-Handbuch-Juni-2017.pdf>

Download der neuen Version: <https://www.bio-austria.at/app/uploads/2021/09/foodcoops-broschuere-web.pdf>

Lucia Schramm-Kaineder  
Community Building

41



**Am Workshop teilnehmende Initiativen/Personen:** Florian Haßler (GenussFAIRteiler, Neumarkt/M.), Lena Schwamberger (FoodCoop Vöcklabruck), Anna (Kollerabi Wien, SoLaWi Ouverture, Gela Ochsenherz), Ramona Luca, Silvia, Brigitta Anna Winkler und Anna Maria Jamnig (Barefood, Innsbruck), Linda Gufler und Anna Maria (Brot & Ruam, Aspach), Bernhard Haas (FC Wienerwald), Madelene Hochleitner und Birgit Teufer (Krekoodel, Krems), Hannes Strobl-Meri (Allmunde+Biosain, Wien), Sonja Glatzl (sINNkistl, Reichersberg), Steffi Moser (GuaT, Taiskirchen), Maksi Jungwirth (FoodCoop in Urfahr in Gründung), Kathi (GüterWeGe, Kirchdorf), Michi Jancsy (Fairteiler Scharnstein), Mirko Javurek (Franckkistl, Linz) stieß später dazu

Eine detaillierte Teilnehmer:innenliste (mit E-Mail-Adressen) erhalten ausschließlich die Teilnehmer:innen an Umfrage und/oder Workshop separat.

Vielen Dank für die zahlreiche Teilnahme und die rege Beteiligung!! ☺

Der Online-Workshop wurde von Lucia Schramm-Kaineder moderiert. Vielen Dank an Lucia, dass sie uns so versiert durch diesen Abend geführt hat!

**Gemeinsam mehr erreichen!**

Lucia Schramm-Kaineder |  
lucia@we-grow.community  
+43 681-2085-7050  
[lucia-schrammkaineder.com](http://lucia-schrammkaineder.com)

Office Online Frame

**WE GROW**  
**Potentialentfaltung im WIR**



Sprich mich gerne an für

- #Aufbau von Gemeinschaften (Community Building)
- #(Pop-Up) Coworking (im ländlichen Raum)
- #Kollaborationsräume (analog, online & hybrid)
- #[Graumann-Lofts in Traun](#)

Lucia Schramm-Kaineder  
Moderatorin

47