

Ökologisch, regional und im Wandel

Die Verbraucher- und Erzeugergenossenschaft Tagwerk in Bayern



Für Fleisch und Wurst aus der Tagwerk Biometzgerei ist Jürgen Weig zuständig Foto: M.Kunz

Zwei hellgrüne stilisierte Keimblätter auf blauem Grund, die sich nach rechts und links über dem weißen Schriftzug entfalten – das ist das Tagwerk-Logo. Es zielt außen die Scheiben des Lebensmitteladens in Erding bei München und innen die zahlreichen Produkte in den Regalen, bei Obst und Gemüse sowie an der Käse- und der Fleischtheke. Sieben Tagwerk-Läden sind Teil der 1984 gegründeten Erzeuger- und Verbrauchergenossenschaft. Die Aktivist:innen – Anwohner, Umweltschützer, Politiker:innen der Grünen und Landwirte –, die über Jahre Widerstand gegen den Bau der A92 und des Münchner Flughafens leisteten, setzten sich zum Ziel, als langfristigen Beitrag zum Umweltschutz ein lokales Vertriebssystem für Bioprodukte aufzubauen, das Biobetriebe durch die direkte Verbindung zu den Konsumenten stärkt. Zum Netzwerk gehören heute rund 150 Biobetriebe, die meisten in einem Kernbereich mit 30km Radius, die Tagwerk-Genossenschaft hat rund 900 Mitglieder.

Lokal ist gut ...

Tagwerk versucht, in einem Umkreis von 100 km so viel wie möglich dessen, was lokal produziert wird, zu vermarkten. Aber auch mit der Stadt München im Liefergebiet müssen die Bauern zusätzliche Absatzwege finden und nutzen. Ursprünglich wurden die Produkte über Genossenschaftsläden vermarktet. Inzwischen sind einige inhabergeführt – so wie der in Erding, den der 27-jährige Kevin Baumgartner im Januar übernahm. Seine Mutter war eine langjährige Mitarbeiterin und Kevin wurde im und mit dem Laden groß. Auf 400 m² Verkaufsfläche werden etwa 8.000

Produkte angeboten. „Wir haben jetzt ein sehr junges Verkaufsteam, die beraten und auch über Tagwerk informieren. Ich nenne das 'betreutes Einkaufen'. Es kommen inzwischen mehr junge Leute, wir passen das Sortiment entsprechend an.“

Neben den eigenen Läden beliefert Tagwerk eine Vielzahl von Naturkost- und Bioläden, darunter 20 VollCorner-Biomarkt-Filialen in München, außerdem sind die Produkte über Gemüseboxen und Hofläden zu beziehen. „Wir werden immer wieder gefragt, ob wir kleine Dorfläden übernehmen können, wenn die Inhaber aus Altersgründen ausscheiden. Aber das ist nur sinnvoll, wenn ein Laden rentabel ist“, sagt Michael Rittershofer, Geschäftsführer des Tagwerk-Fördervereins.

... aber teuer

Zuständig für den Vertrieb ist der Tagwerk-Großhandel, der zu 50 Prozent der Genossenschaft gehört, die andere Hälfte ist eine eigenständige GmbH. Das Sortiment umfasst etwa 3.000 Produkte – ein Supermarktvollsortiment besteht aus 20.000 bis 30.000 Artikeln. „Um konkurrenzfähig zu sein, müssen wir bei Gemüse, bei Fleisch, Wurst und Käse ein volles Sortiment anbieten“, sagt GmbH-Geschäftsführer Manfred Schüchter. Seit 2015 hat Tagwerk eine eigene Biometzgerei, ein hohes finanzielles Risiko, aber phantastisch für LandwirtInnen und ihre Tiere. Die Transportwege sind kurz und für Betriebsleiter Jürgen Weig ist humane Schlachtung genauso wichtig wie hervorragende Fleisch- und Wurstqualität. An der Käsetheke können die Kunden zwischen 30 und 40 Tagwerk-Produkten wählen, Käse aus anderen Regionen muss zugekauft werden.

Bei Obst und Gemüse nimmt Tagwerk den Biobetrieben so viel ab wie irgend möglich. Die Preise werden mit den Landwirten abgesprochen. „Die sagen uns, welchen Preis sie brauchen, und wir schauen, ob wir den in den Läden erzielen können. Danach richtet sich, wie viel wir abnehmen können. Regionale Vermarktung ist teuer“, sagt Schüchter. Der Preisdruck in den Läden sei enorm, oft böten andere Bioanbieter Ware aus Italien oder Spanien billiger an und machten das Rennen. Vor allem im Winter und Frühjahr muss auch beim Tagwerk überregional in Süddeutschland oder in Italien zugekauft werden. „Wir verdienen bei Obst und Gemüse oft im Winter mehr, weil Importware einfach billiger ist.“ Insgesamt stammen gut 40 Prozent aus lokalem Anbau, 34 Prozent davon von Tagwerk-Mitgliedern. Der Großhandel macht jährlich einen Umsatz von 18 Millionen, für die Bauern wäre es wichtig, den Marktanteil zu erhöhen, aber seit einigen Jahren sind alle froh, wenn er nicht schrumpft.

Billig Bio

Supermärkte und Discounter wie Aldi und Lidl bieten inzwischen Biowaren zum selben Preis oder sogar billiger an als konventionelle Produkte. Das geht nur, weil Obst und Gemüse in großen Betrieben und in Monokulturen angebaut werden. Beim Tagwerk ist man sich hingegen einig, dass nachhaltige Biolandwirtschaft nur mit diversifizierten, kleinen und Familienbetrieben möglich ist. Aber gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten schauen die Kunden meist nur auf den Preis.

Harte Konkurrenz bekommt Tagwerk inzwischen auch von Biosupermärkten wie Denns und Alnatura, die kleine Naturkostläden übernehmen oder finanziell an die Wand spielen. Das billigere Angebot von Fleisch und Wurst von den von Karl Ludwig Schweisfurth gegründeten und finanzierten Hermannsdorfer Lehrwerkstätten hat in den Münchner VollCorner-Läden den Absatz von Tagwerk-Fleischprodukten um 40 Prozent reduziert.

Zurück zu den Ursprüngen

„Unsere Priorität ist, dass unsere Produkte aus einem Umkreis von 30 bis maximal 100 km kommen“, sagt Rittershofer, „wir müssen uns neu orientieren, und ein Weg ist, die Beziehung zu Landwirten zu intensivieren. Kunden sollten das Gefühl haben, dass sie Teil von Tagwerk sind und wissen: Wenn ich dieses Produkt haben will, muss ich meinen Beitrag leisten.“ Wie bei der Gründung können Einkaufsgemeinschaften jetzt erneut eine Rolle spielen: Tagwerk stellt die Bestellsoftware zur Verfügung, liefert und gibt den Preisvorteil an die Kunden weiter. Über den Förderverein bemüht sich Rittershofer außerdem, lokale Produzenten davon zu überzeugen, mehr lokale Zutaten zu verwenden. Die Strategie hat Erfolg: Die Barnhouse Naturprodukte GmbH verwendet inzwischen Tagwerk-Biohafer und -dinkel, JooTi kauft lokales Biogemüse für die Suppenherstellung. Der Anfang ist – ein weiteres Mal – gemacht.

Marianne Landzettel,
Korrespondentin der
Unabhängigen Bauernstimme

Tagwerk-Biometzgerei

Zweimal in der Woche wird geschlachtet, montags 15 bis 20 Schweine, mittwochs zwei bis vier Rinder. Dazu kommt Lohnschlachtung. Die Tiere werden am Vorabend gebracht und verbringen die Nacht in tief eingestreuten Boxen. Wurst wird ohne Phosphat und Nitritpökelsalz hergestellt, ist aber nach dem Anschnitt farblich nicht von konventioneller Wurst unterscheidbar. Betriebsleiter Jürgen Weig verwendet stattdessen ein Verfahren, das der Sauerteigproduktion nicht unähnlich ist: Bio-Gemüseextrakte mit natürlichem Nitratgehalt werden mit einer Starterkultur angesetzt, damit sich Nitrit entwickeln kann. Nicht nur die Zutaten sind deutlich teurer als Nitritpökelsalz, je nach Wurst- oder Schinkenart – hergestellt werden 70 bis 80 verschiedene Sorten – variieren Fermentationszeit und Temperatur. Der Arbeitsaufwand ist höher. Derzeit hat die Metzgerei 27 Angestellte, was 19 Vollzeitstellen entspricht. Bei konventioneller Produktion könnten drei bis vier Stellen eingespart werden. Weig ist seit seinem Vorstellungsgespräch absolut von der Biometzgerei überzeugt: „Ich kaufte vorn im Laden eine Leberkäsesemmel und aß sie auf dem kurzen Weg bis zum kleinen Sitzungszimmer über der Schlachtereie. Seitdem stehe ich 100 Prozent zu Bioqualität.“ Um rentabel zu sein, muss die Metzgerei einen Umsatz von zwei Millionen jährlich machen. Bei Tagwerk hofft man, dass dieses Ziel mit der vor kurzem eröffneten Filiale in Augsburg erreichbar ist.