

In Gustenfelden arbeiten vier Landwirte zusammen – und sie haben mit ihrem Konzept Erfolg

„Nur gemeinsam haben wir eine Chance“

von CHRISTIANE KRODEL

Zusammen ist man weniger allein. In Gustenfelden arbeiten vier Hofläden zusammen, um sich gegen große Supermärkte zu behaupten. Mittlerweile wurde am Eingang des Dorfes ein zusätzlicher Parkplatz gebaut, um des Ansturms der Kunden Herr zu werden.

GUSTENFELDEN — Irgendwann schlug jemand vor, ein Dach über die Dorfstraße zu bauen. Selbstverständlich nicht über die gesamte Länge. Nur dort, wo die vier Hofläden stünden. Dann hätte man nämlich eine Einkaufspassage. Der Vorschlag mit dem Dach war natürlich nur als Scherz gedacht, aber er sagt viel über die Entwicklung von Gustenfelden (Kreis Roth) aus.

Der Ort liegt nur wenige Kilometer von Schwabach entfernt. Um die 400 Menschen leben dort. Dörfer in der gleichen Größenordnung wirken oft wie ausgestorben. Nicht so Gustenfelden. Täglich, aber vor allem am Wochenende, steuern Dutzende Autos den Ort an. Den Kennzeichen zufolge kommen die Wagen aus der Region. Schwabach. Nürnberg. Fürth. Forchheim und Erlangen-Höchstadt. Manchmal sind auch die Buchstaben BT zu sehen. Bayreuth. Die Menschen kommen nach Gustenfelden, um ihre Besorgungen zu erledigen. Die Dorfstraße ähnelt dann schon mal einer Einkaufsstraße. Die Idee mit dem Dach ist daher gar nicht so absurd.

Gustenfelden ist zu einer Hochburg der Direktvermarktung geworden. Vier Familien haben dort ihre



UNSER ESSEN

Betriebe nebst Hofläden. Sie liegen nur wenige Meter auseinander. Wer etwa aus dem Laden von Obstbau Winkler tritt, kann wenige Sekunden später schon an der Theke von Metzger Rosskopf stehen. An der Wand hängen Salami, geräucherte Bratwürste und Chilliwürste. „Scharf“, sagt eine der Verkäuferinnen. In der Auslage liegen Schinkensülze, Paprikawurst und Roastbeef. Das Schweinefleisch – es ist das Hauptprodukt in der Metzgerei – stammt von eigenen Tieren, das Rindfleisch liefert ein Landwirt in der Nähe.

In einer WhatsApp-Gruppe stimmen sich die Erzeuger ab

Dass die Hofläden beinahe Seite an Seite stehen, ist ein Teil des Erfolgsrezepts von Gustenfelden. Ein anderer ist: Jeder Laden bietet andere Produkte an. Das kommt den Kunden entgegen. Denn die wollen am liebsten mit nur einer Autofahrt den Wocheneinkauf abhaken. „Nur gemeinsam haben wir eine Chance, dass die Leute nach Gustenfelden kommen“, sagt Stefan Winkler von der Winkler Mühle. Er allein „zieht keinen hinter dem Ofen vor“.

Seit über 20 Jahren arbeiten die vier Erzeuger zusammen. Mittlerweile gibt es eine gemeinsame Homepage und identische Öffnungszeiten. Um sich untereinander abzustimmen, haben die vier Erzeugerfamilien eine WhatsApp-Gruppe eingerichtet. Manchmal treffen sich die Familien auch in der Küche des einen und besprechen bei Bier, Wein, Wurst, Chips oder Gummibärchen wichtige Angelegenheiten. Nicht immer sind alle einer Meinung. Über Entscheidungen wird dann abgestimmt. Werbung wird zusammen geschaltet, und die Kosten werden geteilt. Die



Foto: Roland Fengler

Stefan Winkler ist von Beruf Müller, aber im Grunde ist er auch Unternehmer. Er macht sich viele Gedanken darüber, was Kunden wollen und brauchen – und wie Gustenfelden noch bekannter wird.

Erzeuger achten darauf, dass Produkte nicht miteinander konkurrieren. Was der eine anbietet, hat im Regal des anderen nichts verloren.

Für neue Ideen braucht es oft Initialzündungen. Für die vier Erzeuger war dies der „Tag des offenen Dorfes“ im Jahr 1997, der vom Amt für Landwirtschaft in Roth veranstaltet wurde. Ziel war es, Menschen nach Gustenfelden zu locken, um ihnen zu zeigen, wie viel Leben in dem Örtchen steckte. Im Unterschied zu anderen gab es im Ort noch verschiedene Handwerksbetriebe und ein aktives Dorfleben: Kerwaboum und einen Männergesangsverein, die Feuerwehr und den Posaunenchor. „Die Zusammengehörigkeit war schon immer etwas Besonderes“, sagt Stefan Winkler.

Die Erzeuger merkten: Das Interesse an regionalen Produkten war

groß. Doch wussten viele Besucher einfach nicht, dass sie auch haushaltssübliche Mengen kaufen können. Sie dachten, erzählt Winkler, Mehl gebe es in der Mühle nur in 50-Kilo-Säcken.

Was sich Kunden wünschten, kam ins Sortiment

Nach und nach begannen die Erzeuger, ihre Läden auszubauen. Früher hatte Winklers Laden eine Größe von 15 Quadratmetern. Es gab Mehl und ein paar Müslis, Brotbackmischungen und Nudeln. Das war es. Mittlerweile bietet er auf über 200 Quadratmetern 4000 Produkte an: Kosmetik-Artikel, Kinderbücher, Tee, Öle, Säfte sowie Pflanzenerde und Sonnenblumenkerne. Mit den Kundenwünschen ist das Sortiment gewachsen. Einmal im Jahr kontrolliert

seine Frau, welche Produkte sich verkaufen. Ladenhüter werden nicht mehr bestellt. Bei Winkler gibt es natürlich auch Mehl – kleinere Packungen mit einem oder 2,5 Kilogramm. Wer Größeres vorhat, findet im Regal 12,5- und 25-Kilogramm-Säcke. In seinem Café gab es anfangs zwölf Sitzplätze. Jetzt sind es 30. „Die langen aber nicht mehr“, sagt er. Winkler könnte Schulungsräume, die er noch hat, umbauen. Das will er aber nicht. „Nicht, dass irgendwann die Qualität darunter leidet.“

Der Laden von Obstbau Winkler – die Familien sind über den Urgroßvater von Stefan Winkler miteinander verbunden – maß früher 50 Quadratmeter. Jetzt sind es 120. So lassen sich die Produkte besser präsentieren, und die Kunden haben mehr Platz, sagt Birgit Winkler. Die Produktpalette ist groß. Es gibt Säfte und

Obst: Zwetschgen, Birnen, Trauben und Äpfel. Die Apfelsorten Topaz und Rubinette mögen die Kunden am liebsten, sagt sie. Weil die Familie eine Brennerei gebaut hat, verkauft sie mittlerweile auch Schnäpse. Der Pfirsichbrand hat 39 „Umdrehungen“. Im Laden finden die Kunden auch Gemüse: Wurzelkohlsalat, Wirsing, Tomaten und Pastinaken. Die Produkte kauft die Familie aus der Region zu – etwa von Landwirten aus dem Knoblauchsland. An diesem Mittwochvormittag halten sich zwölf Kunden im Laden auf. Einige kaufen Salat, andere haben sich für Kartoffeln entschieden. Zwei Kassen sind geöffnet. Sollte sich eine Schlange bilden, kann zur Not auch eine dritte aufgemacht werden.

In einem Supermarkt, sei es schwer nachzuvollziehen, woher das Lebensmittel komme, sagt Landwirt Manfred Wagner von der Hofmolkelei und Geflügelhof Wagner. In seinem Laden verkauft er Käse, Eier, Bauernnudeln, Eierlikör und Geflügel. Gleich gegenüber steht der Kuhstall der Familie. Das Tor ist auf. Die Milchkühe blicken den Besucher an.

Über Geld spricht man nicht

Die Frage, für wie viel Geld ein Kunde im Durchschnitt in Gustenfelden einkauft, kann Müller Winkler nicht beantworten. Er weiß es nicht. Über Geld haben die Erzeuger untereinander noch nie gesprochen, sagt er. „Man sagt ja, bei Geld hört die Freundschaft auf.“ Vielleicht funktioniert Gustenfelden auch deshalb so gut. Neid kann nicht aufkommen und die Zusammenarbeit vergiften.

Dafür, dass die Geschäfte laufen, sprechen andere Zahlen. 67 Beschäftigte sind bei den vier Erzeugern angestellt. Hinzu kommen in der Zeit der Apfel- und Getreideernte 20 Saisonkräfte.

Wenn ein Konzept gut funktioniert, liegt die Frage nahe, ob sich dieses übertragen lässt. Nach Meinung von Stefan Winkler kann Gustenfelden nur schwer kopiert werden, weil die Erzeuger so unterschiedlich sind. Wo gibt es schon einen Ort, in dem es noch eine Mühle gibt, fragt Winkler. Früher gab es in Deutschland 19.000. Heute seien es weniger als 200.



In seinem Geschäft verkauft Winkler vieles – selbstverständlich...



... auch Mehl. Fleisch bietet er nicht an, denn das ist das Geschäftsmodell seines Kollegen. Die Erzeuger achten darauf, ...



... dass die eigenen Produkte mit denen der anderen nicht konkurrieren. In Gustenfelden gibt es ein breites Sortiment: Gemüse, Brot...



... Milchprodukte und Gänse zu Weihnachten.

Foto: Roland Fengler