**Info zu vertikaler und horizontaler Vernetzung in Wertschöpfungsketten übergreifenden Kooperativen**

Dezember 2019

Das wachsende Bedürfnis nach Transparenz, Regionalität und Fairness

Bioware ist inzwischen überall erhältlich, häufig kann die Herkunft der Erzeugnisse aber nicht oder kaum nachvollzogen werden. Auf vielen Erzeugnissen steht als Herkunftsangabe „EU/Non-EU“ (= maximale Intransparenz), zunehmend wird aber z.B. Gemüse wird mit „aus der Region“ gekennzeichnet, allerdings der Erzeuger nicht genannt, oder an den Wänden der Märkte prangen auf Großflächenplakaten die regionalen Erzeuger, von denen sich in den Regalen aber kaum Produkte finden.

Dies zeigt einerseits das Bedürfnis vieler Kunden, zu wissen wer hinter der Ware steckt und ob fair mit ihnen umgegangen wird (und dass die Firmen dieses Bedürfnis zu stillen versuchen). Andererseits zeigt es wie wenig diese Transparenz heute schon verwirklicht ist.

Bedeutung der Vernetzung

Bei fast allen im Projekt berücksichtigten Kooperativen wird die Vernetzung über die Wertschöpfungskette einer Region als wichtige Basis der Zusammenarbeit angesehen. Alle diese Kooperativen sind regional organisiert, um gegenseitige Wahrnehmung, Begegnung und mehr Transparenz zu ermöglichen. Und alle diese Beispiele leisten in diesen Bereichen ein Vielfaches mehr als die Mitbewerber.

Gut im Blick: die Aufklärung der Verbraucher

Da in den letzten Jahrzehnten in weiten Kreisen der Bevölkerung viel Wissen über Erzeugung, Verarbeitung und Zubereitung von (Bio-) Lebensmitteln verloren ging, steht die Verbraucher-Aufklärung bei vielen Projekten im Mittelpunkt. Es finden z.B. Hof- und Betriebsbesichtigungen statt, über die regionalen Erzeuger wird in Rundbriefen intensiv berichtet, und es werden sogar über das eigene Netzwerk Schulbauernhöfe betrieben.

Insbesondere hier wird viel Vorbildliches geleistet um regionale Erzeugungs- und Verarbeitungsstrukturen zu erhalten und dem Verschwinden der Lebensmittel-Handwerkskultur etwas entgegen zu setzen.

Noch viel Potential: Zusammenarbeit über die Wertschöpfungskette

Es ist klar: regionalen Bio-Lebensmittelhandel zu betreiben in einem Markt, wo andere Biohändler hunderte an Filialen, und Konzerne viele tausend Filialen betreiben, ist ein hartes Geschäft. Und längst nicht alles ist umsetzbar, was sinnvoll wäre. Trotzdem könnte das Thema der runden Tische, der Begegnung über die Wertschöpfungskette in Zukunft wichtiger werden und die große Chance für regionale Strukturen sein oder werden. Gerade in Abgrenzung zu Mitbewerbern, bei denen Fairness in der Marketingabteilung bedeutsamer ist als in der Einkaufsabteilung.

„Assoziatives Wirtschaften“ bei Oikopolis

Oikopolis in Luxembourg ([www.oikopolis.lu](http://www.oikopolis.lu)) leistet beim Thema der Wertschöpfungsketten übergreifenden Arbeit Vorbildliches.

Alle Partner, auch die konventionelle Lebensmitteleinzelhandels-Kette, welche die Produkte der Kooperative listen möchten, sind verpflichtet an solchen Runden Tischen für alle wichtigen Produktbereichen teilzunehmen. Beispielsweise sind beim Runden Tisch Milch Vertreter der Milcherzeuger, der Molkerei und Hofverarbeiter, der Milcheinkäufer aus dem Handel und sogar einzelne Verbraucher dabei. Man vertraut dabei darauf, dass durch die gegenseitige Wahrnehmung deutlich wird was jede Gruppe braucht um gute Arbeit zu leisten. Es wird berichtet dass dies im durchaus überschaubaren luxemburgischen Markt sehr gut funktioniert.

Es lohnt sich, die Unterlagen zu assoziativem Wirtschaften der Oikopolis-Gruppe anzuschauen.

Weitere Beispiele

Bei der Landwege-Genossenschaft ([www.landwege.de](http://www.landwege.de)) ist das Bauerntreffen sehr bedeutsam, bei dem Erzeuger, Hofverarbeiter und Vertreter des Handels zusammen kommen. Es ist, wie der Name schon sagt, nicht ganz über die Wertschöpfungskette organisiert. Lebensmittelhandwerker sind in der Region kaum vorhanden (Metzger arbeiten nur als Lohnverarbeiter, und der wichtigste Bäcker wurde sogar unter das Dach der Genossenschaft genommen), und Verbraucher wurden bisher bei solchen Treffen noch weniger integriert. Trotzdem wird von diesen Treffen berichtet, dass es gelingt, den Blick aufs Ganze zu richten und gemeinsam gute und für alle tragbare und dauerhafte Lösungen zu finden.

In der kleinen nicht bio zertifizierten Naturkäserei TegernseerLand ([www.naturkaeserei.de](http://www.naturkaeserei.de)),

in der Verbraucher, Bauern und Käsereimitarbeiter gut zusammen arbeiten werden diesbezüglich auch gute Erfahrungen gemacht. Verbraucher-Genossen, wenn sie gut informiert sind, verzichten sogar immer wieder auf den eigenen Vorteil (z.B. Ausschüttung von Rendite) zugunsten höherer Milchpreise für die Bauern. Ein schönes Beispiel der guten Arbeit einer Art lokalen runden Tisches.