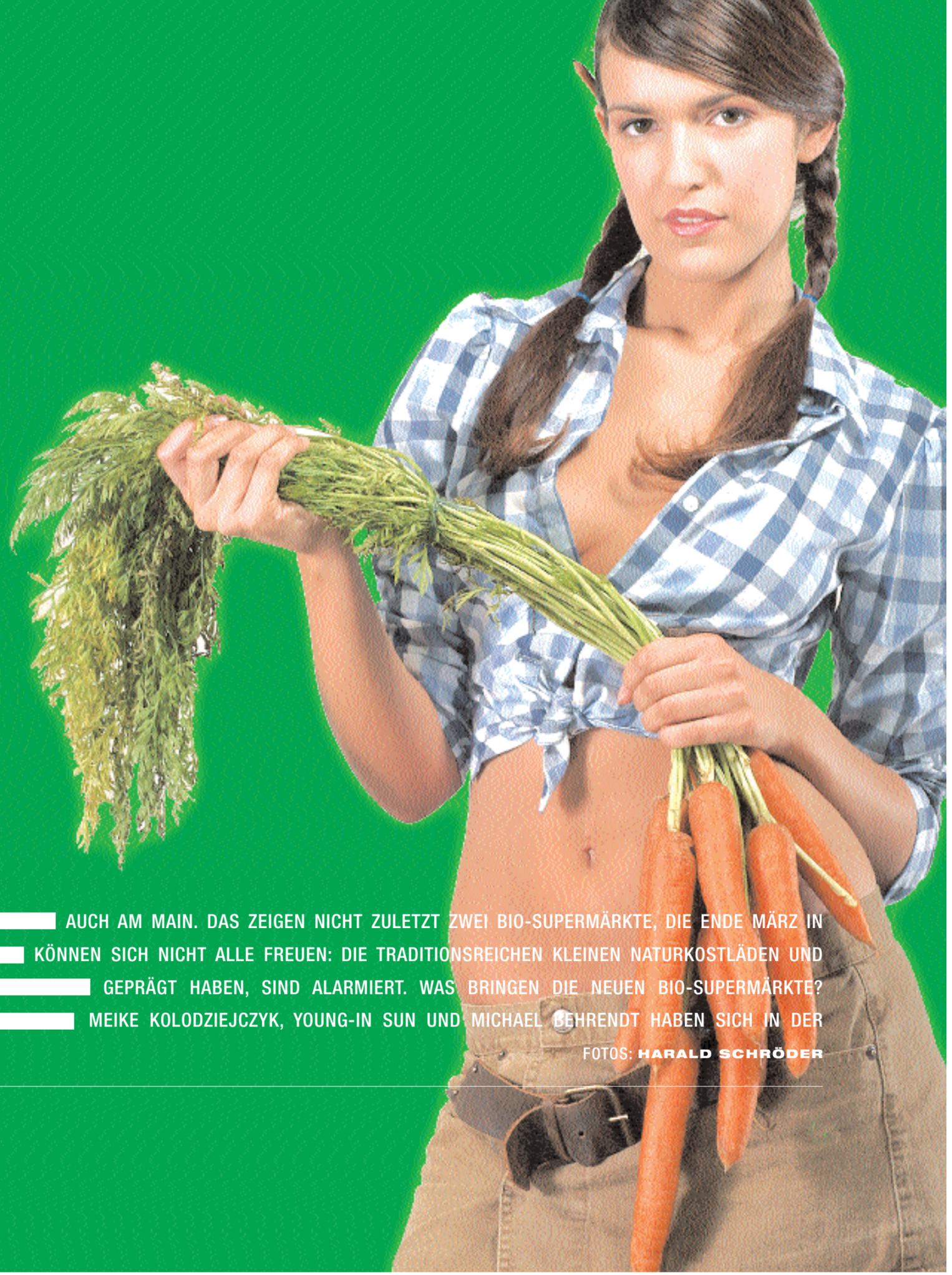


BUY BUY BIO



NATURKOSMETIK UND LEBENSMITTEL AUS ÖKOLOGISCHEM ANBAU LIEGEN VOLL IM TREND. AUCH AM MAIN. DAS ZEIGEN NICHT ZULETZT ZWEI BIO-SUPERMÄRKTE, DIE ENDE MÄRZ IN FRANKFURT ERÖFFNET UND SEITDEM ENORMEN ZULAUF HABEN. DOCH DARÜBER KÖNNEN SICH NICHT ALLE FREUEN: DIE TRADITIONSREICHEN KLEINEN NATURKOSTLÄDEN UND REFORMHÄUSER, DIE DAS STÄDTISCHE NATUR- UND ÖKO-ANGEBOT IN DER VERGANGENHEIT GEPRÄGT HABEN, SIND ALARMIERT. WAS BRINGEN DIE NEUEN BIO-SUPERMÄRKTE? WIE HART IST DER PREISKAMPF WIRKLICH? UND WAS KOMMT AUF DIE KUNDEN ZU? MEIKE KOLODZIEJCZYK, YOUNG-IN SUN UND MICHAEL BEHRENDT HABEN SICH IN DER FRANKFURTER BIO-SZENE UMGEGEHEN.

FOTOS: HARALD SCHRÖDER

AUFMACHERFOTO: DIRK OSTERMEIER
MODEL: ERIN (EAST WEST MODELS)
VISAGISTIN: SYBILLE LÖFFELHOLZ



**JÜRGEN HELMIG
BASIC:**

**GESUNDE
ERNÄHRUNG AUS
DER „SELTSAM-
ECKE“ HERAUS-
HOLEN UND ALLEN
ZUGÄNGLICH
MACHEN.**

„Wir sind auf keinen Fall ein Discounter“, sagt der Mann aus der Münchner Firmenzentrale am Telefon. „Und schon gar nicht machen wir mit Dumpingpreisen die Mitbewerber kaputt!“ Eigentlich wollte der JOURNAL-Redakteur nur kurz ein statistisches Detail abfragen. Doch der Mann am Telefon nutzt den Anruf für eine vorbeugende Rechtfertigung. „Es gab sogar einige Kunden, die dachten, es handele sich um einen konventionellen Supermarkt. Und als sie drin waren, waren sie erstaunt über die nicht unbedingt niedrigen Preise.“ Fazit des Mannes: „Was da bei Ihnen in Frankfurt über den Verdrängungswettbewerb in der Zeitung stand, das war schon ziemlich tränenrührig.“

Ein unkonventioneller Markt, der ausgerechnet seine hohen Preise betont? Die Rede ist von **Basic**, dem neuen Bio-Supermarkt im Nordend. Am 31. März hat er direkt am Merianplatz eröffnet, seitdem reißt der Kundenstrom nicht ab. Die Rede ist aber nicht nur von Basic allein. Denn wie es der Zufall wollte, hatte nur vier Tage vorher in der Bockenheimer Landgrafenstraße ein Bio-Supermarkt der Kette Alnatura aufgemacht – mit ähnlich durchschlagendem Erfolg. Über Nacht war Frankfurt mit einem neuen Shopping-Phänomen konfrontiert, das unter Händlern und Kunden eine leidenschaftliche Diskussion entfachte. Deren wichtigste Argumente klingen in den rechtfertigenden Statements aus der Münchner Basic-Zentrale schon deutlich an: Bio-Supermärkte greifen auf ein Netz aus bundesweiten Großhändlern zurück und befriedigen eine steigende Nachfrage. Mit der neuen Art ihrer Präsentation erreichen sie eine Vielzahl noch „unbeleckter Kunden“, die „Öko“ gerade erst ent-

decken. Kritiker sprechen von aggressiven Dumpingpreisen, die kleine Einzelhändler einfach platt machen. Öl ins Feuer der Supermarkt-Gegner kippte der Monat Juli: Malm, ein kleiner Naturkostladen in Bockenheim, musste schließen, und ein Bericht in der *Frankfurter Rundschau* legte indirekt nahe, das Ende von Malm habe unmittelbar mit der Eröffnung von Alnatura zu tun. Kein Wunder also, dass der Basic-Mann in München dem JOURNAL gegenüber die üblich hohen Supermarktpreise seines Unternehmens betont.

Doch warum sollten Preise im Bio-Supermarkt höher sein als in anderen Märkten? Wie wirken sich die neuen Einkaufstempel wirklich auf den Frankfurter Handel aus? Und was ist dran an den Vorwürfen gegen die neuen Ketten? Haken wir zunächst bei Basic nach. Schon der Name klingt modern. Die breite Glasfront am Merianplatz gewährt Einblick in eine warm beleuchtete Halle mit Gemüseabteilung, Kassenboxen und breiten Gängen. Der siebte Basic-Markt in Deutschland wirkt viel einladender als der dröge Plus-Markt, der hier einmal war. Drinnen weisen mit Kreide beschriebene Tafeln den Weg, auf rund 600 Quadratmetern gibt es Fleisch- und Käse-Bedientheken, Molkereiprodukte, Öle, Körner und frische Backwaren, Säfte, Wein, eine Kosmetikabteilung und vieles mehr. Rund 8000 Artikel, wie im konventionellen Supermarkt – nur von anderen Herstellern, mit anderem Aussehen. Und durch und durch Bio. Hemmschwellen für Neulinge gibt es kaum. Das bunt gemischte Nordend-Publikum, das nur vereinzelt irgendwelchen Lila-Latzhosen-Klischees entsprechen will, kann in Ruhe stöbern. Und wenn doch Fragen bestehen, ist ein Marktmit-

arbeiter schnell zur Stelle. Ein Testeinkauf zeigt: Ob Schokolade von Rapunzel oder ein Vanille-Reis-Drink von Imagine Foods, ob Schlemmerpastete von Martin Evers oder Andechser-Naturjoghurt – die Bio-Spezialitäten von heute sind nicht nur attraktiv verpackt, sie schmecken auch ausgesprochen gut. Und tatsächlich: Die Preise haben alles andere als das Schimpfwort „Dumping“ verdient – erst recht nicht im Vergleich mit konventionellen Märkten: Kostet etwa die billigste Butter im HL-Markt 89 Cent, muss man bei Basic ab 1,49 Euro (Marke: Bioland) berappen. Zahlt man für die billigste Basic-Vollmilchschokolade 99 Cent (Vivani), kriegt man sie bei Aldi bereits ab 29 Cent (Monarc), bei HL gar ab 25 Cent (jal).

Jürgen Helmig, der drahtige Basic-Marktleiter, erklärt, warum das so ist: „Bio ist von Natur aus teurer, weil die Produkte wesentlich höheren Qualitätsstandards entsprechen. Ökologischer Landbau etwa ist aufwendiger in der Produktion und wird streng kontrolliert. Das schlägt sich im Preis nieder – aber auch im Geschmack.“ Dennoch hat Helmig, der einst eine Fotolehre machte, dann das Reformhaus seines Vaters im Ruhrgebiet führte und zuletzt Manager eines Swatch-Stores war, mit seinem Supermarkt die Möglichkeit, den Kunden preislich entgegenzukommen: Die Eigenmarke Basic bietet rund 600 Grundprodukte besonders günstig an, daneben gibt es Sonderangebote und Aktionen. Denn zusätzlich zum Gewinn will Basic eines ganz besonders: gesunde Ernährung aus der „Seltsam-Ecke“ herausholen und möglichst vielen Menschen zugänglich machen. Deshalb der Slogan „Bio für alle“. Ein Ansatz, dem „rund 1000 bis 1500 Kunden täglich“ Recht geben. Den „Supermarkt killt Tante Emma“-Vorwurf weist Helmig entschieden zurück – die konventionellen Tante-Emma-Läden seien mit viel aggressiveren Preissattaufen konfrontiert als ihre Naturkost-Gegenstücke. Im Großteil des Sortiments, das auch echte Luxusprodukte umfasst, sei Basic oft nicht günstiger als der durchschnittliche Bioladen. Schwört Jürgen Helmig und wendet sich dem nächsten Kunden zu.

Anderer Stadtteil, ähnliches Bild. Der **Alnatura**-Supermarkt in Bockenheim, deutschlandweit bereits die 15. Filiale der Kette, hat nicht nur dieselbe Größe, sondern auch dieselbe einladende Fensterfront, dieselben Kassenboxen, Frischetheken, breiten Gänge und (Sonder-) Angebotsstrategien wie Basic. Es gibt nur wenige Unterschiede: die etwas nüchternere Anmutung, ein Angebot an Naturtextilien und die stark präsente Eigenmarke Alnatura, die Grundprodukte günstig offeriert. Preislich agiert man ähnlich wie Basic – manches ist ein paar Cent teurer, anderes etwas günstiger. Marktleiterin Astrid Paefgen, die Biologie und Geographie studiert hat, jede Menge Einzelhandelserfahrung mitbringt und zuletzt in Köln bei Karstadt in der Lebensmittelabteilung arbeitete, freut sich bei „500 bis 1000 Kunden täglich“ über die unerwartet breite Akzeptanz in Frankfurt. Und schwört wie Jürgen Helmig auf den ehrbaren Ansatz, „Bio für jeden zugänglich zu machen“.



**ASTRID PAEFGEN
ALNATURA:**

**VON DEN
GROSSEN MÄRKTENI
KÖNNEN AUCH
DIE KLEINEN
LÄDEN
PROFITIEREN.**

Der Erfolg der grünen Supermärkte kommt nicht von ungefähr – und sollte Bundesverbraucherministerin Renate Künast glücklich machen. Mit Blick auf die jüngsten Lebensmittelskandale und das wachsende Problem der Fettleibigkeit von Kindern fordert sie für alle Bürger bezahlbare Bioprodukte und den Ausbau der ökologischen Landwirtschaft. Der kommt auch langsam in Fahrt: Laut Jahresmeldungen der Bundesländer waren im Jahr 2002 ca. 3,6 Prozent aller landwirtschaftlichen Betriebe in Deutschland Öko-Betriebe (0,3 Prozent mehr als 2001), der ökologisch bearbeitete Anteil an der landwirtschaftlich genutzten Gesamtfläche betrug 4,1 Prozent (2001 ca. 3,7 Prozent), die Zahl der verarbeitenden Öko-Betriebe stieg um 7,4 Prozent. Auch die Umsätze der Bio-Branche sind beeindruckend. So hält etwa der Bundesverband Naturkost Naturkostwaren Herstellung und Handel e.V. (BNN) in seinem aktuellen Trendbericht folgende Zahlen fest: Hatte die Naturkostbranche im BSE-bedingten Rekordjahr 2001 eine Gesamtumsatzsteigerung von 32,1 Prozent erzielt, so konnte sie im Jahr 2002 den Umsatzlevel von 890 Millionen Euro trotz Konjunkturkrise und Teuro-Diskussion halten. Außerdem ging die Entwicklung von Läden und Märkten voran: Im Boom-Jahr 2001 wurden deutschlandweit insgesamt 42 neue großflächige Naturkostmärkte und Bio-Supermärkte eröffnet, 2002 folgten noch stolze 14. Vor dem Hintergrund der fast überirdischen Zahlen von 2001 und der Einbrüche im konventionellen Handel ein beachtliches Ergebnis.

Von den Auswirkungen der BSE-Krise, die viele verunsicherte Verbraucher in die Naturkostläden trieb, konnte zunächst auch Mechthild Dehler profitieren. Die Leiterin des kleinen Naturkostladens **Rote Rebe** ist seit 17 Jahren dabei und kommt ursprünglich aus der Umwelt- und Alternativbewegung. Irgendwann gab sie ihren damaligen Job auf, um ganz in den Laden einzusteigen. Vor 13 Jahren zog sie mit dem Geschäft in die Wiesenstraße, nur ein paar Schritte vom Bornheimer Uhrtürmchen entfernt. Die Rote Rebe ist das exakte Gegenteil von einem Bio-Supermarkt: Auf 60 Quadratmetern mit charmanten Ecken und Winkeln drängt sich ein beachtliches Kosmetik-, Wein- und Naturkost-Sortiment der einschlägigen Marken, fast 50 Prozent des Umsatzes bringt der Frischebereich mit Brot, Käse, Molkereiprodukten, Obst und Gemüse. Das Besondere hier: Die Frische-Produkte stammen möglichst aus der Region. Wer eintritt, steht gleich mittendrin und wird bald persönlich angesprochen. Die Beratung ist fachkundig und nett, spezielle Produkte können individuell bestellt werden. Dass der Boom nach der BSE-Krise nur kurz anhielt und die Rote Rebe heute kämpfen muss, hat mehrere Gründe. Viele Kunden sind „im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes“ irgendwann aufs Land gezogen, neue Kunden wuchsen weniger nach, „im Stadtteil gab es Strukturveränderungen“. Um das Uhrtürmchen herum, wo sich ohnehin viele konventionelle Läden und Supermärkte gegenseitig auf die Pelle rücken, ist zweimal wöchentlich Markt mit einigen



Reformhäuser

REFORMHÄUSER STEHEN IN DER TRADITION ALL JENER BEWEGUNGEN, DIE SICH ANGESICHTS DER FORTSCHREITENDEN INDUSTRIALISIERUNG DEM GESUNDEN LEBEN UND EINER AUSGEWOGENEN ERNÄHRUNG VERSCHRIEBEN: NATURHEILKUNDLER, VEGETARIER, ANTIALKOHLIKER, WANDERVÖGEL, LEBENSREFORMER. 1900 ERÖFFNETE IN WUPPERTAL DAS ERSTE REFORMHAUS, 1927 WURDE IN FRANKFURT DIE VEREINIGUNG DEUTSCHER REFORMHÄUSER GEGRÜNDET, DIE SICH NACH DEM ZWEITEN WELTKRIEG – MITTLERWEILE ALS NEUFORM VEREINIGUNG DEUTSCHER REFORMHÄUSER E.G. – IN BAD HOMBURG NIEDERLIESS. 1975 VERLEGTE DIE GENOSSENSCHAFT IHREN SITZ NACH OBERURSEL, WO SIE BIS HEUTE NEBST REFORMHAUSFACHAKADEMIE RESIDIERT. DIESE WIDMET SICH DER AUS- UND FORTBILDUNG DER REFORMHAUSFACHBERATER UND BIETET SEMINARE UND WELLNESSWOCHE FÜR ALLE INTERESSIERTEN AN. REFORMHÄUSER VERSTEHEN SICH ALS BERATENDE FACHGESCHÄFTE FÜR GESUNDES LEBEN, IHR ANGEBOT UMFASST NEBEN VEGETARISCHEN UND DIÄTETISCHEN LEBENSMITTELN NATURARZNEIMITTEL, (NATUR-) KOSMETIK UND KÖRPERPFLEGEPRODUKTE SOWIE NAHRUNGSERGÄNZUNGSMITTEL – ZUM TEIL PRODUKTE UND MARKEN, DIE ES NUR IN REFORMHÄUSERN GIBT. TRADITIONELL GEHÖREN ERZEUGNISSE AUS BIOLOGISCHEM ANBAU ZUM STANDARD-SORTIMENT, DAS REGELMÄSSIG IM NEUFORM-LABOR KONTROLLIERT WIRD, UM DIE HOHEN QUALITÄTSRICHTLINIEN ZU SICHERN. ZWAR GIBT ES HEUTE MEHR UND MEHR ÖKOLOGISCHE ARTIKEL UND MITUNTER AUCH FRISCHWAREN IN DEN REFORMHÄUSERN, WAS DAS ALTBACKENE „GESUNDHEITS“-IMAGE EIN WENIG ENTSTAUBT HAT. DOCH BIO IST HIER EBEN NICHT ALLES.

WEITERE INFORMATIONEN UNTER: WWW.REFORMHAUS.DE
WWW.NEUFORM.DE
WWW.REFORMHAUS-FACHAKADEMIE.DE



Naturkostläden

EIN GANZHEITLICHER GESUNDHEITSBEGRIFF GING ANDEREN IDEOLOGISCH UND POLITISCH NICHT WEIT GENUG. SO ENTSTANDEN ANFANG DER SIEBZIGERJAHRE DIE ERSTEN BIOLÄDEN. ZUM EINEN SPEISTE SICH DIE NEUE SZENE AUS DEN RELIKTEN DER 68ER- UND DER AUFKOMMENDEN ÖKOLOGIEBEWEGUNG, AUS DENEN AUCH DIE GRÜNEN HERVORGINGEN; ZUM ANDEREN VERSUCHTE MAN, HIPPIE-IDEALE VON ALTERNATIVEN LEBENSENTWÜRFEN, AUSSTIEGERTUM UND KOMMUNEN-DASEIN IN DIE PRAxis UMZUSETZEN. DIE ERSTEN LADEN-KOLLEKTIVE MUSSTEN BIO-ERZEUGER FINDEN, IM ZWEIFEL BAUTEN SIE SELBST AN ODER IMPROVISIERTEN ANDERWEITIG. ALLMÄHLICH ERÖFFNETEN IMMER MEHR BIO-LÄDEN, PARALLEL ETABLIERTEN SICH HERSTELLER UND GROSSHÄNDLER – EIN DICHTES KOOPERATIONS- UND VERBANDSNETZ ENTSTAND. ALS IN DEN ACHTZIGERJAHREN NATURKOSTLÄDEN INFOLGE VON LEBENSMITTELSKANDALEN EINEN AUFSCHWUNG ERLEBTEN, BEGANN DER STAAT, DEN ÖKOLOGISCHEN LANDBAU ZU SUBVENTIONIEREN, DER REAKTORUNFALL IN TSCHERNOBYL 1986 UND DIE BSE-KRISE 2001 MARKIERTEN ENTSCHEIDENDE WENDEPUNKTE FÜR DAS ALLGEMEINE UMWELT- UND ERNÄHRUNGSBEWUSSTSEIN. 1988 GRÜNDETE SICH DER BUNDESVERBAND NATURKOST NATURWAREN EINZELHANDEL (BNN), DER DAS SORTIMENT SEINER MITGLIEDER REGELMÄSSIG AUF HUNDERTPROZENTIGE BIO-QUALITÄT KONTROLLIERT. HEUTE FINDEN DIE KUNDEN, DIE LÄNGST NICHT MEHR DEM KLISCHEE DER WELTVERBESSERNDEN ÖKOS ENTSPRECHEN, IM NATURKOSTLADEN PRINZIPIELL ALLES, WAS ES ZUM BIOLOGISCH WERTVOLLVOLLWERTIGEN LEBEN BRAUCHT. HIER IST DIE PALETTE FAST AUSSCHLIESSLICH BIO. NOCH VOR NICHT ALLZU LANGER ZEIT GALT „ÖKO“ VIELEN ALS SCHIMPFWORT, HEUTE SETZT SICH BIO IN IMMER BREITEREN BEVÖLKERUNGSSCHICHTEN DURCH. EIN LUKRATIVER MARKT IST ENTSTANDEN, DIE STEIGERUNG VON NACHFRAGE UND PRODUKTION ZIEHT SEIT EINIGEN JAHREN DIE ERÖFFNUNG VON BIO-SUPERMÄRKTEN NACH SICH.

WEITERE INFORMATIONEN UNTER: WWW.N-BNN.DE



**MECHTHILD DEHLER
ROTE REBE:**

DIE GROSSEN
SUPERMÄRKTE
SCHÖPFEN AB,
WAS ANDERE
VORBEREITET
HABEN.

Bio-Ständen. Und vor knapp zwei Jahren eröffnete dort eine unscheinbare Filiale der Fuldaer Marktkette **tegut**: Die zeichnet sich dadurch aus, dass sie ihr konventionelles Sortiment durch relativ günstige Bio-Produkte ergänzt, geliefert vor allem von Alnatura. „Damals fingen die Probleme an“, sagt Mechthild Dehler, „doch seit Basic und Alnatura offen haben, ist der Umsatzeinbruch ganz deutlich.“ Preislich kann sie kaum mithalten: „Kleine Bestellmengen, höherer Verkaufspreis. Außerdem ist die Ladenmiete hoch, das zwingt mich zu einer strengeren Kalkulation.“ Bei JOURNAL-Stichproben zeigen sich mal größere, mal kleinere Unterschiede zur großen Konkurrenz: So kostet 1 Liter Sojadrink der Marke Bruno Fischer bei Mechthild Dehler 2,19 Euro, bei Basic und Alnatura 1,99 Euro. 0,7 Liter Möhrensaft der Marke Voelkel sind in der Roten Rebe für 2,50 Euro zu haben, bei Basic und Alnatura für jeweils 2,49 Euro. Ein weiterer Beleg dafür, dass „die Großen“ nicht mit Dumpingpreisen arbeiten. Aber auch ein Beleg dafür, dass Einzelhändler letztlich teurer sind.

Dass die neuen Supermärkte „solche Auswirkungen“ haben würden, hätte Mechthild Dehler „nicht gedacht“. In Zukunft will sie die Regionalität ihrer Produkte und den individuelleren Service hervorheben, ansonsten sieht sie wenig Handlungsspielraum. Der Gedanke, sich mit anderen Einzelhändlern zusammenzutun und eine Art Einkaufszentrum zu gründen, so wie Europas erstes Öko-Kaufhaus, die Rommelmühle in Bietighcim-Bissingen, scheiterte an den Banken, die keine Kredite geben wollten. Und so blickt Mechthild Dehler skeptisch auf die Bio-Supermärkte. Die, so sagt sie, schöpfen ab, was andere vorbereitet haben, gehen aggressiv

dorthin, wo es schon Naturkostläden gibt, und könnten „schwarze Schafe“ provozieren, die im Zuge des „Billig-Wahns“ Kontrollen umgehen und die Branche in Verruf bringen. „Wenn es nur noch Ketten und Großmärkte gibt“, befürchtet sie außerdem, „verlieren die Stadtteile ihre Individualität.“ Und, an potenzielle Kunden gerichtet: „In alles wird in Deutschland investiert, nur nicht in Ernährung!“ Der Ärger über das schwierige Umfeld der Roten Rebe ist verständlich. Vor allem wenn tegut-Marktleiter Rainer Jakobs einen wahren Run auf seine Bio-Produkte feststellt: „Die laufen hier so gut, dass ich in Zukunft noch aufstocken werde!“ Zwar hat auch er den Basic-Effekt gespürt, doch „die Kunden kommen zurück. Wir haben die ausgewogene Mischung aus Konventionell und Bio“, behauptet er selbstbewusst, „und günstiger im Preis-Leistungs-Verhältnis sind wir auch.“

Andere Naturkostladen-Betreiber mit glücklicherer Ausgangsposition sehen der neuen Konkurrenz gefasst ins Auge. Matthias Paust etwa, der seit 1998 den **Grüneburger Naturkost**-Laden betreibt und stolz auf seine Käsetheke mit über 100 Sorten blickt, verweist auf die vorteilhafte Lage („so ein Laden hat hier grundsätzlich gefehlt“) und tut ständig Sonderangebote für die Kunden auf: „Da helfen auch die Herstellerkontakte, die wir jedes Jahr auf der Biofachmesse in Nürnberg knüpfen.“ Seine überraschende Einschätzung: „Letztlich haben die Supermärkte auch etwas Positives: Sie ziehen neue Kunden, die hinterher vielleicht auch mal bei den Kleinen vorbeischauen.“ Wie Matthias Paust auf Käse, so hat sich auch Monika Teufel spezialisiert. Die zupackend-sympathische Mache-

rin des **Lebensbaum**-Ladens in der Eckenheimer Landstraße bietet neben dem üblichen Sortiment viele Kräuter und Tees mit heilender Wirkung an. Stärken sieht sie in der Möglichkeit, individuelle Bestellungen für die Kunden zu tätigen, und in der Unterstützung von Herstellern aus der Region. „Auch gibt unser Großhändler Phönix, der übrigens hier aus dem Lebensbaum entstanden ist, den Frankfurter Läden immer wieder die Möglichkeit, bestimmte Waren günstiger zu verkaufen.“ Aber Monika Teufel übt auch Selbstkritik: „Was nicht gut läuft in der Naturkostszene, ist die Werbung für Naturkost.“ Eigenmarketing und ein noch besserer Zusammenhalt lauten die Stichworte. Und hier scheint sich in Zukunft etwas zu tun. Bei Redaktionsschluss erfährt das JOURNAL von einem Treffen zwischen Großhändler und Frankfurter Laden-Machern. Hanne Brasch von der Phönix Naturprodukte GmbH fasst das Ergebnis zusammen: „Wir haben den Arbeitskreis Frankfurter Naturkostfachgeschäfte gegründet. Wir wollen uns regelmäßiger treffen und einen intensiven Austausch pflegen.“ Mit dem Aufkommen der Bio-Supermärkte hat sich eine paradoxe Situation ergeben. Bio boomt, ein immer größer werdendes Publikum mit immer weniger ideologischen Vorbehalten sorgt für eine gesteigerte Nachfrage – und dennoch haben einige Anbieter und Läden Probleme. So kommt es, dass Politisch-Korrekt Politisch-Korrekt verdrängt. Denn hinter „Großen“ wie Basic und Alnatura verbergen sich nicht eiskalte Profitgeier, sondern traditionsreiche Unternehmen mit gutem Ruf. Alnatura ist bereits seit 1984 aktiv, und Karl Ludwig Schweisfurth, der Vater von Basic-Mitgründer Georg, ist der Kopf einer preisgekrönten, nach ihm benannten Umweltstiftung.

Wer in der neuen Marktsituation bestehen will, dem helfen eine gewisse Alleinstellung in seinem Umfeld, eine möglichst große Ladenfläche und gute Spezialangebote. All das hat der **Rödelheimer Naturkost**-Laden von Barbara Apolke und Volker Picard. Picard, Mitglied des noch immer musizierenden Frankfurter Band-Urgesteins Die Straßenjungs („Wir verwalten unsere eigene Legende!“), und Apolke, „auf dem Land mit Vollwerternährung aufgewachsen“, haben einen „engen Bezug zur Alternativbewegung“. Sie verstehen sich als aktiver Stadtteilladen, der soziale Projekte unterstützt und Unterschriftenlisten auslegt. Auf großzügigen 140 Quadratmetern bieten sie „im XL-Format“ rund 3500 Produkte für ein bunt gemischtes Publikum aus den westlichen Stadtteilen und dem Taunus an – die City ist für sie „nicht interessant“. Auf Alnatura im benachbarten Bockenheim reagieren sie mit vielfältigen Sonderangeboten und Produkten der besonders preiswerten Öko-Marke GREEN. Über diese verkaufen – ähnlich wie bei ja! und DIE WEISSEN – bekannte Markenartikel ihre Überproduktion. Mit „preiswerter Kalkulation“ und effektiver Werbung hält sich die Rödelheimer Institution noch ganz gut. Und wenn alle Stricke reißen? „Dann haben wir noch immer unser damaliges BSE-Hoch als Reserve!“ Die neuen Supermärkte



**MATTHIAS PAUST
GRÜNEBURGER
NATURKOST:**

GUTE LAGE
UND GÜNSTIGE
ANGEBOTE
SIND
WICHTIG.

haben sich lange angekündigt, sagen Apolke und Picard, „man hatte Zeit, sich vorzubereiten“. Und: „Im Idealfall bereiten die Bio-Märkte den Boden für eine noch breitere Akzeptanz. Von der können die kleineren Läden wieder profitieren.“ Spezialisiert euch! Betont eure Stärken! Das geben die großen Bio-Supermärkte ihren kleinen Mitbewerbern großzügig als Überlebensstipp mit auf den Weg. Basic-Marktleiter Jürgen Helmig ohne Schuldgefühle: „Ich sehe uns als Ergänzung für den bestehenden Markt, es ist Platz für alle. Es liegt eben in der Verantwortung eines Kaufmanns, zu reagieren und seine Nische zu finden, seine Chance zu nutzen.“ Alnatura-Marktleiterin Astrid Paefgen ergänzt: „Wir Großen sorgen doch dafür, dass sich Bio weiter verbreitet, wir ziehen neue Kunden. Und wenn die Kleinen lernen, mit ihrem Sortiment in die Tiefe zu gehen, dann ist das für sie nur von Vorteil.“

Gute Ratschläge, die sich auch an das zweite große Mitbewerberfeld der neuen Supermärkte richten: die Reformhäuser. Mit ihrem traditionsreichen, weniger alternativ als gesundheitsorientierten Ansatz decken sie seit Jahrzehnten einen nicht unbedeutenden Teil des Naturmarktes ab und bedienen ein eher älteres Norma-

lo-Publikum. Angeschlossen an die Genossenschaft neuform, offerieren sie zahlreiche Produkte aus den Bereichen Naturkosmetik und Nahrungsmittelergänzung, die es nirgendwo anders gibt. Auch ein kleiner Naturkostanteil gehört seit jeher zum Sortiment. Weil sich über die Jahre hinweg kaum etwas bewegte, haben die Reformhäuser ein klinisches bis angestaubtes Image entwickelt – und sind durch die neuen Bio-Supermärkte mindestens ebenso erschüttert worden wie die sie belächelnde Naturkostszene. Nicht nur das Reformhaus **FREYA** am Merianplatz, wenige Schritte von Basic entfernt, räumt deutliche Umsatzeinbußen in den ersten Wochen nach Markteröffnung ein. „Die Reformhäuser haben die letzten 20 Jahre verschlafen“, stellt Basic-Leiter Jürgen Helmig ohne Häme fest, „das weiß ich aus eigener Erfahrung.“ Doch so leicht geben sich die Gescholtenen nicht geschlagen. FREYA, ein Familienunternehmen, das in Frankfurt acht Filialen unterhält, hat längst mit der Umstrukturierung begonnen: So wurde bewusst mit Blick auf den kommenden Bockenheimer Alnatura-Markt im November 2002 auf der Leipziger Straße die wohl modernste FREYA-Filiale eröffnet: ein hell erleuchtetes Geschäft mit stolzen 100 Quadratmetern Verkaufsfläche –



**RAINER JAKOBS
TEGUT:**

DIE MISCHUNG
AUS BIO UND
KONVENTIONELL
KOMMT AN, UND
BIO GANZ
BESONDERS.



**MONIKA TEUFEL
LEBENSBAUM:**

WAS NICHT GUT
LÄUFT IN DER
NATURKOSTSZENE,
IST DIE WERBUNG
FÜR NATURKOST.

Mmmh ... lecker!
» ... und so gesund! «

Für nur **12,- Euro** pro Korb
Sie unsere Schmeckerkarte
frei Haus Nach bestm.
bestellen!

Telefon: (069 24) 89 24-0
www.paradieschen.de

- kontrolliert ökolog. Produkte
- vielfältige Auswahl
- frisch und hohe Qualität
- zuverlässige Lieferung
- frei Haus
- attraktive Preise

Paradieschen
Bayerische Frei Haus

Bioland
SPRINGER VERLAG

Geiler als Geiz!

basic, der frische Bio-Supermarkt
für alle, die noch was vorhaben.

In Frankfurt
Am Merianplatz
Bergerstr. 40-42
Tel. 069-48 00 67 00

basic
Bör für alle

34. BIO-SHOPPING

Preisvergleich Bio- und Naturprodukte

Bei ihren Preisvergleich-Stichproben am 6./7.8. traf JOURNAL-Mitarbeiterin Young-In Sun auf viel Skepsis, ein Laden wollte nicht genannt werden. Klar: Stichproben sagen wenig über die Gesamtkalkulation aus – wo ein Produkt teurer ist, können andere billiger sein. Dennoch: Gerade Gängiges muss sich vergleichen lassen. Wo es ein Produkt nicht gab, nennen wir vergleichbare Produkte.

	ALLOS HONIG 500G	WELEDA IRIS FEUCHTIGKEITSCREME 30ML	SÖBBEKE NATUR-JOGHURT IM GLAS MILD 1,5 % 500G	DAVERT DINKEL 1KG	RAPUNZEL SONNENBLUMENÖL 750ML	VOELKEL MÖHRENSAFT 0,7L	BRUNO FISCHER BROTAUFSTRICH-NUSSPAPRIKA 125G	RAPUNZEL VOLLKORN-SPAGHETTI 500G	BRUNO FISCHER SOJADRINK 1L	ALLOS AMARANTH FRÜCHTE-MÜSLI 750G
ALNATURA LANDGRAFEN-STR. 11 (069) 79534730	AKAZIE 5,99 KLEE 4,99	7,29	ANDECHSER NATURJOGHURT MILD 1,8% 500G 1,19	ALNATURA DINKEL 1KG 1,75	2,99	2,49	1,89	0,99	1,99	3,59
BASIC BERGER STR. 40-42 (069) 48006700	AKAZIE 5,99 KLEE 5,99	6,79	0,99	BASIC DINKEL 1KG 1,79	3,79	2,49	1,99	0,99	1,99	500G 3,49
DISTEL NATURKOST HOMBURGER STR. 17 (069) 777823	KLEE 5,99	8,95	0,99	2,29	3,79	2,49	1,99	1,29	1,99	500G 3,99
EISENBACH ANDREAS REFORMHAUS FRIEDBERGER LDSTR. 94 (069) 431900	KLEE 5,99	8,95	0,99	1,99	3,99	2,55	1,99	1,39	2,04	500G 3,99
GRÜNEBURGER NATURKOST GRÜNEBURG-WEG 78 (069) 95502229	AKAZIE 6,45		0,99	2,40	3,59	FELDFRISCH 2,55	1,99	0,99	2,25	3,99
GRÜNKERN STEGSTR. 59 (069) 627649	AKAZIE 6,85 KLEE 5,90	8,95	1,35	ANTERS-DORFER MÜHLE DINKEL 1KG 3,00	3,55	EOS MÖHRENSAFT 0,7L 1,95	2,15	1,35	2,15	4,10
LEBENSBAUM NATURKOST ECKENHEIMER LDSTR. 72 (069) 5973068	BIOLAND AKAZIEN-HONIG 500G 5,95	PRODUKTE VON WELEDA AUS DER REIHE „WILDROSE“	1,25	BIOLAND DINKEL 1KG 2,75	3,95	2,45	2,25	0,99	2,25	4,25
REFORMHAUS FREYA LEIPZIGER STR. 30 (069) 70791686	EDEN AKAZIE 500G 5,10	8,40	HEIRLER BIOJOGHURT MILD 0,1% 500G 1,50	REFORMHAUS FREYA 1KG 3,20	VITAQUELL 0,5L 3,10	EDEN-MÖHRENSAFT 0,75L 2,95	GRANOVITA NUSS-PAPRIKA-PASTETE BROTAUFSTRICH 160G 2,45	3 PAULY BIO-VOLLKORN SPAGHETTI 500G 1,59	VITAQUELL SOJAMILCH 1L 1,85	FREYA MÜSLI GRÜN 500G 2,99
ROTE REBE WIENSTR. 28 (069) 453029	AKAZIE 6,90 KLEE 4,99	8,75	1,15	2,40	3,85	2,50	2,15	1,20	2,19	3,95
TEGUT BERGER STR. 195 (069) 46003264	GUTES AKAZIEN-HONIG 500G 4,49		ALNATURA NATURJOGHURT MILD 0,1% 500G 0,95	ALNATURA DINKEL 1KG 1,79	ALNATURA SONNENBLUMEN-ÖL 0,5L 1,95	ALNATURA KAROTTENSAFT 0,75L 1,49	ALNATURA BROTAUFSTRICH PAPRIKA-NUSS 125G 1,49	ALNATURA VOLLKORN-SPAGHETTI 500G 0,85	ALNATURA SOJAMILCH 1L 1,49	TEGUT FRÜCHTE-MÜSLI 750G 2,55

Preisvergleich Bio- und konventionelle Supermärkte

Ebenfalls am 6./7.8. wurden die Stichproben bei konventionellen und Bio-Supermärkten gemacht. Da es hier von Natur aus keine identischen Marken gibt, haben wir aus jedem Markt das billigste Produkt einer Kategorie gewählt. Fazit: Eine volle Bedarfsdeckung im Bio-Supermarkt wird teuer. Laden, (Bio-) Markt, Reformhaus: Vergleichen Sie selbst und picken Sie sich die Rosinen heraus.

	Butter 250 g	Vollmilch 1 l	Kaffee 500 g	Apfelsaft 1 Fl.	Vollmilch-schokolade 100 g	Müsli 750 g	Junger Gouda 250 g	Geschirrspülmittel 1 l	Erdbeermarmelade	Rotwein 1 Fl. 0,75 l	Sonnenblumenöl 1 Fl.	Putenschnitzel	Spaghetti 500 g
ALNATURA Bockenheim, Landgrafensstraße 11	Andechser Naturfrische Almbutter 1,99	Alnatura 3,7 % 0,85	Nieffoffs Coffea Natura 3,95	Alnatura 1 l 0,85	Vivani 0,99	Alnatura Maxi Müsli 1,95	demeter 50 % (100 g/0,99) 2,48	Ecover 2,99	Alnatura 250 g 1,65	Le Pic Vin 2,49	Davert 1 l 1,99 Alnatura 0,5 l 1,95	le Picoreur Biologisches Geflügel Putenschnitzel 1 kg = 22,47	Alnatura 0,85
BASIC Bornheim, Berger Straße 40-42	Bioland 1,49	Andechser min. 3,8 % 0,99	Rapunzel Gusto Café Viva 4,99	denree 1 l 1,19	Vivani 0,99	Rosengarten Basis Müsli 1,99	denree (100 g/1,19) 2,98	Sonett 2,99	Allos Frucht Pur 250 g 1,99	Basic Merlot del Veneto 2,99	Bio Planète 1 l 3,49 Basic Extra Mildes 0,5 l 1,99	Chiemgauer Naturfleisch 1 kg = 16,90	Basic 0,89
HL Bornheim, Berger Straße 161	Deutsche Markenbutter 0,89	Erlenhof 3,5 % 0,55	ja! Kaffee kräftig 2,19	Fruchtgala 1 l ja! 1,5 l Tetra Pak 0,55	ja! 0,25	Sunny Garden Früchte-Vollkorn-Müsli 3,29	Bergziegen-gouda 45 % 2,46	BC 0,89	Mövenpick 250 g 1,85 Zentis 250 g 1,29 ja! 450 g 0,81	Rosenthaler Merlot & Kadarka 1,49	Thomy 0,75 l 1,69 ja! 1 l 0,75	Wiesenhof 1 kg = 9,99	Birke La Mamma 0,89
ALDI Bockenheim, Juliusstraße 5	Milfina 0,85	Milfina 3,5 % 0,55	Amaroy Kaffee extra 2,19	Rio D'Oro 1 l Tetra Pak 0,49	Monarc 0,29	Knusperone versch. Sorten 1,59	Sonnenhof 48 % 0,99	Alio Rain Forest/ Indian Summer 0,89	Ouverture 250 g 0,79 Grandessa 450 g 0,79	Castel del Monte DOC 1,29	Bellasan 1 l 0,89	Gut Weissenhaus Mariniertes Putenschnitzels 500 g = 2,59	Alino 0,29

Querbeet
Bioqualität zum Schnupperpreis!
... einfach & bequem per Hauslieferservice!

Besuchen Sie uns auf dem Wochenmarkt oder im Internet!
Querbeet Bio Lebensmittel GmbH
Thomas Wolf
Pappelhof · 01203 Bisdorf/Heide
Tel. 035 35 920077
Fax 035 35 920076
service@querbeet.de
www.querbeet.de

Nur der Schnupperkiste können Sie sich frische Bio Lebensmittel ganz einfach und bequem nach Hause liefern lassen. Willig unerschindlich und einmalig zum Testen.

Sonderpreis Schnupperkiste € 15,00

Unser reichhaltiges Angebot umfasst Obst, Gemüse, Getreide, Wein, Geflügel, Fleisch & Wurst, Vollkornbrot, Tofu, Säfte und demnächst das komplette Naturkostsortiment.

Unser Liebesgebiet: Radebeul, Offenbach & nähere Umgebung. Rufen Sie uns.

Bioläden in Frankfurt

BIOTOP NATURKOST

Nordend, Oeder Weg 43, Tel. 59792104, Mo-Fr 9-18.30, Sa 9-14 Uhr

Seit zwölf Jahren verkauft Traudel Kunze in ihrem rund 100 qm großen Laden „das Übliche“: Kosmetik, Wein, Brot, Gemüse, Obst, Reinigungsmittel, Tees, Kräuter, Müsli, Körner, Kaffee und mehr. „Wir legen Wert auf Kundenfreundlichkeit und Service, ansonsten haben wir uns im Sortiment nicht spezialisiert.“

DISTEL-NATURKOST-GMBH

Bockenheim, Homburger Straße 17, Tel. 777823, Mo-Fr 9-19, Sa 9-14 Uhr

„Wir legen Wert auf Verbandware, wir kooperieren zum Beispiel mit Rapunzel, die sehr gründlich arbeiten und auch Qualitätskontrollen durchführen.“ Die Distel, schon seit 1976 im Stadteil, bietet ein Bio-Vollsortiment (auch Kartoffelchips!), ergänzt durch Spezialitäten wie Tofu-Produkte. Der Obst- und Gemüsebereich kann sich sehen lassen, auch preislich sehen die Betreiber keine großen Unterschiede zu den Bio-Supermärkten. Läden wie die Distel sind für sie unverzichtbar, „weil der Kunde oft nicht weiß, was Bio ist“.

GRÜNEBURGER NATURKOST

Westend, Grüneburgweg 78, Tel. 95502229, Mo-Fr 8-19, Sa 8-14 Uhr



Auf 60 qm Verkaufsfläche bietet Matthias Paust seit 1998 1800 Produkte an, eine Besonderheit ist die große Käsetheke mit über 100 Sorten und den Schwerpunkten Schafs- und Ziegenkäse. Gut 160 Bio-Weine, Obst, Gemüse, Backwaren, Süßigkeiten, Olivenöle, Müsli, Gewürze, Tiefkühlkost, Eis und Soja-Eis, Marmelade aus der Toskana, Feinkost und Kosmetik gibt es auch, außerdem einen Lieferservice – „die Überlebensstrategie!“.

GRÜNKERN NATURKOST

Sachsenhausen, Stegstraße 59, Tel. 627649, Mo-Fr 9-13.30 u. 15-18.30, Sa 9-13.30 Uhr

Hier gibt es unter anderem Vollkornprodukte, Brot, Müsli, Trockenfrüchte, Obst, Gemüse, 50–80 Käsesorten, Kosmetika (Logona, Dr. Hauschka, Weleda), Wasch- und Reinigungsmittel, Tiefkühlkost, Milchprodukte, Babynahrung, Kleidung (für Babys und Kleinkinder), Wein, Sekt, Shampoo zum Nachfüllen, Aufstriche, Nussmousse, Marmelade, makrobiotische Kost (Algen, Miso-Suppe etc.), Milcheiweiß-, Glutenallergiker- oder Soja-Produkte. „Wir

begreifen uns als Vollsortimenter, und was wir nicht haben, können wir besorgen.“

KANETZKI – KRAUT UND RÜBE

Sachsenhausen, Ziegelhüttenweg 23, Tel. 6313264, Mo-Do 8.45-13 u. 15-19.30, Fr 8.45-19.30, Sa 8.45-14.30 Uhr

Der Name ist Programm: Auf nur 30 qm gibt es konventionelle Produkte, ergänzt durch eine Naturkostabteilung. Auf Wunsch stellt der Betreiber auch Geschenkkörbe zusammen. Tipp: Wein vom Bio-Händler „Matsch & Brei“ aus Wiesbaden. Frisches Gemüse gibt es auf Vorbestellung. Die Kanetzki-Haltung: „Die Bauern aus der Gegend sind mir wichtiger als renommierte Marken. Und wenn mir ein Bauer sagt, dass er seit Jahren keinen chemischen Dünger mehr verwendet, dann ist mir das lieber als die teuren Demeter-Sachen.“

DAGMAR KOCH NATURKOST

Eschersheim, Eschersheimer Landstraße 366, Tel. 516276, Mo/Di/Do/Fr 9-13.30 u. 15-19, Mi u. Sa 9-13 Uhr

Der älteste Naturkostladen in Frankfurt, der zweitälteste in Deutschland. Seit 1974 gibt es hier Gemüse, Obst, Milchprodukte, Getreideprodukte, Kosmetik, Reinigungsmittel, Waschmittel, Suppen, Soßen, Trockenfrüchte, Müsli, Salz – „eigentlich alles“.

LEBENSBAUM NATURKOST

Nordend, Eckenheimer Landstraße 72, Tel. 5973068, Mo-Fr 9-14 u. 15-18.30, Sa 9-13 Uhr

„Wir machen die Tür auch mal vorher auf oder haben länger geöffnet“, sagt Monika Teufel, die den 26 Jahre alten Laden seit viereinhalb Jahren betreibt. Der Lebensbaum unterstützt die Werkstatt Frankfurt und legt Wert auf Kundennähe und Service. Eine Spezialität sind Kräuter und Tees, aber es gibt auch Kosmetika (Dr. Hauschka, Logona, Weleda etc.), Nahrungsmittelergänzungsbedarf, Dinkelprodukte und glutenfreie Produkte.

NATURMARKT KAROTTE

Eschersheim, Hügelstraße 69, Tel. 53098274, Mo-Fr 8-20, Sa 9-14 Uhr

Auch hier gibt es ein Vollsortiment, die Unterschiede zu anderen Läden liegen im Detail. Unter „eigentlich alles“ fallen Käse, Fleisch, Gebäck, Obst, Gemüse, Wein, Trockenprodukte, Säfte, Müsli, Tiefkühlkost, Wasch- und Reinigungsmittel, Babynahrung und Kosmetik, aber auch Geschenkartikel, Kleinigkeiten für Kindergeburtstage, Postkarten Kerzenständer und Seidentücher. „Überhaupt haben wir viel für Kinder.“

ÖKO-LADEN GBR

Höchst, Ludwigshafener Straße 20, Tel. 3086664, Mo-Fr 9.30-18.30, Sa 9-13 Uhr

Seit neun Jahren bietet der Höchster Laden auf 75 qm ein Lebensmittel-Vollsortiment an, der Schwerpunkt liegt auf Frischeprodukten und regionaler Ware. Außerdem sind die Betreiber stolz auf ihre Auswahl an Bio-Fleisch (eingeschweißt) und ein großes Kosmetik-Sortiment.

RÖDELHEIMER NATURKOSTMARKT

Rödelheim, Alexanderstraße 42, Tel. 7893389, www.naturkostmarkt-frankfurt.de, Mo-Fr 9-19, Sa 9-14 Uhr

Mit 140 qm Verkaufsfläche und rund 3500 Produkten ist dieser Laden schon ein kleiner Bio-Markt. Im Zentrum stehen Lebensmittel und Frischeprodukte, wichtig sind den Betreibern regionale Produkte (z. B. Zusammenarbeit mit der nordhessischen Rohmilchkäserei „Kellerwald“) und ein sehr breites UND tiefes Sortiment.

Außerdem: separates Regal für vegane Produkte, Tofu-Spezialitäten und vegetarische Brotaufstriche. Im Bereich Kosmetik werden die gängigsten Firmen verkauft (z. B. Logona komplett), auch Öko-Waschmittel kann man erstehen. Sonderangebote, Aktionen und die Günstig-Marke „Green“ (nach dem ja!-Prinzip) runden das clevere Angebot ab.

ROTE REBE NATURKOST

Bornheim, Wiesenstraße 28, Tel. 453029, Mo-Fr 9-18.30, Sa 9-14 Uhr

„Es gibt alles bei uns“ – neben dem traditionellen Sortiment auch Randprodukte wie Klopapier, Tampons und Taschentücher. Mechthild Dehler führt den nahe der Berger Straße gelegenen Laden, den es schon knapp 21 Jahre lang gibt, seit 17 Jahren. Im Frischebereich, der fast 50 Prozent des Umsatzes bringt, wird Wert auf regionale Produkte gelegt, auch ein Blick auf die feine Weinauswahl lohnt.

TEGUT

Bornheim, Berger Straße 195, Tel. 46003264, Mo-Fr 7-20, Sa 7-18 Uhr

Die Supermarktkette aus Fulda stockt schon seit 1982 ihr konventionelles Sortiment mit ökologischen Lebensmitteln auf – der kleine Frankfurter Markt (215 qm Verkaufsfläche) gehört zu den Filialen mit dem prozentual höchsten Anteil an Bio-Produkten. Diese werden von Alnatura geliefert, aber auch von den tegut-eigenen Betrieben Herzberger (Brot) und kff (Fleisch). Das Sortiment ist ein eigenartiges Nebeneinander von speziell markierten A- (für „absolut günstig“), B- (für „Bio“) und C- (für „Convenience“) -Produkten.

Bio-Supermärkte in Frankfurt

ALNATURA GMBH

Bockenheim, Landgrafenstraße 11, Tel. 79534730, Mo-Mi 9-19, Do/Fr 9-20, Sa 9-16 Uhr

Es ist der 15. Alnatura-Markt in Deutschland und der erste Frankfurter Bio-Supermarkt überhaupt. Am 27.3.2003 öffnete er



in Bockenheim seine Türen. Auf knapp 600 qm Fläche verteilen sich rund 8000 Artikel, darunter Frischeprodukte, Trockenfood, Kosmetika, Weine, Tiefkühlkost, Naturtextilien und rund 600 Produkte der günstigen Eigenmarke Alnatura. Es gibt Sparpreise und Dauerniedrigpreise, um Bio für einen größeren Kundenkreis zugänglich zu machen.

BASIC FRANKFURT-NORDEND

Bornheim, Berger Straße 40-42, Tel. 48006700, Mo-Fr 9-20, Sa 8.30-18 Uhr

Vier Tage nach Alnatura, am 31.3.2003, eröffnete mit Basic der zweite Bio-Supermarkt in Frankfurt. Auf rund 600 qm Verkaufsfläche für rund 8000 Produkte lockt der bundesweit siebte Basic-Markt mit einer Fleisch- und Käsetheke, einem großen Obst- und Gemüsebereich, Backwaren, Milchprodukten, Trocken-Lebensmitteln, Weinen, Säften, Tees, Naschzeug und mehr. Die Eigenmarke „Basic“ bietet Grundnahrungsmittel zu günstigen Preisen, wechselnde Sonderangebote und Niedrigpreis-Aktionen runden das Angebot ab. Slogan: „Bio für alle“. Marktleiter Jürgen Helmig legt Wert auf guten Service und eine überdurchschnittlich hohe Personaldichte.

Lieferservice

QUERBEET

Pappelhof, Dorheimer Straße 107, Reichelsheim, Tel. 06035/920075, www.querbeet.de

1987 war Thomas Wolff der erste Bio-Direktvermarkter auf einem Frankfurter Wochenmarkt, 1989 Gründungsmitglied des Samstags-Erzeugermarktes an der Konstablerwache. Dem Pappelhof bei Friedberg gehören drei Produktionsbetriebe und der Vermarktungsbetrieb Querbeet an, 1996 ging der Querbeet-Lieferservice an den Start. Geliefert wird schwerpunktmäßig nach Frankfurt – bei einem Bestellwert bis 50 Euro für 2,50 Euro Gebühr, ab 50 Euro-Bestellwert aufwärts frei Haus. Das traditionelle Frische-Angebot (Brot, Käse, Obst, Gemüse, Fleisch, Geflügel) wird neuerdings durch das komplette Naturkostsortiment (ausschließlich Kosmetika) ergänzt. „Die Preise orientieren sich an den Vorgaben des BNN, im Frischebereich sind sie sogar etwas günstiger“, für die Kunden besteht keine Verpflichtung zu regelmäßigen Bestellungen. Weil Querbeet auch aufklären will, gibt es jede Woche ein Infoblatt zu Hintergründen und Problemen des Öko-Landbaus für die Kunden.

PARADIESCHEN

Geiselbach, Am Sportplatz 6, Tel. 06024/80240, www.paradieschen.de

Seit 1995 beliefert die von zwei Brüdern gegründete Firma Privatkunden in Fechenheim, Niederrad und anderen Frankfurter Stadtteilen südlich des Mains, im Rheingau, im Odenwald, in Steinau oder Offenbach. Die Lieferung erfolgt frei Haus, nur für Randgebiete wird eine Lieferpauschale von 1,50 Euro erhoben. Kunden stellen sich die Lieferung individuell zusammen oder wählen ab 11 Euro aufwärts

eine bestimmte Kiste (Singles-, Senioren-, Mutter/Kind-, Rohkost- etc.), wobei Sonderwünsche möglich sind. Es gibt alles, von Müsli über Käse und Milch bis hin zu Fleisch und Kosmetika, die Preise entsprechen etwa denen im Fachgeschäft.

Direktvermarkter mit Hofladen

ÖKOLOGISCHER OBSTBAU SCHNEIDER

Nieder-Erlenbach, Am Steinberg 24, Tel. 06101/41522

EU-zertifizierter Betrieb, Apfelbrand, Apfelwein, Fruchtaufstriche und mehr

REHA WERKSTATT NIEDERRAD

Niederrad, Lyoner Straße 11, Tel. 66544-0

Bioland-Betrieb, Honig, Säfte und mehr

Sonstige Anbieter

VINICULUM

Nordend, Egenolffstraße 38, Tel. 4980126, Mo-Fr 11-13 u. 15-19, Sa 10-14 Uhr

1998 von der Zeitschrift Feinschmecker zu einem der 400 besten Weinläden Deutschlands gewählt, 70 Prozent des Sortiments sind Öko-Weine.

STERN

Westend, Westendstraße 71, Tel. 748267, Mo-Fr 8-18, Sa 8-13 Uhr

Bio-Obst und -Gemüse, in der Glauburgstraße 55 (Tel. 598617) gibt es eine Filiale.

ANNES NATUR-GOURMET

Nordend, Zeisselstraße 15, Tel. 15058020

Vegetarischer Partyservice mit Öko-Produkten – eigenständige Firma im Rahmen der Reformhaus-FREYA-Gruppe.

KAISER: DIE VOLLKORBÄCKEREI

Biolandbetrieb mit mehreren Filialen: Stiftstraße 39, Weserstraße 45, Leipziger Straße 81, Schweizer Straße 68, Große Marktstraße 10.

www.ihre-bio-baekerei.de

BIOLAND-FLEISCHEREI

Sachsenhausen, Schweizer Straße 68, Tel. 96231631, Mo-Fr 8.30-18.30, Sa 8-13 Uhr

Der Name ist Programm – Fleisch vom Bioland-Betrieb, im selben Laden ist Kaisers Vollkornbäckerei.

Reformhäuser in Frankfurt

REFORMHAUS FREYA GMBH

Westend, Reuterweg 69, Tel. 97206446, Mo-Fr 9-19, Sa 9-14 Uhr

Innenstadt, Große Bockenheimer Straße 33, Tel. 150580216, Mo-Fr 9-20, Sa 9-18 Uhr

Bockenheim, Leipziger Straße 30, Tel. 70791686, Mo-Fr 8.30-19, Sa 9-16 Uhr

Nordend, Oeder Weg 52, Tel. 95524918, Mo-Fr 9-19, Sa 9-14 Uhr

Sachsenhausen, Schweizer Straße 18, Tel. 61990946, Mo-Fr 9-18.30, Sa 9-14 Uhr

Bockenheim, Leipziger Straße 70, Tel. 70791685, Mo-Fr 9-19, Sa 9-14 Uhr

Eschersheim, Eschersheimer Landstraße 436, Tel. 515423, Mo-Fr 9-18.30, Sa 9-13.30 Uhr



Bornheim, Berger Straße 59, Tel. 490397, Mo-Fr 9-19, Sa 9-14 Uhr

BOEMEL-ERNST REFORMHAUS

Innenstadt, Schillerstraße 30-40, Tel. 20121, 20122, Mo-Fr 7.30-19, Sa 7.30-16 Uhr

EISENBACH ANDREAS REFORMHAUS

Nordend, Friedberger Landstraße 94, Tel. 431900, Mo-Do 9-13 u. 14.30-18.30, Fr 9-18.30, Sa 8.30-13.30 Uhr

FINK REFORMHAUS

HAUPTGESCHÄFTSSTELLE Sachsenhausen, Textorstraße 10, Tel. 629245, Mo-Fr 9-19, Sa 9-14 Uhr

FINK-BARTEL REFORMHAUS

Oberrad, Offenbacher Landstraße 352, Tel. 651916, Mo-Fr 8.30-18.30, Sa 9-14 Uhr

HERZOG GMBH REFORMHAUS

Sulzbach, Main-Taunus-Zentrum, Tel. 313883, Mo-Sa 9.30-20 Uhr

REFORMHAUS AN DER KONSTABLERWACHE

Innenstadt, Fahrgasse 89, Tel. 292952, Mo-Fr 9-14 u. 15-18.30, Sa 9-15 Uhr

KRAUSE SIEGFRIED REFORMHAUS

Niederrad, Bruchfeldstraße 80, Tel. 671390, Mo-Fr 9-19, Sa 8.30-13 Uhr

REFORMHAUS BORNHEIM

Bornheim, Berger Straße 204, Tel. 464243, Mo-Fr 8.30-18.30, Sa 8.30-14 Uhr

REFORMHAUS HERMANN

CENTER GMBH Riederwald, Borsigallee 26, Tel. 06109/508461, Mo-Sa 9-20 Uhr

REFORMHAUS HÖCHST

Höchst, Dalbergstraße 4, Tel. 313291, Mo-Fr 9-18.30, Sa 8.45-13.30 Uhr

REFORMHAUS IM WESTEND

Westend, Arndtstraße 24, Tel. 97405775, Mo-Fr 9.30-19, Sa 9.30-14 Uhr

REFORMHAUS QUENTIN GMBH

Nordweststadt, Limescorso 33, Tel. 95730161, Mo-Fr 9.30-20, Sa 9.30-18 Uhr

REFORMHAUS ANDERSCH

Nordend, Glauburgstraße 77, Tel. 558861, Mo-Fr 9-18.30, Sa 8.30-13.30 Uhr

Eine komplette Liste von Anbietern aus den Landkreisen Offenbach, Offenbach Stadt, Frankfurt/Main Stadt und Main-Taunus erhalten Sie über: Verbraucher-Zentrale Hessen, Große Friedberger Straße 13-17, Tel. 069/972010-30, www.verbraucher.de

Die richtige Erkenntnis nur mit Bio-Lebensmitteln

Diese und andere Bio-Wohlheiten in Ihrem Bioladen:

Naturkost-Bildern in Frankfurt am Main

Biotopt Innenstadt, Oederweg 43, Fon 069 59 79 21 04

Distel GmbH Bockenheim, Homburger Straße 17, Fon 069 77 79 23

Grüneburger Naturkost Westend, Grüneburgweg 78, Fon 069 95 50 22 29

Grüneberg Sachsenhausen, Stegstraße 59, Fon 069 62 79 49

Lebensbaum Nordend, Eckenheimer Landstr. 72, Fon 069 5 97 30 85

Naturkostmarkt Rödelheim, Alexanderstr. 42, Fon 069 7 89 33 89

Öko-Laden Höchst, Ludwigshafener Straße 20, Fon 069 3 09 66 64

Rote Rebe Bornheim, Wiesenstraße 28, Fon 069 45 30 29

