



Agnès (links) und Christine im Gespräch über die Produkte und die Arbeit an der Kasse. Beim Austausch mit anderen Genossenschaffern kann

## PARTIZIPATIVE MODELLE IM DETAILHANDEL

# Von New York nach Genf

Als Konsumentin die Produktpalette und deren Herkunft mitbestimmen und gleichzeitig als Verkäuferin tätig sein? Im «Le Nid» in Genf ist das möglich. Als Vorbild diente dem etwas anderen Laden ein partizipatives Modell aus New York.

In Brooklyn New York gibt es einen Supermarkt wie kein anderer: die Park Slope Food Coop, 1973 gegründet, 16'000 Mitglieder. Was ist dabei so speziell? Es sind nicht etwa Angestellte, welche die Lieferungen entgegennehmen und die Produkte in die Regale einfüllen, sondern Mitglieder der Genossenschaft. Im Laden können nur Mitglieder einkaufen und sie sind gleichzeitig als freiwillige Mitarbeiter tätig. Trotz der Zeit, die jeder investieren muss, handelt es sich um ein Erfolgsmodell, das nun den Weg in die Schweiz gefunden hat. Le Nid (das Nest) in Genf wurde vor einem Jahr eröffnet. Ziel dieser genossenschaftlichen geführten Läden ist eine aktive Teilnahme der Konsumenten und faire Preise für die Produzenten.

### «Das ist die Zukunft»

Rückblick ins Jahr 2016: Johann Zoller und Diego Bonvin machen ihre Master-Abschlussarbeit an der sozio-ökonomischen Fakultät der Universität Genf, wo alles seinen Anfang nahm. «Uns war bewusst, dass die langfristige Finanzierung von Bioläden und verpackungsfreien Läden oft schwierig ist. Im Biobereich gibt es auch eine grosse Konkurrenz durch Grossverteiler, was in naher Zukunft wohl auch im verpackungsfreien Verkauf der Fall sein wird. Als wir einen Artikel über die Food Coop in New York gelesen haben, dachten wir: «Das ist es, das Zukunftsmodell für den Verkauf von Lebensmitteln, das brauchen wir hier in Genf!» Aber anders als in New York steht nicht der Zugang zu gesunden Lebensmitteln an erster Stelle, sondern der bewusste Umgang mit der Ernährung», so Johann Zoller. Wie in New York wird auch in Genf der Konsument durch den Kauf

von Anteilscheinen und die zwei Stunden Freiwilligenarbeit, die er alle vier Wochen leistet, zum Genossenschaffter. Im Gegenzug kann er im Laden einkaufen. Im Durchschnitt geben die Leute pro Einkauf zwischen 50 und 60 Franken aus. Heute sind 425 Personen Mitglied der Genossenschaft – Tendenz steigend – das Ziel sind 1000. Nach einem Jahr im aktuellen Laden, steht im Juni schon der Umzug in ein fünfmal grösseres Lokal an. Le Nid ist im konstanten Wandel und passt sich seinem steigenden Angebot und der Mitgliederzahl an.

### Sich mit seiner Ernährung aktiv auseinandersetzen

Quartier de la Jonction, nahe der Rhone, im Herzen der Stadt Genf. Es ist Mittwochnachmittag. Im 1. Stock der Rue des Saules 3 findet man im gemeinschaftlichen Laden Le Nid nicht nur unterschiedlichste Produkte, sondern auch Mitarbeitende. Die Öffnungszeiten sind bewusst so gewählt, dass sie mit dem normalen Arbeitstag der Genossenschaffter kompatibel ist, mehrheitlich am Abend und samstags. Gerade leisten Agnès und Hilde ihre Schicht, Christine kommt zum Einkaufen. Hilde stammt ursprünglich aus Amsterdam, wohnt aber seit zehn Jahren in Genf: «Von zu Hause kannte ich solche solidarischen Projekte schon. Hier in Genf hat mir das oft gefehlt. Deshalb bin ich seit Anfang dabei», erzählt die gebürtige Holländerin. Früher war sie im humanitären Bereich tätig, heute arbeitet Hilde bei Zero Waste Switzerland. Im Nid kauft sie etwa einmal pro Woche ein, sonst geht sie viel auf den Wochenmarkt einkaufen. «Für mich ist es wichtig, mit meinem Einkauf ein Zeichen zu setzen, deshalb kaufe ich weniger ein, überlege dafür, woher das Pro-



man das eine oder andere Problem lösen. Alle Produkte im Offen-Verkauf werden in mitgebrachte Behälter gefüllt.

dukt kommt, wie es produziert wurde, welche Qualität es hat oder ob ich es überhaupt brauche. Dies trägt für mich und meiner Tochter zu einem gesünderen Lebensstil bei», zeigt sich Hilde überzeugt. Für Christine stehen die Landwirte im Fokus: «Durch meinen Einkauf will ich die Bauern unterstützen und nicht den Grosshandel. Auch wenn ein Produkt etwas teurer ist, weiss ich, dass dem Produzenten unter dem Strich mehr bleibt». Wenn der Laden offen ist, sind drei bis vier Genossenschafter und eine «verantwortliche Person» anwesend, wie zum Beispiel Huong Biedermann. Sie arbeitete ursprünglich im Import-Export-Handel, hat als Praktikantin im Le Nid angefangen als Wiedereingliederungsmassnahme des Arbeitslosenamts. Nach dem sechsmonatigem Praktikum ist sie geblieben und heute zu 60 Prozent als administrative Verwalterin angestellt. Auch sonst ist sie sehr viel anwesend. Sie hatte noch nie in einem Laden gearbeitet und es war für sie quasi «Learning by doing». «Im Le Nid muss man sehr flexibel sein und auch reaktionsfähig», stellt Huong fest. Sie sei eine «Coopératrice» wie alle anderen. «Aber da ich oft anwesend bin, weiss ich vieles und kann die anderen unterstützen. Alles basiert auf Austausch und Vertrauen», erklärt sie. Für Johann Zoller ist klar, dass in irgendeiner Form auch eine «Führung» notwendig ist: «Wenn 450 verschiedene Leute in einem Laden arbeiten, braucht es eine gewisse Konstante. Zudem fühlen sich die Leute sicherer in ihrer Arbeit, wenn es eine Ansprechperson gibt. Man wird ja nicht einfach zwei Stunden pro Monat zum Verkäufer oder zur Lageristin. Gerade sind wir auch dabei, ein einfacheres System für die Arbeitsstunden zu erstellen, dies soll auch die Abwesenheitsquote verringern, eine unserer grössten Herausforderungen.»

#### Grundwerte sind wichtig, aber...

Das Leitbild der Genossenschaft basiert auf verschiedenen Grundwerten. Die Mehrheit der Produkte kommt aus Genf und Umgebung. Johann Zoller meint dazu: «Unser Ziel ist es die regionale Landwirtschaft zu fördern. Die Produzenten geben den Preis für ihre Produkte vor. Wir haben eine feste Gewinnmarge von 20 Prozent (sonst beträgt diese eher 30 bis 40 Prozent), die wir bei allen Produkten draufschlagen». Für die lokalen Produzenten ermöglicht Le Nid einen weiteren Zugang zur städtischen Bevölkerung. Die Produzenten sind bei Anlässen dabei und präsentieren ihre Arbeitsweise und Produkte. Soweit möglich wer-

den Bio-Produkte bevorzugt, das Gemüse und die Früchte sind zum Beispiel 100 Prozent bio. Die Konsumenten kommen mit ihren eigenen Behältern und kaufen verpackungsfrei – der Umwelt zu liebe. Die Genossenschafter sind stark bei der Produktwahl und Funktionsweise miteingebunden. Das Le Nid soll zu einem Austauschort werden und fördert bewusst die soziale Durchmischung. Die Genossenschaft ist offen für alle. «Weil wir sehr geringe Sozial- und Betriebskosten haben, können wir den Genossenschaftern Frischprodukte zu einem günstigeren Preis anbieten als im Grosshandel. Bei verarbeitenden Produkten sind die Preise etwas höher, da hier die Mengen bzw. der Skaleneffekt viel stärker wirkt», weiss Johann Zoller.

#### ... der Preis und die Auswahl spielen auch eine Rolle

In den Körben und Gestellen vom Le Nid findet man Ingwersaft von la Fée d'or (65km, VD), Apfelsaft von La Genevoise du Terroir (8km, GE), Zitronenthymian von 1001 herbes (12km, GE), grüne Linsen der Affaire Tournerève (9km, GE), Sauerteigbrot vom Les Pains du Jardin (12km, GE) und Joghurt und Käse der Familienkäserei Le Sapalet (142km, VD). Nicht nur regionales Bio-Obst und -Gemüse, sondern auch Bio-Zitronen und Bio-Orangen aus Sizilien (1660km, Italien) sind in den Regalen. Ideelle Werte seien wichtig, aber für Johann Zoller – den Ökonomen – ist klar, dass der Preis und die Auswahl auch eine zentrale Rolle spielen: «Es ist wichtig, auch preisgünstige Produkte anzubieten, damit auch Leute mit einer geringeren Kaufkraft bei der Genossenschaft mitmachen können.» So gäbe es zum Beispiel nebst den Bio-Eiern auch konventionelle aus der Region. Ebenfalls sei es wichtig, eine grosse Palette an Produkten anbieten zu können, damit die Leute möglichst wenig ausserhalb der Genossenschaft kaufen müssen. Deshalb finde man im Laden auch ausländische Produkte oder Hygieneartikel. Die Auswahl der Produkte wird durch Mitglieder der Arbeitsgruppe «Producteurs» getroffen. Dabei wird darauf geachtet, dass die Transportwege möglichst kurz bleiben und die Produkte möglichst direkt vom Produzenten kommen. Auch in der Genossenschaft müssen immer wieder Kompromisse zwischen Produktionsart und Konsum, zwischen idealen und realen Werten gefunden werden. Bei einer bewussten Wahl der Produkte fällt der nachhaltige Konsum jedoch leichter.

Bettina Erne