



Kaum eine Bäckerei arbeitet und produziert in der Region zurzeit so nachhaltig wie Meyer Mönchhof. Bezirksleiterin Anika Strodthoff und Geschäftsleiter Thomas Stockinger stellen die Nachhaltigkeitsbemühungen vor. Foto: Konczak

Becher, Eier, Strom & Tierschutz

Neue Serie: Unternehmen wirtschaften nachhaltig/ Teil 1: Bäckerei Meyer Mönchhof

NICOLE BAUMANN

Nicht zuletzt durch die „Fridays-for-Future“-Akteure fühlt sich der schlichte Konsumbürger in seinen Persönlichkeitsrechten verletzt. Das Ergebnis ist eine Art Verteidigungshaltung, wenn etwas an seinem Verhalten in Frage gestellt wird, das nicht der gewünschten Nachhaltigkeit entspricht.



Die Welt werden wir vermutlich nicht retten können. Im Verteidigungsmodus zu behaupten, es bringe gar nichts, wenn man versucht, es in einzelnen Schritten besser zu machen als bisher, ist auch falsch. Aber natürlich bequemer. In unserer neuen Reihe „Nachhaltig leben“ stellen wir Unternehmen aus der Region vor, die selbstverständlich wirtschaftlich arbeiten, aber dennoch damit angefangen haben, nachhaltiger zu denken und zu produzieren. Denn darum geht es: Um das Anfangen.

„Wir sind ein regionalwirtschaftlicher Betrieb und versuchen, unsere Rohstoffe regional zu beziehen. Das gelingt uns leider nur zum Teil“, räumt Thomas Stockinger, Geschäftsleiter der Bäckerei

Meyer Mönchhof ein. Denn beispielsweise Nüsse, Mohn und Saaten könne man gewerblich nicht regional einkaufen. Dennoch steht Stockinger auf dem Standpunkt, Nachhaltigkeit in den Alltag einzubauen. „Wenn man die Möglichkeit hat, dann sollte man es machen“, sagt er. Das Dinkelgetreide stamme zum Beispiel aus der Gegend. „Momentan haben wir auch auf Schalen-Eier aus Freilandhaltung umgestellt. Vorher kamen sie aus Bodenhaltung. Es ist ein teures Thema. 40 bis 50 Prozent Mehrkosten sind keine Peanuts. Ich habe versucht, Druck bei der Einkaufsgenossenschaft zu machen“, erklärt er.

Neben dem Thema Rohstoffbeschaffung macht sich der Meyer-Mönchhof-Geschäftsleiter seit geraumer Zeit Gedanken über Verpackungsmaterialien. Auch unterschiedliche Produkte hat er bereits getestet. „Denn ohne den Coffee-to-go-Becher wird es nicht gehen“, bedauert er. „Mehrwegbecher werden von den Kunden kaum nachgefragt oder mitge-

**Coffee-To-Go-Becher
ab April aus abbaubarem
Bio-Kunststoff**

bracht. In größeren Filialen maximal fünfmal am Tag.“ Das seien dann meistens die Handwerker. „Momentan bieten wir noch einen kompostierbaren Bio-Becher mit abbaubarem Deckel an“, erklärt Stockinger. Der neue „To Go-Becher“ ab April sei „Made in Germany“ und könne über das Altpapier entsorgt werden. „Der Deckel ist aus PLA,

einem abbaubaren Biokunststoff. Beim jetzigen Becher besteht das Problem darin, dass der Becher gemäß kommunaler Entsorgungsvorgaben im Restmüll entsorgt werden muss oder ‚bestenfalls‘ im Gelben-Sack-Müll verbrannt wird. Da halte ich Altpapier für den besseren Wertstoff“, erläutert Stockinger.

Mehr Umweltbewusstsein zeige man bei Meyer Mönchhof zudem mit Frischetüten statt Polybeutel, klimaneutral hergestellte Verpackungen und dem Gebrauch von Biokunststoffen. Mitgebrachte Behälter oder Beutel dürfen aus hygienerechtlichen Gründen nicht über den Verkaufstresen gereicht werden. „Wenn man seinen Beutel aufhält, werfen wir die Brötchen aber gerne hinein“, sagt Anika Strodthoff, Bezirks- und Ausbildungsleiterin bei Meyer Mönchhof. Das komme, wenn überhaupt, eher bei den älteren Kunden und bei Kunden aus dem ländlichen Raum vor. Wenig hält Stockinger von dem „Handschuhwahn“, wie er ihn nennt, zumal es im Unternehmen sowieso Hygienevorschriften gebe. „Aber die Kunden sind sehr kritisch und legen Wert darauf“, erklärt er.

Die Gesetzesänderung hinsichtlich der Bon-Pflicht empfindet er als unverschämte: „Was unterstellt man uns damit?“, fragt er verständnislos. „Wir versuchen jetzt, die Bons möglichst klein zu halten und verzichten auf Werbung auf den Bons. Das macht dann weniger Müll.“ Bei den Verpackungsprodukten allgemein setzt der Geschäftsleiter auf „Made in Germany“.

Im Betrieb selber setzt das

Unternehmen auf Wärmerückgewinnung. LED-Beleuchtungen wurden sowohl in der Bookholzberger Bäckerei als auch in allen renovierten Filialen in der Region verbaut. „Sowohl im Betrieb als auch in den Filialen haben wir außerdem auf Naturstrom umgestellt“, sagt Stockinger. Das seien rund 10.000 Euro Kosten mehr pro Jahr. Ebenso habe man das Reinigungskonzept überdacht und setze jetzt auf mehr Umweltverträglichkeit der Reinigungsmittel, um das Abwasser nicht unnötig zu belasten.

**Brot-Aktionen zugunsten
des Tierschutzes und
für karitative Zwecke**

Unter dem Motto „Gutes von gestern“ profitiert außerdem die Tafel von den Backwaren, die übrig geblieben sind. „In diesem Jahr möchte ich mich trotzdem mit dem Bestellverhalten in den einzelnen Filialen auseinandersetzen“, sagt Stockinger und blickt aus dem Fenster: „Im Frühling säen wir hier auf dem Grundstück wieder eine Blumenwiese für Insekten an“, sagt er.

Durchschnittlich zwei Aktionen pro Jahr nutzt Meyer Mönchhof, um karitative Organisationen und den Tierschutz in der Region zu unterstützen. Dafür wurde in den vergangenen Jahren unter anderem das Stubentigerbrot für den Tierschutzhof in Delmenhorst, das Löwenherzbrot für das Kinderhospiz Löwenherz und das Kraftzwegebrot zugunsten der Klinik-Clowns verkauft.