

# Ein Produkt, zwei Preise

## VG Verbrauchergenossenschaft startet Pilotprojekt



### Drei Fragen an

Matthias Schwarzwälder, Vorstands- und Gründungsmitglied der VG Verbrauchergenossenschaft für umweltgerecht erzeugte Produkte Dresden eG

**Ihre Genossenschaft hat am 1. September 2010 im Lebensmittelgeschäft in der Dresdner Jahnstraße ein Zwei-Preise-Modell gestartet. Welche Absicht verbinden Sie damit?**

Wir wollen auch Nichtmitgliedern, Menschen, die nur kurze Zeit in der Stadt verweilen oder durch Zufall auf unseren Biomarkt aufmerksam geworden sind, die Chance geben, sich durch einen Einkauf zu fairen Preisen mit unserem Konzept, mit unserem Sortiment bekanntzumachen und Produkte aus unserem Naturkostvollsortiment zu erwerben. Der Lebensmittelladen in der Jahnstraße mit seiner Zentrumslage erschien uns für die Umsetzung dieser lange diskutierten Idee als Pilotprojekt am besten geeignet. In der Praxis bedeutet das, dass an jedem Artikel zwei Preise ausgewiesen sind: einer für unsere Mitglieder und einer für Nicht-Mitglieder.



In einem der vier VG-Mitgliederläden können ab sofort auch Nicht-Mitglieder einkaufen. Foto: „WIR“-Archiv

**Gibt es für dieses Modell Vorbilder?**

Wir selbst haben dieses Modell vor zwölf Jahren schon einmal ein halbes Jahr lang getestet, es dann aber nicht fortgesetzt. Insofern haben wir nun ein neues und doch altes Projekt in die Tat umgesetzt. Inzwischen gab es vielfältige Erfahrungen von mehreren Läden bundesweit, die dieses Modell erfolgreich praktizieren. Dennoch beginnen wir die „Testphase“ in nur einem Laden, um die Veränderungen, die die neuen Wege mit sich bringen, langsam anzugehen.

**Was bedeutet das für Ihre Mitglieder?**

Für unsere 5 000 Mitglieder bleibt alles beim

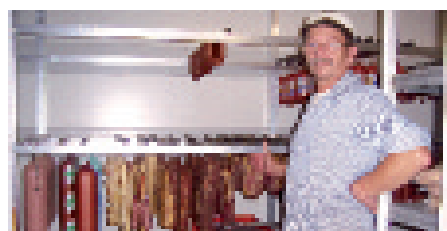
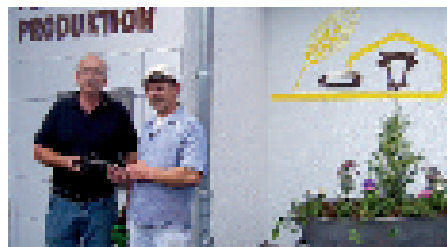
Alten. Denn das Modell der Mitgliedschaft mit dem monatlichen Obolus von 15 Euro für einen Erwachsenen und den damit rabattierten Produktpreisen hat sich bewährt. Zudem bleibt es unser Ziel, Menschen von der Idee der Genossenschaft zu überzeugen, ihre Mitbestimmungsmöglichkeiten bei der aktiven Unterstützung unseres Weges zu sichern. So haben sich zum Beispiel unsere Mitglieder im Vorfeld der Eröffnung unseres vierten Ladens in der Dresdner Neustadt in einem beträchtlichen Umfang mit Bürgschaften und Darlehen engagiert. Nur dadurch konnten wir diesen Bio-Supermarkt mit einem Naturkostvollsortiment für die vielen Interessenten aus diesem Dresdner Stadtteil einrichten. Der Zulauf gibt uns Recht: Mehr als 800 neue Mitglieder konnten wir seit der Eröffnung am 1. März in die Genossenschaft aufnehmen. – Hier schließt sich der Kreis. Die gewachsene Zahl von Genossen bedeutet mehr Umsatz und insgesamt mehr verkaufte Erzeugnisse auch unserer 50 Lieferanten aus Sachsen. Umsatzzuwachs sichert die Stabilität der Genossenschaft, gibt Raum, Neues auszuprobieren, weitere Vorhaben zu finanzieren und sie umzusetzen.

Gespräch: Dr. Wolfgang Allert

### Zur Sache

#### Erfolg ist planbar

Getreide, Milch, Biogas, Fleisch und Wurst vom eigenen Hof – die Agrargenossenschaft Theuma-Neuensalz eG ist wer. Gerade jetzt in Zeiten labiler Märkte und schwankender Erzeugerpreise wartet sie mit vorausschauendem Handeln und nüchternem Rechnen auf und nimmt ihre Geschicke selbst in die Hand. Was bringt wirtschaftlichen Zuwachs, was nicht? Diese Frage ist im Betrieb kein Reiz-, vielmehr Dauerthema. So investierten die Vogtländer auf der Basis solider Finanzen in den letzten Jahren u. a. in Milchviehstall und Biogasanlage. Am 10. August hatte der Vorstand zur Wiedereröffnung der um- und ausgebauten Fleischerei eingeladen. Innerhalb von nur drei Monaten schuf das Unternehmen dort modernste Produktions- und Arbeitsbedingungen (Fotos re.). Wieder sind Fakten geschaffen: Die Genossenschaft punktet weiter. Sie wird ihrem Anspruch, ihren Aufgaben als Direktvermarkter selbst erzeugter und veredelter Produkte nach „Vogtländischen Rezepturen“, als wichtiger Nahversorger und Dienstleister in Dorf und Region immer besser gerecht. dsc



Schlüsselübergabe in Theuma: Vorstand Gunter Hommel (l.), Fleischermeister Detlef Hanelt. – Obst- und Gemüseschnitzereien. – Hanelt in Aktion. Fotos: eG

### .....Wussten Sie schon?.....

... dass es seit einem Jahr eine Repräsentanz der Volksbank Löbau-Zittau eG im tschechischen Liberec gibt, die für Tausende Kunden vor Ort kompetente Zweitbank ist?

... dass die TowerByte Leipzig eG einen Business-Club gegründet hat, in dem sich Fachleute u. a. über aktuelle Trends im Online-Handel austauschen können?

... dass sächsische Landwirtschaftsbetriebe, auch Agrargenossenschaften, 116 404 Schafe, darunter 73 257 Mutterschafe und 1 656 Schafböcke, halten und dabei hauptsächlich auf die Produktion von Schlachtlämmern und Landschaftspflege ausgerichtet sind?

... dass in der Dresdner Volksbank Raiffeisenbank bereits die 60. Ausstellung der Reihe „Kunst in der Villa Eschebach“ zu sehen ist, die bis zum 8. Oktober 2010 Landschaften und Porträts des Dresdner Malers und Grafikers Jochen Fiedler vorstellt?