

Ein-
City-
if der
orge-
rtner
stua-

hat eine v
wechselbare Beliebigekeit En-
zug gehalten, die Filialen von großen Wa-
renhausketten oder trendigen Beklei-
dungs-Shops prägen das Straßenbild.
Bis zu 80 Prozent beträgt der Filialisie-
rungsgrad in Großstädten wie Köln, wäh-
rend er in München erst die 50-Prozent-

doppelte Zahl sein.

Einen weiteren Spitzenplatz nimmt
München bei der Kaufkraft ein. Rund
22 500 Euro – der Betrag variiert je nach
Quelle – kann ein Münchner jährlich aus-
geben. Das ist zirka 30 Prozent mehr als
der Bundesdurchschnitt und wieder mal

Kupf
ge G
figst
dern
die F
erfol
berfe

Gemüse auf Abonnement

Die Ökokiste liefert Lebensmittel aus dem Umland

Von Doris Näger

150g Feldsalat, 500g Buschbohnen,
500g Spinat, 600g Tomaten, 500g Zwie-
beln rot, 1 Blumenkohl – all das verpackt
in Papiertüten oder Folie, behutsam ge-
schichtet in einen grünen Hartplastikbe-
hälter – so steht die Ökokiste diese Wo-
che vor der Haustür ihrer Münchner
Abonnenten. Die Ware kommt von Hö-
fen, die höchstens 100 Kilometer ent-
fernt liegen.

Das Umland nährt die Großstadt. Im
Fall der Ökokiste im wahren Sinn des
Wortes. Seit 1996 fährt dieser Verbund
von vier Liefer-Betrieben Möhren, Salat,
Äpfel, Pastinaken und vieles mehr in die
Stadt. Seither kommen immer mehr Fa-
milien und Singles auf den Geschmack,
rund 7000 Haushalte, so Günter Kugler,
der selbst Demeter-Landwirt im Nürn-
berger Raum ist und gleichzeitig die Öko-
kiste München unternehmerisch berät.

Einst hatten diese Gemüse-Abos ein
verstaubtes Image. Der regionale Anbau
und die jahreszeitliche Lieferung ließ
manchen glauben, es gäbe im Winter wo-
chenlang Kohl. Doch davon hat sich die
Ökokiste befreit. Der Kunde könne „die
Schreckgespenster abbestellen“, so Kug-
ler, zwischen verschiedenen Abotypen
wählen wie Mutter-Kind-Kiste, Roh-
kost- oder Speedykiste mit schnell zuzu-
bereitenden Produkten und diese dann
nochmal individualisieren. Im Winter
kommen Obst und Gemüse auch mal aus
Italien. Nudeln, Käse, Brot und Geträn-
ke kann die Kiste ebenfalls bringen, ins-
gesamt 400 Artikel übers Jahr. Die Betrie-
be befragen regelmäßig ihre Kunden, so
ließen sich Erreichbarkeit und Angebot
verbessern. Das, sagt Kugler, gebe der
Ökokiste einen Vorsprung vor Konkur-
renten. Denn für München liefern auch
noch viele andere Betriebe Naturkost an.

Der entscheidende Vorteil der Ökokis-



*Trotz Abo und jahreszeitlicher Liefe-
rung kann der Kunde über den Inhalt
der Kiste entscheiden.* Foto: Rumpf

te gegenüber der Ware im Bioladen ist of-
fenbar die Frische: „Wir reagieren auf
die Kundenvorbestellungen“, sagt Ingrid
Pfenninger von der Tagwerk Ökokiste,
„und müssen nicht wie ein Laden Ware
vorhalten und hoffen, dass genügend
Kunden sie auch kaufen.“ Zwischen Ernte
und Lieferung vergingen maximal vier
Tage. Dass die Preise höher sind als im
Bio-Supermarkt, liegt laut Kugler da-
ran, dass die Produzenten nicht nur das
EU-Bio-Siegel haben. Ein Demeter-Hof
verpflichtet sich zu Tierhaltung, Flächen-
kultur, Ausbildung und höheren Löhnen
in ordentlichen Arbeitsverhältnissen.

Eingebunden in das System Ökokiste
sind mehr als 80 Höfe. Die Landwirte pro-
fitieren. Kugler will zwar nicht behaupten,
die Betriebe verdanken der Ökokiste
ihr Überleben. Aber: „Die Kontinuität
bringt den Höfen eine verlässliche Ab-
nahme.“ Und so nährt dann die Groß-
stadt in gewisser Weise auch wieder das
Umland.

sic

ands-
mali-
nter-
kon-
haft-
sants
„ So
chie-
zu ei-
auch
Pro-
, sagt
l und
schen
Arti-
liegen
7 die



f Er-
of (A)

Ve
ra
Ho
ter
Op
gr
Fr
ni
tä
sie
Pr
M
vo
St
he
vo
bis
wi
he
ne
wi
Ma
au
ris
ze
ter
g
„S
des
che
ne
lio
ty
ten
an
sch
tag
te
den
sich
den