

Marktlese

für regionale Wertschätzer &
kulinarische Weltenbummler

Geifertshofen.
Ungleicher Kampf.
KOTOR.
FOTOWETTBEWERB

20 | Februar 2016



Liebe Kundinnen & Kunden,

so wie es momentan aussieht, scheint dieser Winter kein Jahrhundertwinter mehr zu werden. Da war wohl das Datenmaterial für die Prognosen nicht so ganz in Ordnung. Oder haben uns die Wetterfrösche etwa angelogen? Nein, denn eine Lüge ist eine wissentliche Falschaussage, zum Beispiel zum eigenen Vorteil. Nun wollen wir den Bio-Supermarktketten und den konventionellen Handelsriesen wie Rewe oder Edeka keine wissentliche Falschaussage unterstellen. Allerdings ist es unserer Meinung nach nur ein Teil der Wahrheit, wenn sie behaupten, dass Bio-Lebensmittelproduktion viel billiger funktioniert. Dass sie Experten dafür sind, Bio billig für alle anzubieten, hat in vielerlei Hinsicht einen sehr hohen Preis, den hauptsächlich die Bauern und Vorlieferanten zahlen müssen. Lesen Sie mehr dazu in Schneiders Senf.

Unser Mitarbeiter Arben hat sich Gedanken gemacht, welches Rezept er Ihnen aus seiner Heimat Montenegro vorstellen soll. Seine Wahl fiel auf eine Fischsuppe, die einfach nachzukochen und sehr lecker ist.

Zum Thema „wissentliche Falschaussage“ fällt uns in diesen Tagen auch die menschenverachtende, hauptsächlich am Machterhalt orientierte Polemik der meisten Politiker ein. Vielleicht macht es Sie ja ebenso fassungslos und ratlos. Da könnte es hilfreich sein, ein paar Tipps zu bekommen, wie man sich sinnvoll einbringen kann. Unsere 5 Fragen an ... Werner Kremers von der Flüchtlingsinitiative Weststadt bieten dafür Anregungen.

Dann möchten wir Ihnen einen echten Leuchtturm für eine bäuerliche und regionale Bio-Produktion vorstellen, die Dorfkäserei Geifertshofen. Im Februar veranstalten wir außerdem ein Fotoshooting für Kinder in ihren Faschingskostümen. Motto: „Der Marktladen sucht das Superfaschingskostüm“. Es gibt natürlich keine Verlierer oder Gewinner, sondern alle Kinder bekommen für's Vorbeikommen einen superleckeren Berliner.

*Christina Schneider
Nikola Schneider*

Terminine

12.02. 20:15 UHR, FESTSAAL NEUE AULA

CONCERTO KÖLN – BACH UND ITALIEN

Seit 30 Jahren zählt Concerto Köln zu den führenden Ensembles im Bereich der historischen Aufführungspraxis. Vielfältiges Programm u.a. mit Werken von J.S. Bach, Antonio Vivaldi und Felice dall'Abaco.

 www.concerto-koeln.de

13.02. 20 UHR, LTT OBEN

PREMIERE: BILDER DEINER GROSSEN LIEBE

Schauspiel nach dem Roman von Wolfgang Herrndorf. In seinem letzten, unvollendeten Roman schickt Wolfgang Herrndorf eine Figur aus seinem erfolgreichen Jugendroman „Tschick“ noch mal auf eine ganz besondere Reise.

 www.landestheater-tuebingen.de/spielplan

17.02. 20 UHR, MUSEUM (OBERE SÄLE)

SUSANNE WIEDMANN IM GESPRÄCH MIT GEORGETTE TSINGUIRIDES

Georgette Tsinguirides (87) ist die Grande Dame des Stuttgarter Balletts. Zu ihrem 70. Bühnenjubiläum veröffentlicht die Tübinger Autorin Susanne Wiedmann eine Hommage in Buchform an die Ballettmeisterin und Choreologin.

 www.osiander.de/veranstaltungen

24.02. 20 UHR, REUTLINGEN, FRANZ.K

LESUNG AXEL HACKE: DAS KOLUMNISTISCHE MANIFEST

Seit 25 Jahren schreibt Axel Hacke für das Magazin der Süddeutschen Zeitung. Im franz.K liest er aus dem „Kolumnistischen Manifest“ und erzählt von seiner Arbeit.

 www.franzk.net/events



5 Fragen an: **Werner Kremers** *Flüchtlingsinitiative Weststadt*

ZUR PERSON:

Werner Kremers wohnt in der Weststadt, wo seit Oktober letzten Jahres 144 Flüchtlinge angekommen sind. Der pensionierte Lehrer ist Mitglied der Jakobusgemeinde und Initiator des Online-Hilfsprojekts „Weststadtflüchtlinge unterstützen“.

 www.betterplace.org/de/projects/36619

ERZÄHLEN SIE UNS ETWAS ÜBER DIE HINTERGRÜNDE UND AUFGABEN DER FLÜCHTLINGSINITIATIVE WESTSTADT

Der Asylarbeitskreis Weststadt wurde im Herbst 2015 von einigen Mitgliedern der Jakobusgemeinde Tübingen gegründet. Wir hatten bemerkt, dass in der Weststadt noch keine Flüchtlingsinitiative bestand, aber mehrere Unterkünfte geplant waren. Inzwischen hat der Kreis mehr als 100 Engagierte. Unsere Aufgabe ist es, die Flüchtlinge willkommen zu heißen, ihnen bei der Einrichtung ihrer Unterkünfte zu helfen und mit ihnen Ämter und Ärzte zu besuchen. Jeder Asylbewerber hat einen Paten oder eine Patin. Ein Schwerpunkt ist die Sprachförderung. Wir sorgen dafür, dass möglichst alle AsylbewerberInnen Sprachkurse besuchen. Sprachpaten unterstützen sie beim Lernen.

WIE VIELE MENSCHEN SIND ZURZEIT IN DER WESTSTADT UNTERGEbracht?

Seit Oktober 2015 wohnen 63 Menschen in der Sindelfinger Straße, seit Dezember 2015 sind 82 Menschen im Hagellocher Weg dazu gekommen.

Momentan warten wir auf die Belegung im Schleifmühlweg, dort werden noch einmal ca. 65 Personen ankommen. Die Leute der Sindelfinger Straße kommen aus Syrien und aus dem Irak. Es sind vor allem Familien.

WIE KÖNNEN WIR UNS DIE AKTUELLE WOHN SITUATION VORSTELLEN?

Momentan wohnen die Flüchtlinge der Sindelfinger Straße in den alten Wohnungen der GWG, die eigentlich abgerissen werden sollten. Kleine Familien und Einzelpersonen haben dort ein Zimmer, größere Familien zwei Zimmer. Alle haben eine Grundausstattung bekommen, die aus einem Bett, Bettwäsche und ein wenig Geschirr besteht.

AN WELCHEN STELLEN KÖNNEN SIE HILFE GEBRAUCHEN?

Gebraucht werden immer noch Fahrräder, einige Haushaltsgegenstände und Teppiche. Kleidung haben die Flüchtlinge mehr als genug. Viel wichtiger ist der persönliche Kontakt und dabei vor allem die Hilfe beim Erlernen der Sprache. In Zukunft geht es mehr und mehr um Fragen der Ausbildung und Beschäftigung – hier brauchen die Asylbewerber Menschen, die sie an die Hand nehmen und Möglichkeiten aufzeigen.

WAS RATEN SIE MENSCHEN, DIE SICH IN IRGEND EINER FORM EINBRINGEN MÖCHTEN? AN WEN KÖNNEN SIE SICH WENDEN?

Gehen Sie auf die Menschen in unseren Unterkünften zu. Sie können fragen, ob sie noch etwas brauchen oder sie zu sich einladen. Sie können auch gerne unser Sprachcafé in der Jakobusgemeinde besuchen, das jeden Montag ab 16 Uhr stattfindet – oder das in der Stephanusgemeinde jeden Montag ab 15.30 Uhr. Dort finden Sie ganz einfach Gesprächspartner! Um diese Hilfen zu koordinieren, können Sie sich gerne an mich wenden:  wkremers@online.de. Wir können Ihnen eine Patenschaft oder eine Sprachpatenschaft vermitteln. Wir nehmen auch Spenden entgegen, mit denen wir kleine Dinge wie Fahrradersatzteile oder gebrauchte Haushaltsgegenstände kaufen – das erleichtert unsere Arbeit sehr. Hier können Sie online spenden:  www.betterplace.org/de/projects/36619

– Die Fragen stellte JESSICA SABASCH

KOLUMNE:
Schneiders Senf

David gegen Goliath?

Ich wurde noch gewarnt, über dieses Thema zu schreiben. Man könnte mir unterstellen, ich wolle unsere Konkurrenz in die Pfanne hauen. Von „schlechtem Stil“ könnte die Rede sein. Aber das Risiko gehe ich jetzt ein. Denn das Thema beschäftigt uns täglich. Manchmal sind die Hinweise ganz dezent, manchmal fast aggressiv. Es geht um einen Joghurt, eine bestimmte Nudelsorte oder spanische Paprika: Alnatura, so wurde von einer/-m Kundin/Kunden entdeckt, ist billiger als wir im Marktladen. Wie kann denn das sein?

Manchmal klingt es, als habe man uns ertappt, bei etwas Unanständigem erwischt. Im Alltagsbetrieb fehlt aber oft die Zeit – oder auch das Interesse der Kritiker –, die Frage zu beantworten, die Gründe zu erläutern. Das lässt auf beiden Seiten ein schlechtes Gefühl zurück. Daher sei auf diesem Wege erklärt: Wir können nicht so billig sein wie Alnatura. Und das hat gute Gründe.

Bio-Konzerne machen einen Jahresumsatz von mehreren Hundert Millionen Euro und haben bundesweit 100 oder mehr Filialen. Alnatura beispielsweise arbeitet zusammen mit internationalen Einzelhandelsriesen, wie dm, Edeka, Tegut, Migros (Schweiz) und Rewe Österreich. Diese enorme Marktmacht wird noch gestärkt durch die Eigenmarken. Über die Kooperation mit den Mächtigen des Lebensmitteleinzelhandels kann zum Beispiel Alnatura auf tausende Verkaufsstellen im In- und Ausland zugreifen. Daraus folgt eine extrem starke



Verhandlungsposition beim Wareneinkauf und bei der Ausschau nach Verarbeitern. Durch enorme Mengenabnahmen sinken die Preise, zudem kann der Erzeuger/Verarbeiter zu Preisnachlässen gedrängt werden. Damit hat eine Bio-Supermarktfiliale natürlich erhebliche Kostenvorteile gegenüber kleineren Bioläden, sowohl im Einkauf als auch in der zentralisierten Warenverteilung. Hinzu kommen geringere laufende Kosten, etwa für Öffentlichkeitsarbeit, Ladenbau, Energie etc. – alles wird von der Konzernzentrale für den Filialisten erledigt.

Der wichtigste Kostenblock ist aber das Personal. Im Marktladen haben wir einen überdurchschnittlich hohen Bedienservice. In Bio-Supermärkten werden höchstens 25 Prozent des Umsatzes vom Personal geleistet, der Rest ist Selbstbedienung. Im Marktladen werden hingegen rund 60 Prozent des Umsatzes unmittelbar von unseren MitarbeiterInnen erarbeitet – verbunden mit entsprechender Beratung und Hilfe beim Einkauf. Dieser hohe Personaleinsatz dient der Kundschaft und schafft Arbeitsplätze, hat aber auch seinen Preis, zugegeben. Doch der Billigere hat keineswegs recht, nur weil er billiger ist. Wären nicht so viele Menschen bereit, etwas mehr zu bezahlen, dann hätte der größte Teil der knapp 2000 selbständigen Naturkostläden in Deutschland keine Überlebenschance.

Das gilt ebenso für Bio-Erzeuger. Ohne ein Umdenken wird das Höfesterben weitergehen. Kleinere Höfe, Mühlen, Bäckereien, Metzgereien, Kässereien werden sich im Wettbewerb nicht mehr durchsetzen können. Der immer schärfere Preiskampf zwischen den Bio-Supermarktketten und den Einzelhandelsriesen lässt dies jetzt schon erahnen. Ein Beispiel von kurz vor Weihnachten 2015 macht es deutlich: Edeka hatte bunte konventionelle Paprika für 2,99 €/kg im Angebot. Zeitgleich bot Alnatura bunte Bio-Paprika für 1,99 €/kg an. Wer, um alles in der Welt, soll denn roten und gelben Paprika zu solchen Dumpingpreisen produzieren können? So werden auch im Bio-Anbau die Erzeuger zu Knechten in einem wahnwitzigen Preiskampf zugunsten möglichst niedriger Endverbraucher-Preise.

Wir vom Marktladen versuchen, diesem Trend etwas entgegen zu setzen. Wir haben Dutzende Kleinlieferanten, von denen die wenigsten in der Lage wären, Großkonzerne zu beliefern – die Mengen sind zu klein, die erforderlichen Preise zu hoch. Sie hätten keine Chance „am Markt“ – wohl aber im Marktladen. Diese Zusammenarbeit bedeutet zwar einen Mehraufwand, ermöglicht aber ein wirklich regionales Sortiment wie nirgendwo sonst in Tübingen und Umgebung. Auch im Ausland haben wir viele Erzeuger besucht, von denen wir einen großen Teil der nichtregionalen Ware bekommen. So wissen wir, dass sie vom Zwischenhändler fair bezahlt werden.



Es gibt so viele gute Gründe für eine regionale Erzeugungs-, Verarbeitungs- und Handelsstruktur. Es gibt so viele gute Gründe für einen glaubwürdigen Bio-Anbau zu fairen Konditionen, der auch im Ausland keine neuen Kolonialstrukturen aufbaut. Es gibt so viele gute Gründe für eine Vielfalt an unabhängigen Bioläden statt wachsender Dominanz und Verdrängung durch ein paar wenige Bio-Großkonzerne. Wir alle profitieren davon, und der Preis dafür ist gar nicht so hoch. Es spricht vielleicht manches dafür, dass wir kleinen Davids den Kampf gegen so übermächtige Goliaths nicht gewinnen werden. Anders als der biblische David werden wir das alleine auch niemals schaffen. Aber wir können es mit Ihrer Hilfe schaffen, wie wir es seit 24 Jahren geschafft haben: durch Ihre Treue zum Marktladen, für die ich Ihnen – auch im Namen von MitarbeiterInnen und Handelspartnern – von Herzen danke!

– MICHAEL SCHNEIDER

FOTOWETTBEWERB

Der Marktladen sucht das Superfaschingskostüm! Komm verkleidet in den Laden und lass Dich fotografieren. Zur Belohnung für Dein Bild gibt's einen Berliner.



A black and white close-up portrait of a man with a full, dark beard and mustache. He is wearing dark-rimmed glasses and a dark, button-down shirt. He is smiling warmly at the camera. The background is blurred, showing what appears to be a shop interior with shelves.

Ein ganz Süßer

Hin u
doch
das Fr
den. S
ein ga
nichte
bin ich
Dose)
ner So
Trinks
lade u
für ei
verkra
keine
es dra
ein Bu
heißer
auch.



Illustration: ©iStock.com/advokat

nd wieder kommt morgens der Student in mir durch und ich bleibe noch fünf bis zehn Minuten länger liegen. Meistens leidet deswegen Frühstück. Umso wichtiger ist dann die erste heiße Schoki im Marktplatz. Soweit ich mich erinnern kann, bin ich mein ganzes Leben lang schon ganz Süßer. Ich habe immer die eine oder andere Tafel Schokolade verpet oder eine Tasse Kaba getrunken. Wirklich „heiße Schoki-abhängig“ bin aber erst, seitdem ich das erste Mal Trink-Schoggi (die in der weißen entdeckt und probiert habe. Die kommt aus der Schweiz und wenn ei-chokolade kann, dann ja wohl die Schweizer. Im Gegensatz zu anderen chokoladen schmeckt „meine“ Schoki wirklich knackig nach Schoko- und ist nicht so stark gesüßt. Außerdem braucht man gar nicht so viel, ne Tasse reicht ein Löffel. Ein Tag ohne heiße Schoki ist gerade noch zu aften, zwei oder drei schon nicht mehr so gut. Dabei spielt es für mich Rolle, ob es Sommer oder Winter ist. Wobei ich zugeben muss: Wenn außen schön kalt ist und man drinnen mit einer heißen Tasse Schoki auch lesen kann, dann schmeckt sie gleich noch besser. Mein Tipp: Zur Schokolade passt perfekt ein Schokocroissant. Zwei, finde ich, gehen

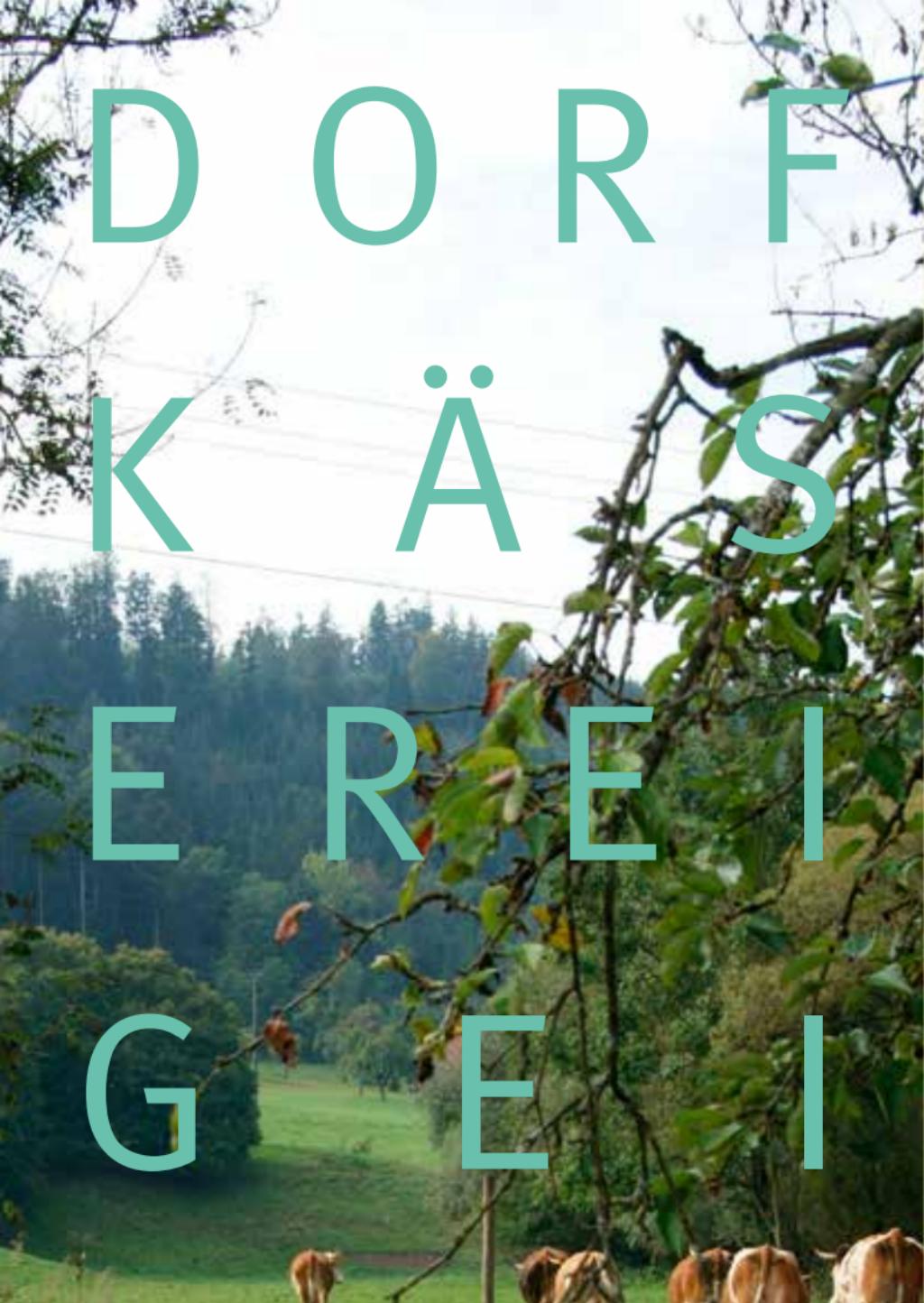
– MICHA ALBERS

D O R F

K Ä S

E R E I

G E I



FERTS HOFEN



Fotos: ©Dorfkäserei Geifertshofen

Furt durch die Rot

Die Dorfkäserei Geifertshofen liegt in dem seit Mitte der siebziger Jahre zusammengeschlossenen Gemeindegebiet von Bühlerzell und Geifertshofen. Die heutige Gemeinde liegt circa 15 Kilometer östlich von Gaildorf und ist mit 42 Personen/qkm sehr dünn besiedelt, denn über die Hälfte der Fläche besteht aus Wald. Der Wechsel von Nadelwäldern und Wiesen sowie Hügeln und Talauen – eine typische Landschaft für sogenannte Gemischtbetriebe in der Landwirtschaft. Mit Bauernhöfen, wie sie noch in Kinderbüchern vorkommen. Aber diese Zeit ist lange vorbei. Die Höfe, wenn es sie denn heute überhaupt noch gibt, sind hoch spezialisiert. In der gesamten Region gibt es hauptsächlich große Ackerbaubetriebe und viele, die sich auf Schweinehaltung festgelegt haben.

Da wirkt es schon beinahe skurril, dass die Dorfkäserei damit wirbt, Heumilchbauern als Lieferanten zu haben. Diese Heumilchbauern haben Heumilchkühe, die – wie der Name schon sagt – mit Heu gefüttert werden. Diese Tradition geht auf die sechziger Jahre zurück. Schlicht deshalb, weil man bis dahin im Winter den Kühen nichts anderes als Heu geben konnte. Gras wurde im Sommer durch Trocknung an der Sonne für die Wintermonate lagerfähig gemacht. Und manche Kühe mussten sich auch mit Stroh begnügen, wenn das Heu knapp war. Die Folge dieser kargen Fütterung war, dass die Kühe im Winterhalbjahr deutlich weniger Milch gaben als im Sommer mit der Grasfütterung. Nachdem die Turbo-Landwirtschaft in den siebziger Jahren an Fahrt aufgenommen hatte, wurde mit dem Maisanbau in unseren europäischen Regionen ein Quantensprung erzielt. Mais ist ökologisch gesehen die Seuche des konventionellen Ackerbaus. Die Erkenntnis, dass Mais sich durch Gärung hervorragend konservieren lässt, bescherte den konventionell gehaltenen Kühen den ganzjährigen Einheitsbrei Silagefutter. Und Weidegang wurde auch gestrichen. So konnte die Milchproduktion weiter „optimiert“ werden. Auf der Strecke blieben zuerst das Tierwohl, dann die Tiergesundheit und schließlich auch die Qualität der Milch.

„Der Milch
bestimmt,
am Käse...“



Im Sommer dürfen die Kühe der Bio-Bauern, die die Dorfkäserei beliefern, natürlich raus auf die Weide. In der Kombination mit Heu ist die Grundlage für eine besondere Milchqualität gegeben. Und das schmeckt man auch. Denn die Qualität von Milch hängt sehr stark von der Fütterung ab. Auch aus ökologischer Sicht ist eine Grünlandnutzung (Grünfutter und Heu) wesentlich wertvoller als der Anbau von Mais. Erst recht, wenn bei geringer Düngung eine kräuterreiche Wiese wächst. Die neun Hohenloher Bauern, die die Dorfkäserei beliefern, haben alle eine Zertifizierung durch Bioland oder Demeter. Das ist Bedingung für eine Zusammenarbeit. Vier der Landwirte arbeiten seit dem Gründungsjahr 1998 mit der Käserei zusammen.

So unterschiedlich die Bio-Höfe sind, eines ist ihnen gemeinsam: Für die momentanen Agrarstandards sind es alles Betriebe, die keine Zukunft haben. Die Betriebsgröße und der Spezialisierungsgrad sind viel zu gering. Ihnen bleibt nur der möglichst direkte Verkauf ihrer Produkte über Hofläden oder über einen „Veredelungsschritt“ ihrer Erzeugnisse, wie die Verarbeitung der Milch zu Käse. Der Weg zur Kundschaft muss kurz und der Ver-

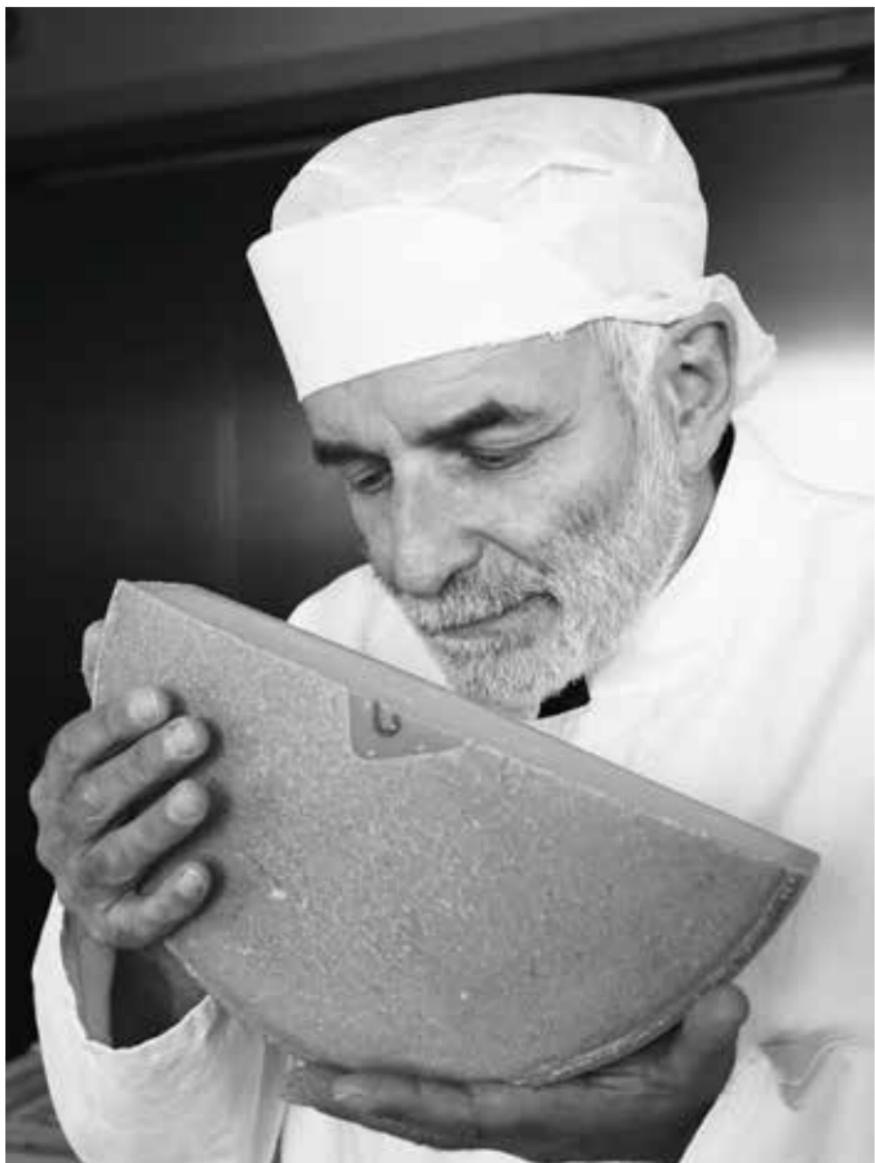
Haufwand der Bauern.“

arbeitungsgrad gering sein, damit es sich lohnt. Durch den guten Milchpreis, den die Bauern von der Dorfkäserei bekommen, wird die Zukunft dieser Familienbetriebe gesichert. Zwischen April und September 2015 lag der Literpreis für diese Biobauern bei 56 Cent. Im Winterhalbjahr werden ihnen 62 Cent ausbezahlt. Zum Vergleich: Anfang 2016 lag der konventionelle Milchpreis unter 30 Cent pro Liter. KäseliebhaberInnen können also durch ihre Konsumgewohnheiten bzw. durch ihren guten Geschmack dazu beitragen, dass dem Irrsinn der bundesdeutschen Landwirtschaftspolitik etwas entgegen gesetzt wird.

Aus dem abwechslungsreichen Sortiment der Dorfkäserei haben wir für Sie eine kleine Auswahl getroffen, von der wir meinen, dass diese Käse Ihre Aufmerksamkeit unbedingt verdient haben. Die Rinde des *St. Barbara* wird mit Rotschmierbakterien eingerieben. Durch die Lagerzeit von zehn Wochen und der besonderen Rindenbehandlung entsteht ein relativ weicher, an einen französischen Butterkäse erinnernder Käse. Zartschmelzend aber mit überraschend kräftigem Aroma. Dann finden Sie bei uns den *Geifertshofener Schabziger*. Seine Lagerzeit beträgt sechs bis acht Wochen. In den frischen Käsebruch wird beim Käsen Samen vom Schabzigerklee eingebracht, welcher zu seinem unverwechselbaren Aroma beiträgt. Der Unterschied zwischen dem *Schwäbischen Trollingerkäse* und dem *Weinbauernkäse*: Der jüngere der beiden, der *Schwäbische Trollingerkäse*, nimmt vor der Reifezeit ein mehrtägiges Trollingerbad. Dadurch entwickelt er sich im Reifekeller zu einem cremigen Käse mit feinen Wein aromen. Der *Weinbauernkäse* lagert mindestens drei Monate und wird täglich mit Rotweinhefen geschmiert. Dadurch ist sein Äußeres sehr dunkel, manchmal fast schwarz und das Aroma ist wesentlich kräftiger als beim jüngeren Bruder. – *MICHAEL SCHNEIDER*

 www.dorfkaeserei.de

 www.youtu.be/JIQ_Xly4v-c



mpreis wird nicht vom Markt
, sondern orientiert sich
aufgrund der Bewertung.“

vieleküchen einladen

MONTE NEGRO



RIBLJA ČORBA (FISCHSUPPE) AUS KOTOR



DIESES GERICHT ERINNERT MICH AN MEINE KINDHEIT, DIE ICH JEDEN SOMMER IN MONTENEGRO VERBRACHT HABE. MONTENEGRO MIT DER WUNDERSCHÖENEN KÜSTE AN DER ADRIA UND DER RUHE IN DEN BERGEN IM OSTEN.

- 800 g verschiedener **Fisch**, z.B. Dorade (oder ca. 500 g Fischfilet)
- 1 Suppenlöffel **Olivenöl**, 3 **Knoblauchzehen**
- genügend **Wasser**, um den Fisch in einem großen Topf zu bedecken
- 3 große geschnittene **Möhren**, 1 große geschnittene **Zwiebel**, 1 kleiner **Staudensellerie**
- 1 kleine Tasse **Reis** (Risottoreis, wie Carnaroli) man kann aber auch normalen weißen Reis nehmen
- **10 – 15 Pfefferkörner**, feingehackte **Petersilie**, **Salz**

Den Fisch entschuppen und ausnehmen. Eine Hälfte der Zwiebel im Topf scharf anbraten. Danach wird der Fisch hineingelegt und mit Wasser bedeckt. Dann das Gemüse hinzugeben und das Ganze für ca. eine halbe Stunde köcheln lassen. Anschließend Fisch und Gräten herausnehmen. Sie können den Fisch später in kleinen Stückchen oder auch als Ganzes wieder in den Topf zurückgeben. Sieben Sie nun die Suppe. Jetzt kommen Olivenöl und Reis hinzu. Wenn der Reis fertig ist, kommen Fisch und Gemüse wieder in den Topf.

– ARBEN KUKAJ

Noch mehr Neuigkeiten, Fotos & Hinweise auf Veranstaltungen:

 facebook.com/dermarktladen



IMPRESSUM

Die **Marktlese** erscheint monatlich und wird herausgegeben von
Der Marktladen, *Michael Schneider*, Vogelbeerweg 4, 72076, Tübingen,
07071 56 555 0, redaktion@dermarktladen.de, www.dermarktladen.de.
Für den Inhalt verantwortlich: *Michael Schneider*
Alle Rechte vorbehalten. Druckfehler vorbehalten.

Chefredakteur: *Michael Schneider*

Stellv. Chefredakteurin: *Jessica Sabasch*

Konzept: *Jessica Sabasch*

Artdirection & Layout: *Jonas Schneider*

Fotoredaktion: *Jonas Schneider*

Lektorat: *Franziska List*

Druck: dieUmweltDruckerei GmbH, Lohweg 1, 30559 Hannover
klimaneutral gedruckt auf 100 % Recyclingpapier, chlorfrei gebleicht