

Gute hundert Tage neuer Hofladen – was gefällt unserer Kundschaft und was vielleicht auch nicht? Acht Kundinnen und Kunden (Zufallsauswahl) zeichnen folgendes Bild:

Der fast schon historische alte Laden mit dem Bioflair der achtziger Jahre bleibt in liebevoller Erinnerung. Aber der Umzug in die Scheune hat sich gelohnt. Gelobt werden Geräumigkeit, modernes Design und Illustration sowie die ansprechende und übersichtliche Präsentation der Ware (*dafür, dass ich heute zum ersten Mal hier war, habe ich mich super zurechtgefunden*, sagt eine Neukundin). Der Raum: lichtdurchflutet und freundlich trotz seiner Größe. Balken und viele andere Holzelemente sorgen für Atmosphäre und Gemütlichkeit. Großes Lob gilt den



erweiterten Theken mit Integration der Fleischtheke in den Hauptraum, ebenso der großzügigen Unverpackt-Zeile. Die Kinderecke mit Hühnerfenster: mega (*selbst Kinder, die sich gar nicht kennen, spielen miteinander*)! Die Rondelle an den nunmehr zwei Kassen: „Da geht es jetzt richtig flott zu!“ Auch die erweiterten Öffnungszeiten finden Zustimmung, wengleich einer Kundin der Montag fehlt (*nach dem Wochenende ist unser Kühlschrank immer gähmend leer!*). - Insgesamt seien nun die Bedingungen für einen effizienten, gleichzeitig entspannten und entschleunigten Einkauf optimal, „zumal die freundlichen und zugewandten Mitarbeiterinnen ja mit umgezogen sind!“

Bemerkenswert, dass die Befragten den Supermarkt-Charakter des neuen Ladens zwar begrüßen (*manchmal muss ich gar nicht mehr zum REWE*), von der erweiterten Produktpalette aber nur begrenzt Gebrauch machen. Im Fokus stehen weiterhin Frischwaren, allem voran Obst und Gemüse – am liebsten vom Hof - ebenso Käse, Fleisch, Wurst und Eier. Es folgen gängige Molkereierzeugnisse, Brot und Getreideprodukte sowie Öle, Gewürze und vegane Produkte – nicht zuletzt für Jugendliche, die im Haushalt leben. Hygieneartikel: begrenzt. Tiefkühlware: wenig. Gerne mal ein Wein - für andere Getränke wird eher der Großmarkt angesteuert.

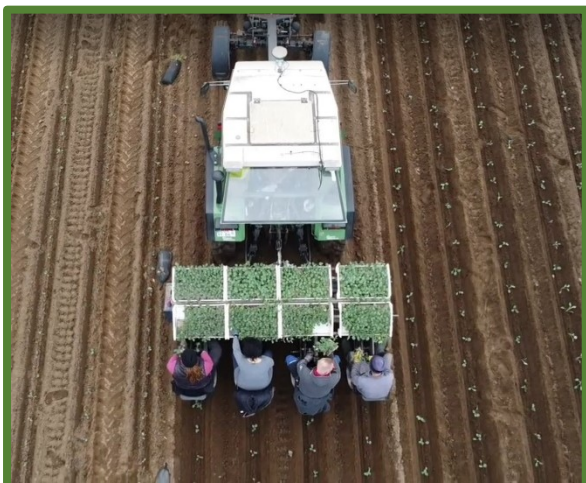
Wie wird sich die „Zeitenwende“ auf Bio auswirken? Eine Branche, der Corona nicht nur nichts anhaben konnte, sondern die in der Krise sogar ein beträchtliches Wachstum erfuhr? „Der Umsatz wird einbrechen“, sorgt sich eine Kundin. Sie erzählt von einer Unterhaltung mit ihrem Physiotherapeuten. „Familienvater, drei kleine Kinder, Alleinverdiener. Da wird

jeder Cent zweimal umgedreht.“ Eingekauft werde bei Aldi, Lidl oder Netto. „Gelegentlich gibt's Discounter-Bio. Fachhandel ist für die Familie unerschwinglich geworden.“ - Einer unserer Interviewpartner bezweifelt, dass ihn sein Einkauf im Bio-Hofladen so viel teurer zu stehen kommt als einer im Billigmarkt. „Sicherlich, ich zahle einen Mehrpreis. Aber Ware, für die ich mehr zahle, schätze ich auch mehr.“ Er kaufe aber gezielt kleine Mengen - *Unverpackt* macht's möglich! - und achte darauf, dass nichts verdirbt. „Vor allem habe ich keine Zukäufe mehr“, ergänzt er. „Denn beim Discounter lässt man eine Menge Geld für scheinbare Schnäppchen, die man am Ende gar nicht braucht oder die einem sogar schlecht werden!“



Die Befragten sind entschlossen, an Bio festzuhalten. Zugegeben, alle acht leben in finanziell überschaubaren Zwei- bis Vierpersonenhaushalten. Sie können und wollen sich Bio-Lebensqualität leisten. Möchten gerade in Krisenzeiten auf sich achten: gut und gesund essen (und dafür notfalls auf andere Güter verzichten: Mobilität, Urlaub, Klamotten, Kinderspielzeug). Den Lebensmitteleinkauf als Paar-, Eltern-Kind- oder Familienausflug gestalten und dabei den Charme des Hofes genießen, dessen Abgelegenheit gerne in Kauf genommen wird.

Hinzu kommt, dass bei den meisten die Entscheidung für „Bio“ - idealerweise gepaart mit „regional“ (*eure Regionalität solltet ihr intensiver bewerben!*) - auf einer Grundsatzentscheidung für nachhaltige Lebensführung basiert. Oder im Laufe der Zeit zu einer solchen geführt hat. Brennendstes Anliegen ist der Klimaschutz und alles was ihm dient: Umbau der Landwirtschaft, Energie- und Verkehrswende, Konzernern Einhalt gebieten. Im persönlichen Alltag Müllvermeidung und generelle Konsumeinschränkung, darunter sparsamer Fleischkonsum bis hin zu Fleischverzicht. Zum Teil sogar vollständiger Verzicht auf tierische Produkte, um gleichzeitig Tierleid zu beenden. „Ich kann die Welt nicht retten, sagt einer unserer Gesprächspartner. „Aber ich kann meinen kleinen Teil dazu beitragen, dass sie besser wird!“



Blitzupdate Landwirtschaft: Die meisten Felder sind gepflügt, und die ersten beiden Sätze Kohlpflanzen wachsen heran. Auch Futtergetreide und Frühkartoffeln sind im Boden und die Möhrenpflanzen „aufgelaufen“ (was heißt, dass sie sich zum Licht wenden). Das trockene Wetter hilft!

Wir danken unseren Interviewpartner*innen und wünschen weiterhin sonnige Frühlingstage – auch wenn wir die Winterreifen noch drauf lassen sollen!