

Liebe Leserinnen & Leser,

es fühlt sich an wie ein kulinarischer Ritterschlag: Wir wurden vom **FEINSCHMECKER**, dem in Deutschland führenden Gourmet-Magazin, zu den „besten Einkaufsadressen Käse für Genießer“ gekürt. Wir sind schon sehr stolz darauf! Und möchten uns dabei auch sehr herzlich bei Ihnen als Kund*innen bedanken.

Weniger erfreulich sind dafür andere Nachrichten: Der Bio-Lebensmittelmarkt ist in Aufruhr. Nachdem seit Wochen tagtäglich über steigende Lebensmittelpreise berichtet wird, starten die (Bio-)Supermärkte eine Dauerpreisoffensive nach der anderen. Und wer bezahlt das Ganze? Lesen Sie mehr in der Kolumne **SCHNEIDERS SENF**.

Anfang des Jahres hat die **DEUTSCHE UMWELTHILFE** e. V. Untersuchungsergebnisse veröffentlicht, die irgendwie zwischen *freedom day* und Kriegsangst untergegangen sind. Ergebnis: Die großen Lebensmittelkonzerne fahren überaus medienwirksam eine großangelegte Lügenkampagne mit verheerenden Folgen für die Umwelt.

Für das Ostermenü haben wir Ihnen mal etwas ganz besonderes vorgekocht: Frühlingsrollbraten von der Bio-Pute. Es muss ja nicht immer Osterlamm sein.

*Christina Schneider
Nikola Schneider*

Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung im **FEINSCHMECKER**. Hier drucken wir die Rezension im Wortlaut:

“

Wer sowohl Klassiker aus bekannten Appellationen in Bioqualität als auch Spezialitäten kleiner ökologischer Manufakturen und Handwerksbetriebe liebt, findet hier die beste Auswahl in der Uni-Stadt. Insgesamt 110 Käsesorten gibt es hier, der Schwerpunkt liegt auf Frankreich, Schweiz und italienischen Käsesorten, die andernorts schwer zu bekommen sind. Neben den großen Namen ist die liebevoll gepflegte Auswahl an Käsespezialitäten aus Baden-Württemberg und kleinen Ziegenhöfen bemerkenswert. Dazu sorgt die außergewöhnlich gute Beratung für Einkäufe, die jedes Mal glücklich machen. Die gleiche Auswahl gibt es am Hauptstandort des Marktladens im Vogelbeerweg.

“



Blumen & Pflanzenmarkt
07.05. 14.05.
im Vogelbeerweg am Europaplatz

xäls VERANSTALTUNGEN



b2 Staudenverkauf und Kräuterführung 30.04. • ab 10.00 Uhr

b2 Bio-Gärtnerei Binsdorf

In der b2-Biogärtnerei Binsdorf in Geislingen finden Sie regionale Produkte der Saison frisch vom baden-württembergischen Feld oder aus unserem örtlichen DEMETER-Glashaus. Passend zu den ersten wärmeren Temperaturen des Jahres findet ein umfangreicher Staudenverkauf inklusive Kräuterführung vor Ort statt, damit Sie sich angemessen auf die Gartensaison vorbereiten können.



VORTRAGSABEND MIT
Dr. Michael Kopatz
13.05. • 20.00 Uhr
Kolpinghaus Reutlingen

Befragungen zeigen, dass sich fast die gesamte Bevölkerung mehr Engagement beim Klimaschutz wünscht, doch geflogen wird so viel wie nie zuvor. Kollektiv wollen wir den Wandel, individuell möchten nur Wenige den Anfang machen. Es ändert sich wenig, weil sich die Menschen benachteiligt fühlen, wenn sie „allein“ auf den Flug oder das Auto verzichten.

Dr. Kopatz zeigt in seinem bildreichen und eindringlichen Vortrag deutlich: Wir können nachhaltiger leben, ohne uns täglich mit Klimawandel oder Massentierhaltung befassen zu müssen. Der Wandel zur Nachhaltigkeit kann sich verselbstständigen, wenn wir die Strukturen etwa in Form von Standards und Limits ändern. Manche bezeichnen das als „Erlösung des Konsumenten“.

FILMABEND **BROT – Das Wunder, das wir täglich essen**

15.05.
18.00 Uhr

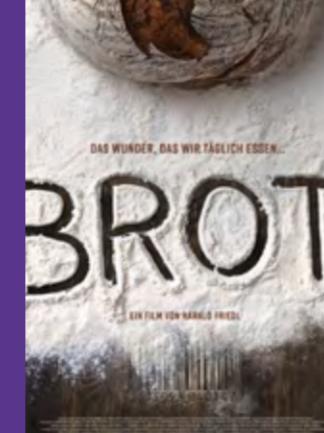
Mauerwerk Herrenberg

Wir zeigen den Film „Brot – Das Wunder, das wir täglich essen“ mit Vorstellung der Xäls-Genossenschaft und anschließender Diskussion. Auf dem Podium dürfen wir die Gäste Manfred Kränzler (Schönberghof), Matthias Teufel (rebio Erzeugergemeinschaft) und Jochen Baier (Bäckerei Baier) begrüßen. Im Abschluss gibt es eine Verköstigung mit Spezialitäten der Tennentaler Eimachküche und der Bäckerei Baier.

www.dml.onl/6m

Karten sind direkt beim Mauerwerk Herrenberg erhältlich.

Kontaktdatenregistrierung mit Luca-App, Corona-App oder per Formular.



TAG DER OFFENEN TÜR **Tennentaler Gemeinschaften e.V.** 22.05. • ganztägig

Dorfgemeinschaft Tennental

Persönlichkeitsbildung und Selbstverwirklichung jedes Einzelnen sind Ideale für den Verein. Gleichzeitig sind sie überzeugt, dass der Mensch nur unter Menschen, in Gemeinschaft, seine individuellen Entwicklungsschritte gehen kann. Als Leistungserbringer der Eingliederungshilfe fördert das Tennental deshalb eine selbstständige Lebensführung und Strukturen, die Mitwirkungsmöglichkeiten eröffnen. Im Alltag gilt es dabei stets, ein sinnvolles Gleichgewicht zwischen individueller Entwicklung und dem Bedürfnis nach Gemeinschaft herzustellen. Damit Sie sich davon selbst ein Bild machen zu können, lädt die Dorfgemeinschaft Tennental herzlich zum Tag der offenen Tür ein.



Ein Archiv aller bisherigen Ausgaben gibt's 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.

shop.demarktladen.de

IMPRESSUM

Die MARKTLESE erscheint zweimonatlich 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

Lektorat: Franziska List, Hannes Schneider

Druck: Uhl-Media GmbH, Kemptener Straße 36, D-87730 Bad Grönenbach
Druck erfolgt klimaneutral auf 100% Recyclingpapier, chlorfrei
gebleicht mit mineralölfreien Öko-Druckfarben und chemie- und wasserfreier Druckplattenherstellung.

DE-ÖKO-006

Marktlese

für regionale Wertschätzer und kulinarische Weltenbummler

Bioland ist abgebrannt

Bioland-Eier-Landwirt*innen
in Existenznoten

88 | April/Mai 2022



Puten-Rollbraten mit grünem Spargel und Petersilienkartoffeln



MENGENANGABE FÜR 2 PORTIONEN

500 g	Putenrollbraten
150 g	Karotten
150 g	Zwiebeln
1 Zehe	Knoblauch
3 Stangen	Staudensellerie
500 ml	Hühnerbrühe
100 ml	Orangensaft
5 schwarze	Pfefferkörner
1 kl. Stern	Sternanis
500 g	(junge) Kartoffeln
1 EL	Butter
Etwas	Petersilie
1 Bund	Grüner Spargel

1.

Die Zwiebeln und Karotten waschen und schälen und zusammen mit dem Staudensellerie grob in etwa walnussgroße Stücke schneiden. Den Ofen auf 180° (160° Umluft) vorheizen.

2.

Zunächst den Putenrollbraten in einem Bräter rundherum in etwas Öl anbraten und beiseite stellen. Im selben Öl das Gemüse rösten, bis es überall braun ist. Mit Brühe und Orangensaft ablöschen. Die geschälte Knoblauchzehe und die Gewürze zugeben. Den Braten auf das Gemüse setzen und abgedeckt im Ofen in ca. 60 Minuten garen.

3.

In der Zwischenzeit die Kartoffeln waschen und garen. Vor dem Servieren etwas Butter aufschäumen und die Kartoffeln mit der Petersilie darin schwenken.

4.

Den grünen Spargel putzen und bereitstellen. Wenn der Braten fertig ist, aus dem Bräter nehmen. Gemüse und Brühe zu einer Sauce pürieren und durch ein Sieb passieren.

5.

Wenn alles bereitsteht, den Spargel kurz in einer heißen Pfanne rundherum in etwas Öl anbraten. Mit etwas Wasser ablöschen und in 2-3 Minuten mit Deckel fertig düsten, so dass der Spargel knallgrün, knackig und doch gar ist.

Amazon gilt seit 2019 als das wertvollste Unternehmen der Welt. Es liegt auf der globalen Umsatzzrangliste mit 470 Milliarden Dollar pro Jahr auf Platz drei. In 20 Ländern hat Amazon sogenannte „Marketplaces“, bisher allerdings nur einen auf dem afrikanischen Kontinent: In Ägypten. Das sollte sich nun ändern. Das südliche Afrika ist für Amazon besonders attraktiv, weil es sich in derselben Zeitzone befindet wie ein Großteil Europas, man aber den Mitarbeitern wesentlich weniger Lohn zahlen muss. Billige Arbeiter*innen für die reichen europäischen Kund*innen, das steigert den Profit des Unternehmens. Es sollte eines der größten Bauprojekte und wichtigsten Investitionen Südafrikas werden, es sollten bis zu fünftausend Arbeitsplätze entstehen, in einem Land mit einer Arbeitslosenquote von über 30 Prozent. Und dann hat das oberste Gericht des Landes das Bauprojekt gestoppt.

Die Menschen, die den Widerstand organisiert haben, werfen den Investoren vor, auf einem Stück Land zu bauen, das für sie heilig ist. Auf diesem haben einst die Khoi und San gelebt, also die Ureinwohner der Region, die von Kolonialisten vertrieben wurden. Es ist ein Streit um das historische Erbe Südafrikas und die Rechte der Khoisan, deren Geschichte oftmals vergessen wird. Für viele wiederholt sich diese nun mit dem „kolonialen Projekt“ von Amazon.

Das Höchste Gericht kritisierte nun ganz besonders die mangelnde Informationspolitik des Megakonzerns und die unmissverständliche Drohkulisse, die dieser gegenüber den politischen Entscheidungsträgern aufgebaut habe: Dass sich Amazon nach einem negativen Urteil zurückziehen könnte. Das war der Richterin egal, Arbeitsplätze und infrastrukturelle Vorteile könnten „niemals die grundlegenden Rechte der Völker der First Nations außer Kraft setzen“.

Es gibt sie also doch noch: Die unblutigen und erfolgreichen Kämpfe zwischen David und Goliath. Selbst wenn Goliath, wie hier, einer der mächtigsten Konzerne der Welt ist.

QUELLEN:

handelsblatt.com „Marktplatzhändler stellen Amazon vernichtendes Zeugnis aus“ www.dml.onl/6n

sz.de „Ureinwohner bezwingen Amazon“ www.dml.onl/6o



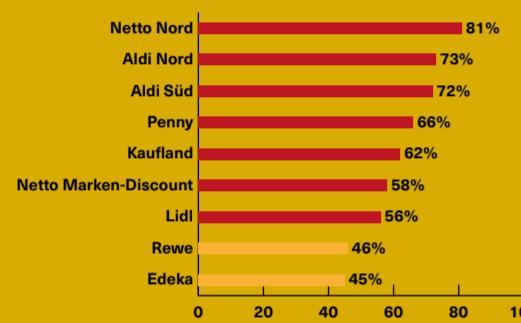
David gegen Amazon

Löchriger Grüner Mantel

Der neue Slogan von Edeka soll darauf aufmerksam machen, wie „grün“ der Konzern sich aufgestellt hat: „Unverpackt – umdenken und mitmachen“. Bei Lidl heißt es jetzt „Verantwortlicher verpackt“ und bei Rewe „Natürlich unverpackt“. Seltsam, dass trotzdem das Aufkommen von Verpackungsmüll immer weiter steigt, mittlerweile angelangt bei dem europäischen Spitzenwert von 228 Kilo pro Kopf und Jahr. Stimmt da vielleicht etwas nicht mit den Großkonzernen und ihrer Nachhaltigkeitsoffensive? Handelt es sich etwa nur um ein „grünes“ Mäntelchen? Die Deutsche Umwelthilfe hat das unschöne Geheimnis gelüftet: Das Ganze ist eine großangelegte Greenwashing-Kampagne der Großkonzerns.

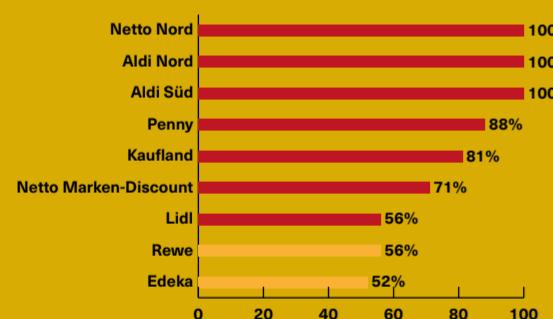
Dies wurde mit Testkäufen in den einschlägigen Adressen herausgefunden. u.a. in folgenden Kategorien:

1. ANTEIL VON VERPACKTEM OBST UND GEMÜSE:



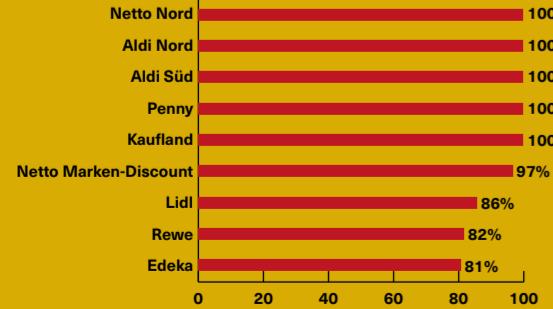
Selbst die „Sieger“ unter den Konventionellen bieten nur gut die Hälfte beim Obst & Gemüse offen an. Warum ist das so? Hier treffen extrem empfindliche Produkte, häufig lange Transportwege, das Angebot in Selbstbedienung und die „Wühtisch-Mentalität“ der deutschen Verbraucher*innen aufeinander (denn alle wissen, dass ganz unten die frischste Ware liegt). Alles in allem ein giftiger Cocktail, der die Wahrscheinlichkeit, dass die Kund*innen wirklich frische Ware bekommen (oder dass diese zumindest so aussieht), stark reduziert. Also werden die Sachen verpackt, damit Äpfel und Tomaten die Torturen überstehen.

2. EINWEGANTEIL BEI GETRÄNKEN



Bei Getränken geht es nun absolut nicht um die Empfindlichkeit der Produkte. Es geht einmal um die Kosten der Leergut-Lagerung und dann um die Rückführung der Pfandflaschen. Letztere steigen natürlich mit jedem Frachtkilometer. Nur mit kurzen, regionalen Transportwegen ergibt Mehrweg sowohl ökonomisch als auch ökologisch Sinn. Darauf sind die Warenströme bei den Großkonzernen mit ihrer Zentrallagerstruktur aber nicht ausgerichtet. Der klassische Trick, der schon seit Jahrzehnten funktioniert: Die Externalisierung interner Betriebskosten – oder wie hier: Günstige Einwegverpackung für den Handel, Kosten der Umweltbelastung (Straßen, Luftverschmutzung) für die Gesellschaft. Wir „sparen“ Geld beim Kauf der Produkte und verursachen gleichzeitig Kosten, die wir nachher wieder durch die Behebung der ökologischen Schäden ausgleichen müssen. Warum nochmal ist es nicht viel sinnvoller, mehr Geld für regionale Getränke in Mehrweg-Verpackungen auszugeben?

3. EINWEGANTEIL BEI MILCH UND JOGHURT



Noch miserabler ist die Situation bei Milch und Joghurt. Die „Guten“ schneiden hier mit einer Mehrweganteil von 20 Prozent ab. Wie ist das zu erklären? Neben den prinzipiellen Problemen, die schon bei den Getränken erwähnt wurden, gibt es vor allem bei

Milch noch eine weitere Besonderheit. Der Milchpreis steht in einem besonderen Preiskampf, da dieser seit Jahrzehnten vom Handel als „Eckpreis“ angesehen wird. Dabei wird davon ausgängen, dass sich Kund*innen an den Preisen ausgewählter Produkte in einem Supermarktsortiment orientieren und daraus ihre Schlüsse über die Preiswürdigkeit der Einkaufsstätte insgesamt ziehen. In dieser Logik heißt es: Günstige Milch bedeutet günstiges Sortiment. Dies führt nicht nur zu einer miserablen Mehrwegquote, sondern „ganz nebenbei“ seit Jahrzehnten zu einem massiven Preisdruck auf die Bäuerinnen und Bauern und zu einer starken Machtzentrale bei den Molkerei-Konzernen. Mit immer weiteren Transportwegen!

Schlimm genug, dass die Situation so ist, wie sie ist, und dass die Großkonzern mit einem Marktanteil von über 80 Prozent am gesamten Lebensmittelhandel jeden echten Fortschritt blockieren und somit die Hauptschuld an den ständig steigenden Müllbergen tragen. Vollkommen absurd wird die Sache allerdings, wenn sie Werbemillionen raushauen, um den Eindruck zu vermitteln, sie würden sich mit aller Kraft für die Reduzierung des Müllaufkommens engagieren. Das glatte Gegenteil ist der Fall! Die Umwelthilfe nennt diverse „Greenwashing-Taktiken“. Es wird kritisiert, dass Abfallvermeidung nicht die oberste Priorität habe, sondern mit Recycling-Versprechen moderner Abfallhandel betrieben würde. Viele Ankündigungen würden „in eine ferne Zukunft hinein“ versprochen, während vollkommen ambitionslos an den Verpackungsproblemen gearbeitet wird. Es wird auch kritisiert, dass die Großkonzern Plastik zum „Bösen Buben“ beim Verpackungsmüll machen. Dieser wird ersetzt durch Verpackungen aus Papier, Glas oder „Bio-Plastik“ aus Zuckerröhr oder Mais. Das sei, so die Umwelthilfe, ungebrochene Ressourcen-Vergeudung mit einem grünen Anstrich. Typisch sei auch, dass einige wenige Produkte ökologisch geboostert werden und damit der Eindruck erweckt werden soll, dass sich die Konzerne jetzt aber mal richtig ins Zeug legen. Machen sie aber nicht. Das ist ein Ablenkungsmanöver.

FAZIT:

Vieles vom Gesagten und Geschriebenen im Öko-Sprech der Lebensmittelkonzerne ist nichts als heiße Luft. Die Umwelthilfe nennt das „maximale Bedeutungslosigkeit“. Sie vermitteln der Gesellschaft, dass sie sich der Verantwortung annehmen würden, die Dinge anpacken, für eine bessere Zukunft unseres Planeten. Tun sie aber nicht.

„Mit allerlei Tricks versuchen viele Lebensmittelhändler, sich als Umwelt- und Klimaschützer zu inszenieren. Die Wahrheit am Verkaufsregal ist jedoch meist eine andere.“

DIE LÖSUNG:

Wir vom MARKTLÄDEN haben in den letzten Jahren tausendfach Mehrwegbeutel, Einkaufstaschen und Mehrwegbehälter an Sie verschenkt und unser Offen- oder Mehrwegsortiment stetig ausgebaut. Wenn Sie aufmerksam einkaufen, können Sie oft fast ohne Einwegverpackung auskommen. Außerdem stammt etwa 40 Prozent unseres Angebots aus Baden-Württemberg. Bei einem Sortiment von circa 4000 Artikeln ist das eine Quote bzgl. Regionalität, die ihresgleichen sucht. Wir bieten, was andere nur versprechen!

– MICHAEL SCHNEIDER

QUELLEN:

duh.de „Unser Verpackungscheck im Supermarkt“
www.dml.onl/6q

Die Randnotiz

Die Choreografie hätte kaum „besser“ geplant werden können. In SCHNEIDERS SENF in dieser Markt- lese geht es um den ständig stei- genden Verpackungsmüllberg und die Ignoranz der großen Handelsketten, und kurz vor Druck kommt diese Meldung über den Ticker des SWR:

„Verwaltungsgerichtshof kassiert Tübinger Verpackungssteuer“

Geklagt hatte die Pächterin einer Tübinger McDonalds-Filiale. Der Fast-Food-Riese produziert deutschlandweit pro Jahr circa 40 Millionen Kilo Verpackungsmüll.

Was bedeutet das Urteil jetzt konkret? Die Verpackungssteuer gilt weiterhin. Denn erst wenn der Gemeinderat das Urteil akzeptiert, ist die Verpackungssteuer aufgehoben. Die Stadt hat zunächst die Möglichkeit, gegen das Urteil in Revision zu gehen. So lange gilt die Steuer weiterhin, bis das Bundesverwaltungsgericht eine Entscheidung trifft. Ob es das machen möchte, muss der Gemeinderat jetzt erstmal abwarten. Laut Oberbürgermeister Boris Palmer spricht viel dafür, weil es dabei um grundsätzliche Fragen geht, die einer Klärung bedürfen.

Also können wir erstmal abwarten und hoffen, dass die Stadt in die Revision geht. So sehen wir das zumindest im MARKTLÄDEN.

www.dml.onl/6p

Eieiei

Zu viele Bio-Eier, hohe Produktionskosten und fragwürdige Allianzen bedrohen die Bioland-Eier-Landwirt*innen

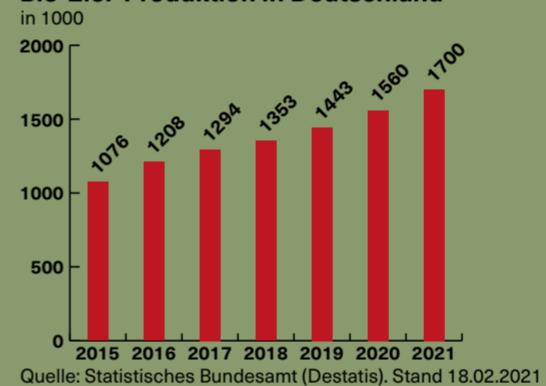


Die Agrarmarkt Informations-Gesellschaft meldete Ende Januar diesen Jahres unter dem Titel „Bio-Eier und -Geflügel in der Kostenfalle“, dass die grässende Vogelgrippe und extrem steigende Futter-, Energie- und Lohnkosten die Kosten für die Erzeuger nach oben treiben. Der wichtigste Satz in dieser Meldung: „Mit dem Jahreswechsel konnten zwar einige Anbieter etwas höhere Kontraktpreise für Bio-Eier bei Lieferung an den Lebensmitteleinzelhandel realisieren, eine vollständige Kompensation der Kostensteigerungen erscheint aber schwierig.“

Warum ist das so? Stark steigende Erzeugerpreise treffen auf einen übervollen Bio-Eier-Markt. Was ist passiert?

Die Produktion von Bio-Eiern steigt bundesweit seit Jahren stark an.

Bio-Eier-Produktion in Deutschland



2021 wurden allein in Deutschland 1,7 Milliarden Bio-Eier erzeugt. Das entspricht 13 Prozent der gesamten Eierproduktion. Davon kamen ungefähr 380 Millionen Eier von BIOLAND-Bauern und Bäuerinnen.

Bis zum Sommer 2021 boomed der Bio-Eier-Markt ungebrochen, dann allerdings zogen erste Wolken auf. Der Absatz ging spürbar zurück, das Urlaubssommerloch 2021 war tiefer und der damit verbundene Mangel an Nachfrage reichte bis in den Spätherbst.

Durch den vorigen Nachfrage-Boom hatten immer mehr Betriebe mit der Bio-Ei-Produktion angefangen, viele jedoch nur mit der EU-Bio-Zertifizierung. Die Futter- und die Haltungsrestriktionen sind dort weniger anspruchsvoll als bei den Bio-Verbänden. Die Umstellungsbereitschaft war in den vergangenen zwei bis drei Jahren bei konventionellen Landwirt*innen aufgrund der massiven Probleme im Schweinemarkt besonders groß. Konventionelle Schweine raus, Stall umbauen, Bio-Legehennen rein und los geht's. Animiert, unterstützt und gefördert von den landwirtschaftlichen Beratungsstellen.

In einer internen BIOLAND-Legehennenhalter*innen-Fachgruppe geht man davon aus, dass im Jahr 2021 etwa 100 Millionen Bio-Eier zusätzlich auf den Markt gekommen sind. Und das bei sinkender Nachfrage. Dazu kommt ein weiteres Problem: Anfang dieses Jahres verzeichnete der gesamte Naturkostmarkt zweistellige Umsatzzrückgänge. Das betrifft natürlich auch den Eier-Absatz. Erste Legehennen-Ställe im Norden Deutschlands stehen bereits leer, da der Markt vollkommen überlastet ist. Auch in Dänemark und Frankreich werden starke Überkapazitäten diskutiert.

Wenn ein übervoller Angebotsmarkt auf stagnierende Nachfrage trifft, dann beginnt ein erbitterter Preiskampf. Und wenn dies, wie momentan zu sehen, auch noch mit stark steigenden Produktionskosten einhergeht, dann fliegen erst recht die Fetzen bzw. Federn. Da rächt es sich für die Verbände, dass ihre oberen Verhandlungsführer*innen in den letzten Jahren beschlossen haben, in den großen Handelsketten wie Edeka, Rewe, Lidl oder Aldi faire Partner zu sehen. BIOLAND- und DEMETER-Eier schmückten plötzlich die Regale, und den niedrigeren Preis wollte man über höhere Verkaufsmengen und „professionelle“ Produktions- und Vertriebsstrukturen kompensieren.

Verschärft wird die Lage außerdem durch die Tatsache, dass sich die Absatzwege von Bio-Lebensmitteln dramatisch verän-

dert haben. Noch vor fünf Jahren war der von Unternehmer*innen geführte Naturkosthandel die mit Abstand wichtigste Vertriebsmöglichkeit. Neueste Zahlen für 2021 zeigen, dass der Umsatzanteil der großen Handelskonzerns aktuell 62 Prozent ausmacht. Die Machtverhältnisse haben sich radikal verschoben. BIOLAND-Erzeuger*innen arbeiten jetzt mit bundesweit oder sogar europaweit agierenden Einkäufer*innen der großen Lebensmittelketten zusammen. So wenig der Markt für EU-Bio-Eier in Dänemark, Frankreich oder Norddeutschland für die Baden-Württemberger BIOLAND-Bauern bisher relevant war, so sehr spielt er in den Köpfen des konventionellen Handels eine entscheidende Rolle.

„Geld verdient wird im Einkauf“ ist die seit Jahrzehnten geltende Devise. Soll heißen, dass im Preisdruck auf die Erzeuger*innen der größte ökonomische Erfolgsfaktor liegt. Das bekommen jetzt auch die hiesigen BIOLAND-Erzeuger*innen zu spüren, zum Beispiel bei den Verhandlungen mit Edeka Südwest. Plötzlich spielt der, vor allem mit günstiger EU-Bio-erzeugter Ware, übervolle Eier-Markt eine Rolle. Und es wurde offensichtlich unverhohlen damit gedroht, Verbandsware durch EU-Bio-Ware zu ersetzen, falls die BIOLAND-Erzeuger höhere Preise durchsetzen wollten. Edeka konnte sogar einen kleinen Preisabschlag aushandeln. Und das in einer Situation, in der die Produktionskosten wie noch nie in den vergangenen Jahrzehnten gestiegen sind. Die Existenz vieler BIOLAND-Landwirt*innen wird dadurch bedroht.

Vielleicht müssen sie auch bald ihre Ställe leer stehen lassen, weil der damit verbundene ökonomische Schaden geringer ausfällt. Für Edeka und Co ist das höchstens bedauerlich – solange der Markt genug Bio-Eier zur Verfügung stellt. Sie haben schon so viele konventionelle Erzeuger*innen in den Ruin getrieben. Warum sollte man jetzt vor Bio-Erzeuger*innen zurückschrecken?

Unser BIOLAND-Eierlieferant, mit dem wir seit 30 Jahren zusammenarbeiten, musste zum 1. April aus den erläuterten Gründen seine Eierpreise um 5 Cent pro Ei anheben. So etwas gab es in 40 Jahren Bio-Eier-Produktion noch nicht. Der Durchschnitt lag über die Jahre bei nicht einmal einem Cent. Wir vom MARKTLÄDEN haben diese Erhöhung an Sie, sehr verehrte Kundschaft, weitergegeben. Anders ging es leider nicht! Hier sehen Sie zu Ihrer Information unsere Preiskalkulation für lose Eier:

Gewichtsklasse	Netto EK	Brutto EK	Netto VK	Netto Aufschlag	Brutto VK= Kund*innenpreis
M	40,5	43,34	58	18,5 oder 43%	62,0
L	42	44,94	60	18 oder 42%	64,0

Damit Sie diese 43% bzw. 42% Aufschlag einordnen können, möchte ich den ehemaligen Entwicklungshilfeminister Gerd Müller aus einem Interview zitieren, das er am 03. März 2021 mit ZEIT online geführt hat: „In der Textilindustrie beträgt der Anteil der Produktionskosten am fertigen Produkt wenige Prozent. Eine Jeans wird für fünf Dollar hergestellt, bei uns liegt sie für 50 oder 100 Euro im Laden.“

Damit haben Sie einen Anhaltspunkt, welche Aufschläge in vielen anderen Branchen üblich sind.

Natürlich wissen wir, dass es immer noch Bio-Eier für unter 40 Cent im Supermarkt gibt. Dafür gibt es nur eine Erklärung: Die Erzeuger sind die Dummen. In einer Zeit wie dieser, sollten wir mehr denn je über die Resilienz regionaler Lieferketten nachdenken und uns überlegen, was uns diese wert sind.

QUELLEN:

foodwatch.org „Bio-Branche: Zahlen, Daten, Fakten“

www.dml.onl/6r

sz.de „Immer mehr Eier werden ökologisch erzeugt“

www.dml.onl/6s