

## Sharing Economy: Teilen und Teilhaben

### Ein Einkaufsladen, bei dem die Kaufenden mitbestimmen

Der Mitgliederladen «die frischlinge» in Zürich Enge sieht zwar wie ein gewöhnlicher Bioladen aus, funktioniert jedoch deutlich anders. Besitzerin des Ladens ist eine Genossenschaft, die allen Interessierten offensteht.



© Freepik @ www.flaticon.com/  
Simpleicon @ www.flaticon.com

Die Philosophie der «frischlinge» umschreibt Jonas, Mitglied des Kernteams, folgendermassen: «Für uns ist nachhaltige Produktion wichtig. Weiter möchten wir möglichst regional einkaufen und auch kreativen ProduzentInnen eine Plattform bieten.» Weil es ein Mitgliederladen sei, wolle man zudem besonders gut auf die Bedürfnisse der AbonnentInnen eingehen.

#### Das Quartier im Sturm erobert

Der Laden wurde im Mai dieses Jahres eröffnet. Schon im Sommer hatten 140 Haushalte ein Monatsabonnement gelöst; praktisch alle wurden in der Folge auch erneuert. Die Hälfte der AbonnentInnen sind Familien, es gibt aber auch Wohngemeinschaften, Paare und Einzelpersonen. Praktisch alle stammen aus dem Quartier Zürich Enge.

Auch NichtabonnentInnen sind im Mitgliederladen willkommen, ihre Einkäufe machen aber nur ein Drittel des Umsatzes aus. Denn wer hier öfters einkauft, ist gut beraten, GenossenschaftlerIn zu werden und damit ein Abonnement lösen zu können. AbonnentInnen bezahlen im Schnitt dreissig Prozent weniger; wer viel einkauft, amortisiert den Abopreis innert Kürze und spart entsprechend viel Geld. Die Abopreise sind gestaffelt nach Haushaltgrösse.

#### Auch für wenig Verdienende attraktiv

Die GründerInnen arbeiten neben ihrem Engagement im Laden Teilzeit in verschiedenen Berufen, zum Beispiel als SozialarbeiterIn, JournalistIn oder als VelokurierIn. Dadurch können sie nicht die gesamte Öffnungszeit abdecken. KundInnen haben deshalb die Möglichkeit, tageweise mitzuarbeiten. Voraussetzung ist, dass man regel-

mässig mitarbeitet und deshalb das Sortiment kennt. Bei den einen HelferInnen stehen wirtschaftliche Gründe im Vordergrund (Abarbeiten des Abopreises), bei anderen der Wunsch, sich in die Gemeinschaft einzubringen. Auch für andere Aktivitäten – etwa selbst organisierte Veranstaltungen – wird auf HelferInnen zurückgegriffen.

#### Gemeinsam gestaltetes Sortiment

Das Angebot des Ladens ist stark auf den täglichen Bedarf ausgerichtet: Milch, Brot, Kaffee, Gemüse, Früchte, Pasta, Flocken, Getränke, einige Hygiene- resp. Kosmetikartikel. Es gehört zum Konzept, dass die Einkaufenden ihre Wünsche nach weiteren Produkten einbringen können. Aber das Mitbestimmen geht bei den «frischlingen» weit darüber hinaus: So wurden an einem Treffen im Oktober grundsätzliche Fragen diskutiert: Wie soll es mit dem Sortiment weitergehen? Wie viel Verpackung darf es sein? Wie viel tierische Produkte sollen angeboten werden? Wie soll mit Produktwünschen umgegangen werden?

Wegen der angestrebten Nachhaltigkeit wollten die GründerInnen ursprünglich keine Früchte einfliegen lassen. Aber bei diesem Laden bestimmen die GenossenschaftlerInnen das Angebot. Als Mangos gewünscht wurden, gab es eine Umfrage unter ihnen, und die Teilnehmenden sprachen sich fürs Anbieten von Mangos aus. Enthaltungen gab es keine, was zeigt, wie gross das Engagement ist.

#### Jung, umweltbewusst und humorvoll

Der Name «die frischlinge» zeugt vom Humor der GründerInnen. Er soll nicht nur mit «frischen, heimischen Produkten» assoziiert werden, sondern auch darauf hinweisen, dass sie alle QuereinsteigerInnen, also Frischlinge im Detailhandel sind. Die dritte Assoziation: Auch junge Wildschweine werden so genannt. «Sind die nicht süss?», meint Jonas augenzwinkernd. Nicole Anja Baur

[www.frischlinge.ch](http://www.frischlinge.ch)

zh  
aw

Soziale Arbeit