

30 Jahre

Der Anfang

Die ersten Bioläden entstanden in den 1970-er Jahren. Das Sortiment bestand aus Lebensmitteln aus traditionellem Anbau, Produkten aus fairem Handel sowie Artikeln des alternativen Daseins, z.B. Umweltschutzpapier und Bücher. Manchmal verstand man sich auch als Second-Hand-Geschäft.

Lebensmittel wurden meist in Säcken angeboten und lose verkauft oder, wie bei , in Tüten und Gläsern verpackt, liebevoll etikettiert und im Regal präsentiert. Aus dieser Zeit stammen auch die -Müslis, die Sie noch heute in unseren Regalen finden.

Müsli war das Kernprodukt jedes Bioladens und gleichzeitig ein Synonym jener Zeit; "Müsli" - oft als abwertende Bezeichnung für Menschen einer Generation auf der Suche nach Alternativen zu der wachsenden Industrialisierung unserer Nahrung. Auch im Sinne von umwelt- und menschenfreundlicheren Umgangsformen. So waren Bioläden nicht nur Lebensmittelgeschäfte, sondern kommunikative Treffpunkte und Multiplikatoren für politische Gruppen und deren Basisarbeit.

Hier in Bonn gründeten wir die "Regionalgemeinschaft Naturkost" um die Kommunikation zwischen den LadnerInnen sowie den Handelsstufen zu verbessern, gemeinsam Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben und die Warenverteilung zu verbessern.

Schon Ende der 1970-er Jahre gab es erste Erzeuger-Genossenschaften und regionale Waren-Verteiler. Doch selbst Ende der 80-er Jahre hatte mancher Bio-Bäcker und Bio-Bauer in unserer Region kein eigenes Lieferfahrzeug.

So schafften wir uns, mit Hilfe finanzkräftiger und mutiger Kunden einen Bulli an. Wir gründeten das erste Bonner *Regional-Naturwaren-Transport-Unternehmen* und verteilten Obst & Gemüse, Brot, Getränke uvm von Bäckern, Bauern und vom Großhandel in unserer Region.

Auch auf nationaler Ebene fand eine Vernetzung statt. So entstand der "Bundesverband Naturkost" als Interessenvertretung des Einzelhandels, der sich vorrangig um die Erstellung von Qualitätskriterien bemühte.

Denn unter "Naturkost" verstand man bis dahin im Wesentlichen vollwertige und möglichst naturbelassene Lebensmittel, ohne Zusatzstoffe und Konservierung. Gesetzliche Regelungen zu Anbau und Verarbeitung gab es nicht.

Private Initiativen, wie die Verbände *Demeter* oder *Bioland*, hatten längst eigene Kriterien entwickelt. Die Basis für den heutzutage geschützten Begriff "Bio".

Der *Demeter*-Verband propagierte seit den 1920-er Jahren biologisch-dynamischen Anbau nach anthroposophischen Richtlinien. *Bioland*, der inzwischen größte Anbauverband in Deutschland, entwickelte „Kriterien gegen die chemisch-technischen, industrieabhängigen Wirtschaftsweisen, basierend auf artgerechter Tierhaltung und geschlossener Kreislaufwirtschaft ohne synthetische Pestizide und chemische Düngemittel“.


Dies alles in einen Topf, kurz umgerührt, ein paar Zutaten weggelassen, entstanden erste gesetzliche Regelungen zum kontrolliert biologischem Anbau. Das war 1991.

Im Ergebnis ist die gesetzliche Regelung eher wässrig. Auf Europäischer Ebene einigte man sich auf dem niedrigsten Niveau. Deutlich konsequenter und strenger sind die Regelungen der Anbauverbände.

Das -Kollektiv

Bioladen Momo (früher *Momo Naturkost- und Umweltladen*) war ursprünglich ein Kollektiv, also ein selbstverwalteter Betrieb ohne hierarchische Struktur. Wer bei Momo arbeitete, war gleichberechtigtes Mitglied und erhielt den „Momo-Einheitslohn“, der sich an Ertrag und Stundenzahl orientierte. Entscheidungen wurden stets im Konsens getroffen, also nicht demokratisch, sondern einstimmig.


Das Momo-Kollektiv durchlebte ähnliche Prozedere wie die Grüne Partei. Die übrigens, als Momo am 29. März 1983 eröffnete, erstmals den Bundestag betrat. In lila Latzhosen oder vollbärtig und mit selbst gestrickten Pullovern bei der Wiederwahl von Kanzler Kohl.

Ähnliche Prozedere: Die Fundis und die Realos. Wenn das  -Kollektiv plenierte, oft bis in die Nacht, sahen es uns die KundInnen jeden Freitag an den Rändern unter den Augen an.

Kontroverse Diskussionsrunden um das Thema Technisierung. Fax anschaffen oder stundenlange Bestellungen per Telefon durchgeben? Ein Fax war so innovativ, wie gut 10 Jahre später das Internet.

Da wir auf mehreren Plena keinen Konsens fanden, beschlossen wir ein Diskussionswochenende. Dazu mieteten wir, fast 15 Mitglieder, ein Haus in der Eifel, kamen aber auch hier zu keinem Konsens, so dass wir uns tatsächlich **kein** Fax anschafften...

Pioniergeist braucht Mut und Ausdauer

Betriebswirtschaftlich eine Katastrophe, aber davon hatte ja sowieso niemand Ahnung. Was sich auch wenig später in desaströsen Finanzlöchern offenbarte, denn die  s wollten durch den Laden mehr und mehr ihren Lebensunterhalt verdienen.

Wir gründeten eine Filiale in Oberkassel, eine Tofu-Manufaktur in Aegidienberg und suchten unser Heil in der Sortimentserweiterung (was teilweise funktionierte; allein die Idee, nun Strümpfe ins Sortiment aufzunehmen, versorgte zwar alle Kollektivmitglieder und deren Angehörige mit ausreichend Strickware, aber nicht mit dem gewünschten Ertrag...).

Die Reaktorkatastrophe in der Ukraine hatte uns zwar schon 1986 einen nachhaltigen Umsatzschub beschert, der real existente Kapitalismus überraschte uns dennoch: in Form eines fünfstelligen Minusbetrags und zugekehrten Geldhahns.

Die 1990-er Jahre


Die 1990-er Jahre begannen für , als auch für die gesamte Branche, mit einer Neuorientierung. Raus aus dem Nischen-Dasein.

Das Toilettenpapier war inzwischen auch weicher geworden, die Kaffeeröstung nicht mehr ganz so ätzend. Absehbar war, dass sich die Konkurrenzsituation zunehmend verschärfen werde. Bioprodukte waren inzwischen gesetzlich geschützt und auch in konventionellen Geschäften zu finden. Bio-Filialisten breiteten sich aus, vorerst in den Großstädten. In Köln schlossen die ersten alteingesessenen Bioläden, in ganz Deutschland gab es bald 400 Bio-Supermärkte.

III


Existenzängste bewegten auch die Pioniere auf der Herstellerseite. Mit zunehmender Überschneidung des Angebots - denn nun gab es verschiedene Marken mit vergleichbarem Sortiment - suchte man Wege, sich von der Konkurrenz abzuheben.

Bis dato gab es ein hervorragendes pfandfreies Mehrwegsystem für sämtliche Produkte, die in Glas abgefüllt wurden. Bioläden in der gesamten Republik nahmen die Gläser vom Kunden zurück, um sie wieder dem Kreislauf Spülstation-Hersteller-Handel zuzuführen. Mit dieser umweltfreundlichen Alternative war nun Schluss. Bald gefolgt von „Dosenfutter“ und Aluminium-Verpackungen, die bislang als Symbol der Wegwerfgesellschaft, als auch aus ökologischer Sicht, undenkbar waren.


Um die finanziellen Probleme s zu bewältigen gab es zwei Ideen: Supervision oder Betriebsberatung. Wir fanden glücklicherweise den Konsens zu letzterem. Mit der Folge, dass sich das Kollektiv auf vier gleichberechtigte BioladnerInnen reduzierte, mit einem Haufen Schulden und dem Ziel eine langfristige Perspektive mit sozialer Absicherung zu schaffen.

Das Ladenlokal wurde heller, freundlicher, offener und damit zugänglicher für Normalsterbliche gestaltet.

Die Filiale übernahm ein ehemaliges Kollektivmitglied, die Manufaktur haben wir geschlossen, die Strümpfe ausgelistet.

Professionalisierung bedeutete bei  aber nicht automatisch eine Abwendung von den Inhalten aus der Gründerzeit. Allerdings gab es auch bei uns Produkte aus hellem Mehl, Süßigkeiten, Schokoladenaufstrich und Zucker. Fleisch war im alten Ladenlokal kein Thema, wir hatten einen Bio-Metzger gleich gegenüber.

Auch der Dienst am Kunden sollte besser werden. Beratungsqualität war nie ein Problem gewesen. Von der Vermittlung ökologischer Zusammenhänge ohne Fingerzeig bis zum Rezept für Pastinake, Topinambur und Wurzelpetersilie. Das war und ist Basis von Momo.

Was die Warenqualität betrifft, die Älteren unter Euch werden sich erinnern, lastete jedem Bioladen ein Schmuttelimage an. „Frische“ war im Prinzip ein Fremdwort. Ein langer Weg bis zu dem Zustand, den Ihr hier und heute bei  vorfindet.

Auch - aus heutiger Perspektive profane - Dinge änderten wir: Galt es noch kurze Zeit zuvor als politisch unkorrekt, den Bioladner zum Dienstleister zu degradieren, so war diese Rolle nun Aufgabe und selbstverständlich.

Wir schickten die Kunden, die auf die Idee kamen, Getränke gleich kistenweise kaufen zu wollen, nun **nicht** mehr in den Keller um sich dort selbst zu bedienen. Wir lieferten die Getränke sogar nach Hause! Und das vorbildlich ökologisch mit dem „MomoBil“, unserem ersten Lastrad. Das war 1994.

Den stärksten Aufschwung erlebten wir dank eines Lebensmittelkandals.

Meist halten sich derartige Ereignisse nur kurz im Gedächtnis der Verbraucher. Nach wenigen Monaten ist in der Regel alles wieder beim Alten. Nicht so bei BSE.

Die Lebensmittelindustrie offenbarte sich ethikfrei und rücksichtslos profitorientiert. Das bescherte uns zur Jahrtausendwende eine Umsatzexplosion, der wir kaum gerecht wurden.

Folgerichtig gab es verschiedene Ideen einer Vergrößerung des Ladenlokals. Bis zur Erkenntnis der Dringlichkeit dauerte es noch ein paar Jahre. Fast hätten wir zu lange verharret und wären dem Verdrängungswettbewerb erlegen gewesen - wie viele andere Pioniere.

Jahrtausendwende


Seit der Gründungszeit war eine Grenze zwischen Bioladner und Kunde fast nicht vorhanden. Sozusagen eine verschworene Gemeinschaft, die es nun ermöglichte, dass wir am 11. August 2005 auf der 5-fachen Fläche in der Hans-Böckler-Straße Eröffnung feierten.

Begleitet von berechtigter Skepsis. Denn meist verdrängt eine betriebswirtschaftliche Ausrichtung die soziale und ökologische Verantwortung.

Alternativen Handel auf das Krämerdasein mit alternativ erzeugten Produkten zu reduzieren, wäre jedoch kurzsichtig. Biologischer Anbau allein bedeutet viel Gutes für unsere Umwelt, lässt aber Aspekte wie Regionalität, Transport, Verpackung und nicht zuletzt den partnerschaftlichen Handel außer Acht.

Ebenso war seit der Gründungszeit eine Grenze zwischen erfahrenen Bioladnern und neuen Mitarbeitern kaum vorhanden.

Seit den 1990-er Jahren fanden sich allerdings keine Menschen mehr, die bereit gewesen wären, Verantwortung im Kollektiv zu übernehmen. Woraus sich die heutige flache Hierarchie aus zwei Inhabern und vielen langjährigen MitarbeiterInnen bildete. Hinzu gekommen sind, seit dem Umzug, unsere Auszubildenden. Das ist eine neue Herausforderung.

Ein weiteres Merkmal der Expansion ist die gestiegene Mitarbeiterzahl. Waren früher fast immer die gleichen Gesichter zu sehen, ist das heute anders: bei inzwischen über 25 Menschen (plus Subunternehmen Metzger und Bistro) in Festanstellung, plus Auszubildende und Praktikanten kann schon mal der Überblick verloren gehen. Die Fluktuation bei  ist gering, wie eh und je.

Die finanzielle Entwicklung am neuen Standort hat sich überdurchschnittlich positiv entwickelt. Selbst die verschärfte Konkurrenzsituation seit Ende 2010 hat nicht zu Verlusten geführt. Im Gegenteil: zu unerwartetem zusätzlichem Wachstum. Kunst kommt eben von Können - aber nicht zuletzt Dank unzähliger solidarischer KundInnen wie Sie.


Seit 2009 erfüllt unser Bistro die Aufgabe des kommunikativen Treffpunktes, neben der kulinarischen Zufriedenstellung.

Das „Momo-Abo“ beliefert wöchentlich viele Hundert Kunden, sieben Momos erwirtschaften hier 15% unseres Umsatzes.

Die meiste Energie stecken wir in die arbeits- und kostenintensiven Frische-Bereiche Obst & Gemüse sowie Brot & Käse. Mit Erfolg, wie der stete Zuwachs bestätigt.

Die Zukunft

Der Kalte Krieg hat nicht stattgefunden, die Mauer ist weg, eine konservative Regierung kündigt den Atomausstieg an. Wer will da ernsthaft prognostizieren?

So wie das Umweltbewusstsein wächst, verstehen auch immer mehr Menschen, dass alternativer Handel weit mehr ist als Bio-Anbau und Fairer Handel. Fairer Umgang mit Mitarbeitern und Handelspartnern, Ressourcen schonender, vor allem regionaler Handel stehen bei  ganz oben auf der langen Liste der Prioritäten.

Wir sagen herzlichen Dank für Eure Unterstützung !
im Auftrag: momo-raoul