Marktschwärmer – eine zeitgemäße Form der Direktvermarktung

MARKT SCHWÄRMER

CHRISTINE SCHONSCHEK

Eine gute Alternative zum Wochenmarkt und dem eigenen Webshop können die Marktschwärmer sein. Denn bei diesem Konzept wird in die Schwärmerei nur die vorher bestellte Menge an Waren geliefert. Nicht mehr, aber auch nicht weniger. Das Warensortiment entspricht im Regelfall dem eines Wochenmarkts. Also Obst, Gemüse, Backwaren, Eier, Milch, Fleisch...

Sie kennen bestimmt folgendes Problem: Sie fahren mit vollen Kisten auf den Wochenmarkt – und aus bestimmten Gründen läuft das Geschäft nur schleppend bis gar nicht. Dann hätten Sie sich den Weg dorthin auch gleich sparen können. Wie viel besser wäre es doch gewesen, im Vorfeld genau zu wissen, was der Verbraucher in welchen Mengen haben möchte, damit man später nicht mit einem halb vollen Lieferfahrzeug wieder nach Hause fährt.

Und genau da setzen die Marktschwärmer mit ihrer Idee an. Diese funktioniert nämlich so: Der Verbraucher bestellt und bezahlt vorab online. Sie als Erzeuger liefern die Bestellungen jeweils einmal pro Woche in die Schwärmereien, mit denen Sie zusammenarbeiten. In der Schwärmerei holt der Kunde die Waren dann persönlich ab – und zwar in einem Zeitfenster von rund zwei Stunden. Das bedeutet weniger Zeitaufwand als für den klassischen Wochenmarkt bei gleichzeitiger Abnahmegarantie.

Vielleicht eröffnen Sie ja auch gleich selber eine Schwärmerei in Ihrem Betrieb? Ein paar Kollegen haben das schon erfolgreich umgesetzt, wie im Folgenden gezeigt wird.

Das Sortiment der Marktschwärmer umfasst alles was es auf dem klassischen Wochenmarkt auch gibt. (Fotos: VDRLP/Clemens Hess)

EIN KONZEPT IM AUFWIND

Die Idee für die Marktschwärmer kommt ursprünglich aus Frankreich, wo sie 2014 als „Food Assembly“ gegründet wurde. Diese Lebensmittelvereinigung trifft genau den Nerv der Zeit, denn sie unterstützt einen nachhaltigen Konsum und fördert regionale Erzeuger.

Im Juli 2014 wurde in Berlin die erste deutsche Schwärmerei eröffnet. Inzwischen sind bundesweit rund hundert Schwärmereien in Betrieb. Und fast ebenso viele befinden sich aktuell im Aufbau.

Dass diese clevere Idee der Direktvermarktung auch auf einem Obsthof gelingen kann, dafür ist die Amorella Kirschmanufaktur der Familie Katja & Fritz Mossel in Mainz-Marienborn ein gutes Beispiel. Denn im dortigen Chausseehaus wurde bereits am 17. Mai 2017 die erste rheinland-pfälzische Marktschwärmerei eröffnet. „Auf die Idee aufmerksam wurde ich durch meine Tätigkeit im Vorstand der Vereinigung der Direktvermarkter Rheinland-Pfalz e.V. (VDRLP)“, blickt Katja Mossel auf die Anfänge zurück. Wichtig war ihr bei der Idee vor allem, kleineren Betrieben, die den LEH nicht beliefern können, eine Verkaufsplattform zu bieten. Der Betrieb ist dann direkt sowohl als Gastgeber und gleichzeitig auch als Lieferant gestartet. „Dadurch ergibt sich eine intensivere Kundenbindung und es kommen neue Kunden hinzu“, freut sich Katja Mossel über die gute Resonanz.

Mit der Schwärmerei als Direktvermarktungsmöglichkeit will der Familienbetrieb vor allem auch die junge Generation wieder auf den Hof holen. Das ist Gastgeberin Katja Mossel (Mitte) und ihren Lieferanten gut gelungen.

„Jeder Lieferant pflegt selbst seine Produkte ein und legt seine Preise fest“, erklärt Katja Mossel (hier mit Tochter Annika, die bereits in der Marktschwärmerei mithilft) das Prozedere.

JUNGE MENSCHEN BEGEISTERN

Mit der Schwärmerei als Direktvermarktungsmöglichkeit will der Familienbetrieb vor allem auch die junge Generation wieder auf den Hof holen. Und das gelingt bereits ganz gut, denn die Gaumen der kleinen Kunden sind schon ganz auf die Produkte eingestimmt. „Kürzlich gab es mal einen Engpass bei der Marktschwärmer-Milch, woraufhin eine Mutter ihrem Kind eine andere Milch geben wollte. Doch das fiel direkt auf und die Tochter bestand auf ihrer Marktschwärmer-Milch“, schmunzelt Katja Mossel.

Während des Einkaufs bekommen die Kleinen auch immer mal etwas zum Probieren, sei es ein Stückchen Karotte vom Gemüseerzeuger oder etwas Apfel oder Birne vom Obsthof. So herrscht insgesamt ein fröhliches Markttreiben während der Abholzeit.

REGIONAL, FRISCH – UND SCHNELL ABGEHOLT

Dank der vielen Vorteile für den Endverbraucher ist das Interesse an den Marktschwärmern groß. Einer davon ist die Vielfalt an saisonalen und regionalen Erzeugnissen. Denn im Chausseehaus in Mainz gibt es nicht nur die Leckereien aus der Amorella Kirschmanufaktur, sondern auch noch anderes Obst, Gemüse und weitere landwirtschaftliche Erzeugnisse, Backwaren, Eier und Molkereiprodukte, Fleisch und Wurstwaren sowie Feinkost und Getränke. Der Konsument kann dort aus einem reichhaltigen Sortiment von über 20 Lieferanten auswählen.

Ein weiterer Vorteil für den Verbraucher ist die Zeitersparnis, weil er nicht mehr Obsthof, Weingut, Gemüsegärtnerei, Bauernhof, etc. alle einzeln abklappern muss. Dafür müssen allerdings alle Lieferanten und Gastgeber auch wöchentlich ihre Aufgaben erledigen. „Jeder Lieferant pflegt selbst seine Produkte ein und legt seine Preise fest“, erklärt Katja Mossel das Prozedere. Sie persönlich als Gastgeberin prüft, dass es keine doppelten Angebote gibt, damit sich die Lieferanten nicht gegenseitig Konkurrenz machen. Diese Arbeiten stehen wöchentlich an. Für die komplette Organisation fallen für sie etwa zwölf Stunden pro Woche an. Das kann allerdings auch schon mal etwas mehr werden, wenn, wie jetzt unter Corona-Bedingungen, die Bestellungen alle vorgepackt werden müssen.

Ideal sei es, dass wegen der Abstandsregeln die Erzeuger auf dem Betriebsgelände verteilt werden können. Zur Nachhaltigkeit gehöre auch, dass mit Ausnahme vom Obst- und Gemüsebau nur das produziert wird, was der Kunde auch bestellt hat. Je

Innerhalb der Abholzeit herrscht in der Schwämerei – jenseits von Corona – ein quirlig buntes Treiben.

nach Produkt gilt dies sogar im Obstbau, etwa bei Himbeeren, wie Katja Mossel berichtet. Der Produzent lasse die Früchte kurz vor der Lieferung anhand der Bestellung frisch ernten.

Zum Kundenservice gehört es bei der Mainz-Marienborner Marktschwärmerei natürlich auch, dass Kunden, die es nicht zur Abholzeit schaffen, die Bestellung später oder am nächsten Tag abholen könnten. Ein kurzer Anruf genügt. Künftig ist auch ein Lieferservice geplant. Denn die Kundenzufriedenheit liegt der Familie Mossel sehr am Herzen.

RAUS AUFS LAND!

Anfänglich bewegten sich die Marktschwärmer eher in der Stadt. Doch inzwischen sind sie auch in den Speckgürteln des urbanen Raums zu finden. Ein schönes Beispiel dafür ist der Marktschwärmer Standort auf dem Obsthof Rönn in Meckenheim-Ersdorf. Der Obsthof Rönn beliefert schon seit einigen Jahren mehrere Schwärmereien in der Region Köln-Bonn. Seit April 2019 stellt der Obsthof Rönn nun sein Hofgelände selber für eine eigenständige Marktschwärmerei zur Verfügung. Gastgeberin der dortigen Schwärmerei ist Renate Schlagheck, Mutter von Betriebsinhaberin Monika Rönn.

Ein Hofgelände ist vor allem in der Zeit der Pandemie besonders gut für diesen Zweck geeignet, weil viel Platz für die Abstände vorhanden ist. „Von nachhaltig produzierten Waren direkt vom Erzeuger aus der Region profitieren die Kunden, die aus Rheinbach und Meckenheim und darüber hinaus zu uns kommen. Und die davon weitererzählen“, freut sich Renate Schlagheck über die wachsende Beliebtheit der Ersdorfer Schwärmerei.

UMFANGREICHES SORTIMENT

Das Sortiment der über 30 Erzeuger ist mit über 550 Produkten enorm. „Da die Abholung der bestellten Waren wegen des klassischen Einkaufstags ganz bewusst auf Samstagvormittag gelegt wurde, sind viele der Erzeuger, entgegen der eigentlichen Marktschwärmer-Philosophie, bei der Ausgabe auf unserem Hof nicht selbst vor Ort. Sie stehen dann jeweils in ihrem eigenen Hofladen“, erklärt Renate Schlagheck. „Aus diesem Grund wird die bestellte Ware von den Erzeugern frisch angeliefert und dann von uns pro Kunde einzeln in Kisten vorgepackt.“

Die Warenausgabe ist mit Plexiglasscheiben abgetrennt. Auf Tischen, die in gebührendem Abstand von der Warenausgabe aufgestellt wurden, können die Kunden ihre Einkäufe dann in die mitgebrachten Taschen und Körbe umpacken.

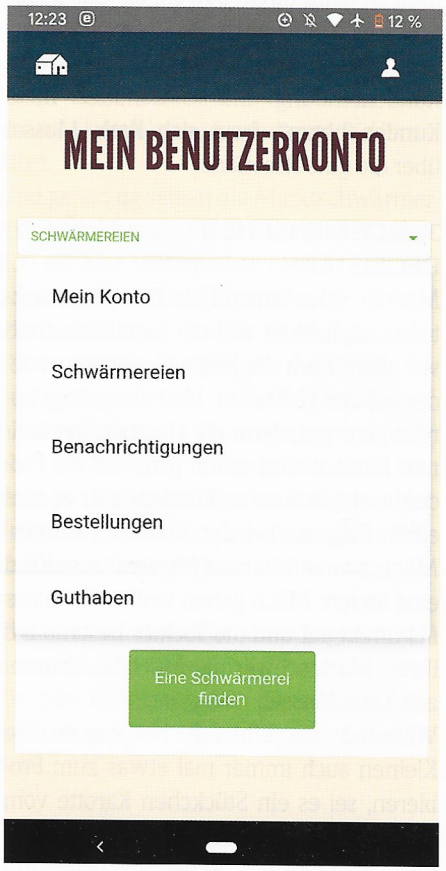
ZEITAUFWAND NICHT UNTERSCHÄTZEN

„Den Arbeitsaufwand von rund 15 Stunden pro Woche darf man nicht unterschätzen“, betont die Gastgeberin. Dazu gehört auch die Eröffnung des wöchentlichen Verkaufs – in Abstimmung mit den Erzeugern über deren Anwesenheit. So muss geprüft werden, ob die Erzeuger auch dann die Produkte liefern, wenn deren Mindestbestellwert nicht erreicht ist. Eine andere Aufgabe ist das Schreiben und Versenden eines regelmäßigen Newsletters, der über die aktuellen Produkte in der Schwärmerei informiert. Alleine die Vorbereitung und die finale Ausgabe der Bestellungen am Samstag erfordern etwa vier Stunden Zeitaufwand vom gesamten Marktschwärmer-Team. Um den Verbrauchern die Möglichkeit zu geben, die Erzeuger persönlich kennenzulernen, findet circa einmal im Quartal eine Verkostung statt. Dann sind die Erzeuger auf dem Hof, bieten Kostproben an und stehen Rede und Antwort. „In 2019 zur Adventszeit lieferte ein Gasterzeuger aus Spanien etwas Besonderes: frisch geerntete Orangen, Mandarinen und Avocados“, berichtet Renate Schlagheck. Sie betont aber, dass dies eine Ausnahme war, ansonsten legen die Erzeugnisse durchschnittlich 25 bis 30 km bis zur Verteilung zurück. Renate Schlagheck als Gastgeberin, die Erzeuger und auch ihre Kunden sind überzeugt vom regionalen Vermarktungskonzept – und ebenso vom Corona-bedingten Sicherheitskonzept.

DEUTLICHER ZULAUF IN 2020

Das aussagekräftige Motto der Marktschwärmer zum Endverbraucher hin lautet: „Gib' Deinem Bauern die Hand!“

Das mit dem persönlichen Handreichen klappt natürlich im Moment Corona-bedingt leider nicht wörtlich. Dennoch hat aufgrund der Krise diese Vermarktungsform förmlich Aufschwung bekommen. Der Bekanntheitsgrad sei in den letzten Jahren stark gestiegen, bestätigt auch Jacques Wecke, der in der Marktschwär-



Screenshot: Interessierte Kunden können die Marktschwärmer-App auf Ihrem Smartphone installieren und sich danach registrieren.

Screenshot: Über die App sind auch Gutscheine erhältlich, die zum Beispiel per E-Mail verschenkt werden können.

merzentrale in Berlin für die Leitung des Marktschwärmer-Netzwerks zuständig ist.

Werbung in sozialen Medien oder ähnlichen Plattformen machen die Marktschwärmer zwar selten, aber zu finden sind sie dort natürlich trotzdem. Am meisten werden sie bekannt gemacht durch Mund-zu-Mund-Propaganda in der Umgebung von bereits bestehenden Schwärmereien, durch Presseveröffentlichungen oder über verschiedene Netzwerke wie etwa die Regionalwert AG Rheinland, den pro agro e.V. und ähnliche. „Seit Anfang 2020 können wir selbst dort Erzeugeranmeldungen verzeichnen, wo es gar keine Schwärmereien gibt", berichtet Jacques Wecke erfreut. Anfangs seien die Erzeuger teilweise noch skeptisch gewesen, aber das habe sich inzwischen stark geändert. So habe sich im Frühling 2020 der Bestellwert verdreifacht.

BESTELLUNG WIE IM ONLINE-SHOP

Die Bestellung funktioniert wie in einem ganz normalen Online-Shop. Allerdings mit dem großen Vorteil, dass der beteiligte Erzeuger diesen Shop nicht selbst aufbauen muss. Selbst mit dem Kassiervorgang hat der Erzeuger keine Arbeit. Um all das kümmert sich das Marktschwärmer-Team. Dafür werden dem Lieferanten insgesamt 18,35 % vom Nettoumsatz als Servicegebühr abgezogen. Davon gehen 8,35 % an den Gastgeber der Schwärmerei und 10,0 % an das deutsche Marktschwärmer-Team.

Der Verbraucher kann sich in der Plattform, die sich in den letzten Jahren stark verbessert hat, wie in jedem anderen Webshop die gewünschten Produkte in den Warenkorb legen, bezahlen (es werden alle gängigen Bezahlvarianten akzeptiert) und holt dann zum gewünschten Termin diese Waren in der ausgewählten Schwärmerei ab. Möglich ist auch in vielen Schwärmereien eine Verteilung per Lieferservice.

MEHR INFOS

Weitere Informationen für interessierte Betriebe gibt es im Internet unter www.marktschwaermer.de bzw. unter https://werde.marktschwaermer.de

Christine Schonschek,
Eduard-Aronsohn-Str. 1,
56130 Bad Ems, Tel.: 02603 936116,
E-Mail: christine@schonschek.de

Generationenwechsel bei Elbe-Obst

Axel Schuback (li.) löst Hans-Herbert zum Felde (re.) als 1. Vorsitzenden der Elbe-Obst Erzeugerorganisation ab.

Bei der Elbe-Obst Erzeugerorganisation r.V. wurde Axel Schuback aus Jork zum neuen 1. Vorsitzenden gewählt. Er bewirtschaftet seinen Obstbaubetrieb in fünfter Generation und ist bereits seit 2008 im Vorstand der Elbe-Obst tätig. Die Mitgliederversammlung der Elbe-Obst fand am 10.12.20 unter strengen Corona-Regeln statt.

Axel Schuback löst Hans-Herbert zum Felde ab, der nach 11 Jahren nicht erneut zur Wahl antrat. Sowohl Axel Schuback als auch Hans-Herbert zum Felde vor ihm waren zunächst viele Jahre als 2. Vorsitzender aktiv. Damit ist im Vorstand der Elbe-Obst seit langer Zeit Kontinuität gewährleistet. Zum neuen 2. Vorsitzenden wurde Niklas Stehr aus Neuenfelde gewählt.

Die nächsten anstehenden großen Investitionen werden bereits in Schuback's Amtszeit fallen, darunter der Neubau der Sortierstation Neuenfelde im Hamburger Teil des Anbaugebietes. Der Standort soll zu einem weiteren Sortierzentrum entwickelt werden. Anschließend soll der Umbau des Standortes Jork-Königreich zu einer reinen Bio-Sortierstation angegangen werden. Aktuell wird im Packhaus Apensen ein Legeroboter integriert. Insgesamt geht es darum, die Schlagkraft der Elbe-Obst bei Technik, Sorten und Vermarktung laufend weiter zu erhöhen, wie Axel Schuback verkündete.

Hans-Herbert zum Felde verabschiedete sich mit dem umsatzstärksten Geschäftsjahr seit Bestehen der Elbe-Obst. In der Vermarktungssaison 2019/2020 betrug der Umsatz nahezu 142 Mio. EUR. In seine Ära fiel u.a. die Inbetriebnahme des Packhauses der Elbe-Obst, der Aufbau dreier großer Sortierzentren im Anbaugebiet, der Start der Dachkirschenvermarktung sowie die Einführung der wichtigen neuen Sorten Rockit®, Fräulein®, Sweetango® und Kissabel® – allesamt wichtige und nachhaltige Weichenstellungen für das Unternehmen und die Erzeugerschaft. Die Mitgliederversammlung dankte Hans-Herbert zum Felde für die erfolgreiche Arbeit im Vorstand der Elbe-Obst.

Elbe-Obst