

# Staunen über Hutzelhof-Ökokiste

Jürgen Obermeier klärt polnische Besucher über Vertriebssystem auf – Polen baut Bio-Markt aus

**Weißenberg. (aks)** Lernen vom erfolgreichen Modell hieß die Devise der polnisch-sächsischen Delegation, die den Besuch der Weltleitmesse für Bio-Produkte „BioFach“ in Nürnberg mit einer Stippvisite auf dem Weißenberger Hutzelhofverband. Im Vordergrund des Besuchs standen Fragen zum Aufbau einer ökologisch orientierten Landwirtschaft und zur Vermarktungsstrategie für Öko-Produkte.

Die Kombination Polen und Bio ist nicht so überraschend, wie sie scheint, schließlich kürte die gerade zu Ende gegangene „BioFach 2006“ den östlichen Nachbarn zum „Land des Jahres“. Allerdings gehe die Entwicklung „noch sehr langsam“ voran, wie Andrzej Larek beim Hutzelhofbesuch erzählt.

Erst ungefähr ein Prozent der landwirtschaftlichen Fläche werde derzeit ökologisch bewirtschaftet. Probleme gebe es auch noch beim Absatz biologischer Waren, denn „unsere Leute sind ärmer und geben nicht so viel Geld für Lebensmittel aus“.

Im Rahmen der länderübergreifenden Kooperation „Zusammenwachsen in der Region“ machten sich die Landwirte und Berater aus Sachsen und Niederschlesien nun gemeinsam auf den Weg, um in der Oberpfalz nach neuen Impulsen für das eigene Tagewerk zu forschen.



Hutzelhof-Geschäftsführer Jürgen Obermeier (rechts) stand den Gästen aus der sächsisch-polnischen Grenzregion Rede und Antwort in Sachen Hutzelhof und Ökokiste. Bild: aks

Nachdem Geschäftsführer Jürgen Obermeier seine Gäste mit der Entwicklungsgeschichte und den Eckdaten des Hutzelhofes vertraut gemacht hatte, erläuterte er das besondere Vertriebssystem „Ökokiste“. Große Augen machten die Besucher beispielsweise, als von der großen Vielfalt des Systems die Rede war – immerhin können die Kunden zwischen sieben Sortimenten in je drei Größen und zusätz-

lichen, zahlreichen Ergänzungsangeboten wählen, und das in der Regel mit nur einem Tag Bestellvorlauf.

Dass man dafür einen festen Kistenpreis berechnet, der nicht sofort bar kassiert wird, und die Kunden die Ware nicht einmal zwingend persönlich annehmen müssen, sondern Lieferplätze vereinbaren können, sorgte für etwas ungläubiges Staunen. „Bei uns geht

vieles mit gegenseitigem Vertrauen“, merkte Obermeier dazu an.

Und wie gut so etwas gehen kann, belegte der Geschäftsführer mit Zahlen: Insgesamt habe man rund 2200 Kunden, die sich im Großraum Nürnberg-Bayreuth-Neumarkt-Weiden-Schwandorf verteilen. Ausgeliefert wird jeden Tag, und zwar in fünf Touren. Rund drei Viertel der Kunden nutzen den Frische-Service wöchentlich.

Angesichts solcher Fakten stellte sich den Besuchern aber doch die Frage, wie man überhaupt an einen so großen Kundenstamm kommt? Mit gezielter Öffentlichkeitsarbeit und attraktiven Aktionen wie etwa einem breit gefächerten Hoffest, so der Rat des Experten.

Eindruck machte bei den Gästen darüber hinaus auch das nach und nach aufgebaute Netzwerk mit den rund 30 regionalen Zulieferern, die das Hutzelhof-eigene Frisch- und Feingemüseangebot unter anderem mit Milchprodukten oder Fleisch ergänzen. Damit jedoch niemand auf die begehrten Zitrusfrüchte und Bananen oder ein bisschen Abwechslung im kargen Winter verzichten muss, arbeite man zusätzlich mit zwei Bio-Großhändlern zusammen.

Das Schlussfazit der Besucher fiel eindeutig positiv aus: Der Hutzelhof und seine „Ökokiste“ sind ein erstaunliches Erfolgsmodell, das zur Nachahmung motiviert. Einziger praktischer Einwand: „In Polen darf Gemüse und Obst niemals gemeinsam mit Molkeprodukten und Fleisch transportiert werden“, so Andrzej Larek.