

Soziale Nachhaltigkeit im Forschungsfokus

Sozialmärkte bieten Produkte des täglichen Bedarfs gegen geringes Entgelt. Über die soziale Treffsicherheit und Nachhaltigkeit des Konzepts wird an der WU intensiv geforscht

TEXT: CHRISTIAN LENOBLE

Wir haben uns eines Tages gefragt, was die Industrie und Supermärkte eigentlich mit Überproduktionen und Lebensmitteln, die kurz vor dem Ablaufdatum stehen, machen. Wir wollten verhindern, dass Lebensmittel wegwerfen werden“, sagt Gerhard Lassnig. 1999 eröffnete er in Privatinitiative (gemeinsam mit drei weiteren Personen bzw. Familien) in Linz den ersten österreichischen Sozialmarkt. „Der Begriff steht für Einrichtungen, die Lebensmittel und Produkte des täglichen Bedarfs an finanziell schwache Personen zu einem symbolischen Wert (zirka 30 Prozent des Kurantpreises, sprich des handelsüblichen, in Geschäften gelisteten Preises) verkaufen“, erläutert Christina Holweg, die sich am WU-Institut für Handel und Marketing mit diesem Thema eingehend beschäftigt. Als finanziell schwach beziehungsweise armutsgefährdet gelten Personen, deren Einkommen unter einem Wert von rund 900 Euro liegt, was mit einem Ausweis belegt wird, der als Einkaufsberechtigung in Sozialmärkten gilt. Das monatliche Einkaufslimit der KundInnen liegt bei rund 120 Euro. Aus den Einnahmen bestreiten die Sozialmärkte ihre laufenden Kosten und nützen diese für weitere soziale Aktivitäten. Eine Abgrenzung und Differenzierung zum klassischen Lebensmitteleinzelhandel erfolgt durch kürzere Öffnungszeiten (wenige Stunden pro Tag) sowie ein stark eingeschränktes Produktsortiment. Sozialmärkte beziehen die verkaufte Ware zum Großteil von Hersteller- und Handelsunternehmen. Dabei handelt es sich in der Regel um falsch etikettierte, leicht beschädigte Waren oder Produkte kurz vor Erreichung des Ablaufdatums.

Zweite Chance für Lebensmittel

Seit rund zehn Jahren können bedürftige Menschen mit niedrigem Einkommen in ganz Österreich ihre Einkaufswagen für bereits rund acht Euro füllen. Dass die Waren nicht verschenkt werden, hat für Lassnig einen guten Grund: „Die Ware muss eine Wertigkeit haben. Es ist wichtig, dass die KundInnen nicht das Gefühl haben, BittstellerInnen zu sein. Sie gehen zur Kasse und zahlen für die Lebensmittel.“ Christina Holweg hebt hervor, „dass das primäre Ziel der Sozialmärkte darin besteht, noch konsumierbare Lebensmittel und Produkte einer sinnvollen Verwendung zuzuführen“. Frei nach dem Lassnig-Motto: „Gib Lebensmitteln eine zweite Chance.“ Die damit einhergehenden Beiträge zur Armutsvermeidung oder Abfallverminderung sind als positive Nebeneffekte zu sehen. Ein weiterer gesellschaftlicher Nutzen ist, dass Sozialmärkte auch oftmals Langzeitarbeitslose anstellen, um deren Reintegration in den Arbeitsmarkt zu fördern.

Positives Image

Seit rund zwei Jahren setzt sich das Institut für Handel und Marketing unter der Leitung von Professor Peter Schned-

Ein volles Einkaufswagen für acht Euro. Sozialmärkte machen es möglich.



litz an der WU fundiert mit dem Thema Sozialmarkt auseinander. Von Oktober 2008 bis 2009 lief etwa ein Projekt in Zusammenarbeit mit VinziMarkt Wien, Pfarrer Wolfgang Pucher. Im Rahmen einer Lehrveranstaltung wurde dabei ein Studiendesign entwickelt, um herauszufinden, wie Sozialmärkte von Wiener ExpertInnen und Wiener KonsumentInnen wahrgenommen werden.

Dazu wurden im Herbst 2008 rund 20 ExpertInnen und 514 WienerInnen befragt. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Sozialmärkte durchaus positiv gesehen werden. Sie tragen zur Vermeidung von Abfall bei und werden nicht als falsche Vertriebsschiene für zur Verfügung gestellte Waren bzw. als imageschädigend für Markenartikel angesehen. Auch werden Sozialmärkte bis dato nicht als Konkurrenz zum klassischen Lebensmitteleinzelhandel erachtet. Als besonders wichtig befanden die Befragten, dass die soziale Treffsicherheit gegeben ist, das heißt, dass Sozialmarkt-KundInnen auch wirklich finanziell bedürftig sind.

Soziale Treffsicherheit?

Bei einem weiteren Projekt zwischen März und Juni 2009 (in Kooperation mit ECR Austria, einer Plattform führender VertreterInnen aus Handel, Industrie und Dienstleistern) wurde versucht, das Potenzial der in Österreich zur Verfügung stehenden Waren zu erheben. Dabei sehen Hersteller die Kooperation mit Sozialmärkten als prinzipiell erfolgreich und planen, diese auch in Zukunft zu unterstützen. Das Hauptverbesserungspotenzial wird in der Logistik gesehen, um eine effizientere Abwicklung der Warenflüsse zwischen allen beteiligten AkteurInnen (Hersteller- und Handelsunternehmen, Soma-Dachverband, Zentrallager, Sozialmärkte) zu gewährleisten. Auch für Hersteller stellen Sozialmärkte keine Konkurrenz zum klassischen Lebensmitteleinzelhandel dar, sofern die soziale Treffsicherheit gegeben ist.

Seit Jänner 2010 beschäftigen sich WU und ECR in einem Folgeprojekt mit dem Thema „Soziale Nachhaltigkeit“. Neben TeilnehmerInnen aus führenden Hersteller-, Handels- und Transportunternehmen in Österreich sind auch VertreterInnen der Universität für Bodenkultur (Felicita Schneider), der WU (Christina Holweg, Eva Lienbacher), von sozialen Einrichtungen (unter anderem Gerhard Lassnig und Gerhard Steiner, Präsident von Soma Österreich & Partner) sowie Mitglieder der ECR-Arbeitsgruppe „Soziale Nachhaltigkeit“ am Projekt beteiligt. „Damit wird eine interdisziplinäre Zusammenarbeit für diese komplexen Fragestellungen gewährleistet“, so Eva Lienbacher. Erste Ergebnisse der Forschungsprojekte wurden bereits im Rahmen nationaler und internationaler Konferenzen präsentiert. Weitere Publikationen seitens der WU sind geplant, unter anderem in Form eines Dissertationsprojekts am Institut für Handel und Marketing. ■

Historie

In Österreich wurde der erste Sozialmarkt am 9.9. 1999 in Linz gegründet. Innerhalb der letzten zehn Jahre ist die Zahl der Sozialmärkte auf über 60 gestiegen. Die Märkte sind aus regionalen Einzelinitiativen entstanden und haben sich zum Teil zusammengeschlossen (zum Beispiel Soma-Märkte), um Synergien im Bereich des Angebots oder der Logistik zu nützen. Bis dato gibt es in Österreich jedoch keinen zentralen Dachverband, der alle Aktivitäten mit Herstellern, dem Handel oder unter den Sozialmärkten koordiniert. Die professionelle Vernetzung von Sozialmärkten in der in Österreich bestehenden Form gibt es international bis dato nicht. Für die Weitergabe von Waren, die nicht mehr verkauft werden können, wurden in anderen Ländern andere Konzepte entwickelt. Beispielsweise werden Waren an Tafeln (in Englisch: „food banks“) gespendet, die diese Produkte in der Folge Bedürftigen gratis zukommen lassen – und die somit im Gegensatz zu Sozialmärkten keine Handelsfunktion übernehmen.

Armutsgefährdet

Die Armutsgefährdung wird gemäß dem Europäischen Statistischen Zentralamt (Eurostat) über Einkommensrisiken definiert. Personen, deren Einkommen unter 60 Prozent des Medianwertes des Pro-Kopf-Einkommens liegt, gelten als armutsgefährdet. Dieser Schwellenwert beträgt derzeit 785 Euro monatlich. In Österreich gelten aktuell über 13 Prozent der Bevölkerung (mehr als eine Million Menschen) als arm oder armutsgefährdet. Tendenz steigend!

Links zum Thema

www.wu.ac.at/retail
www.sozialmarkt.at
www.vinzi.at
www.wienertafel.at
<http://feedingamerica.org>
www.ecr-austria.at
www.statistik.at
www.wau.boku.ac.at