

<p><b>Partner &amp; Support</b></p> <p>(Welche Personen und Organisationen können dein Vorhaben unterstützen und als Mittler*innen wirken?)</p> <p><b>LEBENSMITTEL</b> Produktion, Verarbeitung und Handel:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produzieren und verarbeiten</li> <li>• Liefern bis zur Türe der Verteilräume</li> <li>• Stellen detaillierte Informationen zur gesamten Wertschöpfungskette zur Verfügung</li> <li>• Stellen Dokumentation von Produktionsstätten und Produkten zur Verfügung</li> </ul> <p><b>RAUM &amp; INFRASTRUKTUR</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Siedlungsverwaltungen oder Privatpersonen stellen Gemeinschaftsräume gratis oder günstig zur Verfügung für Verteilungen (Tageweise, keine exklusive Besetzung).</li> </ul> <p><b>VERBREITUNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit einem Netzwerk von Schlüsselpersonen informieren wir die Bevölkerung mit Vorträgen an einschlägigen Anlässen und starten Pionier-Foodcoops in Städten und Gemeinden</li> </ul>	<p><b>Aktivitäten</b></p> <p>(Welche Tätigkeiten braucht es für deine Idee?)</p> <p><b>FOODCOOP MITGLIEDER</b> Aufgaben für eigene Koop:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitglieder verwalten</li> <li>• Bestellungen sammeln auf Web-Plattform</li> <li>• Waren entgegennehmen/kontrollieren</li> <li>• Waren Verteilen, Kasse / Buchhaltung</li> </ul> <p><b>Geteilte Aufgaben in Netzwerk:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Detaillierte Infos zu Produkte und Lieferanten recherchieren</li> </ul> <p><b>INITIATOREN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inhalte zur Verfügung stellen zur Sensibilisierung der Mitglieder für ökologische und soziale Auswirkung von Produktion und Konsum. Schwerpunkte:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Faire Kaufpreisaufteilungen</li> <li>- Pflanzliche Ernährung</li> <li>- Lokaler Produktion</li> <li>- Einsparung Verpackungsmüll</li> <li>- Know How für diverseren Speiseplan</li> <li>- Know How für Saisonale Küche</li> <li>- Verhinderung von Foodwaste</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>Angebot</b></p> <p>(Welches Angebot und Mehrwert bietest du den Personen, die du ansprechen möchtest?)</p> <p><b>FOODCOOP MITGLIEDER</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Regionale, biologisch und fair produzierte Lebensmittel zu einem bezahlbaren Preis: Die Mitglieder arrangieren am Verteilabend gemeinsam so etwas wie ein Pop-Up Unverpacktladen. Füllen alle bestellten Waren für sich ab, räumen danach wieder auf und putzen den Raum.</li> <li>• Wenn die Mitglieder an einer Verteilung Waren im Wert von 5000.– unter sich verteilen, sparen sie im Gegensatz zum Einkauf der exakt gleichen Ware im Detailhandel etwa 5000.– (Der klassische Detailhandel ist doppelt so teuer) Sie erhalten Mehrwert in Form einer Ersparnis. Bei unserem Modell der Foodcoop beträgt diese Wertschöpfung etwa 40-50.–/h.</li> </ul> <p>(Für Leute mit niedrigem Einkommen ist es also viel sinnvoller für ihre Foodcoop ein paar Stunden gratis Arbeit zu leisten, als in ihrem Job mehr zu arbeiten, um sich dann teure Waren im Detailhandel leisten zu können.)</p> <p>Zudem</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erweitern Sie ihren Bekanntenkreis in der Nachbarschaft.</li> <li>• Lernen neue Lebensmittel kennen, und akquirieren Wissen über deren Herstellung und Verarbeitung.</li> <li>• Selbstwirksamkeitszuversicht: Gewissheit die CH BIO Landwirtschaft zu unterstützen, Biodiversität zu fördern, mit ihrem alltäglichen Konsum aktiv etwas für das Klima zu tun.</li> </ul>	<p><b>Beziehung &amp; Community</b></p> <p>(Wie pflegst du die Beziehungen zu deinen Zielgruppen?)</p> <p><b>FOODCOOP MITGLIEDER</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persönlicher Bezug vor allem zu den Gründer*innen der neuen Foodcoops.</li> <li>• Mitglieder und Interessierte werden über Newsletter und Webplattform informiert und können uns bei Bedarf auch persönlich kontaktieren.</li> <li>• Längerfristig wird eine kleine zentrale Anlaufstelle aufgebaut.</li> </ul> <p><b>SCHLÜSSELPERSONEN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Regelmässiger Austausch durch Online Meetings und regionale Treffen.</li> </ul> <p><b>PRODUKTION UND VERARBEITUNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persönlicher Kontakt mit dafür Verantwortlichen Foodcoop Mitgliedern. Mit grösseren Produktionsgenossenschaften stehen die Initiatoren selber in persönlichem Kontakt.</li> </ul>	<p><b>Zielgruppen</b></p> <p>(Wen möchtest du mit deiner Idee bzw. deinem Projekt ansprechen? Wer springt darauf an? Nenne die wichtigsten Zielgruppen.)</p> <p><b>FOODCOOP MITGLIEDER</b> Alle, die ...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Regelmässig selber kochen</li> <li>• Hochwertige lokale Lebensmittel konsumieren wollen, sich den Bioladen aber nicht leisten können</li> <li>• Die Produzenten ihres Essens kennen und fair bezahlen wollen</li> <li>• sich gerne in der Nachbarschaft organisieren</li> <li>• einkaufen wieder zu etwas Sozialem, Gemeinschaftlichem machen wollen, ohne Werbegedudel, Tiefgaragen und Verpackungs-müll.</li> </ul> <p>Statistisch gesehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (Junge) Familien</li> <li>• WG's</li> <li>• Bildung überdurchschnittlich</li> <li>• Einkommen unterdurchschnittlich</li> </ul> <p><b>SCHLÜSSELPERSONEN</b> Das landesweite Netzwerk wird mitgetragen von besonders aktiven Foodcoop-Gründer*innen, die sich regional und landesweit austauschen. Ihr Zusatzaufwand wird nicht entlohnt. Sie sind vor allem idealistisch motiviert und/oder haben Freude daran, in einem Team mit Gleichgesinnten das Konsumverhalten in unserer Gesellschaft nachhaltig zu verändern.</p> <p><b>PRODUKTION UND VERARBEITUNG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produktionsgenossenschaften.</li> <li>• Kleine Landwirtschaftliche Betriebe, die ökologisch produzieren, am besten nach den Grundsätzen der regenerativen Landwirtschaft, und die einen effizienten Weg der lokalen Direktvermarktung suchen</li> <li>• Kleine Manufakturen und Direktimportunternehmen, die sonst an den Fachhandel liefern</li> </ul>
<p><b>Budget / Kosten</b></p> <p>(Mit welchen Kosten rechnest du, damit du deine Idee realisieren kannst? Wofür fallen Kosten an?)</p> <p><b>FOODCOOP MITGLIEDER</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investieren 2-4h/Mt „Freiwilligenarbeit“ in der Kooperative (bei den Verteilungen)</li> <li>• Bezahlen den Warenwert ihrer Bestellungen</li> </ul> <p><b>INITIATOREN</b> Unsere Aufwände für den Aufbau des Netzwerks gliedern sich in folgende Hauptpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausarbeitung des Konzepts</li> <li>• Entwickeln des Konzepts anhand von Pilot-Foodcoops</li> <li>• Erstellen des Starterkits und der Webplattform (Programmierung Extern)</li> <li>• Landesweite Verbreitung des Netzwerks mithilfe einer Gruppe von regionalen Schlüsselpersonen (Gesamtbudget ca. 0.5 Mio)</li> </ul> <p><b>LÄNGERFRISTIGER BETRIEB</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CHF 10–20'000 Betriebskosten pro Jahr, vor allem für den Unterhalt der Webplattform und die zentrale Anlaufstelle. (10-20% Pensum). Wird durch Netzwerkerinterne Crowdfundings finanziert</li> </ul> <p><b>WICHTIG:</b> Die Kosten für die Initial-Aufwände werden NICHT durch die Foodcoop-Mitglieder gedeckt, sondern durch private und öffentliche Institutionen, die einen sozial und ökologisch nachhaltigen Lebensstil der Schweizer Bevölkerung fördern wollen.</p>		<p><b>Impact</b></p> <p>(Was bewirkt deine Idee fürs Klima? Wie kennst/überprüfst du die Wirkung? Was kann man messen?)</p> <p><b>IMPACT</b> Durch das Erreichen der günstigeren Einkaufspreise als Foodcoop können sich viel mehr Menschen überhaupt erst Produkte aus der regionalen Bio-Landwirtschaft leisten. Das ist eine Grundvoraussetzung für das meiste folgende.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Weniger Foodwaste:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Durch den direkten Kontakt zwischen Produktion und Foodcoops können sich diese besser abstimmen und die Konsument*innen richten ihre Bestellwünsche nach den aktuellen Verfügbarkeiten. Foodwaste durch Überproduktion und Verderb im Lager verringert sich.</li> <li>- Besseres Verständnis der Produktionskette führt zu höherer Wertschätzung der Ware seitens Konsument*innen und zudem gewinnen Haushalts-Know-How zurück: Das verringert Foodwaste in den Haushalten.</li> </ul> </li> <li>• Verringerung des CO2 Abdrucks in der Produktion: Mehr pflanzliches, biologisch, lokal und saisonal. Was die meisten Konsument*innen schon wissen, können sie nun, motiviert durch die Gemeinschaft und das neugewonnene Know-How, besser umsetzen. Durch die Anpassung des Menuplans an eine "Planetary Health Diet" verringert sich der CO2 Abdruck in der Produktion massiv.</li> <li>• Verringerung des CO2 Abdrucks in der Distribution:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Durch regionalen Konsum verkleinern sich Transportwege</li> <li>- Durch saisonalen Konsum verringert sich Energieaufwand für Lagerung</li> <li>- Durch Nachbarschaftliches einkaufen wird der Warentransport mit dem Privatauto unnötig</li> <li>- Durch geschlossene Kreisläufe mit Mehrweggebinden fällt weniger Verpackungsmüll an</li> </ul> </li> </ul> <p><b>MESSBARKEIT</b> Da sehr strikte Kriterien für die Auswahl der Produkte schon in den Statuten verankert sind, ist der Umsatz einer Kooperative, bzw. des gesamten Netzwerks ist die direkte Messlatte für den Impact des Projekts. Auf der Webplattform können die Umsätze, sowie auch die Anzahl der aktiven Kooperativen und Mitglieder in einer Art Cockpit angezeigt werden.</p>		