

lieber ohne – regional und unverpackt (Nachhaltiger Supermarkt)



lieber ohne
regional & unverpackt

Einreicher*in: Markus Ivany, Wien

Datum der Veröffentlichung: März 2017

Kurzbeschreibung:

Es handelt sich um ein alternatives Supermarktkonzept. Im stationären Einzelhandel in Wien wird der überwiegende Teil unseres geplanten Vollsortiments in frei wählbaren Mengen so weit möglich verpackungsfrei angeboten. Wir setzen vorwiegend auf regional und ökologisch produzierte Waren. Eine integrierte Küche verwertet Lebensmittel aus unserem eigenen Laden bevor diese Gefahr laufen, zur Ausschussware zu werden. Dazu produzieren wir Mittagsmenüs zum Mitnehmen und Lebensmittel mit verlängerter Haltbarkeit für den eigenen Laden. Der genaue Standort ist noch nicht fixiert.

Art des Crowdfunding: Belohnungsmodell

GeldgeberInnen erhalten als Gegenleistung Gutscheine im Gegenwert ihrer finanziellen Unterstützung (10 Euro, 20 Euro, 50 Euro). Für SpenderInnen aus dem Netzwerk des Gründers gibt es eine Eintragung in der „Hall of Fame“.

Volumen: 45.000 Euro

Bericht Vorprüfung der Expert*innen

Expert*innen:

- Ursula Müllner (Unternehmensberaterin mit Schwerpunkt Umweltschutz, Nachhaltigkeit und nachhaltiges Veranstaltungsmanagement)
- Stefan Lorengel (Projektexperte Social Business)

Gemeinwohlorientierung laut Expert*innen-Vorprüfung: 6 (von 10 möglichen Punkten)

Ursula Müllner:

Gemeinwohlorientierung: 6 (von 10 möglichen Punkten)

Die Gemeinwohlorientierung des Projektes ist als hoch einzustufen. Durch das Projekt werden die ökologischen Auswirkungen im Lebensmittelbereich sehr stark reduziert, da auf Einwegverpackungen gänzlich verzichtet wird und schwer verkaufbare Lebensmittel verwertet bzw. Foodsavern angeboten werden. Dies trägt zur Reduktion des Ressourcenverbrauches bei und minimiert die Belastungen für Umwelt und Klima, da die Produktion von Lebensmitteln reduziert wird und die Abfallmengen sinken. Durch die Fokussierung auf Produkte aus der Region werden regionale Wirtschaftskreisläufe unterstützt und zudem Arbeitsplätze geschaffen. Ergänzend: Was findest du gut am Projekt? Das Konzept von Zero Waste Supermärkten wird bereits punktuell umgesetzt. Das vorliegende Projekt unterstützt diese Bewegung und bietet KundInnen eine nachhaltige Alternative zu herkömmlichen Lebensmittelgeschäften. Wo gibt es

Verbesserungsmöglichkeiten? Einige Kriterien aus dem Bereich MitarbeiterInnen konnten anhand der Einreichunterlagen nicht bewertet werden, wie z.B. Arbeitsplatzqualität, Arbeitsvolumen / Arbeitszeitmodelle, Förderung ökologisches Verhalten der MitarbeiterInnen. Die Ausformulierung dieser Bereiche sollte in einem nächsten Schritt erfolgen bzw. wären auch abgedeckt bei der geplanten Erstellung einer Gemeinwohlbilanz.

Stefan Lorengel:

Gemeinwohlorientierung: 6 (von 10 möglichen Punkten)

Das Konzept vermittelt die Gemeinwohlorientierung der dahinterstehenden Idee dahingehend, dass die folgenden Aspekte schwerpunktmäßig herausgearbeitet worden sind:

* "Ethischer Verkauf/Marketing" -- Deutlich wird herausgestellt, dass nach dem Konzept Aktionen, die zu Mehrkäufen verleiten können, ausgenommen sind. Ebenso wird einem Impulskauf von an der Kassa platzierten Artikeln vorgebeugt.

* "Reduktion ökologischer Auswirkungen" -- Da Leitmotiv der Idee (Verzicht / Reduktion des Verpackungsmülls, lokale Lieferanten), auch im Konzept entsprechend dominant und wahrnehmbar.

Weiter werden die folgenden Aspekte direkt genannt oder indirekt angesprochen:

* "Positive gesellschaftliche Wirkung der Produkte oder Dienstleistungen" -- Als Alternative zu Supermärkten mit ihren klassischen zentralen Beschaffungswegen soll laut Konzept ein lokaler Bezug der angebotenen Waren erst umsetzbar sein.

* "Ethisches Beschaffungsmanagement" -- Lokaler Bezug mit kurzen Lieferwegen begründet einen Teil der Ethik des Beschaffungsmanagements.

* "Förderung ökologischen Verhaltens der MitarbeiterInnen" -- Bei der (zunächst) angestrebten Anzahl der Angestellten erscheint realistisch, bereits entsprechend eingestellte MitarbeiterInnen von vornherein zu beschäftigen.

* "Kooperationen" -- Siehe "Ethisches Beschaffungsmanagement". Eine Gemeinwohlorientierung geht aus diesen Gründen hervor. Insbesondere im Hinblick auf die vier zuletzt genannten Aspekte könnte eine stärkere Gemeinwohlorientierung vorliegen; um dies abzuschätzen, wären weitere Informationen durch Konkretisierung des Konzeptes vonnöten.

Machbarkeit

Ursula Müllner:

Die geplante Geschäftsidee ist gut nachvollziehbar aufgrund der detaillierten Projektbeschreibung und auch im Hinblick darauf, dass Zero Waste Supermärkte bereits existieren. Entstehen mehrere Supermärkte dieser Art, wird das Angebot von alternativen Supermärkten für potenzielle KundInnen erhöht. Die beiden GründerInnen weisen noch keine Erfahrungen in der Branche Handel auf, haben jedoch Berufserfahrung in der Gastronomie und Unternehmensgründung. Der innovative Aspekt der Projektidee besteht vor allem in der langfristig geplanten Errichtung einer eigenen Küche, die den Lebensmittelhandel ergänzt. Nicht mehr verkaufbare Ware wird vor Ort verarbeitet und zum Kauf angeboten. Ergänzend: Wo gibt es Verbesserungspotential? In der Finanzaufstellung könnten noch die Gründungskosten der Firma sowie etwaige Adaptierungskosten für den Verkaufsraum und den langfristigen geplanten Gastronomiebereich berücksichtigt werden.

Stefan Lorengel:

Bemerkenswert ist der geplante Betrieb der Küche, in der kurz vor dem Verfall stehende Produkte verkocht und ggfs. konserviert werden sollen. Die Idee erscheint daher als weiter verfolgenswert, da sich über die Küche in Alleinstellungsmerkmal (da auch an die Köchin gebunden und somit schwer zu kopierbar ist) bietet, wenn sich diese abheben kann.

Im Zuge der Weiterverfolgung der Idee wird die Präzisierung zum einen oder anderen der folgenden Punkte auch im Crowdfunding-Prozess von Vorteil sein, da sich dadurch der Crowd ein klareres Bild zeichnen würde. Auch wenn es noch keinen konkreten Standort gibt: In welcher Umgebung (in welchem Bezirk bzw. entlang welcher Straßen) soll der Laden betrieben werden? Kommen aktuell leer stehende Objekte in Frage? Welche sind dies? Dies wird helfen, das erwartete Publikum abzuschätzen, sowie die Erreichbarkeit des Ladens. Wie werden wir in diesem Laden einkaufen? Werden neben festen und rieselfähigen Produkten auch flüssige (-re) Produkte verkauft? Welche Art von Spendern und Verteilsystemen kommen zum Einsatz? Ist die Entnahme ausnahmslos in Selbst- oder ausnahmslos in Fremdbedienung? Wo wird gewogen? Inwiefern wird die Masse eines mitgebrachten Behältnisses herausgerechnet? Was bedeutet die beschriebene "ehrliche Transparenz bei den einzelnen Produkten"? Welche Informationen sind für uns im Vergleich zu herkömmlichen Supermärkten ersichtlich? Was sind die beschriebenen "ausgewählte überregionale Produkte"? Welcher Art Kosmetik-, Hygiene-, Reinigungs- und Haushaltsartikel sollen angeboten werden? Welches sind die genannten "Vorstellungen der Nachhaltigkeit" dabei? Kann die Produktpalette für "Urbane GärtnerInnen" bereits jetzt konkreter gemacht werden?

Zur Verwertung der Lebensmittel: Wie können wir uns den Fairteiler vorstellen? Welche der beschriebenen Partner kommen zur Verwertung in Frage? Kann es stattdessen sinnvoller sein, alles Anfallende einzufrieren, um es später bei Bedarf in der Küche zu verkochen? In welchem Radius um den Laden herum ist die beschriebene Zustellung geplant? Da ein Lastenrad beschränkt Platz bietet, und das Ausfahren Arbeitskräfte bindet, müssen die Lieferwege hinreichend kurz gehalten werden. Alternativ könnte hier eine Zustellung per Kurier (eventuell Hermes; hermes.at) bei entsprechender Partnerschaft vereinbar werden. Wie ist das Risiko, dass Konserviertes schlecht wird und so verkauft wird, zu bewerten? Ist dem Risiko in besonderer Weise zu begegnen?