

29. März 1983
29. März 2012



29 Jahre Bioladen Momo in Beuel

Mein erster Besuch in einem Bioladen war noch in den 1970er Jahren. Als Teene betrat ich den ersten Bonner Bioladen in der Kaiserstrasse.

Die Hindernisse Stufen und Türen hinter mir liegend stand ich vor weiteren:

Die Regale waren hoch, der Raum eng, die Stimmung schummrig in spärlicher Beleuchtung. Regale rundum, gefüllt mit unzähligen Tüten die allesamt identisch anmuteten; allein ein kleines, quadratisches, liebevoll in Handarbeit beschriftetes Etikett, deren Lesbarkeit allerdings nahe an der Unzumutbarkeit lag, unterschied die braunen, quadratischen, handgefalteten Tüten, deren Inhalte mir aber noch lange verborgen bleiben sollten. Gar nicht zu denken an eine Verwendung der in den Tüten sowie mir verborgenen Geheimnisse rund um Körner & Flocken.

Brot wollte ich haben, gesundes Vollkornbrot.

Wer hatte mir nur den Tipp gegeben hier mein Glück zu versuchen? Ich wollte den Laden ganz schnell wieder verlassen, entschied mich aber doch zu bleiben um nicht noch auffälliger den Neuling zu markieren. Weder traute ich mich zu fragen, noch irgendetwas anzufassen, das würde ich mir im Wohnzimmer der Eltern meiner Freundin ja auch nicht erlauben. Der Tabu-Faktor war in etwa der gleiche, nur die Einrichtung war nicht in Gelsenkirchener Barock sondern von einer bekannten skandinavischen Firma, deren Existenz, was sich ebenfalls erst viel später herausstellen sollte, einer ganzen Generation den Namen gab.

Die einzige Kundin die ausser mir im Laden war, mehr Menschen hätten auch gar nicht reingepasst, streifte ihr Po-langes, in der Mitte gescheiteltes feuerrotes Haar behutsam aus dem Gesicht hinter die Schulter und packte gerade mehrere dieser nahezu identischen braunen Tüten in Ihren Rucksack, der mit Blumen bestickt war, den gleichen Blumen mit denen ihr violettes Kleid und ihr Stirnband bestickt waren, als mich der vollbärtige Schrat aus seinem als Theke erdachten Verschlag mit seinem Adlerblick unter zausen Brauen durchleuchtete und ansprach.

Ich errötete, versuchte cool und sachlich meine Verlegenheit zu überspielen: Ein Vollkorn-Brot bitte. „Hier sind alles Vollkornbrote“ belehrte mich der Profi, wobei seine bis zum Nabel reichende, handgeschmiedete Indianerkette vor seinem Brusthaar klimperte.

Die Hippiebraut kicherte, packte ihren Blag am Arm und schleifte ihn hinter sich her durch Tür und über Treppe.

Schweissperlen auf der Stirn zeigte ich, der öffentlich als Nichtswisser entlarvte, stumm auf einen Laib mit schwarzen Körnchen, Mohn wie sich, ebenfalls erst viel später, herausstellte.

Er zauberte ein Stück Papier hervor, braunes Papier, farblich wie grössentechnisch passgenau zum Brot welches er, trotz seiner mit Silberringen mit grossen bunten Steinen übersäten Pranken, mit einer geschickten Drehung darin verwickelte.

Es dauerte sehr sehr lange bis ich das nächste Mal einen Bioladen betrat...

Vielen Kunden mag es ähnlich ergangen sein in unserem niedlichen Laden in der Friedrich-Breuer-Strasse.

Wer die drei Stufen erklimm, die zwei Pforten öffnete, trat ein in ein mystisches Reich der Sinne. Es war nicht selbstverständlich, ohne Grundsatzdiskussion ein Brot zu kaufen. Und wer eine ganze Kiste Wasser kaufen wollte musste schon mal bis in den Keller gehen und sie sich selber holen, alles andere wäre einer Ausbeutung des Proletariats gleichzustellen gewesen.

Vieles haben wir uns bis heute erhalten, denn es gab und gibt auch sinnvolle Eigenheiten. Dazu gehört gewiss nicht, die Getränkekisten selbst aus dem Keller zu holen: Wir haben gar keinen Keller :-). Und es ist heutzutage durchaus möglich, einfach nur ein Brot oder eine Milch zu kaufen, ganz ohne Grundsatzdiskussion.

Dazu gehört aber gewiss, dass unser Umweltbewusstsein nicht am eigenen Tellerrand aufhört. Im Gegenteil, durch ein Mehr an Umsatz ist auch ein Mehr an Idealismus möglich.

Unser Erfolgsgeheimnis ist zu einem guten Stück, dass Momos Werte keine blossen Papiertiger sind. Trotz mancher Unkenrufe wie „können Sie nicht einfach nur Naturkost verkaufen“ oder „wenn man Ihren Laden besucht, fühlt man sich von dessen arg linker Aura nicht selten gestört“ hat Momo Ziele, die über den Krämer-Alltag hinaus gehen.

Im Zentrum steht immer der Mensch, ob Auszubildender, Angestellter, Chefetage, Landwirt, Lieferant, Hersteller, der partnerschaftliche Umgang miteinander steht im Vordergrund. Und nicht zuletzt ebenso der partnerschaftliche Umgang mit dem „Verbraucher“ - ob Kunde, Klient, Patient sei dahingestellt :-)

So schreiten wir in grossen Schritten ins vierte Jahrzehnt Momo-Geschichte.

Da kann uns kein Konkurrent das Wasser reichen, hatten wir doch Ende 2010 arge Befürchtungen ob des Filialisten, der einen Steinwurf entfernt ernten wollte was Momo säte. Was ihm nicht gelungen ist.

Auch in 2011 hatte Momo überdurchschnittliche Wachstumszahlen, in manchen Bereichen von bis zu erschreckenden 40%. Am stärksten in den Warengruppen die uns am meisten am Herzen liegen, denn möglichst unverarbeitet und frisch sollen gesunde Lebensmittel sein: Obst & Gemüse, Käse, Milchprodukte, Brot. Zufällig sind das die Warengruppen, die die höchsten Risiken bergen, deren Handling das grösste Feingefühl und know-how verlangen, die mit Abstand die meiste Zeit und Arbeit kosten. Kunst kommt eben von Können.

Wir würden auch gerne Mal nicht wachsen, aber das scheint eine noch schwierigere Aufgabe zu sein, der sind wir noch nicht gewachsen.

Im August jährt sich das 7 Jahr im grossen Laden, in 2013 feiern wir mit Euch ein ganzes Jahr lang unseren 30sten Geburtstag.

Danke dass DU das möglich gemacht hast !
Wir wissen dass wir die nettesten Kunden haben.