

Marktlese

für regionale Wertschätzer &
kulinarische Weltenbummler

!



32 | März 2017



Liebe Kundinnen & Kunden,

während ich das Vorwort für die März-Marktlese schreibe, regnet es wie aus Kübeln. Das ist allerdings das erste Mal in diesem Jahr. Der Januar war ein sehr trockener Monat und im alten Jahr lag seit Juli mit Ausnahme des Oktobers jeder Monat deutlich unter dem dreijährigen Niederschlagsmittel. Am 20. März ist Frühlingsanfang und bis dahin freuen sich die Bauern an (fast) jedem Regentag. Das Marktladen Jubiläumsprogramm haben wir Ende Februar mit einem fröhlichen Genießerabend eröffnet. Für die Daheimgebliebenen haben wir ein paar schöne Eindrücke gesammelt. In der Kolumne Schneiders Senf geht's diesmal um den Strukturwandel in der Naturkostbranche. Zum selben Thema haben wir ein Kurz-Interview mit Volkmar Spielberger, dem Geschäftsführer der gleichnamigen *Demeter*-Mühle, geführt.

Und schließlich ist es uns eine Herzensangelegenheit, noch einmal kurz auf die Veranstaltung am 30. März mit Christian Felber, dem Wiener Autor und Begründer des Projekts Gemeinwohlökonomie hinzuweisen. Gemeinsam mit Wolfgang Sickler von der regionalen Erzeugergenossenschaft *Rebio* spricht er im Tübinger Weltethos-Institut über das kooperative, alternative Wirtschaftsmodell im Sinne der Gemeinwohlökonomie.

Hoffentlich viel Vergnügen beim Lesen!

*Christina Schneider
Nikola Schneider*

Vortrag:
**Gemeinwohl-
ökonomie**
mit
**Christian Felber &
Wolfgang Sickler**

30. März

um 20 Uhr

**IM WELTETHOS -
INSTITUT
(HINTERE GRABENSTRASSE 26)**

EINTRITT: 8/10€

GESELLSCHAFT

die rechtlichen Anreize werden von Gewinnstreben auf Gemeinwohlstreben umgepolzt



Quelle Schaubild: www.ecogood.org/de/vision

Vielleicht erinnern Sie sich noch. Im Juni/Juli letzten Jahres habe ich in der Marktlese zwei Texte zum Thema Gemeinwohl-Ökonomie geschrieben (nachzulesen unter: www.dermarktladen.de/index.php/marktwirtschaft). Als ich den Initiator dieser weltweiten Bewegung, Christian Felber, 2015 in Berlin auf einer Tagung kennenlernte, war schnell klar, dass eine Einladung nach Tübingen ausstand. Durch eine Kooperation mit dem Tübinger Weltethos-Institut und deren Veranstaltungsreihe „Klüger wirtschaften“ ist es nun soweit. Christian Felber ist einer der Vorreiter einer Postwachstumsökonomie, der den Sinn wirtschaftlicher Tätigkeit vollkommen neu, und gleichzeitig altbewährt formuliert. Viele Staaten dieser Welt haben in irgendeiner Form sinngemäß einen Passus in ihrer Verfassung, der jedwede wirtschaftliche Tätigkeit unter eine Art Gemeinwohl-Verpflichtung stellt. Nur wenn es zum Allgemeinwohl beiträgt, erfüllt wirtschaftliches Schaffen seinen Sinn.

„Unser jetziges Wirtschaftssystem steht auf dem Kopf. Das Geld ist zum Selbst-Zweck geworden, statt ein Mittel zu sein für das, was wirklich zählt: Ein gutes Leben für alle.“

Christian Felber hat ein Modell entwickelt, das meiner Ansicht nach auch alltagstauglich ist. Wenn der politische Wille vorhanden ist, ist es möglich, durch ein vollkommen neues Steuer(ungs)-Modell unser Wirtschaftssystem grundlegend zu reformieren

„Gemeinwohl-Ökonomie bezeichnet ein Wirtschaftssystem, das auf gemeinwohl-fördernden Werten aufgebaut ist. Die Gemeinwohl-Ökonomie ist ein Veränderungshebel auf wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Ebene – eine Brücke von Altem zu Neuem.“

Habe ich jetzt Ihr Interesse geweckt für diese Ideen? Würde mich sehr freuen, wenn das Weltethos-Institut zum Bersten voll würde an diesem Abend. Herzliche Einladung!

– MICHAEL SCHNEIDER

weiterführende Informationen: ↗ www.ecogood.org/de/vision

KOLUMNE: SCHNEIDERS SENF

Was der Rosecker Apfelsaft mit dem Strukturwandel im Naturkosthandel zu tun hat.

Zwei unserer neuesten Produkte und Projekte im Sortiment sind der *Rosecker Apfelsaft* aus Bohnäpfeln und die *Rosecker Apfelschorle* aus Äpfeln von Ammerbucher Streuobstwiesen. Vor Weihnachten haben wir den ersten *Bioland*-Rübenzucker aus Süddeutschland eingelisted. Wir waren der erste Laden überhaupt, der diesen Zucker im Angebot hatte. Ziemlich neu im Sortiment und sehr zu empfehlen sind die Fertiggerichte einer Trockengemüse- und Früchte-Manufaktur aus dem Südschwarzwald. Dann gibt es noch nicht allzu lange die Produkte von *Papillon*, einer kleinen Bio-Mandel-Manufaktur aus Stuttgart mit köstlichen Süßigkeiten. Seit Anfang 2016 beziehen wir von unserem Erdbeer-Lieferanten *Seemann* ein umfangreiches Angebot von Fruchtaufstrichen in allerbester Qualität und zum ersten Mal überhaupt mit ausschließlich *Bioland*-Beeren und Früchten aus Deutschland. Diese Liste könnte ich noch einige Zeilen weiterführen. Es gehört immer schon zum Verkaufskonzept des Marktladens, mit vielen kleinen Lieferanten zu arbeiten und dass wir uns gerne die Mühe machen, um unserer Kundschaft ein möglichst originelles und regionales Sortiment anzubieten.

Zurück zum *Bohnäpfel*. Er zählt zu den Winteräpfeln der alten Sorte des Kulturapfels (*Malus domestica*) und wurde zwischen 1750 und 1800 am Mittelrhein als Zufallssämling entdeckt. Die Bäume des Bohnäpfels können sehr alt werden, die Kronen sind großkugelig und dicht verzweigt. Muss uns eine 250 Jahre alte Apfelsorte interessieren? Sollten wir uns um Streuobstwiesen als eines der ökologisch wertvollsten Habitate kümmern? Möchten Sie regionale Produkte einkaufen und somit eine vielgestaltige Kulturlandschaft erhalten helfen? Wollen Sie Handelsstrukturen stärken, die auch in der Lage sind Kleinstanbieter im Sortiment zu führen und kurze Transportwege zu garantieren?

Diese und ähnliche Fragen sind momentan heftig diskutiert bei vielen Bio-Ladnern und Konsumenten in Deutschland.

Seit immer mehr Bio-Läden durch das rasante Wachstum der Bio-Supermarktketten in ihrer Existenz gefährdet sind, stellen viele Ladner – manchmal nach Jahrzehnten – fest, dass ihr Konzept nicht zukunftsfähig ist, weil sie den Preiskampf nicht gewinnen können und sonst nicht genug zu bieten haben. Dabei sind es Nachrichten wie die folgende, die die Diskussion und die Sorge der Fachhändler weiter anheizen:

„Mit Wirkung zum 28. Februar 2017 erwirbt Rapunzel Naturkost aus Legau im Allgäu die *Zwergenwiese Naturkost GmbH* aus Silberstedt in Schleswig Holstein (...).“ So meldete das Fachmedium *biohandel-online* Anfang Februar die最新的 Nachricht aus der Naturkostszene. Man wolle, so heißt es, durch Synergien Kosten reduzieren. Besonders „auf der Beschaffungsseite“. Also bei den Rohstoffen. Und somit bei den Bauern.

Die Naturkostszene ist schon lange vor dieser Fusion zum Markt-Credo „Wachsen oder Weichen“ übergegangen. Was ist schon dabei? Manche würden sagen, endlich sind „die Müslis“ in der rauen Realität angekommen. Und die raue Realität in Deutschland heißt: Für „Bio“ begeistern sich viele Menschen nur, wenn es billig zu haben ist. Aber wie sieht der Strukturwandel im Bio-Handel konkret aus? Hier einige Zahlen und Fakten aus dem Jahre 2016:

EINZELHANDEL

Knapp 2.400 Naturkostläden gibt es in Deutschland. 2016 war der Großhändler Dennree mit 33 Neueröffnungen (225 Denn's Märkte bundesweit, 820 Millionen Euro Jahresumsatz des Gesamtkonzerns 2015) der aktivste im Fachhandel, gefolgt von Alnatura mit 15 Neueröffnungen (114 Filialen bundesweit, Jahresumsatz des Gesamtkonzerns 760 Millionen Euro 2015). Während der kleine und mittelgroße Fachhandel stirbt, beherrschen die mächtigen Handelsketten (Edeka, Rewe, Lidl, usw.) zusammen mit den schnell wachsenden Bio-Supermarktketten mehr und mehr den Markt. „*Die einstige Nischen- ist damit längst zu einer Volksbewegung avanciert*“ schreibt die Wirtschaftswoche im Januar 2017.

Der Umsatz mit Lebensmitteln und Getränken aus Bio-Produktion lag 2016 bei gut 9 Milliarden Euro. Davon wurden über 50 Prozent im konventionellen Handel erzielt. Der Naturkostfachhandel seinerseits wurde von Dennree (34,2 Prozent Marktanteil) und Alnatura (15,6 Prozent) dominiert. Zwei Drittel der Neueröffnungen 2016 gingen auf das Konto dieser beiden





GROSSER BOHNAPFEL

Filialisten. Auf der anderen Seite wurden in der Kategorie „Bioläden bis 400 Quadratmeter Verkaufsfläche“ 2016 erstmals mehr Läden geschlossen als neu eröffnet.

BIO-LANDWIRTSCHAFT

Auch die Bio-Betriebe sind viel schneller als erwartet in den Wachstumsstrudel geraten. Ihnen bleibt nur noch, ständig zu wachsen und hohe Investitionen in Technik im Stall und auf dem Acker zu tätigen. Was als generationenübergreifendes Zukunftsmodell begonnen hat, scheitert immer häufiger an der Bereitschaft der potentiellen Hofnachfolger, diese auch anzutreten. Ihre Perspektive auf dem Hof sehen sie in einem zunehmenden Ver-

drängungswettbewerb, den sie sich nicht aufhalsen wollen. Anstatt den Lieferanten auskömmliche Preise zu bezahlen, war das pressetaugliche Gejammer über fehlende Umstellungsbereitschaft in der Landwirtschaft bei Alnatura im letzten Jahr besonders groß. Sofort wurde eine Alnatura-Bio-Bauern-Initiative (ABBI) gestartet, um Landwirte zur Umstellung zu bewegen. Dennree hat 2016 kurzerhand ein Hofgut mit 4000 Hektar landwirtschaftlicher Nutzfläche gekauft. Aber wer billiges Bio in der Dose oder Tüte will, dem wird in der Regel im Ausland produziertes aufgetischt. In Mischprodukten werden die Herkunftsänder in der Regel nicht ausgewiesen. Und daran haben die Bio-Billiganbieter auch gar kein Interesse.

BIO-MARKEN IM KONVENTIONELLEN LEBENSMITTELEINZELHANDEL (LEH)

Da für die Bio-Markenhersteller der konventionelle Handel lange Zeit tabu war, tauchten bei Edeka, Rewe und selbst bei den Discountern eigene Bio-Marken auf, während Denn's und Alnatura schon früher Eigenmarken aufbauten. Während die konventionellen Bio-Marken ein Imageproblem haben, finden die Eigenmarken der Bio-Ketten reißenden Absatz: Endlich geht's im Fachhandel auch billig. Der steigende Druck auf die Bio-Markenhersteller durch die Bio-Supermarktketten führte in den letzten Jahren zu einem neuen Phänomen in der Bio-Szene: Alteingesessene Bio-Markenhersteller werden von konventionellen Mega-Konzernen aufgekauft. Die bekanntesten Beispiele sind die Übernahme der Bio-Molkerei *Söbbeke* durch Savencia SA, (ein 4,5 Milliarden schwerer französischer Molkereikonzern) und der geplante Kauf von *Provamel* (bisher bei White Wave, einem amerikanischen Milchersatzprodukte-Hersteller) durch den französischen Mega-Konzern Danone mit 22 Milliarden Euro Jahresumsatz.

Ein letzter Schritt auf dem Weg der totalen Konventionalisierung des Bio-Marktes sind die Komplett-Listungen von Alnatura-Bio-Produkten bei Edeka und die Listung von *Davert*-Produkten bei dm. In der Bio-Ladenszene sei dieses Ereignis als „Dammbruch empfunden“ worden, sagt Klaus Braun, Unternehmensberater im Naturkosteinzelhandel.

Auch wenn die Anträge von Landwirten für einen Eintritt in einen der

Bio-Verbände im vergangenen Jahr stark gestiegen sind, muss eines klar sein: Die gebeutelten Milchbauern, die jetzt wechseln, um ihre kurzfristige Zukunft zu sichern, haben nur eine langfristige Zukunft, wenn Verbraucherinnen und Verbraucher den höheren Preis für eine regionale Milcherzeugung und -Verarbeitung auch bezahlen. Sonst schnappt die Falle früher oder später zu. Und zwar dann, wenn die Bio-Milchmenge schneller wächst, als die VerbraucherInnen sie trinken können. Nur bei auskömmlichen Preisen muss die Menge nicht über die Nachfrage gesteigert werden und so kann der Teufelskreis der Konkurrenz und des Wachsens oder Weichens vermieden werden.

All dies sind Gründe, uns um regionale Vermarktungsstrukturen zu kümmern und überregionale Angebote zu ersetzen. Deshalb ist der Rosecker-Apfelsaft ein wichtiges Produkt in unserem Sortiment. Deshalb reduzieren wir das *Davert*-Sortiment und ersetzen es durch die *Spielberger Mühle*-Produkte (Interview). Deshalb ersetzen wir *Provamel* so gut es geht durch die Produkte vom *Hofgut Storzeln* am Bodensee. Deshalb ist es für uns im Marktladen nicht nur ein modernes, grün angestrichenes Feigenblatt, sondern seit 25 Jahren Antrieb unserer Arbeit.

– MICHAEL SCHNEIDER

QUELLE DATEN UND SCHAUBILDER:

- ↗ biohandel-online.de/news-details.html?i=22163
- Link zur Seite des Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft:
↗ <http://bit.ly/1URPGqJ>

Genießen Rückblick

Mit köstlichen Häppchen-Variationen begrüßte Stefanie Junginger von der Firma Weiling die ein-treffenden Gäste am Eingang des Marktladens.



Sybille Haug vom Weingut Hirth sorgte mit ihrer abwechslungsreichen Auswahl an feinen Tropfen für neue Geschmackserlebnisse.

Ausgelassene Stimmung
Unser Mitarbeiter M

eßerabend- ückschau

25 JAHRE



Kamen aus Rottenburg mit Eiern, Infos und Bestlaune vom Hofgut Martinsberg: Joachim Schneider und seine Tochter Damaris.

nung mit jiddischer Musik und Geschichten:
Michael Langer mit seinem Klezmer-Ensemble Jontef.

5 Fragen an Volk

ZUR PERSON:

Volkmar Spielberger ist Geschäftsführer der gleichnamigen Demeter-Mühle im schwäbischen Zabergäu. Seit 1959 bewirtschaftet die Familie Spielberger das Land um ihre Mühle biodynamisch. 1983 wurde der Betrieb komplett auf Bio umgestellt. Volkmar Spielberger fördert die biodynamische Getreidezüchtung und hat 2014 einen selektiven Vertriebsvertrag mit seinen Großhändlern geschlossen, der beinhaltet, dass Produkte der Marke Spielberger Mühle ausschließlich an den Bio-Facheinzelhandel geliefert werden dürfen.

HERR SPIELBERGER, WIE SCHAUEN SIE ALS TRADITIONS-UNTERNEHMEN AUF DIE ENTWICKLUNG DER ZUNEHMENDEN KONVENTIONALISIERUNG DES BIO-HANDELS?

Als reiner Bio-Hersteller haben wir seit vierzig Jahren das Ziel, dass wir nicht nur Bio-Lebensmittel herstellen und inverkehrbringen wollen, sondern auch für soziale Werte und handwerkliche Produktverarbeitung eintreten. Der Bio-Fachhandel bietet aber immer mehr industriell erzeugte und verarbeitete Produkte in seinem Sortiment an, was uns mit etwas Sorge erfüllt, denn Bio ist nicht nur möglichst rückstandsfreie Produkte anzubieten, sondern auch ehrliche und in der Herkunft transparente, echte Lebens-Mittel. Die auch im Fachhandel zunehmende Konzentration auf wenige große Firmen, steht diesem Wertearanspruch entgegen.

mar Spielberger

WARUM ÖFFNEN SICH IMMER MEHR BIO-PIONIERE VON EINST DEM KONVENTIONELLEN EINZELHANDEL?

Die Hersteller werden vom konventionellen Einzelhandel immer mehr angefragt, ja teilweise sogar bedrängt für sie auch gute Bio-Produkte herzustellen, so dass einige Herstellerkollegen dieser Nachfrage nachgeben und dort ihre Markenprodukte anbieten. Teilweise begründet sich dies durch die Notwendigkeit, Produktionsanlagen auszulasten und die Vermarktung in diesen neuen Märkten voranzubringen.

WELCHE BEDEUTUNG HAT DER FACHHANDEL FÜR DIE SPIELBERGER MÜHLE / WELCHE BEDEUTUNG HAT DIE SPIELBERGER MÜHLE FÜR DEN FACHHANDEL?

Wir in der *Spielberger*-Mühle sind als Handwerksbetrieb in unseren Kapazitäten begrenzt und wollen auch nicht zum Industriebetrieb werden. Wir haben uns ganz bewusst entschieden, die hochwertigen Demeter-Produkte unserer Mühle exklusiv im Fachhandel zu vermarkten, denn wir sind überzeugt, dass nur im Bio-Fachhandel der Mehrwert dieser Produkte dem Kunden vermittelt werden kann.

WIE KÖNNEN ÖKOLOGISCHE UNTERNEHMEN WEITERHIN AM MARKT BESTEHEN, OHNE IHRE IDEALE AUFZUGEBEN?

Wenn wir davon ausgehen, dass nachhaltiges Wirtschaften auch ein nachhaltiges Wachstum bedingt, dann können ökologische Unternehmen wie die *Spielberger*-Mühle nur im Miteinander bestehen, d.h. bäuerliche Landwirtschaft braucht eine handwerkliche Verarbeitung und



einen nachhaltigen Fachhandel. Wenn diese Wertschöpfungskette in eine Wertschätzungskette mündet, dann haben die Kunden mit ihrem Einkauf auch wirklich nachhaltigen Konsum gefördert.

WAS WÜNSCHEN SIE SICH VON DEN VERBRAUCHERN?

Ich wünsche mir, dass unsere Kunden und damit die Verbraucher weiterhin Ihre Kaufentscheidung bewusst und mit Verantwortung treffen, denn letztendlich sind es die Verbraucher, die mit Ihrem Kaufverhalten entscheiden, ob es eine lebenswerte Zukunft auf unserer Erde geben wird.

Die Fragen stellte: *JESSICA SABASCH*

te ten Küche

CHICORÉE

Cichorium intybus var. foliosum

Von Dezember bis April hat das vitaminreiche Wintergemüse Hochsaison. Bekannt ist Chicorée hauptsächlich als Salat. Doch er schmeckt auch wunderbar gekocht, gratiniert oder gebraten. Wer dem blassgelben Chicorée einen Gefallen tun möchte, der kombiniert ihn beispielsweise mit Fenchel, Rosinen, Orangen, Honig oder Speck, denn sie harmonieren mit seiner herben Note besonders gut. Der leicht bittere Geschmack des Chicorée röhrt von dem Stoff Intybin, der nicht nur unseren Stoffwechsel ankurbelt, sondern auch wie ein Magenbitter bei der Verdauung fettreicher Speisen hilft.

Der Chicorée-Anbau ist recht aufwendig, da die Zichorienwurzel unter einer Erdschicht, im Dunkeln und bei relativ hoher Luftfeuchtigkeit ihre Sprossen ausbildet. Diese Form der Zucht, die sogenannte Erdreiberei ist mittlerweile selten geworden. Unser langjähriger Partnerbetrieb, die Bioland-Gärtnerei *Gaiser & Fischer* in Walddorfhäslach, hat sich mit einem ureigenen System darauf spezialisiert. Der Chicorée treibt in hofeigener Komposterde, die Wurzeln haben sogar eine eigene „Fußbodenheizung“. 21 Tage dauert es vom Einsetzen der Wurzeln bis zur Chicorée-Ernte. Konventioneller Chicorée wird in Wasser und flüssigem Nährstoff getrieben, schmeckt dafür aber längst nicht so gut. Wichtig zu erwähnen ist noch, dass Sie das zarte Gemüse lichtgeschützt im Kühlschrank (in ein feuchtes Tuch gewickelt) aufbewahren sollten – so bleibt es besonders lange frisch.

JahresZeit



Foto: © hiphoto/Shutterstock.com

ÜBERBACKENER CHICORÉE

FÜR 4 PORTIONEN

- 150 g **Fontal**, gewürfelt
- 150 g **Mozzarella**, gewürfelt
- 250 ml **Milch**
- 4 große **Chicorée** (oder 6 kleine)
- 25 g **Butter** und etwas Butter zum Einfetten
- 4 Scheiben **Kochschinken**
- 2 **Eigelb**, leicht verquirlt
- 50 g frisch geriebener **Parmesan**
- Salz und Pfeffer

Fontal und Mozzarella mit der Milch in eine Schüssel geben und eine Stunde einweichen. Den Chicorée in kochendes Salzwasser geben und in 10 – 15 Minuten weich garen. Gut abtropfen lassen.

Den Ofen auf 200 °C vorheizen.

Eine Auflaufform einfetten. Den Chicorée mit je einer Scheibe Kochschinken umwickeln und in die Form legen. (Wer vegetarisch kochen möchte, schneidet ein paar getrocknete Tomaten in Streifen und gibt sie mit in die Form.)

Käsewürfel und Milch in einer Pfanne bei schwacher Hitze unter Rühren zu einer dickflüssigen, glatten Creme schmelzen. Mit Salz und Pfeffer abschmecken.

Vom Herd nehmen und das Eigelb untermischen, sobald die Creme etwas kälter ist. Die Sauce über den Chicorée gießen. Mit Parmesan bestreuen, Butterflöckchen daraufgeben und ca. 10 Minuten backen.

Dazu passen zum Beispiel Gnocchi.

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*

Layout: *Jonas Schneider*

Lektorat: *Franziska List*

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