

Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau 2026

Bio-regionale Wertschöpfungsketten in Kooperativen Lebensmittelläden – Eine Multi-Stakeholder-Perspektive

Autor*innen: Kristina Gruber, Clara Menke,
Christin von Schönfeldt, Christian Herzig



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Problemstellung & Relevanz

Status Quo

- Hohe Marktkonzentration im Lebensmitteleinzelhandel: Die großen Gruppen um Edeka, Rewe, Aldi und dem Schwarz-Konzern beanspruchen zusammen seit Jahren einen stabilen Marktanteil von rund 75 Prozent.



Probleme/Folgen, u.a.

- ⚡ Globale Handelsstrukturen
- ⚡ Komplexe und intransparente Lieferketten
- ⚡ Enormer Preisdruck auf Produzierende
- ⚡ Intransparente Preisbildungsprozesse
- ⚡ Defizitäre Umwelt- & Sozialstandards entlang der Lieferkette

Quellen: u. a. BZL 2026, BVE 2025,
Menke, C. 2025, Sander, M. et al. 2025

Alternativen?!

Alternative Lebensmittelnetzwerke

Alternative Food Networks (AFN) (u.a. [Jarosz, L. 2008](#)), (Alternative) Nahrungsmittel (u.a. [Rosol, M. 2018](#)), Short Food Supply Chains ([Renting et al. 2003](#)),

Alternative Lebensmittelnetzwerke	Alternative Nahrungsmittel
<ul style="list-style-type: none">- Eigenproduktion (z. B. Selbsternte- oder Gemeinschaftsgärten)- Vertraglich vereinbarte Produktion (z.B. Solidarische Landwirtschaft)- Direktvermarktung (ab Hof, Wochenmärkte, Abosysteme)- Lebensmittelkooperativen (food coops)	<ul style="list-style-type: none">- Bio-Produkte- Regionalprodukte- Fair Trade Produkte

Eigene Abb. in Anlehnung an [Rosol, M. 2018](#), [Michel-Villarreal, R. 2025](#)

- Verschiedene Formen von Lebensmittelkooperativen, z.B. Bestell- oder Lagerkooperativen (Gruber, K. et al. 2026)
- Besondere Form: **Kooperative Lebensmittelläden** bzw. Mitmach-Supermärkte (Menke, C. 2025, Menke, C. et al. 2026).

Kooperative Lebensmittelläden

- Konsumgenossenschaften mit eigenem Ladengeschäft, auch Mitmach-Supermärkte genannt

Zentrale Merkmale

- Aufbau alternativer Handelsstrukturen: regionale qualitativ hochwertige Bio-Produkte, Produkte aus fairem Handel, faire und transparente Preisbildung.
- Gemeinschaftsaspekt: „mehr als nur ein Supermarkt“, Verbraucher:innen werden zu Mitgliedern der Genossenschaft (Mitsprache, Mitgestaltung); Mitarbeit (3 Std./Monat)
- Weitere Strukturmerkmale

Praxispartner:innen: FoodHub München, SuperCoop Berlin, SuperCoop Bremen, kollektiv (Köln)

Quellen: Menke, C. 2025, Menke, C. et al. 2026



FOOD HUB MÜNCHEN



06.03.2026

Forschungsbedarf und -fragen

Forschungsbedarf:

- Konzept der Kooperativen
Lebensmittelläden in Deutschland
erst seit 2021 (Eröffnung FoodHub
München, SuperCoop Berlin)
- Großes Angebot an Bio-Produkten,
Einkauf regionaler Bio-Produkte „wo
möglich“
- Rolle der Läden zur Stärkung bio-
regionaler WSK

Leitende Forschungsfragen:

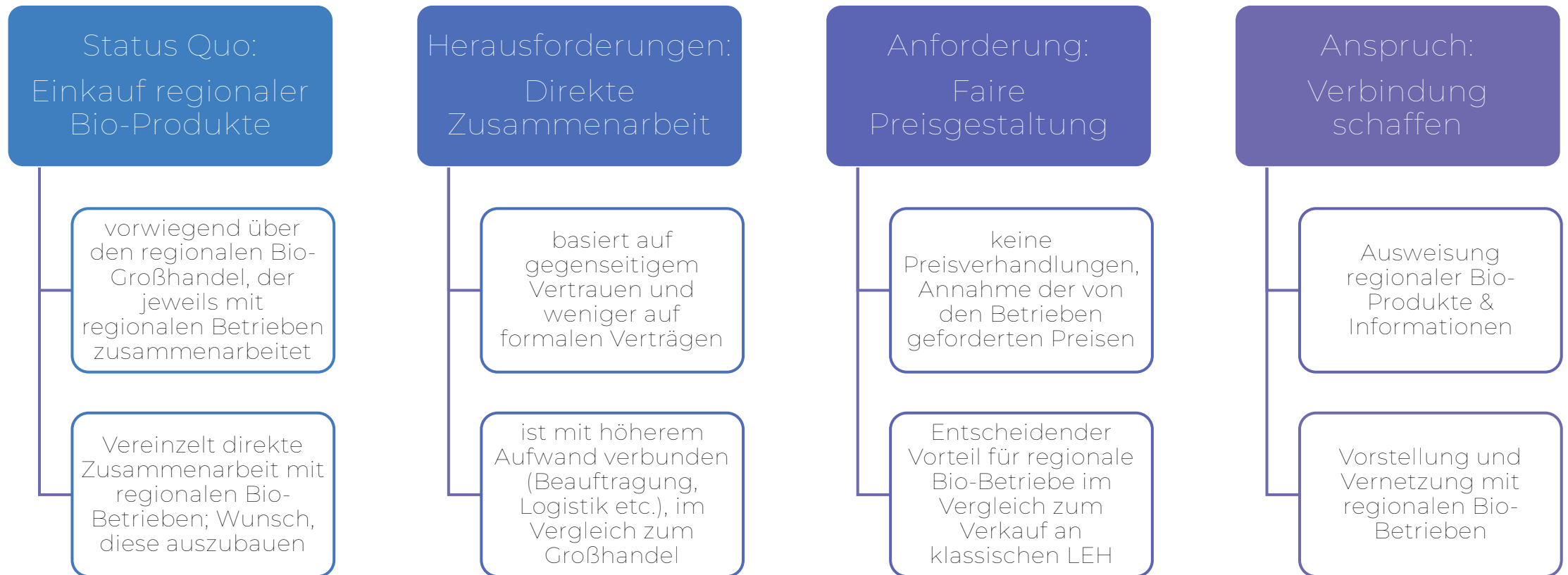
1. Welche Rolle spielen regionale
Bio-Produkte und die direkte
Zusammenarbeit mit regionalen
Betrieben in den Kooperativen?
2. Welche Bedeutung haben bio-
regionale Produkte für die
Mitglieder?

Methodisches Vorgehen

Interviews mit Kooperativen & Lieferant:innen	Mitgliederbefragung
4 Interviews mit Vorstand der Praxispartner:innen; 11 Interviews mit Lieferant:innen vom FoodHub und SuperCoop Berlin	781 Mitglieder vom FoodHub München, der SuperCoop Berlin und köllektiv Köln nahmen an der Befragung teil.
Frühjahr 2024	Sommer 2025
Qualitative Inhaltsanalyse	Deskriptive Statistik, Qualitative Inhaltsanalyse

Betriebe > Kooperativen > Mitglieder

Forschungsfrage 1: Welche Rolle spielen regionale Bio-Produkte und die direkte Zusammenarbeit mit regionalen Betrieben in den Kooperativen?



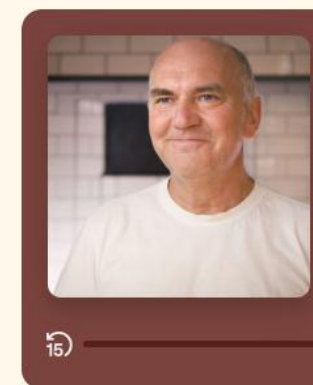
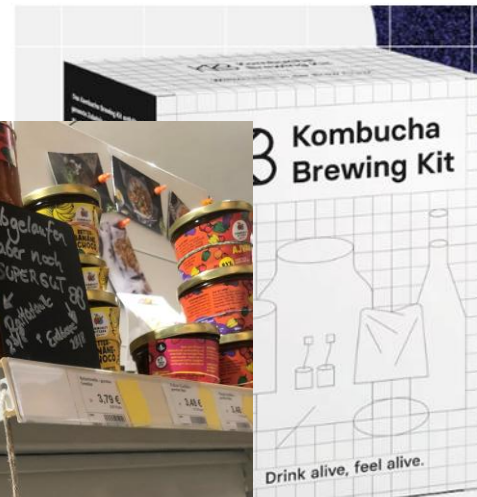
Kommunikation entlang der WSK

Beispiele:

- Ausweisung regionaler Bio-Produkte im Laden
- Vorstellung Erzeuger:innen in den Newslettern und weiteren Medien (Instagram, Podcasts)
- Gemeinsame Exkursionen zu Bio-Betrieben



Triff' unsere Erzeuger: Roy Kombucha
Meet our Producers: Roy Kombucha



Brot, Qualitätsansprüche

10. Aug. · Ran ans Eingemachte! Lebensmittel

⊕ Auf Spotify speichern

15

15

45:48



Betriebe > Kooperativen > Mitglieder (1)

Forschungsfrage 2: Welche Bedeutung haben bio-regionale Produkte für die Mitglieder?

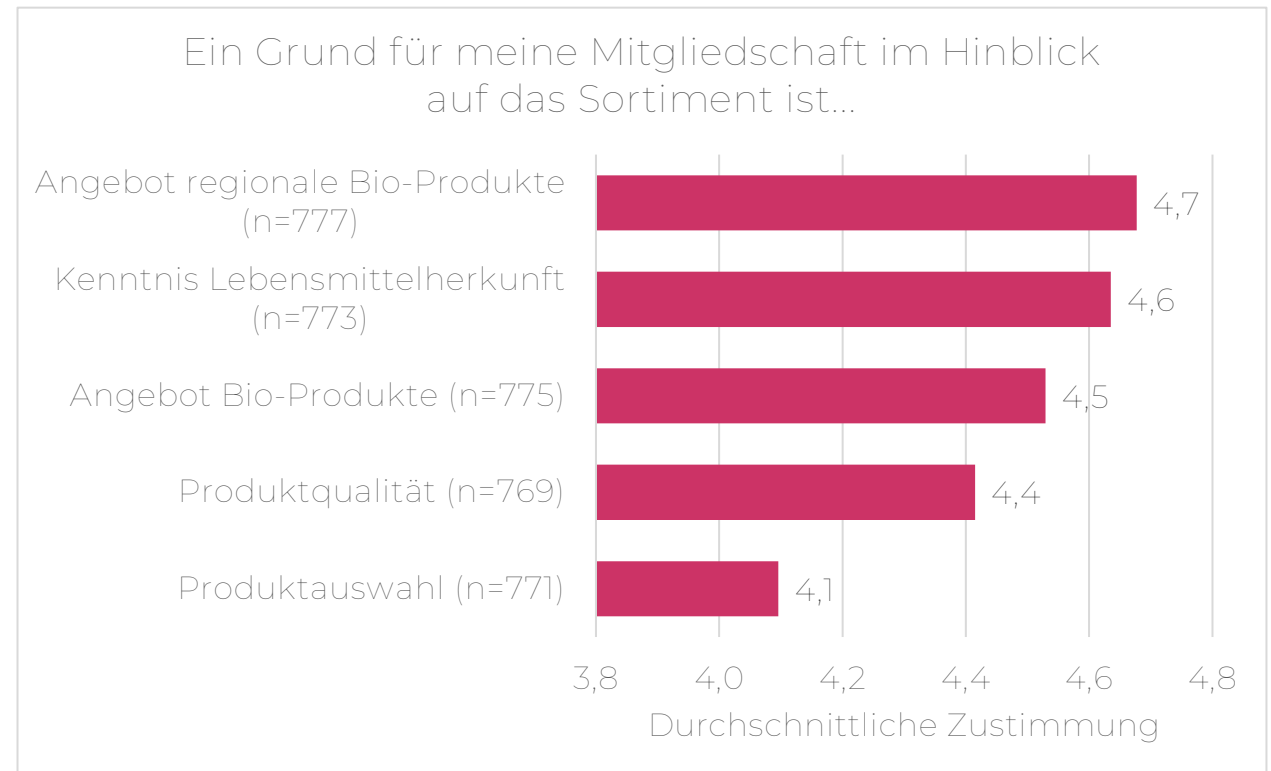
Erfassung der Gründe für die Mitgliedschaft (u. a. Sortiment, persönliche Gründe etc.)

Im Hinblick auf das Sortiment:

- Sehr hohe Zustimmung (\bar{x} 4,7) zur bio-regionalen Produktauswahl und Kenntnis zur Herkunft der Lebensmittel (\bar{x} 4,6)

Im Hinblick auf die Gemeinschaft:

- Sehr hohe Zustimmung für faire Entlohnung der Produzierenden (\bar{x} 4,8) und Unterstützung regionaler Bio-Betriebe (\bar{x} 4,7)



1 (stimme überhaupt nicht zu) bis 5 (stimme voll und ganz zu)

Betriebe > Kooperativen > Mitglieder (2)

Forschungsfrage 2: Welche Bedeutung haben bio-regionale Produkte für die Mitglieder?

Erfassung der Bedeutung bio-regionaler Produkte für die Mitglieder

- Mitgliedern ist es generell wichtig, Bio-Lebensmittel aus der Region zu kaufen (wo es möglich ist) (91,4 %)
- Über 90 % finden es wichtig, dass die Kooperative eng mit regionalen Bio-Betrieben zusammenarbeitet, wobei 60 % der Mitglieder sogar mehr über die regionalen Bio-Betriebe, mit denen ihre Kooperative zusammenarbeitet, erfahren wollen.
- Für circa zwei Drittel der Mitglieder (65 %) ist es wichtig, dass die Lebensmittel in der Kooperative bio-zertifiziert sind.
- Für ca. 85 % der Mitglieder ist die faire Entlohnung der Erzeuger:innen die wichtigste Eigenschaft bei der Auswahl von Lebensmitteln ist.
- Rund 83 % der befragten Mitglieder gaben zudem an, dass sie bereit wären, mehr für regional hergestellte Bio-Lebensmittel zu zahlen.

Schlussfolgerungen

- Regionale Bio-Produkte
 - zentrale Motivation für Mitglieder zur Beteiligung
 - zentraler Bestandteil des Sortiments (v.a. über Bio-Großhandel), aber nicht ausschließlich (da Vollsortiment)
- Ausbau und Stärkung
 - Bio-Großhandel als wichtiger Intermediär muss Ansprüchen der Kooperativen gerecht werden
 - Direkte Zusammenarbeit mit regionalen Bio-Betrieben vereinfachen und unterstützen, durch Förderprogramme und Mitgliederbeteiligung



Diskussionenpunkte

- Ausbau regionaler Bio-Produktion in Deutschland
 - Selbstversorgungsgrad von Gemüse liegt beispielsweise bei 37 %, ein Großteil des Bedarfs muss importiert werden
- Verbraucher:innen
 - Mitgliederprofil / Zugang für alle
 - Sensibilisierung für kooperatives Konzept & regionale Bio-Produkte

> > Gründung weiterer Läden



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

contact information:

kristina.gruber@uni-giessen.de

<https://www.uni-giessen.de/ibae/wertschaetzen>



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Literatur

Gruber, K., Menke, C., von Schönfeldt, C., Herzig, C., 2026, Die Rolle bio-regionaler Wertschöpfungsketten in Kooperativen Lebensmittelläden aus Sicht der Kooperativen, ihrer Mitglieder und Lieferant*innen, in: Kemper, R., M. Athmann, A. Häring, D. Neuhoff, M. Müller-Lindenlauf, L. Schmitz, C. Stumm, I. Tiemann & T. F. Döring (Hrsg.), Widerspruch begegnen – viele Antworten, ein Ökolandbau, Tagungsband zur 18. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau, 781-785.

Gruber, K., Herzig, C., Menke, C., Schönfeldt, C.v. (2026). Die Rolle bio-regionaler Wertschöpfungs-ketten in Kooperativen Lebensmittelläden aus Sicht der Kooperativen, ihrer Mitglieder und Lieferant*innen. Hohenheimer Genossenschaftsforschung 2025. Universität Hohenheim - Forschungsstelle für Genossenschaftswesen, 161-173. Stuttgart-Hohenheim, Deutschland.

Weitere Quellen, u.a.:

BZL (2026). Warum bauen wir in Deutschland so wenig Obst und Gemüse an? Online verfügbar unter <https://www.landwirtschaft.de/wirtschaft/agrarmaerkte/markt-und-versorgung/warum-bauen-wir-in-deutschland-so-wenig-obst-und-gemuese-an> (URL aufgerufen 14.10.2026).

BVE (2025). Marktanteile der führenden Unternehmen im Lebensmittelhandel in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2024 [Graph]. In Statista. Zugriff am 26. Februar 2026, von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/4916/umfrage/marktanteile-der-5-groessten-lebensmitteleinzelhaendler/>

Menke, C (2025). Der Supermarkt von morgen? Über Potentiale und Herausforderungen von Kooperativen Lebensmittelläden. doi:10.17170/kobra-2025041011040.

Menke, C., Schönfeldt, C.v., Gruber, K., Herzig, C. (2026). Kooperative Lebensmittelläden. Eine andere Art des Einkaufens, Ökologie & Landbau 1/2026, 44-45

Rosol, M. (2018). Alternative Ernährungsnetzwerke als Alternative Ökonomien. Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie (62(3-4), 174-186.

Sander, M., Saldern, L.v., Harrer, F., Schader, C., Schafhausen, C., Weber, C., Herzig, C., Franz-Wippermann, R., Lambertz, C., Niessen, J., 2025, Wie nachhaltig sind die deutschen Supermärkte? Systematische Bewertung der acht umsatzstärksten Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels nach Umwelt-, Sozial- und Tierwohlkriterien, Texte 07/2025, Umweltbundesamt, 289 Seiten.