

Unverpackt bleibt liegen

KONSUM. Während der Pandemie boomten Läden mit Produkten ohne Verpackung. Inzwischen sieht es anders aus. Jetzt muss die Branche sich neu erfinden.



«Die Schweizer sparen halt zuerst bei den Lebensmitteln»: Natalie Jacot vom Unverpackt-Laden «Ohni» in Thun

Im «Ohni» sieht es aus wie in einem Tante-Emma-Laden. Grosse Gläser mit bunten Linsen, Bohnen, Kichererbsen und Reis hängen an den Wänden. Daneben Behälter mit Trockenfrüchten, Guetsli und Lakritze. Neben einer Café-Ecke eine grosse Auslage mit frischem Obst und Gemüse.

Doch die Idylle in einem Thuner Wohngebiet trägt. Denn oft bleibt der Laden leer. «Seit letztem Sommer sind die Umsätze regelrecht eingebrochen», sagt Betreiberin Natalie Jacot. Zeitweise um bis zu 50 Prozent.

Bei den anderen Unverpackt-Läden sieht es nicht besser aus. Keinem von den rund 60 schweizweit gehe es so wirklich gut. Die meisten hätten seit 2021 einen Umsatzeinbruch von 30 bis 40 Prozent erlitten, sagt Natalie Jacot, die im Vorstand des Unverpackt-

Verbands ist. Für viele Betreiberinnen sei ihr Lädli nur noch ein teures Hobby.

Fünf Läden mussten bereits schliessen. Etwa der Zürcher Unverpackt-Laden Chez Mamie. Die Fensterfronten an der neuen Überbauung beim Zürcher Hauptbahnhof lassen den Blick frei auf halb gepackte Kisten, ausgeräumte Flächen. Die Öffnungszeiten auf den schon länger nicht mehr geputzten Scheiben sind durchgestrichen und durch kürzere ersetzt. Die gläserne Eingangstür zielt ein verblichenes «Alles muss weg».

Sogar eine Spendenaktion. Ebenso trüb sieht es bei einem der drei Unverpackt-Läden im Aargau aus. Der in Aarau musste im September schliessen. Dank einer Spendenaktion im Februar 2021 hatten die Besitzer ihn zwar noch ein paar Monate über Wasser halten kön-

nen. Dann war endgültig Schluss. Es fehlte an Kundschaft. Genauso wie im Churer Ladencafé Oba Aba, das im März seine Türen für immer geschlossen hat. Über die Gründe will Mitgründerin Natacha Espirito Santo nur mutmassen. Vielleicht seien die Preise zu hoch gewesen. Oder das Konsumverhalten der Kundschaft habe sich geändert.

Davon kann die Thunerin Natalie Jacot ein Lied singen. Viele Kundinnen und Kunden seien mit der Situation nach Corona überfordert. Zu Beginn der Pandemie hätten sie in Kurzarbeit oder zu Hause gearbeitet – und hatten mehr Zeit fürs Einkaufen und zum Kochen. Viele Unverpackt-Läden erlebten damals einen Boom. «Alle backten Brot. Die Trockenhefe war praktisch immer ausverkauft. Jetzt bleibt sie wieder liegen», sagt Jacot. Heute arbeiteten die meisten Kundinnen und Kunden wieder im Büro – zum vollen Pensum. Und kämen mit diesem hektischen Lebensstil nicht mehr klar. Als Erstes würden Abstriche beim Einkaufen gemacht.

Die Konkurrenz rüstet auf. Auch Jasmin Muff, die kurz vor Beginn der Pandemie in Schwyz ihr Unverpackt-Lädli Knusperholz eröffnet hat, kämpft ums Überleben. «Der Kundschaft ist es wichtig, dass sie alles so nah wie möglich von zu Hause findet. Und dass der Einkauf so schnell wie möglich läuft.» Das sei nun mal eher bei Supermärkten der Fall.

Und die haben beim unverpackten Sortiment kräftig aufgerüstet. In vielen Filialen bieten Migros und Coop Trockenware wie Reis oder Bohnen zum Selber-Abfüllen an. Bei der Migros wird das Unverpackt-Sortiment bis Ende Jahr auf 50 Filialen erweitert. Coop hat in «ausgewählten Filialen» Abfüllstationen für lang haltbare Lebensmittel sowie für Bier, Apfelwein und Mineralwasser. Das Angebot scheint zu laufen, genaue Zahlen wollen beide nicht nennen.

Beim Unverpackt-Verband wird betont, man sei glücklich über jedes unverpackte Angebot. Die Konkurrenz durch die grossen Supermärkte ist aber da. Zumal die Grossverteiler Unverpacktes teilweise günstiger anbieten können. «Es ist aber ein Vorurteil, dass Unverpackt-Läden grundsätzlich teurer sind», sagt Natalie Jacot zwar. Sie hätten dazu ausführliche Vergleiche durchgeführt. Doch ein Vergleich zeigte: In Jacots Laden kosteten 100 Gramm rote Bio-Linsen Fr. 1.15. Bei der Migros war ein vergleichbares Produkt aber für bloss 50 Rappen zu haben. Ähnlich war es bei den Kichererbsen. Jacot erklärt

das damit, dass sie Händlerinnen und Händlern im Vergleich zu den Grossverteilern fairere Preise zahlten. Und weist darauf hin, dass etwa Couscous, Sojaflocken, Gewürze oder Tee 30 Prozent günstiger seien als im Grosshandel. Denn sie verkauften keine Mini-packungen und könnten so bessere Preise machen.

Für viele Kundinnen und Kunden dürfte am Ende der Preis ausschlaggebend sein. Gerade in Zeiten, in denen alles teurer wird. Bestes Beispiel: Als der Unverpackt-Laden Chez Mamie in Zürich beim Schlussverkauf die Ware zum halben Preis anbot, stand die Kundschaft plötzlich Schlange. «Die Schweizer sparen halt zuerst bei den Lebensmitteln», sagt auch Jacot.

«Keine Salami-Sandwiches mehr.» Wenn Preis und Sortiment nicht bestechen, müssen Unverpackt-Läden mit anderen Angeboten überzeugen. «Allein mit dem Lebensmittelverkauf kommen wir nicht aus der Krise», sagt Jacot. Sie setzt schon seit je auf eine Café-Ecke im Laden. Neu betreibt sie hinter dem Lädli eine Grossküche und einen Mini-Co-Working-Space, inklusive Fotostudio und Werkstatt. Hier bietet sie mit Partnern Kurse an wie «Seifen selber machen» oder kalligrafisches «Handlettering». Diese Angebote liefern super.

Genauso wie ihr nachhaltiges Catering. Nachhaltig heisst für Jacot: wenig Plastik, wenig Foodwaste, möglichst regional und bio. Es gebe noch wenig solcher Catering-Angebote, deshalb reiche ihre Kundschaft bis nach Bundesbern. «Beim Bundesamt für Umwelt kann man heute keine Salami-Sandwiches mehr auftischen.»

Wenig Foodwaste erreicht Jacot dadurch, dass sie einen kompletten Kreislauf um ihren Laden errichtet habe. Die Zutaten für die Caterings kommen teils aus dem eigenen Gemüse- und Obstgarten im Thuner Wohnquartier. Hier wachsen Auberginen, Birnen, Artischocken, aber auch Mandeln, Maulbeeren, Feigen, Melonen, Safran, Kurkuma.

Erfahrung im Gartenbereich hat niemand aus Jacots neunköpfigem Team. «Ich stelle niemanden vom Fach an, keine Köchinnen, keine Gärtner.



«Für viele Betreiberinnen ist ihr Lädli nur noch ein teures Hobby.»

Natalie Jacot, Vorstandsmittglied im Unverpackt-Verband

Die denken oft in einem vorgefertigten Schema.» Sie wolle Neues ausprobieren, Grenzen aufbrechen. Sie selbst kommt aus dem Medienbereich, hat lange Sportsendungen produziert. Dann habe sie etwas mit mehr Sinn gesucht. Ihr Know-how für den Gartenbau stammt von Youtube oder aus Dokus. Die Natur gebe ihr recht: «Alles wächst wie blöd», sagt sie.

Aus dem Geernteten kocht Jacot für Catering-Anlässe oder bestückt Foodboxen, die es im Abo gibt. Reste aus dem Laden werden an einem Foodwaste-Buffet verkauft.

Ein Zweitjob als Nanny. Auch Jasmin Muff in Schwyz macht sich Gedanken, wie sie mit anderen Angeboten punkten kann. Etwa mit Foodsave-Mittagsmenüs oder Workshops. Denn im Moment kann sie sich den Laden nur dank ihrem Zweitjob als Nanny leisten. Der Laden trage sich zwar selbst, sie wolle aber davon leben können. Ihr Angebot bestehe vor allem auch aus Lebensmitteln für den täglichen Bedarf sowie aus Artikeln für Körperhygiene und Haushalt.

Zusätzlich auf Non-Food zu setzen, sei der richtige Weg, sagt Jacot. «Mit nachhaltigen Lebensmitteln macht man kein Geld.» Besonders nicht mit in der Schweiz nachhaltig produzierten Produkten. Die seien vielen zu teuer in der Herstellung. Leinsamen aus der Schweiz kosteten schnell mal 14 Franken pro Kilo. «Das sind nicht alle bereit zu zahlen.» Non-Food-Artikel seien zudem länger haltbar.

Das Theater um die Tiefkühlprodukte. Natalie Jacot ist überzeugt, dass das Angebot in Unverpackt-Läden flexibler werden muss, damit sie Erfolg haben. Es brauche zum Beispiel mehr Convenience-Food. «Die Kundschaft will nicht stundenlang getrocknete Ware einlegen und kochen müssen.» Attraktiv seien daher auch vorgekochte Tiefkühlprodukte. Hier sei aber die Gesetzeslage lange unklar gewesen.

Die Folgen erfuhr das Schwyzer Start-up Dinnair. Seit 2018 hatte es Tiefkühltruhen mit unverpackten Lebensmitteln entwickelt, Teigtaschen, Falafel, Capuns. Die Produkte waren bereits in mehreren Kantonen auf dem Markt. Dann machte die Zürcher Lebensmittelkontrolle dem Anbieter einen Strich durch die Rechnung. Tiefgefrorene Lebensmittel müssten vorverpackt sein. Das sei in einer Verordnung des Eidgenössischen Departements des Innern festgelegt. Dinnair-Gründer Peter Zihlmann musste die Produktion ändern, die Ware abpacken.

Mittlerweile hat das Parlament einen Vorstoss von FDP-Nationalrat Andri Silberschmidt angenommen, der eine Änderung des Lebensmittelgesetzes forderte. Sie soll die Abgabe von nicht verpackten Tiefkühlprodukten möglich machen. Zihlmann rechnet damit, dass er ab nächstem Jahr wieder mit dem unverpackten Angebot loslegen kann. Dann will auch Natalie Jacot im Tiefkühlbereich aufrüsten. Sie entwickelt Bohnenburger, die sie auch an andere Läden verkaufen kann. Aktuell hat sie eine Tiefkühltruhe vor allem mit Backwaren im Laden. «Das ist eine Grauzone. Aber die Lebensmittelinspektorin hat es durchgehen lassen.»

TEXT: CAROLINE FREIGANG | FOTO: DRES HUBACHER

SHIRIN seit 1979
fliegenderteppich
schöner wohnen

ÜBER 2'000 m² SHOWROOM

Churerstrasse 158, 8808 Pfäffikon, 055 420 49 10

www.fliegenderteppich.ch