

Biolebensmittel in Dresden

Bio, aber zu Discounterpreisen

Eine Genossenschaft in Dresden bietet regionale Bioprodukte für wenig Geld und bezahlt Landwirte fair. Bald eröffnet ihr siebter Supermarkt. Wie funktioniert das?

Von **Aaron Wörz**

2. Mai 2022, 17:18 Uhr / [19 Kommentare](#) /

Z+

EXKLUSIV FÜR ABONNENTEN



ARTIKEL HÖREN



Die Verbrauchergemeinschaft Dresden bezieht fast alle ihre Bioprodukte regional. Das macht sie unabhängig von Lieferungen aus dem Ausland, wie etwa Russland. © Markus Spiske/unsplash.com [https://unsplash.com/photos/AcXSKvh801U]

Normalerweise läuft es ja so: Vor dem Supermarktregal muss eine Entscheidung fallen. Landet die Gurke mit Biosiegel im Einkaufswagen? Oder die billige Variante ohne grünen Aufkleber? Der häufigste Grund, weshalb Menschen in Deutschland auf Bioprodukte verzichten, ist der Preis.

In den Märkten der Dresdner Genossenschaft kostet das Kilo Äpfel 2,65 Euro, 100 Gramm regionaler Bio-Hartkäse 1,80 Euro – Discountpreise. Was sonst mit Preisauflägen ausgeglichen werden muss – etwa Personalkosten oder Ladenmiete –, decken die Mitgliedsbeiträge: 17 Euro im Monat. Sich in die Genossenschaft einzukaufen, kostet zu Beginn einmalig 20 Euro.

Wegen des Kriegs in der Ukraine steigen in anderen Supermärkten die Preise für Lebensmittel, vor allem Waren aus Russland oder der Ukraine sind knapp [<https://www.zeit.de/news/2022-03/23/lebensmittelknappheit-eu-kommission-legt-paket-vor>] – wie etwa Getreide. In dieser Ausnahmesituation sagt der Vorstand der Genossenschaft: Dramatische Preiserhöhungen wird es bei uns nicht geben. Die hohen Energie- und Spritpreise drücken die Lieferkosten leicht nach oben, mehr Preiserhöhung werde es aber nicht geben. Das Getreide in der Warenauslage wird – wie die meisten Produkte – regional produziert und kommt fast ausschließlich von Landwirten in Deutschland.

Die selbst ernannte Gemeinschaft aus bio-bewussten Menschen wächst, inzwischen behaupten sich schon sechs Märkte in der Stadt gegen die Konkurrenz der etablierten Supermarktketten. An der Kasse stehen Krankenpfleger neben Studierenden, Auszubildende neben Managerinnen. Die Genossenschaft will nicht nur Grünenwähler in alternativen Akademiker-Stadtteilen erreichen, ihre Märkte stehen auch in Dresdner Vierteln wie Strehlen oder Johannstadt, deren Bewohner bei der vorherigen Bundestagswahl mehrheitlich CDU oder AfD gewählt [<https://www.zeit.de/politik/deutschland/bundestagswahl/wahlergebnis-dresden-1-wahlkreis-159-live>] haben.

Die Gründerin

"Ein Biosupermarkt", sagt Barbara Rische, "das war etwas Udenkbares." Die Mundwinkel der 58-Jährigen stehlen sich langsam nach oben, sie lacht. Rische hat die Genossenschaft mitgegründet. Der erste Laden der Genossenschaft sei 1991 noch ein kleiner, überfüllter Raum im Dresdner Umweltzentrum gewesen. Etwas abseitig, ein bisschen komisch, weder professionell noch groß. Damit hätten sich viele Mitstreiter aus der damaligen Bio-Szene identifiziert. Als der Laden umziehen sollte, gab es Schwierigkeiten.

Einige "Bio-Fundamentalisten", wie Rische sie nennt, hätten sich viele Jahre gegen einen Umzug gewehrt. Große Verkaufsräume und importierte Bioware waren ihnen verpönt: zu angepasst. Anders sein war das Ziel, das eigene Ding machen, bloß nicht zu schnell wachsen. "Das war uns zu spießig", sagt Rische. Auch sie war am Anfang eine Fundamentalistin.

"Die Genossenschaft hat sich gewandelt. Heute sitzt Rische in einem schlauchförmigen Konferenzraum, im ersten Stock einer ehemaligen Druckerei am Dresdner Bahnhof-Mitte. Ein Stockwerk tiefer rollen Einkaufswagen durch Gänge mit Holzregalen, gefüllt mit Pastinaken, Milchflaschen, Rote-Beete-Aufstrichen, aber auch mit Limetten aus Kolumbien und Avocados aus Spanien. Über eine Wendeltreppe gelangt man in den Naturwaren-Bereich, dort gehen Hemden aus Bio-Baumwolle und Tierfiguren aus Naturholz über die Kasse.

Rische sagt: Es wird niemand gezwungen, bei uns einzukaufen. Wem Supermarkt statt Tante-Emma-Lädchen zu kommerziell sei, der könne ja auch woanders hingehen.

Eine Marktlücke nach dem Mauerfall

Angefangen hat das Projekt kurz nach dem Mauerfall. In der DDR gab es keine Bioläden, auch kurz nach der Wende noch nicht. Der Wunsch nach regionalen Produkten von Bauernhöfen in der Nähe war aber schon da. Rische tat sich mit zwei Freunden zusammen. Ein Landwirt, eine Hydrologin und die Chemikerin Rische; drei Gründer ohne betriebswirtschaftliche Ausbildung dachten sich: Wenn es das nicht gibt, müssten wir eben was gründen. Heute sagt Rische: "Vielleicht waren wir ein bisschen blauäugig."

Bevor der erste Laden aufmachte, beantragte Rische Geld vom Landwirtschaftsministerium. Sie erstellte damit eine Studie, wie sie es nennt: Sie und eine weitere Mitgründerin erfassten, wie viele Biobauernhöfe es in Sachsen gibt – zehn. Dann suchten sie Kontakt.

Nachdem sich die Idee einer Einkaufsgemeinschaft in Dresden herumgesprochen hatte, fand die Gruppe schnell Dutzende Mitstreiterinnen und Mitstreiter. Viele kannten sich aus dem ökologischen Arbeitskreis der Dresdner Kirchenbezirke. Im sozialistischen Regime der DDR agierten Umweltschützerinnen und Umweltschützer häufig unter dem Dach der Kirche [<https://www.zeit.de/2010/39/Interview-Neubert/komplettansicht>].

Die Konkurrenz kommt

Die drei Gründer wollten von Beginn an dafür eintreten, dass sie ihren Lebensunterhalt irgendwann mit der Verbrauchergemeinschaft verdienen. Trotzdem wurde niemand dazu verdonnert, Dienste an der Kasse zu schieben oder Lieferpläne zu schreiben. Die Zahl der Mitglieder überstieg ohnehin schnell die Anzahl der Ladendienste. Wie überall übernahmen die einen besonders viele Schichten, die anderen wenige, ein paar sogar gar keine. Streit über dieses Thema habe es trotzdem nie gegeben, sagt Rische. "Dann hast du halt deinen Mitgliedsbeitrag bezahlt, dann war auch gut."

Mitte der Neunziger eröffneten in Dresden mehr und mehr Bioläden. Die Konkurrenz punktete sogar bei den Mitgliedern der Genossenschaft: So tolle neue Schokocremes!

Rische sagt, ihr Weg weg von der Fundamentalistin hin zur offenen Unternehmerin sei eine Entwicklung gewesen, ein Prozess ohne klaren Wendepunkt. Aber vielleicht hat das Schokocreme-Dilemma etwas in der

Pragmatikerin angestoßen: Wenn die Konkurrenz mit Dingen lockt, die man selbst nicht bieten will, wird es gefährlich für eine Genossenschaft. Dann geht es schnell um die Existenz.

Ein paar Wochen später stand der Schokoaufstrich auch im Regal der Verbrauchergemeinschaft.

Genossenschaft schafft Verständnis

Bei anderen Gemeinschaften gebe es da Skepsis: Aus dem Ausland importierte Produkte? Verdienen die ihr Biozertifikat auch wirklich? An Grundsätze wie Regionalität und Saisonalität klammern funktioniere nicht, sagt Vorstandsmitglied Rische und schüttelt den Kopf. Auch in der Bio-Branche überlebe nur, wer flexibel und offen gegenüber den Bedürfnissen der Kunden bleibe.

Genossenschaften [<https://www.zeit.de/2012/17/Genossenschaften>] sind die mitgliederstärkste Wirtschaftsform in Deutschland und immaterielles Kulturerbe. Hierzulande gibt es 7.500 Genossenschaften mit mehr als 20 Millionen Mitgliedern. Ständig werden neue gegründet, andere lösen sich auf. Mit ihrer Offenheit, auf die Bedürfnisse ihrer Mitglieder einzugehen, haben Rische und die anderen Mitglieder der Genossenschaft etwas intuitiv richtig gemacht: "Genossenschaften sind immer dann über einen langen Zeitraum stabil, wenn sie die Bedürfnisse und Probleme ihre Mitglieder überzeugend lösen", sagt Sebastian Hess. Er forscht an der Universität Hohenheim zu Agrarmärkten und Genossenschaftswesen.

Ein bekanntes Beispiel: Friedrich Wilhelm Raiffeisen [<https://www.zeit.de/2009/47/Vorbilder-Raiffeisen>] gründete vor mehr als 160 Jahren die erste Genossenschaft. Noch heute wächst die Raiffeisen-Genossenschaft vor allem als Bank, aber auch als Saatgut- und Rohstoffhandel.

Ökonom Hess sagt, Verbrauchergenossenschaften hätten großes Potenzial, sie könnten in Zukunft eine immer wichtigere Rolle auf dem Lebensmittelmarkt einnehmen. Zum einen, weil sie bei den Verbrauchern mehr Verständnis für die Herstellung und die Saisonalität von Produkten schaffen. Zum anderen, da es für die Beschaffung von möglichst günstigen Biolebensmitteln in den nächsten Jahren kaum eine bessere Alternative geben dürfte als Gemeinschaften mit etablierten Netzwerken aus Erzeugern und Abnehmern.

Frischkäse und Mehl aus der Region, Spinat aus dem Froster

In Dresden gelang der Balanceakt zwischen Anti-Establishment-Haltung und Marktanpassung. In internen Diskussionen über die Zukunft der Einkaufsgemeinschaft habe meistens ein Argument überwogen: Umso mehr

Menschen ökologisch hergestellte Lebensmittel aus der Region kaufen, desto besser. Nachdem sie raus waren aus dem Kämmerchen im Umweltzentrum, sei auch der Fundamentalismus verschwunden. "Wir haben nie mehr gesagt: Machen wir nicht, Wachstum ist böse", sagt Rische. Derzeit baut die Genossenschaft in Dresden ihre siebte Filiale. Eröffnung: wohl Anfang 2023.

Die Verbraucherin

Freitagabend, kurz nach sechs in Rippien. Ein Dorf, sechs Kilometer vor der Dresdner Stadtgrenze. In der Küche von Dorit Seipelt bedecken Schaffelle den Holzboden, Filzpantoffeln in allen Größen warten auf Gäste. Wärme und der Geruch nach gebackenem Mürbeteig strömen aus dem Ofen bis an den Wohnzimmertisch. "Spinat-Torte", erklärt Seipelt. Den Frischkäse habe sie in der Verbrauchergemeinschaft gekauft, das Mehl auch. Nur der Spinat sei aus dem Froster. Seipelt, Krankenschwester und gebürtige Dresdnerin, ist seit 1993 Mitglied in der Einkaufsgemeinschaft.

Seipelt war schwanger mit dem ersten von vier Kindern, als sie eintrat. Ihr Mann studierte noch, Erziehungswissenschaften. Der damals einzige andere Bioladen in Dresden, den sie kannte, war zu teuer für die junge Familie.

In den Neunzigern ging es in der Einkaufsgemeinschaft aber nicht nur um günstiges Einkaufen, sondern auch um Zusammenhalt, um Vereinsleben, erzählt Seipelt. Sie schwärmt von Kochkursen, Vorträgen über nachhaltiges Bauen und Sommerfesten, auf denen Landwirte mit Verbrauchern anstießen und bis in die Nacht um ein Lagerfeuer saßen: "So entsteht eine ganz andere Verbundenheit und Wertschätzung der Produkte als in anderen Bioläden."

Das habe dann auch mal über die ersten Winter kurz nach der Gründung hinweggeholfen. Da lagerte in den Regalen der Verbrauchergemeinschaft neben Kartoffeln und Möhren nämlich vor allem eines: Kohl. Blumenkohl, Rotkohl, Rosenkohl, Kohl über Kohl, in allen Varianten. "Das hat man ausgehalten", sagt Seipelt. Inzwischen gibt es in den Läden neben Kohl auch Spinat oder Tomaten, auch im Winter. Trotzdem füllt Seipelt ihren Kühlschrank auch mit Lebensmitteln von großen Supermarktketten. Deren Filialen liegen auf ihrem Arbeitsweg, für spontane Einkäufe gehe das einfach schneller.

Fragt man Mitglieder, die der Verbrauchergemeinschaft erst in den vergangenen Jahren beigetreten sind, nennen sie als Beweggründe für den Beitritt schnell denselben Grund: Geld. Egal ob Referendar, Studentin, Physiotherapeuten in Ausbildung oder Informatiker, die Antworten ähneln sich: Bio und regional für den Preis, das gibt es woanders nicht. Ihre Mitspracherechte als Anteilsbesitzer nutzen sie nicht – wie so viele andere. Von den insgesamt 11.000 Mitgliedern der Genossenschaft kamen zur letzten Generalversammlung nur etwa 100.

Dorit Seipelt sagt, man könne nun mal nicht von jedem erwarten, sich neben der Mitgliedschaft noch in der Genossenschaft zu engagieren. Es gebe immer wieder andere Faktoren, die einem persönlich wichtiger seien: Da sei der Beruf, die Familie oder das Engagement in Kindergarten, Schule und anderen Vereinen. Dass die Genossenschaft das akzeptiere, mache sie für Mitglieder attraktiv.

Ein Umsatz von mehr als 26 Millionen Euro

Als Mitglied stärkt man außerdem die lokale Landwirtschaft. In den Regalen und Auslagen finden sich immer wieder Produkte, auf denen grüne Zettel kleben. Es sind Erzeugnisse aus einem Umkreis von höchstens 150 Kilometern. Die Zettel verraten, von welchem Hof der Sellerie oder die Wurst kommen. Bereits dieses kleine Detail verändert die Beziehung zum Abendessen: "Ein bisschen Bauernhofgefühl beim Großstadteinkauf", sagt ein Kunde, Physiotherapeut in Ausbildung.

Einmal im Jahr können Mitglieder der Genossenschaft Erzeuger besuchen. Einer der Busse fährt jedes Jahr ins Dresdner Elbtal, nach Gohlis. Dort hält er, nur ein paar Meter vom Flussufer entfernt, vor den Holztoren eines alten Gutshofs.

Die Landwirtin

Der Hof gehört Ines Franz. Über 40 Obst- und Gemüsearten baut die 53 Jahre alte Landwirtin an. Heute schmerzen ihre Finger: Der Porree musste raus aus der noch kalten Erde. Doch die groß gewachsene Frau – grüner Overall, tiefe Lachfalten – winkt schnell ab. Ernte und Saat, Feldarbeit sei nun mal anstrengend. Sie will sich nicht beschweren. Im Juni werde es erst richtig losgehen: Fenchel, Kohlrabi, Möhren, Zucchini. Die Liste ließe sich lange weiterführen.

Im Vergleich zu vielen Landwirten in Deutschland folgen auf Franz' Tagwerk keine schlaflosen Nächte. Der Grund: Die Genossenschaft sichert sie finanziell ab. Auch ohne Abnahmeverträge vertraut sie darauf, dass die Verbrauchergemeinschaft ihre Produkte kauft, seit 1996 hält diese mündliche Vereinbarung. "Das ist eine sichere Sache", sagt Franz.

Ihr Bauernhof ist einer von 100 Lieferanten der Genossenschaft aus der Region. Seit Franz den Hof vor 25 Jahren von ihrer Großmutter geerbt hat, ist der Betrieb um ein Zehnfaches gewachsen. Der Erfolg der Verbrauchergemeinschaft ist ihr Erfolg. Mit der steigenden Zahl an Märkten der Genossenschaft stieg auch die Nachfrage nach ihrem Gemüse. Sie hat alleine angefangen, heute beschäftigt die Landwirtin fünf fest angestellte Mitarbeiter.

Franz hat keine Angst vor einem abrupten Ende der erfolgreichen Partnerschaft mit der Verbrauchergemeinschaft. Der Anblick von italienischem Kohlrabi und spanischen Tomaten, die in der Auslage mit ihrem regionalen Gemüse kuscheln, ist für die Bäuerin okay. Sie verlässt sich auf einen Grundsatz der Verbrauchergemeinschaft: Ist ein Produkt auch regional verfügbar, erhält es den Vorzug. Etwa ein Drittel des Gesamtumsatzes macht die Genossenschaft mit Waren aus einem Umkreis von 150 Kilometern.

Die zwei bis drei Rollwagen Gemüse pro Tag fährt Franz persönlich in die Märkte der Einkaufsgemeinschaft, ohne Umweg über den Großhandel. Der verdient so nicht mit und das senkt den Preis der Produkte im Laden.

Ohne die Dresdner Verbrauchergemeinschaft, sagt Ines Franz, hätte sie sich irgendwann entscheiden müssen: auf Masse setzen und Monokulturen anbauen, oder versuchen, sich mit einem Hofladen durchzuschlagen. Franz glaubt, langfristig hätte ihr Hof keines der beiden Szenarien lange überlebt.

Ein Modell für alle?

Faire Preise für Erzeuger, regionale Lebensmittel, alles bio. Klingt toll. Aber ist die Genossenschaft bezahlbar für alle? Ein monatlicher Fixbetrag von 17 Euro (plus 8,50 Euro mit Kindern) ist viel Geld. Die Verbrauchergemeinschaft habe nicht den Anspruch, für alle bezahlbar zu sein, sagt Vorstandsmitglied Rische. "Hundertprozentig gerecht ist unser Modell nicht."

Im Pandemiejahr 2020 machte die Verbrauchergemeinschaft einen Umsatz von mehr als 26 Millionen und erzielte einen Gewinn von mehr als 300.000 Euro. Wieso reicht das nicht, dass es gerechter wird?

"Hier wird niemand reich!", antwortet Rische. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Einkaufsgemeinschaft verdienen etwas mehr als im Einzelhandel üblich und seien flexibler in ihrer Urlaubszeit. Ein niedrigerer Mitgliedsbeitrag sei schwer umsetzbar, ohne die Löhne zu drücken. Und die Gewinne? Investiere die Genossenschaft vor allem in den Bau neuer Filialen. Die Nachfrage sei groß.

Kürzlich öffneten in Hamburg und Köln erste genossenschaftliche Supermärkte. Im Juli 2021 auch einer in München. Die Mindesteinlage zum Beitritt beträgt dort 180 Euro – statt 20 Euro wie in Dresden. Auch diese Genossenschaften wachsen in ihren Mitgliederzahlen.