

Tekst 11

Zweite Chance fürs Brot



(1) Der kleine Laden mit der roten Markise ist nur wenig breiter als seine Eingangstür. 30 Quadratmeter ist er groß und bietet neben der Lagerfläche gerade einmal Platz für den Verkaufstresen, ein paar Tische und eine dicht beschriebene Sortimentstafel. Bio-Hefezopf und Früchtebrot werden heute darauf beworben. Doch das *Second Bäck* ist keine normale Bäckerei. In dem unauffälligen Geschäft werden Backwaren vom Vortag verkauft, für die Hälfte des ursprünglichen Preises. Das Kilo Vollkornbrot kostet 2,25 Euro, Bio-Brötchen gibt es ab 45 Cent. Jeden Morgen holt Inhaberin Vesta Heyn von mehreren Bäckereien die Ware ab, die diese nicht mehr verkaufen können oder wollen.

(2) „Ich will Essensmüll vermeiden“, erklärt Vesta Heyn. Das Brot von gestern zum Sonderpreis anzubieten, das fand sie von Anfang an „eine schlüssige Idee“. Firmensitz ihres kleinen Brotladens mit Nachhaltigkeitsgarantie ist die Raumerstraße in Berlin, Prenzlauer Berg. Als sie vor 13 Jahren mit dem Geschäft anfang, erklärten Freunde sie für verrückt. „33“ war damals noch nicht so ein gesellschaftliches Thema wie heute“, sagt die freundliche Frau mit dem grauen Pagenkopf. An Personal war damals nicht zu denken. Inzwischen kaufen so viele Kunden bei ihr, dass sie acht Mitarbeiter beschäftigt. 2011 hat Vesta Heyn einen Nachhaltigkeitspreis gewonnen und einen zweiten Laden eröffnet. Spezialisiert hat sich die Berlinerin auf Bio-Produkte. Neben diversem Gebäck und Teilchen¹⁾ hat *Second Bäck* natürlich viele Sorten Brot im Angebot, allerdings jeden Tag andere – je nachdem was die Bäcker übrig hatten. Zu billig will die studierte Sozialpädagogin das Brot nicht verschleudern. „Lebensmittel haben ihren Wert, auch am zweiten Tag.“

(3) Der Schritt ins Backgewerbe sicherte der alleinerziehenden Mutter damals die finanzielle Zukunft. Doch das ist nur eine Sicht der Dinge. Der Laden zeigt auch, dass sich wirtschaftliches mit nachhaltigem Denken verbinden lässt – und dass im besten Fall beide Seiten profitieren. Denn Brot ist heute ein besonders drastisches Beispiel für die Lebensmittelverschwendung in Deutschland geworden. Kein anderes Produkt wird in so großen Mengen weggeworfen, jährlich sind es 500 000 Tonnen. Eine Durchschnittsbäckerei schmeißt 10 bis 20 Prozent ihrer Tagesproduktion auf den Müll, im besten Fall liefert sie den Überschuss an eine Tafel²⁾ oder einen Tierfutterhersteller.

(4) Den Ausschlag für diese kalkulierte Überproduktion liefern die
40 Verbraucher selbst. Wir sind es gewohnt, bis Ladenschluss das komplette
Angebot an Brot und Backwaren vorzufinden. „Wenn sich ein Bäcker dem
entzieht und um 17 Uhr nicht mehr alle Brote zur Auswahl hat, gehen die
Leute woanders hin“, weiß Vesta Heyn. An ihrer Theke vor den roten
Wänden müssen die Kunden die Ansprüche aber herunterschrauben. „Bei
45 mir bekommt nicht jeder alles“, sagt sie selbstbewusst. Dafür stimmen
Qualität und Preis.

(5) Jeden Wochentag von morgens um fünf Uhr bis mittags fahren sie und
ihr Lebensgefährte ausgewählte Betriebe ab, um Brot, Brötchen und süße
Teilchen einzusammeln. Die Gründerin von *Second Bäck* sieht ihr
50 Geschäft als Gegenpol zur Wegwerfgesellschaft. „Bei uns wird tatsächlich
kein Stück Brot weggeschmissen“, sagt sie. Waren, die bei ihr nicht
verkauft werden, holen sich Bauern für ihre Tiere ab. „Jeder Einzelne
kann bewusster einkaufen, bewusster konsumieren. Und darüber
nachdenken, was wichtig ist im Leben.“

noot 1 Teilchen: op een bakplaat gebakken en daarna in stukken gesneden gebak

noot 2 Tafel: soort voedselbank

Tekst 11 Zweite Chance fürs Brot

- 1p 31 Welche Frage über die Bäckerei *Second Bäck* wird im ersten Absatz beantwortet?
- A Warum ist die Bäckerei so klein?
 - B Was ist das Besondere an der Bäckerei?
 - C Wieso verkauft die Bäckerei ausschließlich Produkte vom Vortag?
 - D Wodurch konnte die Bäckerei zu einem Erfolg werden?

- „Das Brot von gestern zum Sonderpreis anzubieten“ (Zeile 14-15)
- 1p 32 Was wird im 2. Absatz über den Sonderpreis gesagt?
- A Der gilt nur zu bestimmten Uhrzeiten.
 - B Der liegt nur etwas unter dem Kostpreis.
 - C Der soll dem Wert des Brotes gerecht werden.
 - D Der wird mit Subventionen niedrig gehalten.

- 1p 33 Welche Ergänzung passt in die Lücke in Zeile 19?
- A Bio-Brot
 - B Emanzipation
 - C Sparsamkeit
 - D Umweltbewusstsein

Uit alinea 2 kun je opmaken dat het concept van Vesta Heyn succesvol is geworden en ze dus veel klanten heeft.

- 2p 34 Uit welke **drie** andere feiten blijkt dat ook?

- „dass sich ... verbinden lässt“ (Zeile 31-32)
- 1p 35 Was ist damit gemeint?
- A Auch wenn man umweltbewusst ist, kann man genug Geld verdienen.
 - B Die Gesellschaft kann nur überleben, wenn genug in die Umwelt investiert wird.
 - C Personen, die ihr Geld umweltfreundlich anlegen, zeigen damit ihre gesellschaftliche Verantwortung.
 - D Personen, die zu stark auf den Umsatz fokussieren, verlieren oft den Bezug zur Umwelt.

- 1p 36 Wat is volgens alinea 4 de oorzaak dat er zo veel brood wordt weggegooid?

- 1p 37 Was kann man aus dem Text über die Meinung des Autors zum Konzept *Second Bäck* schließen?
- A Er findet das Konzept gut, aber die Ausarbeitung könnte besser sein.
 - B Er sieht das Konzept positiv.
 - C Er sieht im Konzept sowohl Vor- als auch Nachteile.