

«So einen Laden macht man nicht auf, um reich zu werden»

Unverpackt nach dem Boom Das Geschäft gegen Plastik und Lebensmittelverschwendung ist hart und zahlt sich nicht immer aus. Drei Betroffene aus dem Kanton Bern erzählen.

Pia Scheidegger

Mit einem Suppenlöffel schöpft Natalie Jacot ungekochte Hörnli von einem Glas ins andere. Im Hintergrund hängen kleine Silos an den Wänden, gefüllt mit Popcorn-Mais, Linsen und Reis. Denn hier, im Tante-Emma-Laden in Münsingen, sind die meisten Lebensmittel nicht verpackt. Jacot ist dieses Konzept mehr als vertraut, sie führt in Thun einen eigenen Unverpackt-Laden.

Ihr Unternehmen Ohni ist auf den Tag genau gleich alt wie der Tante-Emma-Laden. Beide Geschäfte eröffneten kurz vor der Pandemie im Februar 2020. Ihr Start war erfolgreich: Während Corona hatten sie viel Kundenschaft. Dann, als 2022 wieder etwas Normalität in das Leben vieler Menschen einkehrte, herrschte teilweise nur wenig Betrieb.

Tante Emma macht zu

Aus diesem Grund schliesst der Tante-Emma-Laden am 25. Februar, also ziemlich genau nach drei Jahren. «Uns war von Anfang an wichtig, dass wir unseren Mitarbeitenden faire Löhne zahlen können, keine Rechnungen mit Produzentinnen und Lieferanten offenlassen», sagt Mitgründer This Rutishauser. Er und seine Frau Johanna investierten nicht nur Geld, sondern auch viel Zeit in den Unverpackt-Laden. Am Schluss stimmten für sie der zeitliche Aufwand und der finanzielle Ertrag nicht mehr überein.

Jetzt verkaufen die beiden die übrig gebliebenen Lebensmittel unter anderem an andere Unverpackt-Läden – wie jenen von Natalie Jacot. Im Gegensatz zum Tante-Emma-Laden bleibt Ohni weiterhin geöffnet.

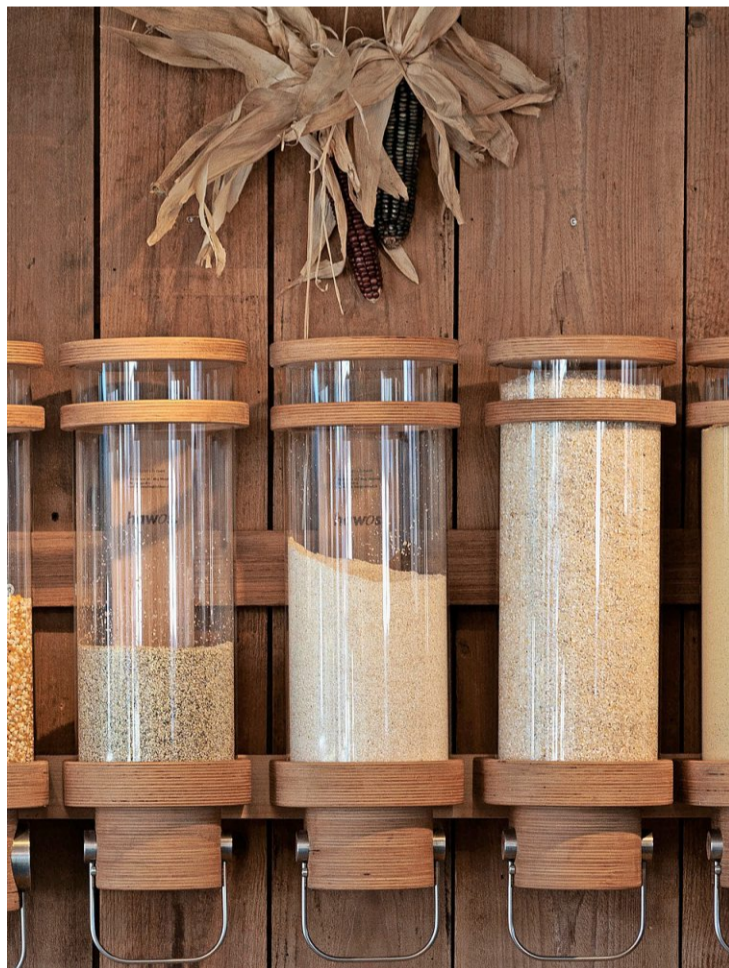
«Wir sind froh, dass die übrigen Produkte nun in einem ähnlichen Rahmen verkauft werden und unser Laden somit in anderen Geschäften noch eine Weile weiterlebt», sagt This Rutishauser. Das Ende des Tante-Emma-Ladens macht ihn und seine Frau zwar traurig, aber sie würden den gleichen Weg trotzdem nochmals gehen: «Wir stehen weiterhin hinter unserem Konzept, deshalb nehmen wir die Schliessung auch nicht als ein Scheitern wahr», sagt Rutishauser.

Für Natalie Jacot ist diese Einstellung genau das, was die regionalen, kleinen Unverpackt-Läden von den Grossverteilern unterscheidet. «Keiner macht so einen Laden auf, um reich zu werden. Wir wollen mit unseren Projekten gesellschaftlich etwas bewegen, Menschen dazu inspirieren, nachhaltiger zu konsumieren», sagt sie. Genau deshalb überraschte es sie nicht, dass die Unverpackt-Abfüllstationen in Supermärkten teilweise wieder verschwinden: «Alles, was nicht viel Geld reinbringt, wird schnell wieder abgeschafft – die Umwelt spielt dabei keine Rolle.»

Jacot hat die Abfüllstationen in mehreren Grossverteilern selbst ausprobiert. Als sie das Personal fragte, woher die Produkte kommen oder welche In-



Natalie Jacot und This Rutishauser im Unverpackt-Laden Tante Emma in Münsingen. Foto: Christian Pfander



Abfüllbehälter bringt die Kundenschaft in Unverpackt-Läden selber mit.

haltsstoffe sie haben, konnte ihr aber niemand Auskunft geben. Ein Unverpackt-Laden sei ihrer Meinung nach eigentlich der Ersatz für eine Verpackung. Das heisst: Die Mitarbeitenden von Ohni in Thun erklären der Kundenschaft, wie lange die Teigwaren oder der Reis gekocht werden müssen, mit was sie kombiniert werden können und ob sie bio-zertifiziert sind oder nicht.

Der Standort ist wichtig

In den letzten fünf Jahren haben in der ganzen Schweiz Unver-

packt-Läden eröffnet – einen Teil davon gibt es heute nicht mehr. Zum Beispiel mussten in der Zürcher Innenstadt mehrere Geschäfte wieder schliessen. Es gibt aber auch Betriebe, die expandieren, weil es gut läuft. So ziehen in Spiez und in Bern Unverpackt-Geschäfte demnächst in grössere Räumlichkeiten um. Natalie Jacot ist im Vorstand des Vereins Unverpackt Schweiz und weiss deshalb, dass der Erfolg solcher Läden von verschiedenen Faktoren abhängig ist: einerseits vom Standort, andererseits aber



Ein Teil dieser Pasta wird künftig im Ohni in Thun verkauft.



Raphael Blatt setzt sich für die Regionalität von Produkten ein.

auch vom Marketing und der Anpassungsfähigkeit gegenüber Wünschen der Kundenschaft.

Gerade in Stadtzentren hätten die Menschen zu wenig Zeit, um unverpackt einzukaufen. In Quartieren, in der Agglo und auf dem Land würden die Läden besser funktionieren, sagt Jacot, und: «Das Wichtigste ist aber das Herz des Geschäfts, also wer es führt und wie es geführt wird.»

Warum überlebt ihr Unverpackt-Laden weiterhin? «Mir geht die Motivation nicht aus», sagt Jacot und lacht. «Nein, im

Ernst. Ich habe keine Kinder, stecke dafür meine ganze Energie in meine Projekte.» Ohni war anfangs nur ein Laden. Heute umfasst das Unternehmen ein Café, ein Catering-Angebot aus Food-Waste und regionalen Produkten, ein Gemüse-Abo mit Obst und Gemüse aus einem privaten Garten, Eigenprodukte wie pflanzliche Burgerpatties, einen handwerklichen Co-Working-Space und eine Leihbar. Diese Standbeine geben Jacot die Sicherheit, die etwa dem Tante-Emma-Laden in Münsingen fehlte.

This Rutishauser und Natalie Jacot glauben nicht, dass Unverpackt-Läden in Zukunft von der Bildfläche verschwinden. «Es wird immer Leute geben, die motiviert sind und etwas verändern wollen», sagt Jacot. Sie könne sich jedoch vorstellen, dass sich die kleinen Läden auch in neue Richtungen bewegen würden. Rutishauser stimmt zu: «Es ist wichtig, dass wir diese Kreislaufwirtschaft aufrechterhalten und mit der regionalen Landwirtschaft zusammenarbeiten.»

Neue Formen

Raphael Blatt, Gründer der Frischpunkt-Bioläden im Oberaargau und Emmental, kommt aus der Landwirtschaft und setzt aus diesem Grund weniger auf unverpackte Ware und stärker auf die Regionalität und Saisonalität der Produkte. Der gelernte Biobauer eröffnete 2017 eine erste Frischpunkt-Filiale in Madiswil. Heute ist der Betrieb auch in Langnau, Herzogenbuchsee und Huttwil vertreten. Der Aufbau seiner Läden erinnert an einen Märkt – an dem man auch unverpackt einkaufen kann. Als 2019 der Hype um die Abfüllstationen startete und vielerorts Unverpackt-Läden eröffneten, tüftelte auch Blatt an neuen Lösungen: «Der Trend hat unseren Verpackungswahn aufgezeigt und wichtige Diskussionen angestoßen.» Bis heute kann die Kundenschaft von Frischpunkt etwa Pasta, Reis oder Haferflocken in eigene Gefässe abfüllen.

«Ich musste abwägen, welche Esswaren sich überhaupt für das Konzept eignen und welche nicht», sagt er. Für Leute, die für ihre Familie monatlich mehrere Kilo Teigwaren einkaufen, lohne sich das Abfüllsystem schnell. Für andere Produkte wie Brot-aufstriche oder Ahornsirup sei das Abfüllen weniger praktisch. Zudem schimmeln solche Lebensmittel schneller, wenn sie nicht direkt in luftdichten Gläsern verkauft werden.

«Der Unverpackt-Trend hat viele idealistische Projekte ins Leben gerufen, die nun gezeitigt haben, dass man nicht zu extrem werden darf», sagt Blatt. Während der Pandemie hätten viele Menschen Zeit gehabt, langsamer und aufwendiger einzukaufen. Jetzt sei das Leben und damit auch der Konsum von Lebensmitteln wieder schnellebiger.

Trotzdem sieht Blatt die Unverpackt-Läden nicht als ein gescheitertes Unterfangen: «Die Grundidee ist jetzt nicht einfach gestorben, sondern wurde vielleicht etwas relativiert.»

Der Biobauer ist sich sicher, dass Ehrlichkeit und Transparenz bei Lebensmitteln auch künftig wichtig sein werden, sei es in Form von Verpackungen oder den Labels, die darauf zu finden sind. Genau darin sieht er einen Vorteil für die kleinen, regionalen Läden: «Wir stehen mit einer Überzeugung hinter unseren Produkten, während die Grossverteilern immer gewinnorientiert sein werden.»