

Tante Emma ist unsterblich

Hartmut Gieringer ist Chef, aber er verdient keinen Cent. Der Rentner leitet den Laden von Waal im Allgäu. Marika Maisch setzt auf lokale Produkte. Ihr Geschäft in Fürth trotz der großen Konkurrenz. In Bayern geht der Trend wieder zum Dorfladen. Oft sind es die Bürger, die die Initiative ergreifen

Aus Waal und Fürth **Dominik Baur**

Waal, eine kleine Marktgemeinde im Allgäu, knapp 2.500 Einwohner. Gegenüber, auf der anderen Seite des Marktplatzes, steht das Schloss. Früher war das kleine Waal mal Gerichtssitz, erzählt Hartmut Gieringer. „Hier wurden die letzten Hexen im Allgäu verbrannt.“

Gieringer sitzt an einem Tisch mitten im Dorfladen, zwischen Kaffeeregale und Ostertort. Vor ihm das Schild „Samstags Stammtisch“. Zum Stammtisch kommt hier natürlich keiner. Wegen Corona, nicht weil es Vorbehalte gegen einen Stammtisch zwischen Einkaufsregalen gäbe. Wie es hier überhaupt wenig Vorbehalte gegen den Dorfladen gibt, eine der Errungenschaften aus der jüngeren Historie des Ortes.

Es ist ein schlicht, aber modern eingerichteter Laden – mit der einen oder anderen Retro-Anleihe. Das Sofa am Stammtisch macht ein bisschen auf Biedermeier, der Schrank, in dem die Eier stehen, auf Bauernschrank. 186 Quadratmeter Verkaufsfläche, im Vorraum stehen die Geldautomaten der Sparkasse, an der Wand hinter der Theke hängt ein Kreuzifix.

Statt der Stammtischbrüder sitzt nun eben Hartmut Gieringer da, ohne Getränk, dafür mit Maske, und erzählt, wie das alles angefangen hat mit dem Laden. Gieringer, 68, Brille, die Frisur sympathisch ungestüm, ist hier der Chef. Ein Chef, der keinen Cent verdient, nicht einmal Rabatt im eigenen Laden bekommt und trotzdem sagt: „Das macht richtig Spaß.“

Bis 2012, erzählt Gieringer, habe es an derselben Stelle schon einen Laden gegeben. Einen kleinen Edeka, doch irgendwann hat die Betreiberin mit über 70 Jahren aufgehört, mit der Nachfolgerin hat es nicht so recht geklappt, und plötzlich stand die Gemeinde ohne Laden da. Einkaufen ging nur noch mit dem Auto, der nächste Supermarkt war sechs Kilometer entfernt. Und die Busverbindungen – Gieringer winkt ab.

Ein Zustand, mit dem sich die Waaler aber nicht abfinden wollten – auch wenn er inzwischen zum Normalzustand auf dem bayerischen Land geworden ist. Wir brauchen wieder einen Laden, hieß es. Die Initiative ging zunächst vom Gemeinde-

rat aus, eine Gruppe von acht, neun Ehrenamtlichen nahm sich dann der Sache an; Gieringer war einer von ihnen. Ein Pächter war nicht zu finden, also organisierte man sich genossenschaftlich – in Form einer Untermehrgesellschaft mit Stillen Teilhabern. Rund 300 Familien zeichneten Anteile, Minimum: 200 Euro. Insgesamt kamen so 80.000 Euro zusammen. Dazu noch Fördergelder und Kredite. Ein ordentliches Startkapital. Anfang 2015 begann man mit der Planung, nach gut zwei Jahren war Eröffnung.

Andrea Kuhn, die mit ihrem Mann die Metzgerei am Ort führt, schaut auf einen Sprung vorbei, setzt sich zu Gieringer. „Ich bin eine der heftigsten Kämpferinnen für den Laden gewesen“, sagt sie. Und das ist keine Selbstverständlichkeit, schließlich könnte sie das Geschäft auch als Konkurrenz sehen. „Aber ich hab gewusst, wenn der Laden kommt, dann werden wir nur gewinnen.“ So war auch von Anfang an klar, dass der Dorfladen seine Wurstwaren von der Metzgerei beziehen würde.

In den ersten beiden Jahren schrieb man noch Verlust, seit letztem Jahr läuft es gut. Das alles ist natürlich eine Frage der Messlatte, die man anlegt. „Wenn ein Edeka-Filialeiter mit diesem Ergebnis zu seinem Chef geht“, sagt Gieringer, „dann fliegt er. Aber wir sind auf die schwarze Null ausgerichtet“ – also nicht gewinnorientiert.

Gieringer ist gelernter Diplomkaufmann. Bis zur Rente hat er fast 40 Jahre bei BMW gearbeitet. Jetzt ist er ehrenamtlich wieder voll im Einsatz. „Ich brauch’ ja ein Hobby“, sagt er, fast entschuldigend. Er kümmert sich um die Finanzen, im Laden selbst arbeiten sechs Angestellte. Wenn das Geschäft weiter prosperiert, werde es vielleicht schon in wenigen Jahren Ausschüttungen in Form von Einkaufsgutscheinen geben.

Waal ist nur eines der Beispiele, wo sich in den letzten Jahren eine Wiederauferstehung beobachten lässt: die des Tante-Emma-, Krämer- oder eben Dorfladens. Nach dem Krieg deckte man sich in den kleinen Lebensmittelgeschäften noch mit den Dingen des täglichen Bedarfs ein, in den Siebzigern wurden sie jedoch immer mehr von Supermärkten und Discountern verdrängt. Nicht, dass man es nicht beklagt hätte. Udo Jürgens dichtete



Alles, was das Herz begehrt, und das auf 60 Quadratmetern: das Geschäft von Marika Maisch im fränkischen Fürth. Bilder aus dem Buch „Tante Emma lebt“. Fotos: Walther Appelt

damals eine Schlagerhommage an Tante Emma. „Wenn an der Tür die Glocke bimmelt, ist das beinah’ schon Poesie“, sang er und behauptete: „Im endlos großen Supermarkt, da droht mir gleich ein Herzinfarkt.“

Und das ZDF widmete etwa zur selben Zeit dem kleinen Ladenbesitzer Gustav Spannagl, dargestellt von Walter Sedlmayr, und seinem verzweifelten Kampf gegen den neu eröffneten Supermarkt eine 13-teilige Vorabendserie. Beklagt haben die Leute das Ende von Tante Emma allerorten, eingekauft haben sie aber dennoch im Supermarkt. Die Zahl der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland sank seit 1970 von 160.000 auf 37.000.

„Wenn ein Edeka-Filialeiter mit diesem Ergebnis zu seinem Chef geht, dann fliegt er. Aber wir sind auf die schwarze Null ausgerichtet“

Hartmut Gieringer, Genossenschaftler des Dorfladens von Waal im Allgäu

8 Millionen Deutsche, heißt es, seien inzwischen unterversorgt, will heißen: Sie können kein Lebensmittelgeschäft mehr zu Fuß erreichen.

Was bleibt, ist die Nostalgie, die Erinnerung an den kleinen Laden, in den man als Kind nach der Schule gestürzt ist, um nach reiflicher Überlegung die letzten Zehnerl in Süßigkeiten zu investieren, die die Ladeninhaberin in offenen Gläsern auf der Theke stehen hatte.

„Einen Moment, ich muss erst mal die Gitarre weglegen“, sagt Marius Kliesch. Am anderen Ende der Leitung hört man kurz den Hall aus dem Resonanzkörper des Instruments, dann ist Kliesch wieder da – und auch gleich im Thema. Für Tante-Emma-Läden habe er schon immer ein Faible gehabt, erzählt er. Allein dieser Geruch, wenn man den Laden betritt! „Diese Melange aus dem, was der Laden hergibt: Wurst, Seife, Gummibärchen,

Waschmittel. Manchmal wird hinten in der Küche noch gekocht.“ Dieser Geruch sei überall anders und doch ganz speziell. „Und es gehen einem die Augen über. Es ist alles da. Vielleicht findet man nicht exakt das Produkt, das man sich vorgestellt hat, aber zumindest guten Ersatz. Es ist immer ein Erlebnis.“

Die meisten Menschen kennen Kliesch besser unter dem Namen Tommie Goerz, dem Pseudonym, unter dem er fränkische Krimis schreibt. Zuletzt allerdings war Kliesch in Sachen Tante Emma unterwegs. Mit dem Fotografen Walther Appelt ist er von Laden zu Laden gezogen, hat sich in Franken die letzten ihrer Art angeschaut. Das Ergebnis haben sie nun in Buchform herausgebracht. „Tante Emma lebt“, heißt das Werk hoffnungsfroh, aber Kliesch weiß, dass den meisten der besuchten Läden keine allzu lange Zukunft beschieden ist. Die vielleicht letzte Chance also, ihnen noch einmal ein Denkmal zu setzen.

Es waren überwiegend nicht moderne Dorfläden, sondern alte Familienbetriebe, die Kliesch aufspürte. Hier fand er den Flair, der ihm aus der Kindheit vertraut war, mitunter sogar Waren, die noch aus dieser Zeit stammen dürften: Knöpfe, Hosenträger, Salbeibonbons ... Manche der Geschäfte machten noch während Klieschs Recherche dicht. Von anderen bekam er Sprüche zu hören wie: „Die Jungen kaufm mit dem Auto ein, die kummer net zu mir, und die Altn brauchn immer wenicher und wernn ah immer wenicher.“

Marika Maischs Laden in Fürth ist einer von denen, die Kliesch porträtiert hat. Das Fürther Amtsblatt feiert das Geschäft als den „Inbegriff des Tante-Emma-Ladens“. Zu Maisch kommen die Leute noch immer.

„Tante Emma seit 1920“ steht draußen auf der grünen Markise. Sonst ist es hier in der Hirschenstraße eher weniger bunt. Die Fassaden der drei- und vierstöckigen Altbauten changieren farblich von Maus- bis Steingrau. Das Nieselwetter tut sein Übriges. Die Heilsarmee, die griechische Gemeinde, ein China-Imbiss und ein Nagelstudio haben hier Quartier genommen. Und eben Tante Emma.

Vor hundert Jahren hieß Tante Emma noch Georg Berger und verkaufte vornehmlich Kartoffeln.



Berger war Marika Maischs Urgroßvater. „Der Laden war noch miniklein damals“, erzählt sie und zeigt in Richtung Tür. „Der war nur das Stückle da vorne. Und dann hat jede Generation ein bisschen dazu gebaut.“ Da, wo jetzt die Theke steht, sei früher noch das Wohnzimmer ihrer Großeltern gewesen. Inzwischen regiert Maisch über sagenhafte 60 Quadratmeter Verkaufsfläche.

Marika Maisch ist quasi im Laden aufgewachsen, hat als Kind mitgeholfen. „Es war eigentlich immer klar, dass ich das mal machen werd.“ Bis vor zehn Jahren führte sie das Geschäft gemeinsam mit ihrem Vater, dann hat sie übernommen.

Die Tür öffnet sich, eine Klingel ertönt. Nicht das übliche elektronische Dingdong, sondern eine schrillende, mechanische Klingel. Die Glocke selbst, optisch das Werk jahrzehntelanger Oxidation, baumelt an zwei dünnen Kabeln von der Decke. Ein älterer Mann mit langem grauen Haar kommt herein, die Hände tätowiert, auf der Jeans einen Sex-Pistols-Aufnäher. Er bringt sein Leertüte vorbei.

Wie groß ihr Sortiment ist? Maisch weiß es nicht. Hauptsache sei doch, dass sie alles hat. Ob Cornflakes, Dosenravioli, Glühbirnen oder Katzenstreu, ob Bio-Kurkuma-Extrakt oder Maggi in der Literflasche – alles da. Sollte sie tatsächlich mal einen Kundenwunsch nicht sofort erfüllen können, besorgt sie das Gewünschte meist bis zum nächsten Tag.

Einen Computer braucht Marika Maisch nicht. Die Preisschilder sind handgeschrieben. Und nachgefüllt wird, wenn eine Lücke entsteht. „Ich steh' hier, such' die Löcher ab und schreib' auf.“ Und dann fährt sie zum Großmarkt. Wer den „Maisch“ betritt, betritt eine analoge Welt. Früher hatte Marika Maisch auch noch eine richtig alte Waage in Betrieb. „Die war toll, noch so mit Gewichten.“ Vor zwei Jahren gab sie den Geist auf.

Neben den Standards setzt Maisch vor allem auf fränkische Produkte: Bier, Wein, Wurst. Abends nach Ladenschluss stellt sie sich dann noch in die kleine Küche hinterm Laden und bereitet ihre eigenen Spezialitäten zu: Fruchtaufstrich mit Geschmacksrichtungen wie Prosecco-Traube, Eiersalat oder Schafkäse-Creme mit Rucola-Pesto. Weil immer mehr Leute danach fragen,

hat sie nun auch schon wieder mehr offene Ware im Angebot, Nüsse etwa oder Trockenfrüchte. Und wenn jemand sich nach vegetarischem Aufstrich erkundigt, dann gibt's das nächste Mal eben vegetarischen Aufstrich.

So hält sich der Laden auch nach 100 Jahren noch. Am Mangel an Konkurrenz kann es nicht liegen. Der nächste Norma ist fünf Minuten entfernt, Rewe sechs Minuten.

„Aber ich find's hier angenehmer“, sagt Andreas Müller. „So ein Supermarkt hat etwas Gehetztes, Gestresstes, Anonymes. Hier krieg' ich alles, und gleichzeitig ist die Atmosphäre viel angenehmer.“ Müller kommt ein-, zweimal die

„Es war eigentlich immer klar, dass ich das mal machen werd'. Es ist halt sehr viel Arbeit. Man muss das schon mögen“

Marika Maisch, Inhaberin eines Tante-Emma-Ladens im fränkischen Fürth

Woche. „Und wenn ich mal kein Geld einstecken hab', kann ich anschreiben lassen.“ Vor einem Dreivierteljahr ist der 42-jährige Soziologe nach Fürth gezogen und hat den Laden entdeckt. Müller packt Sahne, Mozzarella und Feldsalat in seinen Rucksack, greift sich noch eine Flasche Wein. Was wäre, wenn es den kleinen Laden nicht mehr gäbe? „Gar nicht auszudenken“, ruft Müller, und es klingt nicht gespielt.

So wie Müller denken viele Kunden. Sie schätzen das Persönliche, das Familiäre, die Nähe. Zahlen auch gerne ein paar Cent mehr dafür. Wie kommt es dann, dass so viele Läden es doch nicht geschafft haben, in der schönen neuen Supermarkt-Welt zu überstehen? Sicher, Marika Maisch hat ein paar Vorteile: Das Haus, in dem sich der Laden befindet, gehört der Familie; sie hat eine gewachsene Kundschaft, die zum Teil seit Jahrzehnten hier einkauft; und sie hat begonnen,

ihre Kunden auch zu beliefern. Schulen, Altenheime, Gastronomie. Inzwischen ist das fast ein zweites Standbein.

Aber es ist nicht nur das. Die Nachfrage für Geschäfte wie ihres, glaubt Maisch, sei schon da gewesen. Nur: Es gebe niemanden mehr, der das machen will. „Es ist halt sehr viel Arbeit. Man muss das schon mögen.“ Ihre beiden Töchter beispielsweise mögen es nicht, haben ihr schon klargemacht, dass sie den Laden nicht übernehmen wollen. So wird sich auch für den „Maisch“ eines Tages die Frage stellen, wie es weitergeht. Marika Maisch ist erst 49 Jahre alt, denkt noch nicht ans Aufhören. „Vielleicht ergibt sich ja was“, sagt sie. Gedanken will sie sich darüber jetzt aber noch nicht machen.

Die neuen Dorfläden haben es da etwas einfacher. Die genossenschaftliche Organisation bindet die Kundschaft noch stärker an „ihren“ Laden, die Supermarktkonkurrenz ist in der Regel weiter entfernt. In Waal steht ein Mann in Janker vor dem Nudelregal. Es ist Wolfgang Gröll. „Ich mach' noch schnell ein paar Fotos“, sagt er, „die poste ich dann auf unserer Seite.“ Dinkel-Eiernudeln sind es, vom Lärchenhof aus der Region. Angebote wie dieses stehen für das, was den Laden ausmacht. Dass er in nur drei Jahren zur Erfolgsgeschichte wurde, hat aber auch mit Wolfgang Gröll zu tun, dem Vater von Bayerns Dorfladenboom. Rund 200 Gründungen hat der Unternehmensberater bereits begleitet – angesichts von insgesamt gut 2.000 Gemeinden in Bayern eine durchaus beeindruckende Zahl.

Auch er meint: Die Nachfrage nach dem kleinen Lebensmittelgeschäft in unmittelbarer Nähe habe es die ganze Zeit über gegeben. Nur habe es lange gedauert, bis man – wieder – einen vernünftigen Weg gefunden hat, sie zu befriedigen. Und zu dem gehören inzwischen eben oft auch bürgerschaftliches Engagement und die Unterstützung der Gemeinde. Aktuell betreut er rund 50 Läden in der Gründungsphase. Die Ladenneulinge verweist er dann gern auf Vorzeigeprojekte wie Waal und kommt selbst auch immer mal wieder zu Besuch.

Gröll zeigt auf die Käsetheke: „Da sehen Sie keine Industrieware drin. Das ist alles im Laib gereift.“ Und dass der Käse aus der Region stammt,

versteht sich von selbst. Man sei ja schließlich im Allgäu. Die Eier kommen vom Geflügelhof aus dem Nachbarort. Sogar die Kaffeemaschine wird von einer Firma aus dem Allgäu gewartet.

Der Großteil der Dorfläden, erzählt Gröll, macht zwischen 50 und 70 Prozent des Umsatzes mit regionalen Produkten. Mit seiner kleinen Firma berät der 56-Jährige Gemeinden und Bürger, die einen solchen Laden auf die Beine stellen wollen. Wie groß ist der mögliche Umsatz, wie viel muss investiert werden, wie lässt sich die Finanzierung eigentlich bewerkstelligen? Gröll rechnet den Menschen vor, wie ihr Unternehmen gelingen kann. Denn meist fehlt es nicht an gutem Willen und Engagement, aber oft an unternehmerischem Know-how.

Die Begleitung der Gründer geht bis hin zu Verhandlungsgesprächen mit Vermietern oder der Ladenplanung. „Wenn man nicht aufpasst, verkaufen sie einem Kühlgeräte ohne Motoren oder Regale ohne Fachböden.“ Gröll ist ständig auf Achse, bei seinen Kunden vor Ort; 80.000 bis 90.000 Kilometer legt er im Jahr zurück. Überwiegend in Bayern. Aber auch in Nordrhein-Westfalen oder Niedersachsen wächst inzwischen das Interesse.

Zuletzt hat das Geschäft sogar von der Pandemie profitiert. „Wir gehören zu den Kriegsgewinnlern“, sagt Ladenchef Gieringer ganz offen. Während der Coronakrise habe man deutlich zugelegt. Dasselbe hört Wolfgang Gröll auch von anderen Läden. „Bei vielen hat auch ein Umdenken eingesetzt, weil ihnen bewusst geworden ist, wie wichtig ein lokaler Versorger ist.“ Ihn selbst erreichten noch mehr Anfragen von Initiativen, die mit der Gründung eines Dorfladens liebäugeln.

Und eines freut Gröll ganz besonders: „Eigentlich sind ja wir die größten Kommunisten“, sagt er. „Weil der Genossenschaftsgedanke ist ja Kommunismus pur, wenn man ehrlich ist. Ausgerechnet wir in Bayern setzen auf Gemeinschaftseigentum. Und es funktioniert.“ Jeder Dorfladen für sich sei doch ein Beweis, dass Erfolg nicht an kontinuierliches Wachstum gekoppelt sein muss. Womit Tante Emma mal eben die vermeintlich unumstößlichen Gesetze der Marktwirtschaft über den Haufen geworfen hat.