

INFOCOOP

legacoopbund

50 | settembre | September 2018



IN PRIMO PIANO DAS THEMA

- 4** 50 X Infocoop!
- 6** Auto-aiuto
- 7** Die Zukunft sieht man im Rückspiegel

MONDO COOP GENOSSENSCHAFTEN

- 8** Wohnbaugenossenschaften als Abbild der Gesellschaft
- 10** Vom Bauer zum Städter und umgekehrt
- 14** Dall'associazione sportiva alla cooperativa: Ecco perché conviene!
- 16** Intervista doppia: our members & sport
- 18** 2017 in Zahlen: Sozialbilanz

SGUARDO AL FUTURO BLICK NACH VORN

- 17** Legacoopbund & Confcooperative

RUBRICHE RUBRIKEN

- 3** Editoriale | Leitartikel
- 20** Newcomer
- 24** Media
- 25** Vocabolario coop | Genossenschaften von A bis Z
- 26** Events

Titelbild | Grafica prima pagina: Clab ONLUS
Editore | Herausgeber: Legacoopbund – Piazza Mazzini Platz 50-56 – Aut.
Trib. Bolzano / Gen. Gericht Bozen Nr.22/90 del/vom 4.8.1990
Direttore responsabile | Schriftleitung: Jutta Kußtatscher
Redazione | Redaktion: Elena Covi, Heini Grandi, Elisabeth Kostner,
Alberto Stenico
Foto: Legacoopbund, Genussgemeinschaft Städter und Bauern e.V.,
München, Mama, Vinorosso, Wohnen im Alter
Stampa | Druck: Tipografia Printeam Bolzano
Grafica | Graphik: CLAB ONLUS
Contatti | Kontakt: Legacoopbund – Piazza Mazzini Platz 50-56 – Tel. 0471
067 100 – info@legacoopbund.coop – www.legacoopbund.coop
Diciture prima pagina/frontespizio:
Infocoop 50 – settembre | September 2018 | trimestrale di Legacoopbund
| vierteljährliche Publikation von Legacoopbund | Poste Italiane S.p.A. –
Spedizione in Abbonamento Postale – 70% NE/BZ



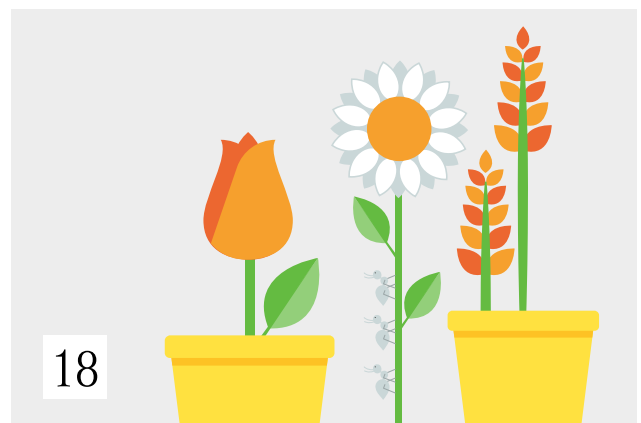
50 numeri di Infocoop | 50 Infocoop-Ausgaben



„Vom Acker auf den Teller“ Wie in München die Bauern durch direkte Einkäufe und Investitionen unterstützt werden.



Dritto & rovescio: La Riforma del Terzo settore e i vantaggi della forma cooperativa nell'ambito del mondo dello sport.



Einige Daten aus unserer neuen Sozialbilanz auf einem Blick zusammengefasst.

BUON COMPLEANNO INFOCOOP!

50 numeri di Infocoop: che traguardo! Quanti dei redattori, che nel lontano dicembre del 1990 avevano tenuto in mano la prima edizione di Infocoop, avrebbero immaginato che questa rivista sarebbe arrivata a contare 50 numeri? È una bella soddisfazione, che ci riempie di orgoglio. Essere arrivati a 50 significa che Infocoop nonostante tutte le difficoltà funziona, che c'è gente che ci crede e che con passione porta avanti quest'idea. Significa però innanzitutto e principalmente che oggi come 28 anni fa Legacoopbund e le cooperative associate hanno ancora molto da dire. Ci siamo e vogliamo farci sentire.

Certo, non si può negare: i mezzi di comunicazione sono cambiati. Forse però sono diventati un po' più democratici, visto che tutti hanno la possibilità di esprimersi. Ma ecco che si pone un nuovo problema: come farsi sentire? Chi grida di più, ha più ragione? Allora starà a noi gridare più forte. E come? Mettendoci insieme. Dovrebbe essere questa la nostra forza, la capacità della cooperazione. Sembra banale, ma non smetteremo mai di ripeterlo: cooperare significa collaborare. E allora aiutiamoci a vicenda per farci sentire. Noi come associazione di rappresentanza stiamo già andando in questa direzione.

Buona lettura!

Heini Grandi | Presidente di Legacoopbund



50 X INFOCOOP!

Ripercorriamo con le voci di alcuni redattori i 50 numeri della nostra rivista "Infocoop".

Come è nata l'idea di una rivista aziendale per Legacoopbund nel 1990 e quali sono i tuoi ricordi delle prime riunioni della redazione?



Vittorio Papa

L'idea di un bollettino di informazione (così lo chiamavamo) nell'ambito del consiglio direttivo di Legacoopbund è nata, perché sentivamo la necessità di comunicare su più fronti. Per sensibilizzare e diffondere i temi della cooperazione, per informare sull'attività di promozione e i servizi offerti dalla nostra associazione, per far conoscere le imprese sociali già presenti sul territorio e le cooperative che in settori considerati non tradizionali andavano fondandosi in quegli anni. In ogni numero cercavamo di dare spazio anche a imprese e gruppi, anche non associati e non per forza in forma cooperativa, perché il nostro intendimento era quello di mettere in rete tutto il terzo settore, di entrambi i gruppi linguistici e tenendo conto delle necessità e diverse sensibilità tra centri urbani e valli.

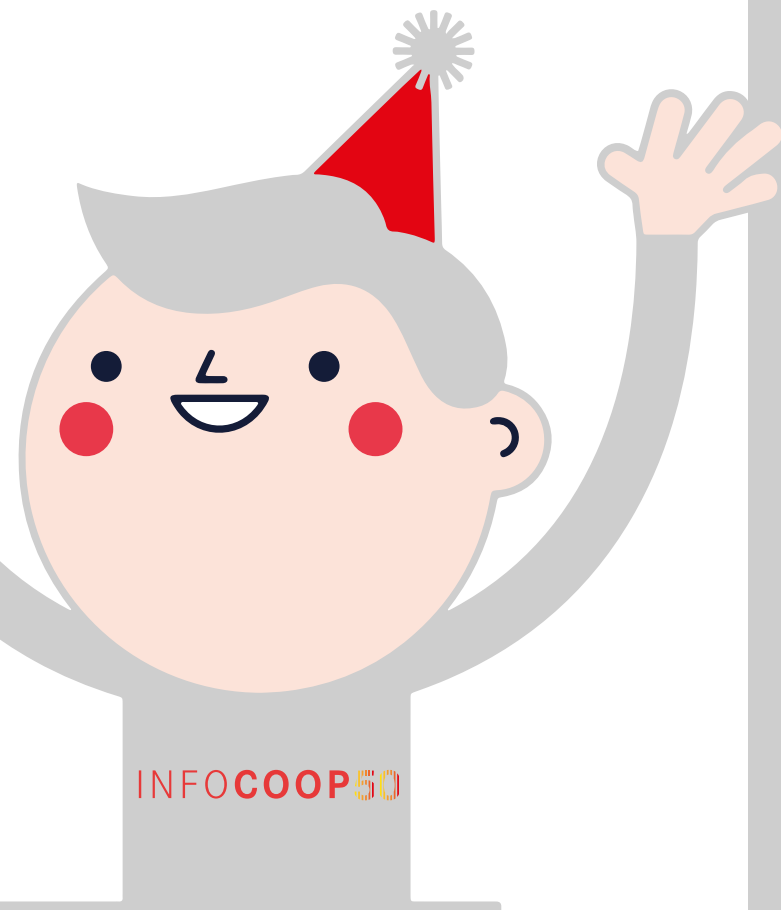
Come è cambiato negli anni Infocoop?



Alberto Stenico

Infocoop è stata nel tempo uno specchio fedele della vita e dello sviluppo della nostra associazione, Legacoopbund. La rivista Infocoop ha saputo accompagnare i cambiamenti del mondo della cooperazione e della società, ma ha mantenuto un'impostazione editoriale coerente ai valori del nostro movimento cooperativo. Bilinguismo, attenzione a tutto il territorio, sensibilità per "il nuovo", ma anche per la storia della cooperazione. Occhio attento ai fatti locali, così come a quelli nazionali ed internazionali. Informazioni pratiche, articoli semplici e brevi, assieme ad approfondimenti più teorici e culturali. Uno dei pochi esempi in provincia di Bolzano di una pubblicazione realmente interculturale già dalla sua nascita. Il suo compito è stato sempre anche quello di informare i lettori di lingua italiana degli avvenimenti del mondo tedesco e, viceversa dare ai lettori di lingua tedesca spunti di conoscenza della realtà italiana. La strada si è rivelata quella giusta. Buon cammino, Infocoop!





Was zeichnet Infocoop aus? Was schätzt du an unserer Zeitschrift?



Klaudia Resch

Infocoop ist für mich eine ansprechende Möglichkeit, mich über Themen, Neuigkeiten und Herausforderungen im Genossenschaftswesen zu informieren. Besonders schätze ich an Infocoop die Zweisprachigkeit und die Rubrik Newcomer.

I nuovi media e il digitale hanno cambiato molto lo scenario del mondo dell'informazione e in molti si chiedono se la carta stampata sia ancora attuale. Cosa ne pensi?



Elena Covi

Non credo che la carta stampata sia destinata a sparire, altrimenti questo sarebbe successo da un pezzo. Proprio perché siamo sommersi da informazioni che ci arrivano attraverso il digitale, credo che sia piacevole, per me lo è, toccare con mano e leggere una rivista di proprio interesse. Perciò quando esce un nuovo numero di Infocoop c'è una certa curiosità nello sfogliarlo e scoprire cosa c'è di nuovo, sensazione molto diversa dall'aprire la versione digitale della rivista con un clic del mouse o con un tocco sul proprio smartphone. Perciò credo che le riviste stampate siano ancora attuali e mantengano il loro fascino, nonostante i nuovi mezzi di informazione sempre più moderni e accattivanti.





AUTO AIUTO

La risposta giusta ai problemi dell'economia della casa, del sociale.

Editoriale tratto da Infocoop n.3, giugno 1991

Succede sempre più spesso di accorgersi come diversi problemi della nostra società non trovino soluzione né tramite l'intervento pubblico, né tramite il cosiddetto "libero mercato". Ne sanno qualcosa coloro che cercano una casa senza riuscire a trovarla, o coloro che vivono svantaggi sociali o fisici e per questo si sentono emarginati, o coloro che cercano di creare lavoro ed imprese economiche in modo partecipato.

In tutti questi casi, ci si rende conto, per esempio, che anche la ricchezza di strumenti e di mezzi finanziari della nostra provincia non basta da sola a creare le condizioni perché ogni persona possa avere veramente "pari dignità" rispetto alle altre; nonostante gli Enti Pubblici (Stato, Provincia, Comuni) abbiano proprio il compito di realizzare con la democrazia anche l'equità distributiva, questo obiettivo rimane ancora lontano. Se non si può forse parlare, specie qui da noi, di un vero e proprio "fallimento dello Stato", si può però prendere atto della scarsa efficacia di molti suoi interventi nei vari campi dei bisogni sociali. In troppi casi, inoltre, si manifesta il volto dello Stato (o Provincia) assistenziale o addirittura clientelare. Una situazione questa, che ha indotto nella gente anche atteggiamenti di estraneità, passività o di opportunismo.

Dall'altra parte il mercato privato, gode di buona salute economica, ma crea una divisione sempre più netta tra chi "ce la fa" e chi invece rimane escluso ed emarginato. E per passare dalla prima alla seconda categoria non ci vuole molto, a volte solo un periodo di malattia, qualche problema personale o addirittura qualche scrupolo di coscienza, per non parlare poi del colore della pelle. Ben venga quindi il dibattito, che sta crescendo nel mondo imprenditoriale più sensibile, sul tema "etica ed economia", con l'augurio che esso abbia anche effetti concreti sui comportamenti dei vari soggetti interessati.

E così che dal Pubblico e dal Privato la palla torna ai cittadini, che sono chiamati a costruire con le loro mani risposte concrete ai problemi della società. Cittadini che sono chiamati ad investire di più le proprie energie, le proprie intelligenze, i propri mezzi economici per risolvere attivamente ed in modo solidale i problemi troppo spesso "lamentati" e non adeguatamente affrontati. Di questa logica dell'AUTO-AIUTO la cooperativa può essere l'espressione più genuina.





DIE ZUKUNFT SIEHT MAN IM RÜCKSPIEGEL

Zeitverschobene Betrachtungen zum Genossenschaftswesen *Von Oscar Kiesswetter*

Ich beginne heute mit einem persönlichen Geständnis. Ich gehöre zu jenen Lesern, die eine alte Zeitung nach einiger Zeit gerne noch einmal durchblättern um festzustellen, ob sich einzelne Aussagen in der Zwischenzeit bewahrheitet haben.

Dabei überprüfe ich nicht so sehr, ob die Erwartungen zu den Ergebnissen politischer Wahlen und sportlicher Wettkämpfe zutreffend waren oder vollends danebenlagen. Als Journalist schaue ich meistens, ob sich die Kollegen als Trendforscher bewährt haben: In anderen Worten, ob sie aus ihrem frühen Blickpunkt die zukünftigen Entwicklungen richtig gedeutet haben und inwieweit ihre langfristigen Szenarien dann auch Wirklichkeit geworden sind.

Für einen solchen Test ist der Leitartikel der Nummer 3 von INFOCOOP besonders geeignet. Er ist im Juni 1991, also vor mehr als einem Vierteljahrhundert erschienen, man kann ihn auf der Nebenseite nochmals nachlesen.

Es geht darin um das damals aufkommende Bewusstsein, dass die öffentliche Hand, selbst in einem reichen Land wie Südtirol, nicht für alles zuständig sein oder verantwortlich gemacht werden kann. Von den Akteuren auf dem freien Markt wusste man schon damals, dass sie weiterhin nur in ökonomischen Zusammenhängen denken und handeln würden, nicht zuletzt, weil die Debatte über die soziale Verantwortung der Unternehmen erst begonnen hatte. Also bestand die berechtigte Befürchtung, dass das Angebot an sozial relevanten Dienstleistungen oder an bestimmten Produkten, allen voran ein bezahlbarer Wohnraum, mittelfristig hinter den zunehmenden Erfordernissen oder Erwartungen der Bevölkerung zurückbleiben könnte.

INFOCOOP hat damals aufgezeigt, dass die richtige Reaktion auf diese Entwicklungen eine Rückbesinnung auf die Selbsthilfe sein sollte, also ein zunehmendes, direktes Engagement der Bürger, die sich verstärkt in genossenschaftliche Unternehmen einbringen. Darin kann man wirtschaftliches Handeln und soziales Denken vereinen und alle Mitglieder sind nach demokratischen Prinzipien an Eigentum, Verwaltung und Verantwortung beteiligt.

Seit 1991 haben wir Höhenflüge und Talfahrten jeglicher Art erlebt und auch in der lokalen Berichterstattung sind ungewohnte Begriffe vorgekommen, um Leiden und Sorgen des Durchschnittsbürgers zu beschreiben. Diese hießen – und heißen immer noch – je nach Bedarfslage, unzureichende Sozialdienste und fehlende Seniorenresidenzen bzw. Grundspekulation oder Baukostenexplosion.

Wie INFOCOOP vorausgesagt hat, zieht sich das Unternehmensmodell der Genossenschaft wie ein roter Faden durch die fetten und die mageren Jahre der jüngsten Vergangenheit und hat sich erwartungsgemäß als konkrete Form der Selbsthilfe bei den Bedürfnissen und Nöten der Mitglieder und ihres sozialen Umfeldes einmal mehr bewährt.

Rückblickend waren es also richtige Zukunftsvisionen, die in der Ausgabe von 1991 stehen: Die Antwort auf die Wohnungsnot und den Bedarf an Sozialdiensten kann sehr wohl von genossenschaftlichen Vorhaben ausgehen. Denn die 741 Genossenschaften zum Jahresbeginn 1991 sind auf nunmehr knapp über 1.000 gestiegen. Die Zahl der Mitgliedsgenossenschaften von Legacoopbund – damals 44 – hat sich bis Ende 2017 mehr als vervierfacht. Über 200 Sozialgenossenschaften, die es 1991 in Ermangelung eines gesetzlichen Rahmens noch nicht geben konnte, wirken derzeit in Südtirol, weil die öffentliche Hand rettungslos überfordert wäre, wenn man alles von ihr erwarten würde. Und dass heute noch über 150 Wohnbaugenossenschaften für bezahlbaren Wohnraum sorgen, war im besagten INFOCOOP-Artikel sozusagen auch schon zwischen den Zeilen geschrieben.

Im Rückspiegel der Zeit, bzw. in einer vergilbten Ausgabe einer alten Zeitschrift kann man also sehen, wie man früher die Zukunft erwartet hat und gegebenenfalls beim Nachlesen den damaligen Redaktionsmitgliedern zustimmend zunicken.

Gilt das auch für heute? Kann man an dieser Stelle ebenso überzeugt vorhersagen, dass in den nächsten Jahrzehnten die genossenschaftliche Selbsthilfe weiterhin eine bedeutende Rolle spielen wird, wenn es um alte oder neue Bedürfnisse geht?

Wenn jugendliche Kreativität in innovative Unternehmensformen umgewandelt werden soll, oder wenn neue Gruppen von Benachteiligten in Arbeitswelt und Gesellschaft eingegliedert werden müssen, oder wenn Südtirol die eigenen (gedanklichen) Grenzen überwinden wird und sich für einen übernationalen Wissensaustausch öffnen wird?

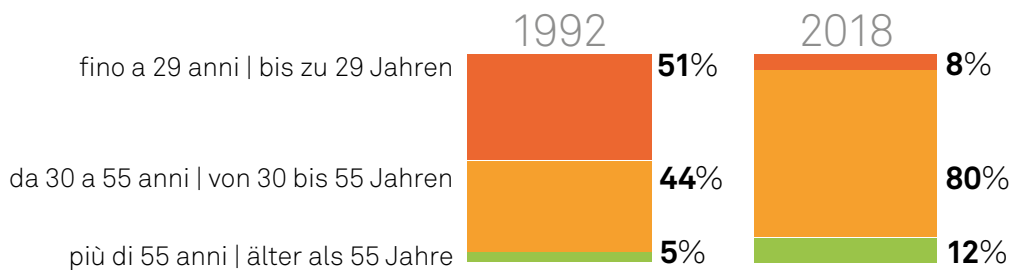
Ich bin überzeugt, dass auch diesmal die Genossenschaftsbewegung in angepasster oder erneuerter Form ihren Platz einnehmen wird.

Und in der Ausgabe Nr. 100 von INFOCOOP werden wir darauf zurückkommen.

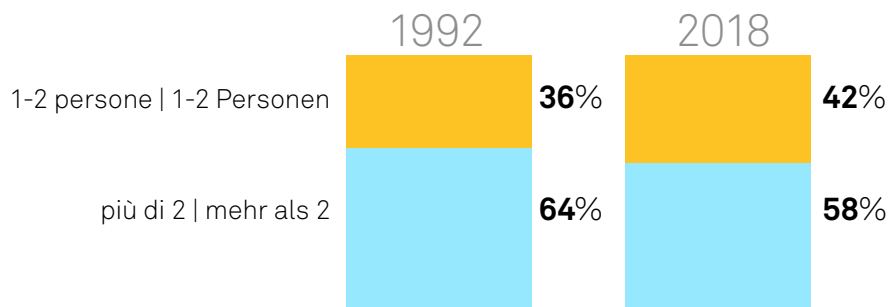
WOHNBAUGENOSSENSCHAFTEN ALS ABBILD DER GESELLSCHAFT

Beim Stöbern in unseren alten Infocoop-Ausgaben sind wir auf einen interessanten Artikel mit Statistiken über die Wohnbaugenossenschaften und deren Mitglieder gestoßen. Diese Daten aus dem Jahr 1992 haben wir mit den heutigen Zahlen verglichen. Ein Bild, wie sich unsere Gesellschaft verändert hat.

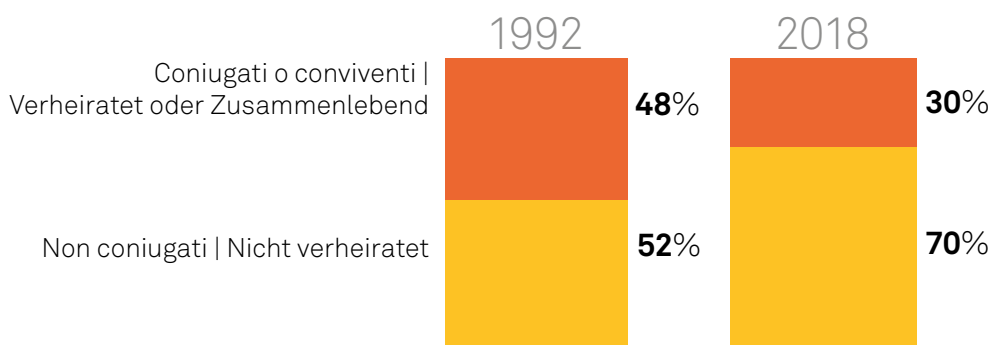
Età dei soci | Alter der Genossenschaftsmitglieder



Nucleo familiare | Zahl der Familienmitglieder

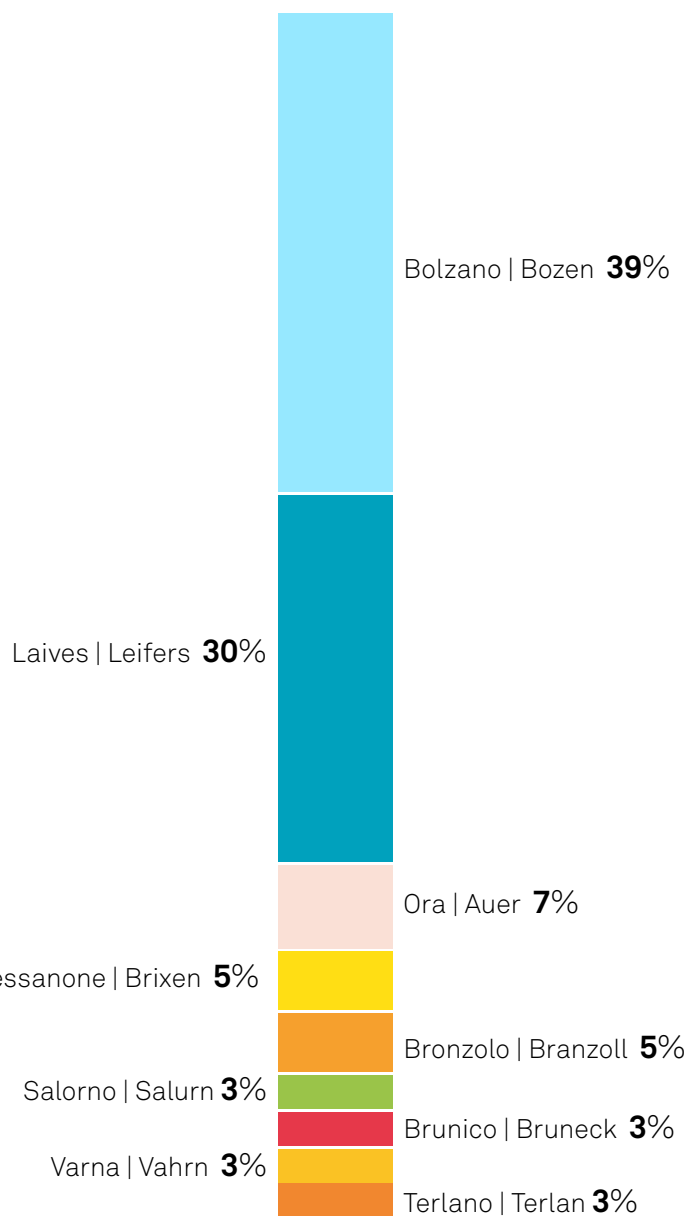


Stato civile | Familienstand



Distribuzione cooperative edilizie sul territorio provinciale

Wohnbaugenossenschaften nach Gemeinde 2018



VOM BAUER ZUM STÄDTER UND UMGEKEHRT

„Vom Acker auf den Teller ohne Konzerne und ohne dazwischengeschaltetem Handel“ – klingt gut, aber wie soll das funktionieren? Die Münchner Genussgemeinschaft Städter und Bauern e.V. zeigt wie: Als eine nachhaltige Community setzt sich der Verein leidenschaftlich für den Erhalt der bäuerlich-handwerklichen Lebensmittelvielfalt sowie für die Förderung einer direkten Beziehung zwischen Stadt und Land ein. Ein Interview mit Marlene Hinterwinkler, stellvertretende Vorsitzende der Genussgemeinschaft.



Gut, sauber und fair - So soll Landwirtschaft für Marlene Hinterwinkler, stellvertretende Vorsitzende der Genussgemeinschaft, aussehen.

■ Frau Hinterwinkler, wie ist die zündende Idee zur Gründung der Genussgemeinschaft *Städter und Bauern* entstanden?

Als im Jahr 2010 die Milchpreise für die Bauern in Bayern wieder mal auf einen Tiefstand gesunken waren, hatte Slow Food München die Idee, diese Bauern zu unterstützen. Zur selben Zeit war die Slow Food Aktivistin Petra Wähning beim Leitzachtaler Ziegenhof im Einsatz. Der Hof war kurz vor der Schließung, da die Banken die finanziellen Mittel für den Neubau einer EU-konformen Käserei trotz bester Lage und neu renovierten Ferienwohnungen nicht gewährten.

Mittels „Genussrechten“ wurden dann aber in kurzer Zeit 100.000€ eingesammelt und der Bau der Käserei konnte beginnen. Bei Genussrechten geben Investoren dem Betrieb bzw. Hof einen bestimmten Betrag für sieben Jahre und erhalten dafür Zinsen in Form von Naturalien.

Wir hatten privat von dem Projekt gehört und waren sofort dabei. Lieber das Geld am Hof verlieren, sollte es zum Worst-Case kommen, als auf der Bank, die Devise. Kurz darauf lernte ich Petra Wähning und Johannes Bucej kennen, die offiziell die *Genussgemeinschaft Städter und Bauern* als Projekt von Slow Food München etabliert hatten. Die Biostadt München, Referat für Gesundheit und Umwelt, gewährte einen Zuschuss, um u.a. die Webseite zu betreiben, die eine Plattform für Landwirte und Verbraucher in der Stadt werden sollte.

■ Wie wurden diese Ideen dann weiter in die Tat umgesetzt?

Für mich stellte sich gleich die pragmatische Frage: Wie kommt der Käse vom Ziegenhof in die Stadt?

Mit Freunden, Nachbarn und Slow Food Mitgliedern ging's los: Die Einkaufsgemeinschaft war geboren, ein Emailverteiler angelegt und die monatlichen Einkaufsfahrten zu den verschiedenen Höfen begannen. Die Sammelbestellungen gehen privat an den Hof, werden von mir vor Ort zu Preisen des Hofladens erworben



Die Mitglieder der Gemeinschaft sind ständig unterwegs, nehmen aktiv an Veranstaltungen teil und packen tatkräftig mit an..

und schließlich bei mir zu Hause von den einzelnen Mitgliedern abgeholt.

Außerdem werden auch Hofführungen angeboten, wodurch die Städter die Möglichkeit bekommen sich mit den Bauern zu unterhalten und mehr als nur einen kurzen Blick auf das aktuelle Hofgeschehen zu erhaschen.

Kurz nach dem Erfolg des Leitzachtaler Ziegenhofes folgten weitere Projekte, wie z.B. die Errichtung eines neuen Hühnerstalls mittels Genussrechten sowie ein moderner, offener Rinderstall. Die Erweiterung einer Biobäckerei und einer Biobrauerei wurden ebenfalls mittels Genussrechten auf den Weg gebracht.

So gibt es neben den besten Milchprodukten wie Rohmilchbutter, und Rohmilch, ab und an auch Fleisch, Eier für die Gemeinschaft, sowie saisonal auch Geflügel, Fisch, Spargel und Honig.

■ Die Grundlagen der Genussgemeinschaft bilden Investitions- und Einkaufsgemeinschaften. Wie funktionieren solche Gemeinschaften?

Um Mitglied der **Einkaufsgemeinschaften** zu werden, bedarf es keiner Mitgliedschaft im Verein Städter und Bauern. Die Mitglieder sind nicht an monatliche Bestellungen gebunden und sollten lediglich einen Mindestbeitrag von 30€ pro Monat zahlen. Außerdem müssen sie in Kauf nehmen, dass das Angebot der teilnehmenden Höfe aufgrund saisonaler Schwankungen nicht konstant ist. Erwartet werden zudem die Bereitschaft zum Mitfahren und ein aktives Mithelfen beim Verteilen der Lebensmittel.

Die Abholerin bezahlt die Gesamtrechnung an den Bauern und jeder Teilnehmer erhält eine eigene Tüte mit eigenem Kassenzettel und überweist die Summe zusätzlich der Spritkosten an die Abholerin.

Neue **Investitionsprojekte** oder alternative Beteiligungsmodelle wie Kleindarlehen für die Betriebe hingegen, werden über einen Newsletter und einen Eintrag auf der Internetseite in der Rubrik „Investieren“ eingetragen und beworben. Bis jetzt lassen nahezu

alle Investoren ihr Geld auf den Höfen, obwohl die Laufzeit bereits abgelaufen ist. Man kennt seinen Bauer und seinen Hof, hat einen starken Bezug zur Arbeitsweise und ist bereit dazu beizutragen, kleinen familiengeführten Höfen eine Überlebenschance zu geben.

■ Gab es anfängliche Schwierigkeiten und wenn ja, welche?

Minimale Schwierigkeiten wie die Disziplin der Besteller und Abholer haben sich schnell gelegt. Spätestens nach dem ersten Hofbesuch stieg die Wertschätzung der Teilnehmer immens. Die größte und nach wie vor bestehende Schwierigkeit ist, dass die Abholungen im privaten Raum abgehalten werden müssen. Beim Ansturm an einem Abholtag von 25 Bestellern wird's da schon mal eng. In München einen bezahlbaren Raum zu finden um so eine Einkaufsgemeinschaft ohne Mehrkosten zu handeln, hat sich als unmöglich herausgestellt. Die Stadt ist uns dabei auch leider nicht entgegengekommen, was uns sehr enttäuscht.



Fotos: © Genussgemeinschaft Städter und Bauern e.V., München

■ **Die Slow Food Bewegung ist ein wichtiger Bestandteil der Philosophie der Genussgemeinschaft. Was genau ist darunter zu verstehen?**

Gut, sauber und fair – das ist das Credo von Slow Food. Gut ist guter Geschmack, sauber heißt ohne Konservierungsstoffe und das fair bezieht sich auf den gesamten Wertschöpfungsprozess und aller daran Beteiligten. Faire Löhne für wertvolle Lebensmittel, fair zu Mensch und Tier, sowie fair zur Natur und Umwelt, um eine enkeltaugliche Welt zu hinterlassen.

■ **Sie arbeiten mit zahlreichen Bauern und Betrieben aus Deutschland, aber auch mit einigen Südtiroler Produzenten zusammen. Wie kam es dazu?**

Wir haben schon jahrzehntelang Urlaub auf dem Bauernhof oder beim Winzer in Südtirol und Österreich gemacht. Dabei haben wir immer Produkte für uns, die Familie und Freunde mitgebracht. Bei Slow Food ist das ein liebenswerter Brauch und für die Genussgemeinschaft selbstredend.

Für den oberen Vinschgau ging diese Phase vor einigen Jahren los, als Alexander Agethle vom Enghornhof in Schleis bei Mals die alte Dorfkäserei mittels Verbraucherbeteiligung wieder aufbaute. Durch freundschaftliche Beziehungen zum Restaurant Broeding in München, wurde das Investment in München von uns beworben. Wir waren und sind immer noch sehr begeistert von diesem Hof, dem wunderbaren Käse und seiner Philosophie der Bodenpflege. Natürlich kam dann bald das Interesse, weitere Bio-Betriebe in der Region zu besuchen. Das Bestreben der pestizidfreien Gemeinde Biolandbau voranzubringen und die Felder der Bauern zu schützen, hat uns sehr bewegt.

■ **Was sind ihre Ziele für die Zukunft?**

Unsere Ziele sind es Betriebe in unserem Umfeld vor dem Fluche des „Wachse oder Weiche“ zu bewahren, kleinstrukturierte Betriebe zu vernetzen, Kooperationen statt Konkurrenz unter den Betrieben anzuregen und zu begleiten sowie viele Verbraucher mit auf den Weg zu nehmen.

Außerdem bemühen wir uns öffentliche Fördergelder zu erhalten, um langfristig auch bezahlte Projektarbeit zu ermöglichen. Bis jetzt ist all unsere Arbeit ehrenamtlich.

■ **Was sind ihre Ziele für die Zukunft?**

Unsere Ziele sind es Betriebe in unserem Umfeld vor dem Fluche des „Wachse oder Weiche“ zu bewahren, kleinstrukturierte Betriebe zu vernetzen, Kooperationen statt Konkurrenz unter den Betrieben anzuregen und zu begleiten sowie viele Verbraucher mit auf den Weg zu nehmen.

Außerdem bemühen wir uns öffentliche Fördergelder zu erhalten, um langfristig auch bezahlte Projektarbeit zu ermöglichen. Bis jetzt ist all unsere Arbeit ehrenamtlich.

Auch die Bürgergenossenschaft Obervinschgau „da“ setzt sich mit Themen wie Nachhaltigkeit, lokale Bedürfnisse und landwirtschaftliche Entwicklung auseinander. Dabei setzt die Genossenschaft auf die Menschen und Ressourcen in der Region und stärkt lokale Kreisläufe, sowie den sozialen Zusammenhalt.

2 Fragen an Armin Bernhard, Vorsitzender der BGO.



■ **Die BGO organisiert Bauernmärkte mit regionalen und biologischen Produkten im Obervinschgau, die als kultureller und kulinarischer Treffpunkt dienen und den Erfahrungsaustausch fördern. Wie sind diese Märkte bei den Leuten angekommen?**

Die Bürgergenossenschaft zeichnet sich verantwortlich für die Organisation von mehreren Jahrmärkten in der Gemeinde Mals und einem Wochenmarkt im Sommer. Die Märkte erfreuen sich seitens der Besucher und auch der Standbetreiber einer immer größeren Beliebtheit. Viele Menschen nutzen den sozialen Raum des Marktes für Gespräche und suchen bewusst auch lokale Produkte aus der Region.

■ **Die Genussgemeinschaft Städter und Bauern organisiert lokale Einkaufs- und Investitionsgemeinschaften. Wäre das auch ein Ziel für eure Genossenschaft und welche Projekte habt ihr für die Zukunft geplant?**

Unsere Genossenschaft hat letztes Jahr begonnen selbst einen Stand zu betreiben. Dabei haben wir mehrere kleine bäuerliche Produzenten eingeladen auf unserem Stand präsent zu sein. Wir verkaufen deren Produkte, da es ihnen nicht möglich ist einen eigenen Stand zu betreiben. Somit können wir auch eine größere Palette an lokalen Erzeugnissen bieten. Diese Tätigkeiten haben wir heuer weiter ausgebaut und sind an mehreren Orten präsent. Zudem sind wir dabei gemeinsam mit der Gemeinde Mals und der Ferienregion Obervinschgau die Belieferung der Gastronomie mit lokalen Produkten zu organisieren.

A TAVOLA CON LE COOPERATIVE ZU TISCH MIT DEN GENOSSENSCHAFTEN



Lust auf einen knackigen, frischen Apfel? Die Äpfel der Genossenschaft Bio Meran sind gesund, biodynamisch angebaut und schmecken superlecker.

www.biomeran.com



Morgenmuffel aufgepasst: Lasst euch von der Müdigkeit nicht aufhalten und startet gut in den Tag mit einem leckeren Frühstück bei der Landhausbar in Bozen der Sozialgenossenschaft Renovas!

www.renovas.it



Quest'anno tre prodotti del Consorzio CTM Altromercato hanno vinto il premio "Il mio prodotto del cuore". Uno dei prodotti vincitori è il "Cioccolato Mascao Fondente extra fave di cacao – Bio". Assaggiatelo!

www.altromercato.it

Der biologische Apfelwein „Floribunda“ der Familie Egger aus Salurn ist eines der über 500 Produkte, die das neugegründete Konsortium Terr&Bio im Ausland vermarkten wird. Mehr dazu lesen Sie in unserem Artikel auf Seite 20.

www.floribunda.it; www.terrebioitalia.it



DALL'ASSOCIAZIONE SPORTIVA ALLA COOPERATIVA: ECCO PERCHÉ CONVIENE!

Tra le cooperative associate a Legacoopbund figurano anche alcune cooperative sportive dilettantistiche. Abbiamo chiesto all'avvocato Ernesto Russo, specializzato in diritto sportivo, quali sono i vantaggi della forma cooperativa e come le cooperative si inseriscono nel mondo dello sport.

■ **La Riforma del Terzo Settore ha portato una serie di novità in materia di cooperative sportive dilettantistiche. Quali possono essere le opportunità per una società sportiva che vuole trasformarsi in cooperativa?**

Ernesto Russo: Le cooperative sportive, per la loro natura di soggetti imprenditoriali “possono”, ove ne sussistano i presupposti, entrare nel Terzo Settore assumendo lo status di impresa sociale, disciplinata dal D.lgs. 112/2017, per come modificato e integrato dal decreto correttivo approvato in via definitiva dal Consiglio dei Ministri nella seduta del 17 luglio scorso. Il riconoscimento in questione, infatti, risulta legittimo in ragione del disposto di cui alla lettera u) del primo comma dell'articolo 2 del citato decreto che espressamente elenca, tra le attività di interesse generale esercitabili in via stabile e principale dalle imprese sociali anche: “l'organizzazione e gestione di attività sportive dilettantistiche”. Questa possibilità sembra produrre interessanti effetti soprattutto in materia di ristorno, in quanto si viene a creare una sorta di doppio regime per il mondo delle cooperative sportive. Quelle che, infatti, richiedessero l'iscrizione nei Registri delle imprese sociali, potrebbero godere della disciplina di cui all'articolo 3 D.lgs. 112/2017 che apre ad una parziale remuneratività in favore dei soci, con i limiti ivi indicati.

Va, inoltre, ricordato che alle cooperative sportive entrate nel Terzo Settore, stante la previsione che il Titolo X del Codice del Terzo Settore non si applica alle imprese sociali, viene mantenuta la possibilità di godere delle agevolazioni di cui alla L. 398/1991 (regime di contabilità forfettario) in quanto enti sportivi dilettantistici, e ciò a differenza di quanto accadrà, invece, per tutti gli altri soggetti del terzo settore.



L'avvocato Ernesto Russo insieme a collaboratori e amici di Legacoopbund e i giocatori dell'Hockey Club Bolzano Daniel Frank e Alex Egger in occasione del convegno sullo Sport e la Riforma del terzo settore organizzato da Legacoopbund lo scorso maggio.

■ **La governance della cooperativa può apportare dei benefici in tema di organizzazione interna?**

I vantaggi per una società sportiva dilettantistica di costituirsi in forma di cooperativa sono diversi. Il modello cooperativo consente, infatti, di acquisire personalità giuridica indipendentemente dalla consistenza del patrimonio della società. Acquisendo personalità giuridica, la società diventa soggetto giuridico pienamente capace: viene sostanzialmente riconosciuta la piena autonomia all'ente collettivo rispetto ai soci, godendo così quest'ultimo di un'autonomia patrimoniale perfetta nei confronti dei terzi, che consente alla cooperativa sportiva di porre una linea di demarcazione netta tra il patrimonio della società e quello del singolo socio.

Nel modello cooperativo vigono altri due principi che risultano vantaggiosi per i soci e la gestione della società stessa: si tratta del principio della porta aperta e del principio di democraticità (tali principi ne consentivano il riconoscimento ai fini sportivi, risultando evidenti le affinità con le caratteristiche degli enti associativi senza scopo di lucro, anche prima dell'esplicita previsione normativa del 2004). Il primo principio è reso palese dagli art. 2528 e ss. C.C. in cui non vengono introdotte modalità particolari di accesso e recesso dei soci, mentre il secondo è previsto dall'art. 2538 che affermando che "ciascun socio cooperatore ha un voto, qualunque sia il valore della quota o il numero delle azioni possedute", risolve l'antica regola "ogni testa, un voto".

■ Come si rapportano le cooperative sportive rispetto alle Federazioni Sportive Nazionali?

Le cooperative sportive dilettantistiche, alla pari di ogni altro soggetto sportivo, sono tenute a perfezionare e annualmente confermare l'affiliazione ad una FSN, DSA, EPS al fine di poter poi acquisire il diritto all'iscrizione nel Registro nazionale delle associazioni e società sportive dilettantistiche tenuto dal CONI ed entrare così a pieno titolo all'interno dell'ordinamento sportivo. In ragione dell'avvenuta affiliazione, anche le cooperative sportive sono tenute ad accettare e conformarsi agli statuti e ai regolamenti delle federazioni o degli enti a carattere nazionale ai quali decidano di aderire inserendo nei propri statuti espressi oneri di rispetto delle direttive o degli eventuali provvedimenti sanzionatori e disciplinari che dovessero essere assunti dall'affiliante e impegnandosi a garantire partecipazione e collaborazione alle attività sportive e federali da parte dei propri associati, tecnici e atleti.

#CoopForSport
07.09.2018

Per discutere di queste e altre tematiche legate al mondo dello sport Legacoopbund organizza un workshop e dibattito rivolto a dirigenti e soci di associazioni e società sportive dilettantistiche.

L'incontro si terrà **venerdì 7 settembre alle ore 17.00 presso il Centro Trevi a Bolzano.**

Tutti gli interessati sono invitati a partecipare!



Ernesto Russo - Avvocato presso il foro di Bologna (Studio Legale RMC). Professore a contratto di Legislazione Sportiva presso l'Università di Ferrara e di Impianti Sportivi presso l'Università Telematica San Raffaele di Roma. Docente della Scuola dello Sport del CONI e responsabile dell'area giuridico-fiscale della Scuola Regionale dello Sport dell'Emilia-Romagna. Svolge attività di docenza e tutorato nell'ambito dei Master in Management dello Sport organizzati dalle Università di Parma e San Marino e dalla LUISS Business School. Autore dei manuali "Lo Sport e le sue Regole" e "L'Ordinamento Sportivo (Ed. Sds) e di numerose pubblicazioni su problematiche giuridiche e fiscali degli enti sportivi apparse su riviste e quotidiani specializzati.





OUR MEMBERS & SPORT



Nome e cognome: Daniele Magagnin

Professione: Giornalista, formatore, consulente

Cooperativa: Enl Cooperativa Sociale

Sport preferito? Tutti. Il ciclismo in particolare.

Perché? Il ciclismo è metafora della vita e sa smuovere passioni ed emozioni.

Come riesci a motivarti a fare sport? Le motivazioni sono fortissime ogni qual volta seguo da cronista... e non solo... qualsiasi evento sportivo.

Sport all'aperto o in palestra? È indifferente.

Sport di squadra o sport individuale? Giocare in squadra significa qualcosa di molto superiore e importante, nello sport come nella vita.

Calcio o hockey su ghiaccio? Entrambi.

Il tuo personaggio sportivo preferito? Tanti, molti sconosciuti ai più. Tra i famosi del momento Luka Modric, Cristiano Ronaldo, Novak Djokovic.

Il tuo maggiore successo sportivo? Nel libro dei 100 anni di storia del ciclismo in Trentino Alto Adige, Bill Cestari mi considerò: "... un corridore generoso che si è distinto per gli ottimi piazzamenti".

Tre parole per descrivere un leader nello sport: Conoscenza, coerenza, comunicazione

Il tuo sport a 70 anni: Tutti! Lo sport è un diritto di tutti, a tutte le età!



Name und Nachname: Ines Klaassen

Beruf: Snowboardlehrerin / Head of Sales and Marketing @ Südtirol Rafting Expeditions

Genossenschaft: Südtirol Rafting Expeditions

Lieblingssportart? Snowboarden

Warum? Leidenschaft

Wie oft die Woche treiben Sie Sport? Im Winter 7 Tage in der Woche

Wie motivieren Sie sich Sport zu treiben? Der Sport selber ist meine größte Motivation

Lieber in der Natur oder im Fitnessstudio? Natur

Mannschaftssport oder Einzelsport? Einzelsport

Fußball oder Eishockey? Eishockey

Ihr/e Lieblingssportler/in? Danyale Jane Patterson (Snowboarderin)

Ihre größte sportliche Leistung? Frontside 540 (Snowboardtrick)

Drei Adjektive, die einen guten Sportler beschreiben: Hartnäckig, leidenschaftlich, kreativ

Welchen Sport werden Sie mit 70 noch treiben? Snowboarden

L'INGREDIENTE SEGRETO

Legacoopbund e Confcooperative Alto Adige Südtirol verso l'Alleanza

In Alto Adige siamo in tanti a lavorare per lo stesso obiettivo. Portare avanti i valori universali della cooperazione e tutelare al meglio l'immagine e le ragioni delle cooperative autentiche e dei loro soci. Condividiamo questo obiettivo, ma purtroppo non sempre riusciamo a metterci d'accordo sulle modalità e le strategie per raggiungerlo.



Claude Rotelli e Heini Grandi, presidenti rispettivamente di Confcooperative e Legacoopbund

La nostra associazione di rappresentanza delle cooperative Legacoopbund si è sempre contraddistinta per la volontà di unire le forze, fungendo da punto di incontro tra i diversi gruppi linguistici e le differenti culture cooperative, ma anche tra le centrali cooperative operative sul nostro territorio. Costruire ponti e creare nuove sinergie guidati dai principi della buona cooperazione sanciti dall'I.C.A. fa parte del nostro DNA.

Nei mesi scorsi si è rafforzata la nostra volontà di voler cooperare e collaborare con gli altri. La creazione ad ottobre dello scorso anno del tavolo dell'Intesa Cooperative Alto-Adige, che riunisce le centrali AGCI Alto Adige-Südtirol, Confcooperative Alto Adige-Südtirol, Raiffeisenverband Südtirol e Legacoopbund, è stato un primo passo a cui ne sono seguiti altri.

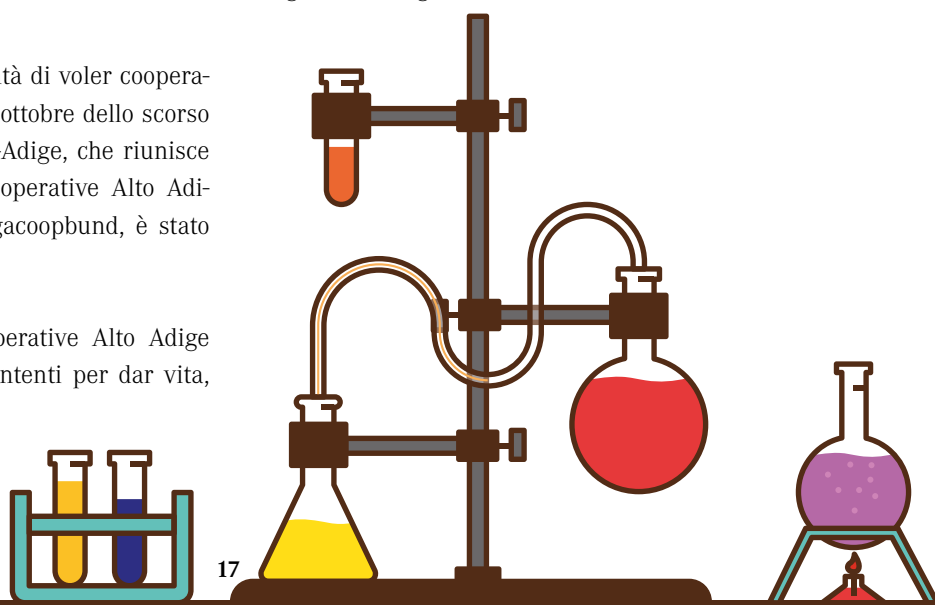
A giugno, infatti, Legacoopbund e Confcooperative Alto Adige Südtirol, hanno siglato una dichiarazione d'intenti per dar vita,

Costruire ponti e creare nuove sinergie fa parte del nostro DNA

entro la fine dell'anno, all'Alleanza per la cooperazione Alto Adige - Südtirol. In concreto questo cosa significa? L'obiettivo è quello di mettersi insieme per avere un'unica associazione di rappresentanza, in linea con quanto avviato a livello nazionale con l'ACI - Alleanza delle Cooperative Italiane. Questo coordinamento nazionale delle associazioni più rappresentative della cooperazione italiana - Agci, Confcooperative e Legacoop - ha l'obiettivo di dar vita ad una rappresentanza unitaria della cooperazione.

È questa la direzione che intendiamo intraprendere anche a livello locale. Con la firma della dichiarazione d'intenti tra Legacoopbund e Confcooperative è stato avviato un percorso che vedrà la partecipazione dei soci e dei dirigenti delle cooperative. Vogliamo coinvolgere i nostri soci di modo che questa nuova alleanza possa diventare un vantaggio per ognuno di loro. Il processo, che si desidera abbia tempi veloci, avrà come risultato l'unione di tutte le cooperative associate a Legacoopbund e Confcooperative Alto Adige in un'unica organizzazione. Questa alleanza sarà la base per ulteriori collaborazioni del movimento cooperativo sul nostro territorio.

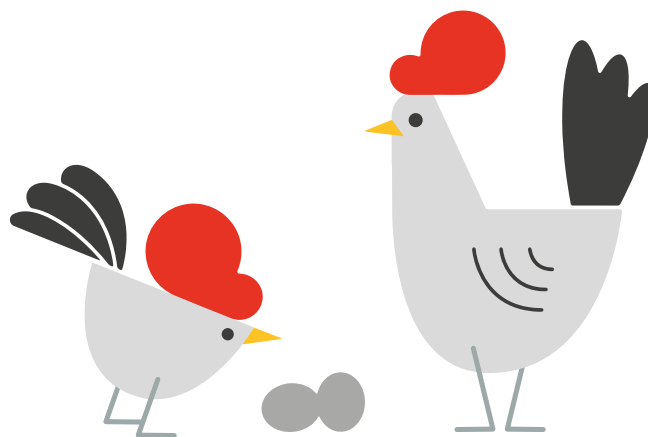
È un percorso in salita, ma una sfida che vale la pena affrontare. L'ingrediente segreto? L'obiettivo comune.



LEGACOOBPUND IN ZAHLEN

Auch heuer haben wir unsere Sozialbilanz veröffentlicht. Sie gibt einen Überblick über die Tätigkeiten von Legacoopbund und zeigt auf, wie sich unsere Mitgliedsgenossenschaften im letzten Jahr entwickelt haben. Die Sozialbilanz ermöglicht es uns, den Nutzen der Genossenschaften für die Gesellschaft zu quantifizieren. Hier einige der wichtigsten Daten auf einem Blick zusammengefasst. Die gesamte Sozialbilanz ist auf unserer Webseite zum Download verfügbar:

www.legacoopbund.coop



97

revisioni ordinarie effettuate

30

socie e soci delle cooperative hanno partecipato all'iniziativa "Coop Academy" sui diritti e doveri dei soci

95

alloggi consegnati alle socie e ai soci delle cooperative edilizie

8

nuove cooperative costituite

52

cooperative hanno partecipato ai corsi di formazione di Legacoopbund

3

incontri a Brunico, Lagundo e Bolzano sulle tematiche migrazione, cooperative di comunità e abitare intergenerazionale

39

articoli pubblicati sul nostro blog sulla piattaforma salto.bz

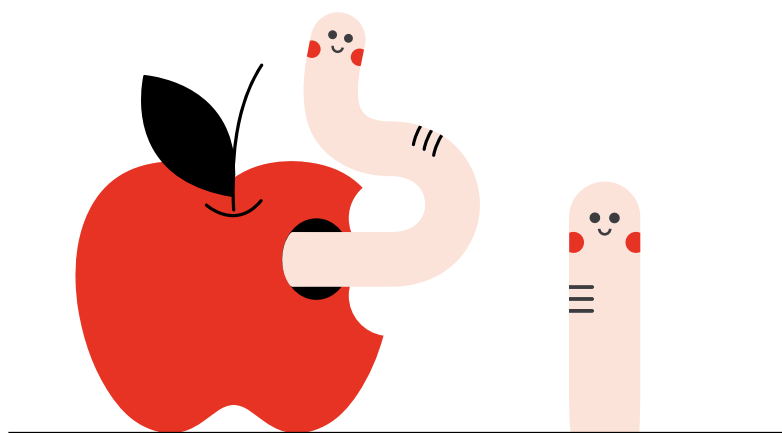
186 Mitgliedsgenossenschaften:

75 Sozialgenossenschaften
(42 des Typs A, 33 des Typs B)

45 Wohnbaugenossenschaften

44 Produktions- und
Arbeitsgenossenschaften

14 Dienstleistungsgenossenschaften



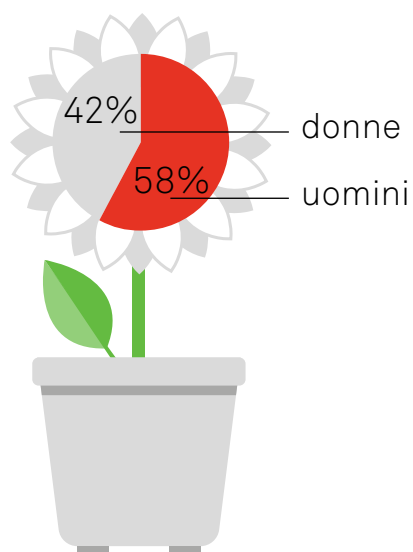
5 Tiefgaragen-genossenschaften

1 Landwirtschaftliche Genossenschaft

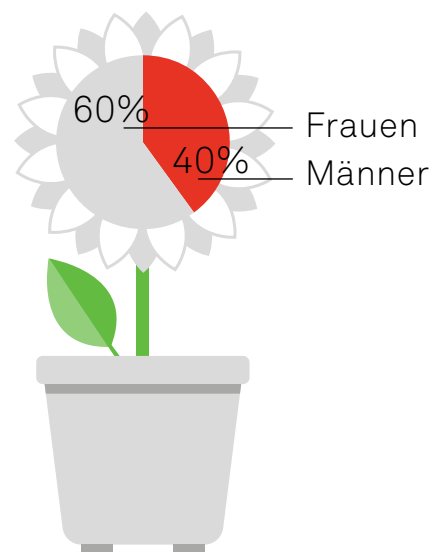
1 Konsumgenossenschaft

1 Bürgergenossenschaft

25.862
socie e soci delle cooperative
(+43% rispetto al 2016)



1.503
**Angestellte
der Genossenschaften**



95 milioni di euro di valore della produzione*

* Dato riferito al bilancio d'esercizio 2017 relativo alle cooperative associate a Legacoopbund al 31.12.2017, escluse le cooperative di abitazione e di parcheggio.

UNA BOUTIQUE DEL BIOLOGICO

Dalla Sicilia all'Alto Adige: 21 produttori e trasformatori di prodotti biologici provenienti da tutta Italia si sono riuniti nel Consorzio Terr&Bio per promuovere le eccellenze italiane all'estero. Il Presidente? Un altoatesino.

Solo prodotti biologici di alto livello, cresciuti e coltivati in Italia. Questo è il principio su cui si basa il nuovo Consorzio Terr&Bio, costituito da poco a Bolzano e che ad oggi conta 21 soci e oltre 500 prodotti biologici certificati. Sandro Innocenti e Barbara Tavernaro, i due iniziatori del progetto, ci hanno spiegato come sono riusciti a riunire produttori e trasformatori da tutta Italia e il motivo per cui il Consorzio è stato costituito proprio a Bolzano.

Promuovere le eccellenze italiane all'estero è lo scopo del Consorzio Terr&Bio

■ **Siete il primo Consorzio di produttori e trasformatori di prodotti biologici in Italia. Perché l'idea di costituire questo Consorzio è nata proprio in Alto Adige?**

La fiera biolife di Bolzano, che abbiamo ideato 15 anni fa, ci ha permesso di conoscere quelle che sono le necessità, i pensieri e i bisogni delle aziende agricole operanti nel settore del biologico. Il Consorzio si basa dunque su anni e anni di rapporti, contatti e fiducia. L'idea in sé è nata circa un anno fa, quando abbiamo iniziato a ragionare su questo progetto, presentandolo alla biolife ad alcuni dei nostri partner. Da lì poi è partito tutto il lavoro di programmazione e progettazione con l'aiuto dell'associazione di rappresentanza delle cooperative Legacoopbund.

■ **Avete definito il Consorzio una boutique del biologico. In che senso?**

Vogliamo promuovere e commercializzare all'estero prodotti biologici eccellenti, destinati alla ristorazione di alto livello. L'idea è quella di avere almeno 4-5 produttori selezionati per regione, arrivando così a circa 100 soci in grado di rappresentare tutte le eccellenze e tutti i territori d'Italia.

■ **In base a quali criteri vengono selezionati i prodotti?**

Oltre alla qualità e alla garanzia bio per noi è fondamentale garantire anche la varietà. Scegliamo prodotti in grado di rappresentare nella maniera migliore i nostri territori. Un prodotto tipico dell'Alto Adige potrebbe essere ad esempio lo Speck.

■ **O le mele?**

Le mele no, non commercializziamo prodotti deperibili, perché ci sarebbe bisogno di una logistica diversa da quella che noi siamo attualmente in grado di fare.

■ **Quali produttori altoatesini fanno attualmente parte del vostro Consorzio?**

Il Presidente del Consorzio Franz Egger è altoatesino. La sua specialità è il sidro di mele biologico, che produce sul suo maso con lo stesso metodo utilizzato per lo champagne. Attualmente le sue vendite si concentrano sul mercato locale, ma il suo obiettivo è quello di commercializzare il suo prodotto anche all'estero. È per questo motivo che ha creduto nel progetto e si è offerto di fare anche da Presidente, quale rappresentante del territorio in cui è nata l'idea del Consorzio. Finora lui è l'unico produttore dell'Alto Adige tra i nostri soci, ma ne seguiranno sicuramente altri.

■ **La vostra attività si concentra dunque sulla promozione e commercializzazione all'estero di prodotti biologici made in Italy?**

Sicuramente questo è il nostro primo obiettivo. Come Consorzio non vogliamo però solo dedicarci alla promozione dei nostri prodotti, ma vogliamo anche realizzare ricerche di mercato per capire quali sono le richieste dei clienti, quali prodotti potrebbero trovare uno sbocco sul mercato.

■ **Quindi non solo promozione, ma anche ricerca?**

Dobbiamo sfruttare al meglio le sinergie che si possono creare attraverso il Consorzio. Mettendo in rete i produttori e le loro competenze possono, infatti, nascere idee per prodotti innovativi. Nei

giorni scorsi, ad esempio, abbiamo avuto un incontro con nuovi soci di Cremona che producono la spirulina biologica, un'alga coltivata in acqua dolce con proprietà organolettiche incredibili e utilizzata come integratore alimentare. È un'azienda agricola davvero innovativa. Più che sul prodotto, noi lavoriamo sul produttore e puntiamo a presentare l'azienda, la famiglia e la storia del territorio. Uno dei nostri obiettivi è infatti, anche la promozione dei territori.

■ In che senso promozione dei territori?

Parecchi nostri soci gestiscono anche agriturismi. Vogliamo dunque fare conoscere i nostri prodotti all'estero e portare poi i nostri clienti come turisti in Italia. Quello che noi intendiamo promuovere è un concetto di turismo lento e sostenibile. Poi c'è anche l'idea di creare un marchio cappello: le singole aziende manterranno il proprio marchio che è espressione della loro identità, ma potrebbe esserci un marchio cappello utilizzato anche in franchising per negozi o ristoranti.

E-mail: info@terrebioitalia.it | Web: www.terrebioitalia.it



I soci fondatori del Consorzio Terr&Bio in occasione della sua costituzione il 5 aprile 2018 a Bolzano. La scelta dell'Alto Adige come sede non è stata casuale: l'idea, infatti, è nata proprio qui nell'ambito della fiera biolife.

MAMA

Cooperativa di produzione lavoro | Produktions- und Arbeitsgenossenschaft

Attività | Tätigkeit

Corsi di formazione e progetti per tutta la famiglia | Weiterbildung und Projekte für die ganze Familie



La vostra cooperativa offre percorsi di consapevolezza, workshop creativi, formativi e altre attività volte ad aumentare il benessere delle persone. Quali fattori contribuiscono al nostro benessere e quali sono le vostre prossime iniziative?

I fattori che alimentano e determinano il benessere sono del tutto personali. MAMA si propone, infatti, di essere una guida nella ricerca del proprio crescere e star bene. A questo proposito il team di MAMA sta lavorando ad un nuovo progetto, una bellissima opportunità per le aziende con almeno un dipendente. Si tratta di percorsi *balance* di "formazione & benessere" dedicati ad accrescere il valore, l'interazione e la produttività del team aziendale. Un weekend *full immersion* in una location tranquilla immersa nella natura rende l'esperienza ancora più unica. Stiamo lavorando affinché queste formazioni, che secondo noi sono fondamentali per le aziende, siano finanziate quasi per la totalità del loro costo! Da fine settembre tutte le info! *Stay tuned...*

Indirizzo | Adresse: **Via Schaffer 63 | Schafferstr. 63 | Merano | Meran**
 Tel.: **0473 055320 | +39 324 6849438** | E-mail: **info@mama.bz.it** |
 Web: **www.mama.bz.it**

NATHALY

Cooperativa sociale di tipo B | Sozialgenossenschaft Typ B

Attività | Tätigkeit

Gestione del caffè letterario "CAFÈ lettera 7" | Führung des Lesecafés „CAFÈ lettera 7"



Cosa contraddistingue il vostro caffè letterario, differenziandolo dagli altri bar?

Innanzitutto il nostro scopo. Essendo una cooperativa sociale di tipo B, Nathaly tramite la gestione del "CAFÈ lettera 7" sta dando un'opportunità lavorativa ad una giovane donna svantaggiata. Poi naturalmente ci sono le attività caratterizzanti dei caffè letterari. Il nostro bar è un luogo di incontri, di cultura e arte. Ciò comprende per noi anche momenti di sana allegria. Vogliamo proporre attività spassose, come ad esempio "i sabati del ridere" o "le giornate delle barzellette", ma anche affrontare insieme tematiche più serie, come ad esempio i sentimenti e le emozioni di persone adottate o le difficoltà dei ragazzi con genitori divorziati. I nostri eventi culturali sono rivolti a tutta la cittadinanza e talvolta vi partecipano anche persone con difficoltà.

Indirizzo | Adresse: **Via Marconi 44 | Marconistr. 44 | Laives | Leifers**
 Tel.: **+39 366 5448567** | E-mail: **robymarino@alice.it**

VINOROSSO

Sozialgenossenschaft Typ A | Cooperativa sociale di tipo A

Tätigkeit | Attività

Livekonzerte, Musikschule, CD-Produktion, Förderung | Concerti, lezioni di musica, produzione di CD, promozione



„ALPINE WELT MUSIC“ – so beschreibt ihr euren Sound. Was ist darunter zu verstehen und was wollt ihr mit eurer Musik erreichen?

Die Definition Alpine Welt Music setzt sich – in Kombination mit unserem Bandnamen VINOROSSO – dreisprachig zusammen und weist auf unsere Internationalität und Weltoffenheit hin. Wir spielen eine schwer beschreibbare Musik, welche aber sämtliche Einflüsse der Musikgeschichte zulässt, tanzbar ist und Menschen sämtlicher Sprachgruppen, Kulturen, Religionen, Altersgruppen und Geschlechter zusammenbringen soll. Wir setzen uns verstärkt für ein friedliches und respektvolles Zusammenleben ein und möchten mit unserer Tätigkeit – egal ob als Konzert oder als Musiklehrer – Grenzen in den Köpfen abbauen und ein harmonisches Miteinander in der Gesellschaft erreichen.

Tel.: +39 333 93 03 888 | E-mail: info@vinorossoband.com |

Web: www.vinorossoband.com

WOHNEN IM ALTER ABITARE NELLA TERZA ETÀ

Dienstleistungsgenossenschaft | Cooperativa di servizi

Tätigkeit | Attività

Altersgerechtes Wohnen, Beratung für Senioren | Abitare nella terza età, consulenza per anziani



Auf der Plattform Wohnen im Alter bieten verschiedene Organisationen Dienstleistungen und Beratungen für Senioren und deren Angehörige an. Steht diese Plattform auch anderen Genossenschaften zur Verfügung?

Die Genossenschaft Wohnen im Alter ist eine Plattform an die sich Senioren und Angehörige wenden, welche gewisse Dienstleistungen benötigen. Die Anfragen werden dann an die jeweiligen Mitgliedsorganisationen weitergeleitet.

Die Mitgliedsorganisationen arbeiten ebenfalls gemeinsam an neuen Projekten und Dienstleistungen, welche die Angebote des Gesundheits- und Sozialwesens ergänzen. Gerne können interessierte Genossenschaften eine Mitgliedieranfrage an die Genossenschaft stellen, um die Vorteile der Plattform und die Synergien innerhalb der Mitglieder zu nutzen.

Adresse | Indirizzo: **Beda Weber Str. 1 | Via Beda Weber 1 | Bozen | Bolzano**

Tel.: +39 0471 053835 | E-mail: info@wohnen-im-alter.it |

Web: www.wohnen-im-alter.it

FILM

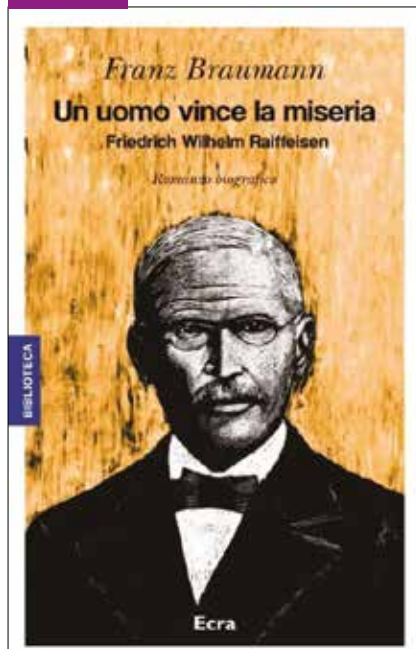


DER SECHSTE KONTINENT

von Andreas Pichler
Jahr: 2016

Im Haus der Solidarität am Rande von Brixen, das von der gleichnamigen Sozialgenossenschaft geführt wird, wohnen an die 50 Menschen zusammen, allerdings nicht unbedingt freiwillig, sondern sie alle verbindet eines: Sie sind Gestrandete unserer Gesellschaft, die oft als problematisch und als nicht erwünscht gelten. Obdachlos, krank, süchtig, arbeitslos, verfolgt, auf der Flucht. Im HdS finden diese Menschen ein temporäres Zuhause, bis sie wieder zurück in ein normales Leben können. Aber wie kann so ein vielfältiges Zusammenleben funktionieren? Der Regisseur Andreas Pichler ist über einen längeren Zeitraum mehreren Geschichten und Schicksalen im HdS nachgegangen. Er zeichnet ein subtiles Porträt des vielfältigen, aber auch schwierigen Zusammenlebens und Arbeitens in einem sozialen Projekt, das utopische Züge hat und über ein anonymes Koexistieren hinausgeht.

BOOK



UN UOMO VINCE LA MISERIA

di Franz Braumann • Editore: Ecra
Anno: 2016, 208 pagine

Lo straordinario e coinvolgente racconto della vita di Friedrich Wilhelm Raiffeisen.

Franz Braumann, sotto forma di romanzo, narra la biografia del grande riformista sociale tedesco: il suo incarico di Borgomastro di Weyerbusch, l'amore per Emilia Storck – sua futura moglie –, la lotta all'usura, la nascita della prima Associazione Cassa di Prestito – progenitrice delle Casse Rurali e delle BCC –, la diffusione del "modello Raiffeisen" in tutto il mondo.

Un libro che non ha solo valore rievocativo, ma dimostra quanto la cooperazione, fondata sul mutualismo e sulla solidarietà fra gli uomini, permetta di affrontare le difficoltà, anche quelle del mondo contemporaneo.

VIDEO



VIDEOCLIPS ZUM GENOSSENSCHAFTSWESSEN

Produktion: nics media
Im Auftrag von: Legacoopbund, Raiffeisenverband Südtirol und Cooperdolomiti • Mit der Unterstützung der Autonomen Provinz Bozen
Jahr: 2018

Was ist denn überhaupt eine Genossenschaft? Welche Besonderheiten weist sie auf und wem gehört sie? Solche und noch viele weitere Fragen werden in den sechs Videoclips für den Schulunterricht, die im Auftrag der Südtiroler Genossenschaftsverbände produziert wurden, beantwortet. Die Videos, bei denen auch einige unserer Mitglieder mitwirken, werden im September öffentlich vorgestellt und können somit ab Herbst für den Unterricht in den Oberschulen verwendet werden. Sie sollen die Schüler über das Genossenschaftswesen informieren und bringen mit ihrer kreativen Ausgestaltung und vielen visuellen Animationen Abwechslung in den Schulunterricht.

QUANTITÀ E QUALITÀ

Quanto è importante stabilire i criteri di qualità e quantità per il ristorno? Moltissimo, vediamo perché: Il ristorno cooperativo ha la funzione di prevedere una forma di retribuzione aggiuntiva per il socio lavoratore, in considerazione dell'attività lavorativa e della partecipazione allo scambio mutualistico con la cooperativa. Esso costituisce, pertanto, uno degli elementi maggiormente qualificanti delle migliori condizioni economiche, sociali e professionali nella continuità dell'occupazione dei lavoratori soci, in linea con quanto affermato negli scopi sociali della cooperativa e come storicamente inteso nella cooperazione di lavoro in generale.

L'articolo 2545-sexies del codice civile prevede che il ristorno deve essere regolato rispettando i criteri della qualità e della quantità. La percentuale da attribuire rispettivamente al parametro qualitativo e quantitativo è a discrezione della cooperativa che deve stabilire tali regole con un apposito regolamento approvato dall'assemblea. A titolo d'esempio, il criterio quantitativo è legato al totale delle ore effettivamente lavorate dal socio comprese le ferie godute nell'anno di riferimento. Il parametro qualitativo può essere legato al tipo di livello contrattuale o altri parametri che possono oggettivamente rappresentare la qualità del lavoro prestato.

In definitiva, il ristorno è uno strumento che deve essere regolato in maniera precisa e puntuale nel regolamento apposito per garantire una corretta e democratica distribuzione dello stesso ai soci lavoratori.

Q

...

R

RÜCKVERGÜTUNG

Die Festlegung von Qualitäts- und Quantitätskriterien ist von grundlegender Bedeutung für die genossenschaftliche Rückvergütung. Warum ist das so?

Die genossenschaftliche Rückvergütung dient als eine zusätzliche Form von Vergütung für arbeitende Genossenschaftsmitglieder. Sie ermöglicht es der Genossenschaft bessere wirtschaftliche, soziale und berufliche Bedingungen für die eigenen Mitglieder zu schaffen. Dies ist auch das Ziel, das die Arbeits- und Produktionsgenossenschaften als solche auszeichnet.

Der Artikel 2545-sexies des Zivilgesetzbuches besagt, dass die Rückvergütung den Qualitäts- und Quantitätskriterien entsprechend geregelt werden muss. Die Genossenschaft kann den Prozentsatz, der den qualitativen und quantitativen Parametern zugerechnet wird, selbst bestimmen. Die entsprechenden Regeln müssen in einer Vorschrift festgelegt und von der Vollversammlung genehmigt werden.

Beispielsweise beziehen sich Quantitätskriterien auf die Gesamtheit der vom Mitglied effektiv gearbeiteten Stunden, einschließlich der im entsprechenden Jahr in Anspruch genommenen Urlaubstage. Qualitätsparameter, hingegen, können sich auf die Gehaltsstufe oder auf andere Kriterien, welche objektiv die Qualität der geleisteten Arbeit bewerten, beziehen.

Letztendlich ist die Rückvergütung ein Instrument, das sehr genau und gewissenhaft geregelt werden muss, um eine korrekte und demokratische Verteilung derselben an die arbeitenden Genossenschaftsmitglieder zu garantieren.



a Salto.bz compie 5 anni! La piattaforma online di notizie e commenti in lingua italiana e tedesca gestita dalla cooperativa Demos 2.0 ha festeggiato da poco i suoi primi 5 anni. Tanti auguri anche da parte nostra!

b Im Mai fand unsere jährliche Vollversammlung statt. Zur Feier des 30-jährigen Jubiläums der Filmschule und Genossenschaft ZeLIG wurden wir eingeladen, die Versammlung in den Räumlichkeiten der ZeLIG abzuhalten.

c Ospiti illustri all'evento #CoopForSport: i giocatori Daniel Frank e Alex Egger dell'Hockey Club Bolzano sono stati nostri ospiti in occasione della Conferenza sulla riforma del terzo settore e le società sportive dilettantistiche, tenutasi al Museion di Bolzano.



d “Sozialgenossenschaften 2.0”: Die Studie der Genossenschaft für Forschung und soziale Innovation „Sophia“ wurde im April im Rahmen einer Konferenz in der Handelskammer vorgestellt und ist nun online auf der Website von Legacoopbund verfügbar.

e Finalmente si inizia! A febbraio è stata posata la prima pietra per la costruzione di 47 alloggi per altrettanti soci delle nostre cooperative edilizie nella zona di espansione Prati di Gries – Druso Est a Bolzano.

f È stata consegnata ad Aldo Mazza, vice presidente della cooperativa alpha beta picadilly e per anni membro della Presidenza di Legacoopbund, la Croce al merito del Tirolo. La soddisfazione e la gioia per questo premio sono state condivise dai cooperatori e amici di Legacoopbund, che hanno colto l'occasione per festeggiare insieme ad Aldo questo prestigioso riconoscimento.





#CoopForSport

07.09.2018

17.00 - 19.00 h

CENTRO TREVI KULTURZENTRUM

 **legacoopbund**

WORKSHOP E DIBATTITO WORKSHOP MIT DISKUSSION
per dirigenti e soci di associazioni e für Führungskräfte und Mitglieder von
società sportive dilettantistiche Sportvereinen und -Gesellschaften

LA RIFORMA DEL TERZO SETTORE: DIE REFORM DES DRITTEN SEKTORS:
COME TRASFORMARE VERÄNDERUNGEN ALS CHANCE
IL CAMBIAMENTO IN OPPORTUNITÀ WAHRNEHMEN UND NUTZEN

www.legacoopbund.coop