

Währungsumstellung – mit Volldampf in die Pleite (30.4.2002)

Es ist kein Geheimnis, mit uns geht es bergab. Seit Wochen werden Analysen über die Wirtschaft in unserem Lande veröffentlicht. Der kranke Mann Europas liegt im Vergleich zu unseren Nachbarstaaten, abgeschlagen auf einem der hintersten Plätze. Eine politische Diskussion soll jetzt nicht eröffnet oder kommentiert werden. Mir geht es um eine Dokumentation unserer wirtschaftlichen Situation, nach der Währungsumstellung 2002.

Als Direktvermarkter sind wir mit unserem Absatz in der Hansestadt Hamburg, an einem Ort, den ich als repräsentativ bezeichnen möchte. Durch unseren Hofladen und unsere Marktstände auf den Wochenmärkten, bekommt man viel zu sehen und zu hören. So beobachten wir die wirtschaftliche Entwicklung unserer Kunden sehr aufmerksam. Denn unser betriebliches Überleben und das unserer Mitarbeiter hängt unmittelbar vom Kaufverhalten unserer Kunden ab.

Mit Sorge beobachten wir den Rückgang unserer Umsätze. Im Vergleich zum Vorjahresmonat April 2001 liegen wir um 36,4 % zurück. Diese Entwicklung begann bereits im Vorjahr. Erfahrungsgemäß kommen die Bürger nach den Sommerferien pleite aus dem Urlaub zurück. Die Monate September und Oktober sind dann immer noch umsatzschwach, weil die Kontensituation unbefriedigend ist. Schließlich hat man sich den Urlaub verdient und einmal im Jahr will man nicht auf jede Mark achten und ein paar Wochen unbeschwert leben. Leider wird man dann zu Hause von der Hausbank, in die Wirklichkeit zurückgeholt. Da ist dann sparen angesagt. Das kriegen wir als Vermarkter von Lebensmitteln deutlich zu spüren. Denn am Konsum lässt sich am übersichtlichsten sparen. Da kauft der Bürger kein Bio, sondern lebt vom konventionellem Einheitsbrei aus dem Aldi- Markt. Diese Lebensmittel sind ja nicht unmittelbar lebensbedrohlich und einige Wochen übersteht ein an Biokost gewöhnter Verbraucher das ja auch unbeschadet. Leider zeichnen sich Symptome einer schleichenden Lebensmittelvergiftung viel zu spät ab, eine Zuordnung ist da nur schwer möglich und von den Medizinern auch nicht gewollt. Sie wollen ja auch leben und sich nicht das Geschäft verderben, - mit den Kranken.

Der Faktor Vergessen ist ein weiterer Indikator für den Umsatzeinbruch in unserem Biosegment. Mit dem BSE- Störfall zum Beginn des Jahres 2001 gab es eine verstärkte Nachfrage bei Fleischprodukten aber auch bei anderen Biolebensmitteln. Es zeichnete sich eine positive Entwicklung ab. Fatal für denjenigen, der glaubte das diese Entwicklung andauern würde. Aus einer langjährigen Beobachtung heraus musste jeder ehrlich mit sich sein. Dieser Wachstumseffekt sollte nicht größer ausfallen, wie all die vorherigen, die nach jedem Lebensmittelskandal eintreten und dann wieder in sich zusammenfallen. – Der Mensch vergisst schnell. Die tägliche Reizüberflutung unterstützt das Vergessen und macht das unbeschwerte Weiterleben möglich.

Ein kurzes Aufflackern der Umsätze zum Weihnachtsfest und zum Jahreswechsel war der Abschied vom herbeigeredeten Bioboom. Unser ehemaliges Landwirtschaftsministerium war jetzt ein Verbraucher- und Ernährungsministerium geworden. Ein neues Bio- Siegel wurde aus der Taufe gehoben, das auch so viele Biolabel sollte neuen Schwung ins Geschäft bringen. Die zuständige Ministerin versprach sogar einen 20 % igen Marktanteil für die Bioprodukte in den kommenden 10 Jahren. Welch eine Ironie, welche ein Irrglaube. Na ja, jetzt spricht niemand mehr davon.

Dann kam der Euro. – 1. Januar 2002

Da mussten wir feststellen, das im Januar noch gut gekauft wurde. Irgendwie waren alle noch in Festtagslaune. Die Preise waren ja nicht mehr so hoch. Wir hatten die Unseren einfach durch 2 geteilt. Somit waren wir noch preisgünstiger als vor der Umstellung. Wir hüteten uns davor die Umstellung für verdeckte Preissprünge zu missbrauchen und wollten nicht in so einen Verdacht geraten. Leider machte uns die Preisentwicklung beim frischen Gemüse und Obst einen Strich durch unsere gut gemeinte

Preisgestaltung. Denn die Nachfrage der Kunden nach sommerlichen Essgewächsen im Winter war nicht zu ignorieren. Das Angebot aus den südlichen Ländern war durch Unwetter und Frostperioden stark eingeschränkt, wie lange nicht zuvor. So schaukelten sich die Preise hoch. Da funktionierte die Marktwirtschaft augenfällig, (auffällig) . Das ging soweit, das bei einigen Produkten der Preis so weit stieg, das der Kunde den Eindruck gewinnen musste, auf den Preistafeln wären die Währungszeichen ausgetauscht worden. Statt D- Mark einfach Euro .

Im Februar gab es bei vielen das große Erwachen. Das Haushaltskonto war hoffnungslos überzogen.

Eisernes Sparen war die Parole. Als erstes verabschiedeten sich unsere Angstkunden von uns. Kunden die Kleinigkeiten kaufen um am Biostand gesehen zu werden, oder einfach nur ihr Gewissen beruhigen wollen.

Die sogen. Stammkunden reduzierten ihre Einkäufe. Sie kauften keine teuren Fleischprodukte mehr ein. Oder kauften nur noch für die Kinder Bioprodukte. Sie wechselten dann zum Türken. Dem Stand gegenüber von unserem Stand oder unserem Laden. In der Überzeugung dort billiger einzukaufen.

Das ist schmerzlich! Anzusehen wie es bei den Türken brummt und man selber hat nichts zu tun. Mit der Gewissheit, das dort zum Teil hochtoxischer Essschrott angeboten wird, zu hohen Entsorgungskosten.

Der Mensch lebt von der Hoffnung. Wir auch. So warten wir auf den nächsten Skandal. Denn der eine und der andere Verbraucher findet regelmäßig den Weg zu uns. Und kommt auch bei Regen und Sturm, wenn wir auf dem Markt unsere Ware anbieten. Danke, von Herzen!