

# Gemeinsam wachsen

**Kunden schätzen regionale Bio-Ware, die der Handel gerne anbietet. Doch das Angebot der Gemüsebauern rund um Berlin hat seine Grenzen.**

**M**ärkisch-Oderland, nahe dem Oderbruch. Die Landschaft ist hügelig, doch trotzdem kann man weit blicken. Bis zur Straße reichen die riesigen Äcker. Wo sie enden, sieht man nicht. Nach etwas über einer Stunde Autofahrt raus aus Berlin kommt man an dem Ort an, von dem Kartoffeln, Radieschen, Zwiebeln und allerlei mehr stammen, die von der zunehmenden Zahl von bio-liebhabenden Hauptstädtern gekauft werden. Sie stammen vom Biolandhof Zielke. Er ist einer der Höfe, deren Gemüse den Berlinern in den über 46 Märkten der Bio Company zur Wahl stehen. Schon seitdem die Bio-Supermarktkette im Jahr 1999 startete, bauen die Zielkes Gemüse für sie an.

## In die Hauptstadt vermarkten

Bio-Gemüse aus der Region ist gefragt. Immer mehr Menschen wollen Waren kaufen, deren Herkunft sie kennen. Und Bio Company wächst. 2015 verzeichnete das Unternehmen ein Umsatzplus von 17,5 Prozent. Mit Bio Company wachsen auch die regionalen Anbaubetriebe wie der von Familie Zielke in Vierlinden. Das Wachstum des Bioland-Hofs hat allerdings Grenzen. Denn obwohl es in ihrer Umgebung riesige Ackerflächen gibt, ist Land kaum zu bekommen – geschweige denn bezahlbar.

Ähnlich erlebt das auch die Bioland-Gärtnerei Watzkendorf im mecklenburgischen Blankensee. Auch dort wird Gemüse für den Bio-Handel angebaut, schon seit 20 Jahren. Ihre Gurken, Tomaten und Salat-



Fotos: J. T. Wörrie

Die Zielkes vermarkten ihr Gemüse hauptsächlich an die Bio Company ...

köpfe werden über den Berliner Großhandel an Bio-Läden verkauft, dazu zählen nicht nur die der Bio Company, sondern auch viele inhabergeführte Naturkostläden.

Angefangen hat alles Mitte der 90er Jahre mit dem Anbau von Rot-, Weiß- und Rosenkohl, den die Gärtner in einem VW-Bus in die Hauptstadt lieferten. Daraus sind mittlerweile zwei 18-Tonner geworden. Die sieben Hektar Anbaufläche im Freiland sind auf 22 Hektar angewachsen, die 1.000 Quadratmeter Fläche unter Folie und Glas auf 1,5 Hektar. Die steigende Nachfrage erlebt Sabine Kabath von der Bioland-Gärtnerei Watzkendorf als Trend zum Regionalen. „Viele Bio-Kunden wollen keine anonymen Produkte“, sagt die Geschäftsführerin. 85 Prozent der Ernte in Blankensee geht allerdings nach Berlin. Dorthin liefern die Gemüsegärtner zwölf Sorten Salat und rund 25 andere Kulturarten.

## Alle wollen einwandfreies Gemüse

Auch das Sortiment der Zielkes, das in der Erntesaison mehrmals die Woche in Richtung der Hauptstadt fährt, ist breit. Das fordert der Bio-Handel und das fordern die Kunden auf den sieben Wochenmärkten, auf denen die Zielkes freitags und samstags verkaufen. Zwar stellen die Kunden unterschiedliche Ansprüche – im Laden seien immer mehr Convenience-Produkte wie verpackte Salate gefragt und auf den Märkten würden sich die Verbraucher stärker nach saisonalen Produkten

umschauen. Doch alle wollen einwandfreies Gemüse in großer Auswahl. Die Zielkes testen jedes Jahr neue Sorten, sowohl im Anbau als auch im Verkauf. Bevor sie es den Bio-Supermärkten anbieten, nehmen sie es mit zu den Wochenmärkten. „Meistens zeigt sich hier, ob wir Erfolg haben“, sagt Ina Zielke. Gemeinsam mit ihrem Mann Conrad, dem ältesten Sohn des Hofbesitzers Karl Georg Zielke, wird sie den Bioland-Betrieb bald übernehmen. Sie kümmert sich vor Ort um alle Pflanzen in den Folientunneln und Gewächshäusern.

## Fläche begrenzt Wachstum

Conrad Zielke ist gerade dabei, die Zwiebeln auf einem Acker in die Erde zu stecken, den die Zielkes dazukaufen konnten, ohne dafür eine aufwendige Ausschreibung der Bodenverwertungs- und -verwaltungs-GmbH (BVVG) durchstehen zu müssen. „Der Acker gehört zu unserem Lagerhaus und dieses wollte lange keiner haben“, erzählt Vater Zielke, der gerne noch weitere Flächen nahe seinem Hof kaufen würde. Zwar konnten die Zielkes ihre Flächen seit 1991, als sie mit dem Gemüseanbau starteten, von 2,5 auf 28 Hektar vergrößern, doch nun scheint eine Grenze erreicht zu sein. Wenn die BVVG derzeit Flächen per Bieterverfahren verkauft, seien diese meist zu teuer. So heißt Wachstum bei den Zielkes – genauso wie bei der Bioland-Gärtnerei Watzkendorf – vor allem Wachstum im Sortiment und in



... und auf Wochenmärkten in Berlin.

der Erntemenge je Fläche. Doch die Nachfrage scheint derzeit unersättlich – der Trend geht in Richtung Regionalität.

### Nachfrage über Angebot

40 Prozent von Obst und Gemüse versucht die Bio Company aus der Region zu beziehen. Derzeit arbeitet sie für Berlin und Brandenburg mit 60 regionalen Betrieben zusammen. Darunter fallen auch Verarbeiter wie Röstereien oder Bäckereien. Dabei prüft Bio Company nach eigenen Angaben immer, ob es ein bestimmtes Produkt in der Region gibt. Nur wenn nicht, weichen sie auf angrenzende Bundesländer aus. Georg Kaiser, der Geschäftsführer von Bio Company, gibt zu, dass die Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln in Berlin nach wie vor höher ist als das Angebot aus der Region: „Zwar können wir bei den Standardfeldfrüchten auf genügend Ware zurückgreifen. Bei einigen Obstsorten könnte jedoch noch mehr aus der Region kommen – beispielsweise Birnen oder Beeren.“ Trotzdem erlebt Bio Company ein dickes Wachstum – mit ihr die Anbaubetriebe. Es kommen aber auch immer neue Betriebe dazu, die mit der Bio-Supermarktkette oder mit dem Großhändler Midgard zusammenarbeiten, bei dem Bio Company seit verganginem Jahr Anteilseigner ist.

Durch die Anteilsnahme bei Midgard hat sich für die Zielkes einiges verändert. Statt mehrmals die Woche mit den eigenen Lieferwagen die einzelnen Filialen



C. Wyrwa

Sabine Kabath vermarktet das Gemüse über den Berliner Bio-Großhandel.

der Bio Company zu beliefern, fahren sie seit diesem Jahr an eine zentrale Stelle in Berlin und Midgard übernimmt den Rest. Dadurch verdienen Zielkes nun 30 Prozent weniger am Gemüse, die der Großhändler bekommt. Ob sich das durch die wegfallenden Lieferfahrten ausgleicht, „können wir erst zum Ende des Jahres ausrechnen“, sagt Seniorchefin Verena Zielke, die sich um den „Papierkram“ des Hofes kümmert.

### Gemeinsamer Gewinn

Der Berliner Bio-Großhandel Terra Naturkost, der viele eigenständige Bioläden, aber auch Bio-Supermärkte wie die Bio Company beliefert, sieht das derzeitige Wachstum als „gemeinsamen Gewinn“. Terra Naturkost ist einer der Branchenriesen in der Region Berlin-Brandenburg und wuchs in den vergangenen Jahren jeweils um etwa acht Prozent. Rund 80 Prozent des Absatzes erzielt der Großhändler in der Hauptstadt. „Die Metropole ist ein Magnet“, beschreibt das Meinrad Schmitt von Terra Naturkost und meint damit, dass sich hier künftige Trends als Erstes zeigen. Außerdem seien die Wege von den regionalen Anbaugebieten in die Zentren der Stadt kurz. Da Berlin keinen industriellen Randgürtel besitzt, beginnen die Äcker gleich an der Stadtgrenze und manchmal auch noch davor.

### Stabiler Absatz

Die einzelnen Filialen von Bio Company bestellen direkt bei den Zielkes und geben

die Einkaufsliste an den Großhändler weiter, der die Waren zentral einsammelt und an die Filialen verteilt. Überzeugen können die Gemüsebauern so auch durch ihre Bioland-Zertifizierung. Das grün-weiße Markenzeichen ist für die Verbraucher ein wichtiges Kaufargument. So profitieren der Biolandhof Zielke und die Bioland-Gärtnerei Watzkendorf von der großen Nachfrage im Bio-Handel, die durch das steigende Bewusstsein für regionale Ware zu erklären ist. Ein großer Teil der in Deutschland verkauften Bio-Waren wird aber noch immer importiert und regionales Obst- und Gemüse ist nur begrenzt verfügbar. Der Absatz der Zielkes sei zwar stabil, doch auch dieser Markt ist umkämpft. Die Preispolitik, sagt Karl Georg Zielke, sei hart auf dem boomenden Großstadt-Bio-Markt.

*Jana Taschira Wörrle, freie Journalistin*