

# Marktschwärmer

## Online einkaufen, abholen auf dem lokalen Pop-up-„Wochenmarkt“

Interview mit Zoe Heuschkel, Marktschwärmer Bonn

**Liebe Frau HEUSCHKEL, Sie haben für die Stadtteile Altstadt und Nordstadt in Bonn eine Marktschwärmerei organisiert. Was hat Sie dazu bewogen?**

Das ist eine etwas längere Geschichte: Seit mehr als 10 Jahren engagiere ich mich in der Urban-Agriculture-Szene. Früher oder später plopte im Gespräch immer die Debatte zu Selbstversorgung und kompletter Autarkie in der Stadt auf. Mir war relativ schnell klar, dass eigene Tomaten und Salate aus dem Garten und vom Balkon eine tolle Sache sind, dass wir StädterInnen aber in Ernährungsdingen vollkommen von funktionierenden Versorgungsstrukturen abhängen. Das hat mich neugierig auf die ErzeugerInnen und die Landwirtschaft in der direkten Umgebung von Bonn gemacht.

Bonn liegt in einem Paradies aus Obst- und Gemüseanbau auf Böden, die zu den besten der Welt gehören. Ich glaube, was wir für ein Geschenk vor unserer Tür haben, ist vielen nicht klar... Ohne Not wird dieser Schatz zerstört, verschwinden kleine landwirtschaftliche Betriebe und werden wertvolle Ackerböden zugunsten von Gewerbebetrieben und Straßen unwiederbringlich zerstört. Mich hat das wirklich ärgerlich gemacht. Also habe ich mir vorgenommen, die kleinbäuerliche Landwirtschaft in der Region zu unterstützen. Das Konzept Marktschwärmerei erschien mir dazu ganz geeignet, also habe ich es einfach mal ausprobiert.

**Welche Örtlichkeiten haben Sie für die Schwärmerei organisieren können?**

Die Suche nach einem Standort war der erste Schritt. Der Standort sollte

im Idealfall schon ein eigenes Netzwerk an potenziellen Kunden mitbringen. Ich selbst habe in einem Kult-Café am Rand der Bonner Altstadt angefangen. Dort habe ich schon viele interessierte KundInnen angetroffen und konnte über deren Kanäle gut Werbung machen.

Leider – und das ist bei einem solchen Konzept immer die Gefahr – mussten wir dort ausziehen, als das Café verkauft wurde. Marktschwärmer beruht ja auf einer temporären Nutzung eines Raums, der zur Freizeit leer steht bzw. kaum genutzt wird. Das bringt dann natürlich auch den Nachteil mit, dass man auf der Straße steht, wenn es ungünstig läuft. Vorübergehend waren wir dann in meinem Co-Working Büro. Das war durchaus eine neue Erfahrung – auch für meine KollegInnen. Mittlerweile sind wir in unserem Quartiersbüro angekommen und sind da sehr glücklich.

**Und wie lief die Erzeuger- und Kundenakquise ab?**

Das war ein großes Abenteuer! Internetrecherche und ran ans Telefon. Mit ein wenig Glück eine Einladung und ein Hofbesuch, im Idealfall die Zusammenarbeit. Ich bin ganz schön herumgekommen! Für den Mindeststandard brauchte ich: einen Gemüsebetrieb, eine Bäckerei, einen Metzger, einen Betrieb mit Molkereiprodukten/Eiern und einen Imker. Der Imker war einfach, wir halten selbst Bienen.

Zuletzt musste ich noch 150 interessierte KundInnen auf meiner Liste versammeln. Alles in allem habe ich 6 Monate gebraucht, bis ich die Marktschwärmerei eröffnen konnte.

**Marktschwärmer liegt ja eine Online-Plattform zugrunde. Hat Ihnen das Portal marktschwärmer.de bei der Organisation geholfen?**

Das Portal war vor allem hilfreich für das Sammeln von Adressen der KundInnen und ErzeugerInnen, die dort ihre Daten eingeben können. Das spart mir die Verwaltung von so vielen Informationen.

**Wie viele Erzeuger und Teilnehmer treffen sich im Schnitt pro Woche und wie laufen die Termine ab?**

Wir sind im Moment noch bei knapp unter 20 beteiligten Betrieben und Manufakturen, aber ich arbeite an mehr Vielfalt! Ständig eigentlich... Leider macht sich in unserer Gegend das Wegbrechen von Strukturen schon sehr bemerkbar. Es gibt in einem vertretbaren Umkreis um Bonn gerade einmal eine kleine Molkerei, die derzeit an ihrer absoluten Kapazitätsgrenze arbeitet. Da spreche ich in regelmäßigen Abständen vor, um vielleicht doch irgendwann mal Milch im Programm haben zu können.

Von KundInnenseite haben wir knapp 750 angemeldete Mitglieder, die jede Woche einen Newsletter von mir bekommen. Pro Woche kommen so 50–60 Bestellungen zusammen. Natürlich treffe ich dort eine bunte Vielfalt von Menschen und freue mich besonders über die vielen Studierenden, die versuchen, sich trotz knappem Geldbeutel bewusst regional zu ernähren. Auch unsere Ladies aus der Generation meiner Mutter finde ich ausgesprochen erfrischend! Was das Ganze so rund macht, ist die bunte Mischung.



Bei der wöchentlichen Marktschwärmerei können Teilnehmer ihre Bestellung abholen und andere Produkte kennenlernen.

Die Türen öffnen wir um 17.30 Uhr, dann ist der Großteil der ErzeugerInnen vor Ort und hat die Bestellung vor sich aufgebaut. Mittlerweile hat sich alles schon eingespielt, Menschen mit ihren Bestellzetteln kommen rein, streben auf verschiedene Tische zu und vertiefen sich in nette kleine Unterhaltungen. Ich kümmere mich um die neuen Gesichter und höre auch gerne mal bei den StammkundInnen nach, wie der Urlaub war, wie es der Familie geht oder welches Rezept letzte Woche gut geklappt hat.

#### Wieviel zahlen die Erzeuger an Sie und an das Portal „Marktschwärmer“?

Die ErzeugerInnen zahlen eine Umsatzbeteiligung von 18,35%, davon entfallen 10% auf die Serviceleistungen des Portals und 8,35% an die GastgeberInnen, in diesem Fall an mich.

#### Ab welcher Teilnehmerzahl rechnet sich eine Schwärmerei für Erzeuger und Organisatoren? Muss eine wöchentliche Mindestbestellmenge erreicht werden, damit die Schwärmerei stattfindet?

Die Frage nach der Rentabilität stelle ich mir auch. Für die GastgeberInnen wird es nie mehr sein als ein „Taschengeld“. Würde ich meinen normalen Tagessatz für meine Arbeit in der Marktschwärmerei veranschlagen, käme dafür gut der zehnfache Betrag zusammen.

Die Erzeuger können zumindest einen Mindestbestellwert einstellen, sodass sich ihre Anfahrt auch lohnt. Kommt der nicht zusammen, besteht keine Verpflichtung zu liefern. Ich hatte schon den Fall, dass ich mit zwei Erzeugern dastand. Das kann sich auch für die beiden nicht lohnen haben... So etwas kommt vor, ist aber glücklicherweise die große Ausnahme.

#### Und wie ist die Resonanz der vielen Beteiligten?

Für das Viertel ist es wirklich eine Bereicherung. Es gibt zwar die üblichen Supermärkte und kleine Gemüseläden, aber wirklich Regionales und ökologisch Erzeugtes findet man nicht so einfach. Klar gibt es für die Erzeuger immer Luft nach oben. Glücklicherweise entwickelt sich unsere Gruppe derzeit recht gut. Nach der Durststrecke im Frühjahr freuen wir uns schon alle auf Bornheimer Spargel und Erdbeeren!

#### Sehen Sie, oder Erzeuger aus der Region, die Schwärmerei eher als Konkurrenz oder als Ergänzung zu bereits etablierten Formen der Direktvermarktung wie Wochenmarkt, Hofladen, Gemüseboxen oder Solidarischer Landwirtschaft und Food-Coops?

Ich hatte eine sehr befruchtende Auseinandersetzung mit der ört-

lichen SoLawi<sup>1</sup>, die dem Konzept sehr kritisch gegenüberstanden hat. Tatsächlich wurde dort eher das Trennende als das Ergänzende gesehen. Mittlerweile gibt es KundInnen, die über die SoLaWi Gemüse beziehen und bei uns Fleisch, Eier und Brot besorgen und damit fast komplett regional einkaufen. Wir ergänzen uns jetzt also ganz prima zum Wohle aller.

**Marktschwärmereien sollen also eher dazu beitragen, dass das lokale Angebot erhöht wird – nicht in Konkurrenz, sondern synergetisch?**

Ja, denn im Prinzip geht es allen Akteuren doch darum, sich den unübersichtlich großen und mächtigen Strukturen wie Großmarkt und Supermärkten entgegenzustellen. Sehr viele ErzeugerInnen sind von den Großabnehmern ihrer Produkte unfassbar abhängig. Da wird dann auch mal ein ganzer LKW an Ware zurückgeschickt. Ich empfinde das als Verantwortungslosigkeit des Handels an mancher Stelle und das hat mich auch menschlich bewegt.

Gleichzeitig wünschen sich immer mehr Erzeuger das Feedback ihrer KundInnen und möchten sehen, wer ihre Produkte mit nach Hause nimmt. Im Gegenzug können die KundInnen sich sicher sein, dass ihre Bestellung regional im Sinne von „so nah wie möglich“ erzeugt worden ist und keine Hunderte von Kilometern reist. Natürlich können wir derzeit mit der Verlockung großer Abnahmemengen nicht konkurrieren, aber aufgeben werden wir so schnell auch nicht!

**Noch einmal im Vergleich mit den bestehenden Einkaufskonzepten: Für wen bzw. für welche Regionen ist insbesondere das Marktschwärmer-Konzept geeignet?**

Grundsätzlich eignet sich das Marktschwärmer-Konzept für Menschen, die wieder mehr in Kontakt kommen wollen mit dem, was sie zu sich nehmen. Zu wissen, wie etwas von wem produziert wor-

den ist und wie man es weiterverarbeiten kann, hat auch etwas mit Selbstbestimmung und Handlungswissen zu tun. Eigentlich banal, aber das geht uns als Gesellschaft immer mehr verloren und je weniger wir wissen, umso mehr müssen wir glauben. Zum Beispiel das, was uns die Werbung suggerieren möchte.

Im konkreten Vergleich kann ich aufzuführen, dass ich bspw. an sich Wochenmärkte liebe. Leider finden die statt, wenn ich arbeite oder gemütlich frühstücken möchte. Mit der Marktschwärmerei machen wir einen Pop-Up Wochenmarkt für 2 Stunden am Nachmittag/Abend, das kommt vielen Berufstätigen zugute. Hofläden finde ich auch ganz wunderbar! Wenn man die Städter dazu bringen könnte, anstatt des eigenen Autos den ÖPNV oder das Fahrrad zu nutzen, wäre auch nichts dagegen zu sagen. Ich bin froh und stolz, dass ich dem Umland wöchentlich mehr als 100 Individualfahrten mit dem Auto zu diversen Hofläden ersparen kann, indem ich die ErzeugerInnen in die Stadt hole.

**Nutzen auch ältere Leute die Marktschwärmerei zum Wocheneinkauf oder ist die Online-Bestellung und -Bezahlung dieser Zielgruppe zu fremd? Wie sehen Sie hier das Potenzial?**

Ich würde mich freuen, wenn bei uns mehr ältere Menschen dazukommen. Die aus der Generation meiner Mutter, die bei uns regelmäßig dabei sind, haben sichtlich Spaß und finden außer den leckeren Lebensmitteln auch ein soziales Miteinander, wo man sich über Alltäglichkeiten austauscht. In einer Zeit, in der die kleinen Lebensmittelgeschäfte an der Ecke so gut wie ausgestorben sind, kann Marktschwärmer vielleicht auch das Bedürfnis nach mehr ungezwungenem sozialen Kontakt ein wenig stillen. Ich glaube, wenn die EnkelInnen mit ins Boot geholt werden und gemeinsam mit den Großeltern im Internet Regionalprodukte shop-

pen gehen, dann ist schon ganz schön viel gelungen!

**Zu guter Letzt: Welche Tipps würden Sie Interessierten geben, die in ihrer Gegend eine Marktschwärmerei etablieren wollen?**

Es ist unheimlich wichtig, den ErzeugerInnen ein echtes Interesse entgegenzubringen und sie z.B. auch mit anderen Initiativen in der Stadt zu vernetzen. Beim Aufbau einer Schwärmerei investieren ErzeugerInnen häufig erst einmal Zeit und Begeisterung, bevor es wirklich losgeht und sich rentiert.

Bei der Auswahl der ErzeugerInnen sollte man deshalb vor allem auf das Bauchgefühl und die zwischenmenschliche „Chemie“ achten. Wenn ich mir die Frage: „Möchte ich diese Person zukünftig einmal in der Woche treffen?“ nicht mit einem klaren „Ja, klar!“ beantworten kann, ist es möglicherweise nicht die oder der Richtige für mich.

Wer eine Marktschwärmerei aufbaut, muss sich außerdem darüber klar sein, dass sich das Konzept kaum dafür eignet, eine Existenz darauf zu errichten. Mit dem Ansporn, schnell Geld damit machen zu können, wird sich Frustration breit machen. Wer sich um nachhaltige Landwirtschaft kümmern möchte, muss lange Zeiträume im Blick haben.

**Liebe Frau HEUSCHKEL, vielen Dank für diese Einblicke und alles Gute für „Ihre“ Marktschwärmerei!**

*Das Interview führte Stella GLOGOWSKI.*

**Marktschwärmerei  
Bonn Altstadt**  
→ <https://marktschwaermer.de/de-DE/assemblies/9473>

<sup>1</sup> solidarische Landwirtschaft