

es hat wieder viel zu wenig geregnet in diesem Sommer, besonders in der Mitte und im Norden der Republik. Aber auch unsere Lieferanten ernteten kaum Kohlrabi, Radieschen, Brokkoli und Blumenkohl in vermarktungsfähiger Qualität. Am 20. September stellte die Große Koalition ihr Klimakonzept für die kommenden Jahre vor. Seither prasselt heftige Kritik auf die Regierung ein. Klimaforscher Latif meinte „... es sei eigentlich nicht mehr zu verantworten, wenn die Bundesregierung mit solchen Trippelschritten in Richtung Klimaschutz voranschreite ...“ Am selben Tag gingen weltweit Millionen Menschen bei *fridays for future* auf die Straße. Am 25.09. stellte der Weltklimarat IPCC der Politik in seinem Report zur Eisschmelze und den Ozeanen ein verheerendes Zeugnis aus und unterstützt damit die Anliegen der globalen Klimakampagne. Was gab's sonst noch im Sommer? Vom UBA (was ist das denn?) gibt es interessantes zu berichten. Eine Mutmachgeschichte. Und von „Xäls“, der neu gegründeten ökologischen Genossenschaft Neckar-Alb. Lesen Sie los, und lassen Sie sich zum Mitmachen animieren! Wir können Ihre Unterstützung gut gebrauchen!

Christina Schneider
Michael Schneider

Pastinaken mit Kapern-Vinaigrette

FÜR 4 PORTIONEN

FÜR DAS OFENGEMÜSE

- Ca. 1kg **Pastinaken**
- 2-3 **Möhren** (lilane, wenn mag)
- 2 rote **Zwiebeln**
- **Olivenöl**
- 3 Knoblauchzehen

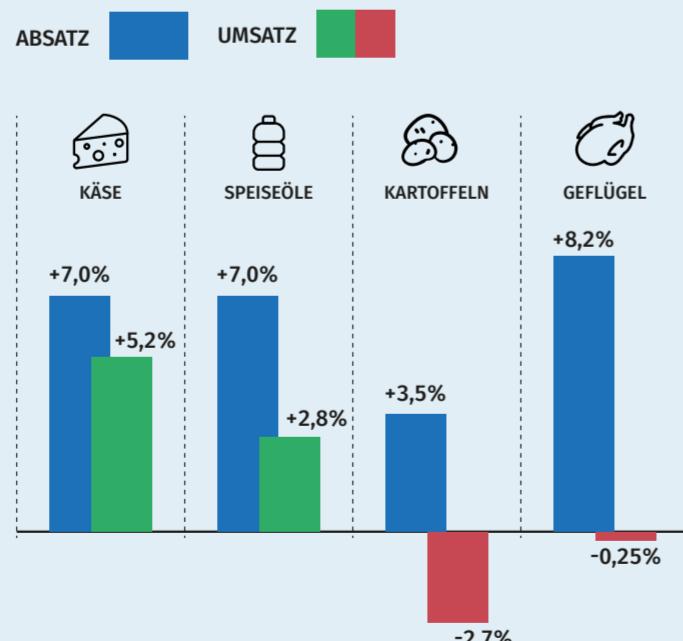
FÜR DAS DRESSING

- 2 EL **Weißweinessig**
- 1 TL **Senf**
- 1 TL **Honig**
- Salz, Pfeffer
- 6 EL **Olivenöl**
- Ca. 50g **Kapern**
- 1 Kl. Bund **Petersilie**

Jahres Zeiten Küche

Achtung, ich will Sie vorwarnen. Es könnte sein, dass es Ihnen wie mir gehen wird und Sie nach dem Genuss dieses Essens ein neues Lieblingsofengemüse und ein neues Lieblingsrezept haben. Die Kombination aus gerösteten Pastinaken und Kapern-Vinaigrette von dem in Israel aufgewachsenen Meisterkoch und Spezialisten für Vegetarisches Ottolenghi klingt unverdächtig, aber auf der Zunge erzeugt sie Magie. Sehr einfach und schnell zubereitet ist es außerdem:

1. Pastinaken, Karotten und Zwiebeln schälen und in Spalten schneiden. Olivenöl, Salz, Thymian, frischen Pfeffer und die Knoblauchzehen dazugeben und alles gut durchmischen. In einer Ofenform für ca. 40-50 Minuten im Ofen garen, bis die Pastinaken weich sind.
2. Zum Ende der Garzeit aus Essig, Honig, Senf etc. Kapernlake und Olivenöl eine Vinaigrette mischen. Am einfachsten geht das in einem gut verschließbaren Glas, das man kräftig schüttelt. Dazu die Kapern und gehackte Petersilie geben.
3. Wenn bei einer Portion Gemüse als Essen noch was fehlt, der kann sich „als Beilage“ gut ein Fischfilet braten. Das Gemüse hat jedoch auch für sich schon das Zeug, Sie wunschlos glücklich zu machen.



Die Randnotiz

2018 stieg der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr um 5,5% auf insgesamt 10,91 Milliarden Euro an. Wachstumstreiber ist in erster Linie der konventionelle Lebensmitteleinzelhandel (LEH), einschließlich der Drogeriemarktketten. Ihr Wachstum belief sich auf +8,6%, der Umsatz im Naturkosthandel stagniert mehr oder weniger bei einem Zuwachs von 0,8%. Von den knapp 11 Milliarden Bio-Jahresumsatz werden im LEH fast 6,5 Milliarden erzielt. Das entspricht annähernd 60%. Der Anteil der Bio-Lebensmittel am Gesamtvolume der konventionellen Großkonzerne betrug 2018 allerdings nur 5,28%.

Besonders interessant dabei ist, wie sich die Einkaufspreise für die Kundschaft verändern, seit sich der LEH zur Marktmacht entwickelt. In welchen Produkt-Segmenten driften also die Verkaufsmengen (Absatz) und die Verkaufserlöse (Umsatz) auseinander? Wenn der Absatz steigt, der Umsatz mit diesen Produkten aber nicht, geht der EndverbraucherInnen-Preis zurück. Dies trifft für 2018 in folgenden Kategorien zu: Milch, Käse, Speiseöle, Geflügel, Kartoffeln.

Besonders beim Bio-Geflügel wird deutlich, was im Bio-Markt passiert, wenn die Produktion immer stärker industrialisiert wird. In keinem anderen Bereich ist ein derartiger Intensivierungsgrad möglich wie in der Geflügelhaltung, das gilt auch für „bio“. In den letzten Jahren sind sehr große konventionelle Geflügelhalter in den Bio-Markt eingestiegen. Dies erklärt die stark steigende Absatzmenge zu erheblich niedrigeren Preisen. Auch Kartoffeln sind ein für den LEH leicht zu organisierendes Produkt, da sie einfach und in großen Mengen zu vermark-



Ein Archiv aller bisherigen Ausgaben gibts hier:
www.marktlese.de

Noch mehr Neuigkeiten, Fotos & Hinweise auf Veranstaltungen:
www.demarktladen.de

Jetzt online bestellen. Wir liefern von Montag bis Donnerstag im ganzen Tübinger Stadtgebiet. Bei Bestellung bis 12 Uhr sogar am selben Tag!
shop.demarktladen.de

IMPRESSION

DIE MARKTLESE erscheint monatlich und wird herausgegeben von DER MARKTLADEN, Michael Schneider, Vogelbeerweg 4, 72076, Tübingen 07071 56 555 0, redaktion@dermarktladen.de, www.demarktladen.de. Für den Inhalt verantwortlich: Michael Schneider
Alle Rechte vorbehalten. Druckfehler vorbehalten.

—

Chefredaktion: Michael Schneider

Redaktionelle Mitarbeit: Coco Lasinski, Hannes Schneider

Druck: Uhl-Media GmbH, Kemptener Straße 36, D-87730 Bad Grönenbach

Druck erfolgt klimaneutral auf 100% Recyclingpapier, chlorfrei gebleicht mit mineralölarmen Öko-Druckfarben und Chemie- und wasserfreier Druckplattenherstellung.

Marktlese

für regionale Wertschätzer & kulinarische Weltenbummler

Xäls for future

62 | Oktober 2019



Umweltbehörde. Dabei ist es eine Besonderheit, dass sie nicht nur eine Behörde mit hoheitlichen Funktionen ist, sondern auch als unabhängiges Forschungsinstitut arbeitet. Das ist eine ziemlich spezielle Konstellation. Die SZ schreibt dazu: „(...) Mit ihren Kommentaren zur Politik agiert die Behörde nicht selten wie eine regierungsinterne Umweltschutzlobby. Und weil sie sich mit dem Bundesadler schmücken kann, tut sie das stets mit offiziellem Anstrich. Das macht sie sehr einflussreich.“ Messner werden hohe Kompetenzen in den Bereichen Entwicklungspolitik sowie Kooperations- und Nachhaltigkeitsforschung zugesprochen. Er wird als „Experte für vernetztes Denken und Handeln“ beschrieben.

In der taz kündigte er an, „wir werden weiter kritisch auf die Regierung blicken.“

In einem Interview Ende August beschreibt er die Notwendigkeit technologischer Großprojekte sowie einer Änderung unseres etablierten Konsumverhaltens:

„Wir werden über die Veränderungen von Gewohnheiten sprechen müssen, und da wird es schwierig. Als Bürger können wir entscheidend zur Nachhaltigkeit beitragen: weniger Fleisch, weniger Fernreisen, weniger tonnenschwere Pkw – Verhältnisseänderungen sind ein schwieriges Thema.“

Und er sieht es unter anderem als die Aufgabe des UBA an, „... Debatten anzustoßen, die dann zu Veränderungen führen können (...).“

Am 20.September fanden zum einen die weltweiten Proteste unter dem Motto „fridays for future“ statt, zum anderen wurden die Beschlüsse der Bundesregierung zum Klimaschutz veröffentlicht.

Zwei Tage davor gab Dirk Messner ein Interview auf Zeit-online. Unter anderem wurde er zum Klimagipfel der Bundesregierung und seinen Erwartungen befragt:

„... Endlich beschäftigt sich das gesamte Kabinett mit Klimafragen! Das ist wichtig. Ich finde sehr gut, dass das Interesse an Klimathemen inzwischen nicht nur in der Gesellschaft sehr stark ist, wie die Demonstrationen von „fridays for future“ und die aktuellen Umfragewerte zeigen, sondern auch in der Politik. Ob die Maßnahmen aber ausreichen, um tatsächlich ernsthaft Klimaschutz zu betreiben, muss man sehen, denn dafür müssen wir zentrale Infrastrukturen und wirtschaftliche Sektoren grundlegend umbauen. (...) Der Übergang zu einer treibhausgasneutralen Wirtschaft ist kein harmonisches Unterfangen – es wäre naiv, das zu glauben. Natürlich steckt darin viel Stoff für Konflikte. Wenn wir 2050 bei null Emissionen landen wollen, ist das extrem anspruchsvoll: Wir müssen alle zehn Jahre die CO2-Emissionen halbieren. Es ist verständlich, dass die einzelnen Sektoren – Energie, Landwirtschaft, Mobilität – es gerne sehn würden, wenn die jeweils anderen zuerst mehr tun, damit sie selbst mehr Zeit bekommen. Der rumplige politische Prozess ist dafür ein Ausdruck. Aber das Wichtigste scheint mir: Jetzt sitzen alle am Tisch und müssen liefern.“

Eines scheint sicher: Herr Messner wirkt entschlossen, in seiner neuen Aufgabe mit seinen Vorstellungen nicht hinterm Berg zu halten. Das ist angesichts der äußerst lauen Beschlüsse der Bundesregierung zum Klimawandel sehr dringend notwendig. Ich habe die Hoffnung, dass hier der richtige Mann an der richtigen Stelle zur richtigen Zeit eingesetzt wird.

– MICHAEL SCHNEIDER

ten sind. Käse bietet sich als Massenware durch Selbstbedienungsangebote (Edamer, Gouda, Emmentaler, Bergkäse ...) an. Dies erleichtert den Absatz für den LEH erheblich, vergrößert den Verpackungsmüll-Berg aber stetig. Bei den Speiseölen werden große Mengen an Rohprodukten aus der ganzen Welt eingekauft, sehr häufig auch aus China. Sobald Lebensmittel verarbeitet werden, müssen die ursprünglichen Herkunftsländer nicht mehr angegeben werden. Das ist sehr praktisch und häufig viel billiger für den Anbieter. Und beim Speiseöl wird auch ordentlich gepanscht. Foodwatch schreibt zu einem Bratöl Olive von Dennree: „Bio-Pionier Dennree nennt sein Produkt „Bratöl Olive“ und spricht von „reinem Genuss“, dabei besteht es zur Hälfte aus schnödem (und viel günstigerem – Anm. d. Verf.) Sonnenblumenöl.“ Dafür hat Dennree den „goldenen Windbeutel“ verliehen bekommen. Die Bio-Lebensmittelketten stehen offenbar im Preiskampf mit dem konventionellen Handel. Die Ankündigung von Alnatura Anfang Mai diesen Jahres, weitere 30 Produkte in's Dauertiefpreisangebot zu packen, lässt dies jedenfalls vermuten.

Interessant ist auch ein anderes Phänomen in 2018: Der Absatz von Bio-Gemüse geht um ca. 4,5% zurück, der um Bio-Obst um 6,0% und der von Bio-Brot um etwa 6,5%. Vielleicht ein Hinweis darauf, dass Bio und Regional doch nicht so im Absatz-Fokus, sondern eher im Image-Fokus der Großkonzerne stehen. Denn echte regionale Vermarktung ist sehr aufwändig und deshalb sehr teuer, und letztendlich von den international agierenden Supermarktketten gar nicht zu organisieren.

QUELLEN:

BioWelt 08/2019

AMI-informiert.de

Wieso wir eine Regionalgenossenschaft gegründet haben.

Die allermeisten von Ihnen werden es natürlich wissen: Vor fast 28 Jahren wurde von meiner Frau und mir Der Marktladen gegründet, auf Initiative und unterstützt von neun Bioland-Landwirten aus der Region Neckar-Alb. Seither hat sich viel getan! Wir konnten die Vermarktung regionaler Produkte stark ausbauen und beziehen mittlerweile von fast 60 Betrieben „aus'm Ländle“ Bio-Lebensmittel. In unserem neuen „InfoBlättle“ stellen wir Ihnen 36 von ihnen etwas näher vor. Diese Betriebe sind zum größten Teil mengenmäßig nicht in der Lage oder nicht willens, die großen Handelsstrukturen (Bio-Supermarktketten oder konventionelle Handelsketten) zu beliefern. Für viele von ihnen ist die Zusammenarbeit der Bio-Verbände mit den großen Handelsketten mittelfristig existenzbedrohend. Wenn sich der Strukturwandel im Naturkosthandel so rasant weiterentwickelt, wie sich dies in den beiden letzten Jahren andeutet, dann wird es in spätestens 10 Jahren keine nennenswerten Einzelhandelsstrukturen mehr geben, die als Partner der regionalen Erzeuger und Verarbeiter fungieren können. Und das wird alles radikal verändern – auch für Sie als VerbraucherInnen! Denn dadurch wird die regionale Erzeugung und Verarbeitung, also die regionale Wertschöpfung, grundlegend in Frage gestellt.

Ein großer Teil der Bio-Bauern, -Gärtner und -Verarbeiter hat, genauso wie wir vom Marktladen, eine vollkommen andere Vorstellung von Bioland- oder Demeter-Anbau und auch eine gänzlich andere Vorstellung von Regionalität. Viele von uns sind der Überzeugung, dass eine funktionierende Zukunft aus einer flächendeckenden, bäuerlichen Landwirtschaft sowie einer regionalen Vermarktungsstruktur bestehen muss. Nach dem Edeka-Deal mit dem Geschäftsführer von Bioland Baden-Württemberg hatte ich diesen gefragt, für wie viel Prozent der Bioland-Betriebe eine solche Kooperation denn zukunftsichernd sei. Diese Frage wurde mir bis heute nicht beantwortet. Was die großen Handelskonzerne unter „bio“ und „regional“ verstehen, sind große Betriebe mit einem hohen Technik- und Energieeinsatz und der Spezialisierung auf nur wenige (Mono-) Kulturen. Es geht nicht um flächendeckende Landwirtschaft, es geht nicht um regionale Kreislaufwirtschaft und es geht auch nicht um eine vielfältige Fruchfolge in den Betrieben.

Aber wir sind deshalb weder mut- noch tatenlos. Im Gegenteil, wir sind vielmehr fest entschlossen, den Lauf der Dinge nicht den fünf Lebensmittel-Großkonzernen zu überlassen. Deshalb haben wir seit drei Jahren mit KollegInnen an der Idee und dem Konzept einer regionalen Genossenschaft gearbeitet und jetzt ist es endlich soweit: Wir haben am 8. August diesen Jahres Xäls – ökologische Genossenschaft Neckar-Alb gegründet. Wir suchen nicht den Schulterschluss mit den Lebensmittelketten, sondern suchen unsere Verbündeten in Ihnen, den KonsumentInnen und Konsumenten in der Region! Nicht der konventionelle Handel ist unser natürlicher Partner, sondern Sie – zur Sicherung und Stärkung einer regionalen und ökologischen Wirtschaftsweise.

Nachdem in den letzten Jahren bereits der Bauernverband vor einem rasanten Strukturwandel im ländlichen Raum, die Innungen der Lebensmittelverarbeiter vor einem massiven Rückgang handwerklicher Lebensmittelverarbeitung, die Umwelt-Verbände vor Artensterben und Umweltvergiftung und die Verbraucher-Verbände vor Lebensmittel-Skandalen und Rückständen in Lebensmitteln gewarnt haben, war die Gründung einer regionalen Genossenschaft für uns die logische Konsequenz daraus. Wir möchten dem allgemeinen Trend des Betriebssterben entgegenwirken, indem wir auch Klein- und Kleinstbetrieben mit fairen Preisen und sicheren Produktabnahmen die Möglichkeit bieten, gesunde Lebensmittel so zu produzieren, dass Landflächen und Artenvielfalt auch für nachfolgende Generationen erhalten bleiben und gleichzeitig ihre eigene Existenz gesichert ist. Damit steigern wir die Attraktivität für die Weiterführung des (elterlichen) Betriebs durch junge Menschen, die darin bisher keine Perspektive gesehen haben. Außerdem schaffen wir zusätzliche Arbeitsplätze und sorgen für kürzere Transport- und Einkaufswege.

Für Sie als VerbraucherInnen ist leichter nachvollziehbar, wo denn die Produkte, die in den Naturkostfachgeschäften unserer Genossenschaft angeboten werden, herkommen und unter welchen Bedingungen diese erzeugt wurden. Wir möchten sicherstellen, dass beispielweise die Fleisch- und Wurstprodukte unserer Metzgereien frei von multiresistenten Keimen bleiben und das Wohl der Tiere gewährleistet wird. Die Wertschöpfung verarbeiteter Produkte geschieht ebenfalls vor Ort, soweit diese denn hier im Ländle hergestellt werden können.

Und wer Geld sinnvoll, nachhaltig und regional investieren möchte, dem soll das mit dieser Genossenschaft ab sofort auch möglich sein. Die Xäls-Genossenschaft agiert nämlich zusätzlich als selbstständiges Unternehmen. Dadurch ist sie unabhängig von Investoren, die an der Höhe ihrer Rendite ein größeres Interesse haben als an Naturschutz und einer regionalen Nahversorgung.

Wir möchten nicht in Konkurrenz mit anderen, regionalen Naturkostfachgeschäften treten, wenn wir doch eigentlich dieselben Ziele verfolgen. Wir möchten, dass alle Erzeuger, Verarbeiter und Händler, die wie wir für gesunde Lebensmittel in einer gesunden Umwelt stehen, zusammenarbeiten anstatt neben- oder sogar gegeneinander.

LandwirtInnen, Lebensmittel-HandwerkerInnen, selbstständige EinzelhändlerInnen und VerbraucherInnen gehören an einen Tisch!

In einem Beratungsgespräch mit dem Genossenschaftsverband Stuttgart hat es der zuständige Mitarbeiter übrigens so ausgedrückt: „Ich habe in den vielen Jahren meiner Arbeit schon manches an Genossenschaftsideen gesehen, aber noch nie eine, die darauf abzielt, Kooperation und nicht Konkurrenz im Lebensmittelbereich zu organisieren.“ Genau das ist unsere Idee.

– MICHAEL SCHNEIDER

DIE INITIATORINNEN



V.l.n.r: Sabine Franz & Stefan Schopf (b2 biomarkt Balingen), Stephan Illi (Entwicklungsbegleiter), Susanne & Joachim Schneider (Biohof Martinsberg, Rottenburg), Michael & Christina Schneider (Der Marktladen, Tübingen)

DER NAME

Xäls von „Gesälz“, schwäbisch für „Marmelade“. Bedeutet für uns auch: von hier, Tradition, selbstgemacht, alltäglich, schmeckt, vielfältig, von heute – für morgen ... deshalb: Xäls-Genossenschaft!

DAS LOGO



Die vier Blätter symbolisieren die vier beteiligten Interessengruppen. Nur zusammen ergeben sie die Genossenschaft.

DIE KERNANLIEGEN VON



1. Regionalität

Wir produzieren, verarbeiten und verkaufen Biolebensmittel aus der Region in unseren genossenschaftlichen Partnerbetrieben vor Ort. Das stärkt Bäuerinnen, Bäckerinnen und andere Betriebe in der Region, schafft kurze Transport- bzw. Einkaufswege und nicht zuletzt Arbeitsplätze.

DIESE BETRIEBE SIND SCHON DABEI:

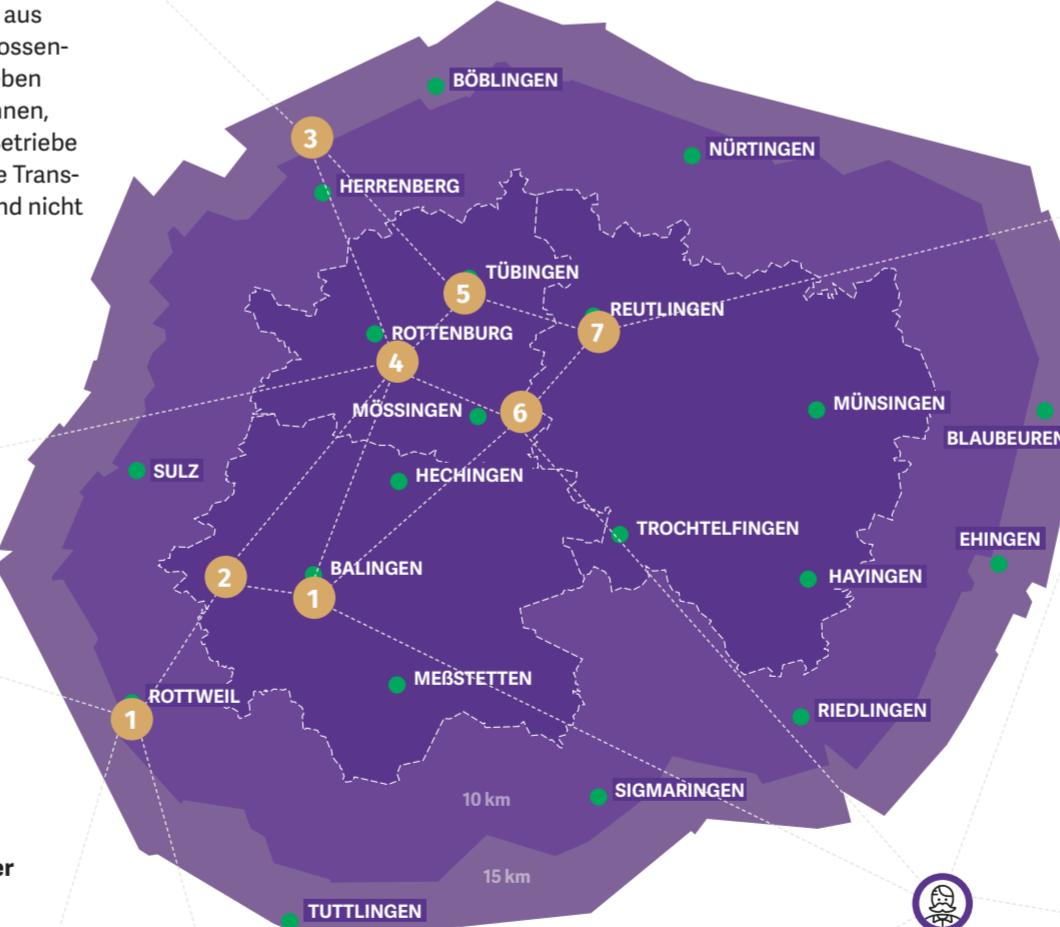
- 1 **b2 biomarkt**
Balingen/Rottweil
- 2 **Schönberghof**
Rosenfeld-Isingen
- 3 **Dorfgemeinschaft Tennental**
- 4 **Hofgut Martinsberg**
Rottenburg
- 5 **Der Marktladen**
Tübingen
- 6 **Bäckerei Berger**
Reutlingen
- 7 **Metzgerei Grießhaber**
Öschingen

4. Interessenausgleich

Wir fördern den intensiven Austausch aller beteiligten MarktakteurInnen, das Verständnis für die jeweiligen Interessen und Möglichkeiten. Wir wollen faire Preise, die angemessene Entlohnung für gute Arbeit sichern und eine kluge Investition in eine zukunftsfähige, regionale Lebensmittelwirtschaft sind.

2. Transparenz

Herkunft und Produktionsbedingungen der Lebensmittel, Tierhaltung, Investitionen etc. müssen transparent und jedem nachvollziehbar sein. Austausch und Abstimmung zwischen den Partnerbetrieben sind daher ebenso wichtig wie Öffentlichkeitsarbeit und Wissenstransfer.



5. Beteiligung

Die Genossenschaft ist ein Zusammenschluss von ErzeugerInnen, VerarbeiterInnen, HändlerInnen und vor allem von VerbraucherInnen, also von vielen Menschen in der Region Neckar-Alb. Sie sind es, die die Idee und Organisation maßgeblich tragen und gestalten, finanziell wie inhaltlich.

WIE DIE VIER GRUPPEN PROFITIEREN

ErzeugerInnen

Bekommen faire Preise. Sichere Abnahmeketten auch in Krisenzeiten. Gemeinsame Anbau-Planung verhindert Überproduktion. Zusammenarbeit statt Konkurrenz. Perspektiven für Betriebsnachfolge. Erhalten natürliche Vielfalt. Erfahren Wertschätzung für Arbeit und Produkte.

VerbraucherInnen

Qualität. Genuss. Vielfalt. Frische. Wissen, wo ihr Essen herkommt. Nahversorgung auch ohne Auto. Stärken Lebensmittelwirtschaft und Wertschöpfung in der Region. Freuen sich an landschaftlicher Vielfalt und Schönheit. Können gezielt in Umweltschutz und die Region investieren.

HändlerInnen

Zuverlässige Bezugsquellen in der Region. Können höchste Qualität anbieten. Sichern Nahversorgung, auch als Begegnungsstätte. Kurze Transportwege. Mitarbeiter-Fortbildung durch Vernetzung. Beziehung zur Kundschaft. Regionale Angebotsvielfalt. Faire Preise und Bezahlung. Vertrauen.

6. Unabhängigkeit

Die Xäls-Genossenschaft agiert auch als selbstständiges Unternehmen. Das hierfür erforderliche Kapital beschaffen wir aus eigener Kraft, durch eigene Erlöse und die Einlagen der Genossen. Dadurch sind wir unabhängig von Investoreninteressen und einem Finanzmarkt, für den alleine die Höhe der Rendite zählt, nicht aber nachhaltiger Naturschutz oder die Förderung regionaler Nahversorgung.

WIR BRAUCHEN SIE!

Die Xäls-Genossenschaft setzt auf eine breite Beteiligung und will möglichst viele Mitglieder gewinnen. Mehr Infos und ein Beitrittsformular für Privateute finden Sie auf der Xäls-Website

www.xäls.de

Betriebe, die Mitglied werden möchten, wenden sich bitte direkt per Email info@xäls.de oder Telefon 07071 53926-0 an die Genossenschaft.

VerarbeiterInnen

Hohe Qualität und verlässlicher Bezug von Ware. Preisverhandlung auf Augenhöhe. Betriebliche Zukunftsperspektiven. Unterstützung bei Investitionen. Bewahrung des Lebensmittelhandwerks. Kurze Lieferwege. Chancen für neue regionale Produkte.