



Grace Schatz, Inhaberin des St. Galler Stadthofladens, hilft auch an der Front mit.

Shop in Shop an bester Lage: Der erste Stadthofladen sensibilisiert die Städter für regionale Produkte

## Regionale Produkte auf drei Etagen

**Der erste Hofladen mitten in der Stadt St. Gallen bietet regionalen Kleinproduzenten die Möglichkeit, ihre Produkte ohne grossen Aufwand und ohne viel Geld in die Hand zu nehmen, direkt zu vermarkten. «Das Konzept geht auf. Es ist eine Win-win-Situation», sagt Stadthofladen-Inhaberin Grace Schatz.**

*Text und Bild: Rita Bolt, Gossau*

«Sunneschi»- oder «Stadtchind»-Honig, Bieressig oder -likör, «Schneehäsli»- oder «Wildä-Rappe»-Bier, Geflügel- oder Knoblipantli oder eine Lippenpomade mit Jojobaöl, Honig und Bienenwachs? Die Produkte im ersten Stadthofladen von St. Gallen sind so vielfältig wie ihre

regionalen Produzenten. Aber nur wer die Regionalität vorweisen kann, bekommt die Möglichkeit, seine Produkte im Hofladen zu verkaufen. Das betont die Inhaberin und Geschäftsführerin Grace Schatz immer wieder. Sie will Klein- und Kleinstproduzenten helfen, ihre Produkte direkt zu vermarkten. Es ist für sie eine Herzensangelegenheit – deshalb heisst ihr Stadthofladen auch «RegioHerz». «Wir lieben regionale Produkte», lautet denn auch der Slogan.

### **Beliebte Suppenhühner**

Grace Schatz kennt mittlerweile jeden Produzenten und weiss zu vielen Produkten eine Geschichte. «S'Wunder-G'würz» sei glutenfrei und ohne blähende Stoffe. Die Produzentin dieses Gewürzes leide an

einer chronischen Darmkrankheit. «Die Kapseln des Appenzeller Kaffees, der in Herisau geröstet wird, sind jetzt kompostierbar», erklärt die Inhaberin auf dem Rundgang weiter. Und das Granola-Müesli sei aus Früchten entstanden, für die es zuerst keine Verwendung gegeben

### **Gemüse- und Früchtebox**

Das nächste Projekt von Grace Schatz ist eine Sortimentserweiterung mit einer Gemüse- und Früchtebox, die sie im Stadthofladen regelmässig für Abo-Kunden anbieten kann. Die Nachfrage sei gross und sie wolle diesem Kundenwunsch nachkommen. Deshalb sei sie auf der Suche nach einem regionalen Produzenten. *rb.*

haben. Zu den Rennern gehören unter anderem Suppenhühner, die in einer Tiefkühltruhe lagern. «Heute bekommt man fast keine Suppenhühner mehr», sagt Grace Schatz. Im Stadthofladen kostet ein Suppenhuhn fünf Franken.

Im Kühlschrank wird «Radibutz»-Fondue angeboten, «weil es radibutz aufgegessen ist». Das Bedürfnis der Städter nach Nachhaltigkeit und regionalen Produkten sei sehr gross. Das hat das Team schon im ersten Monat nach der Eröffnung am 21. November erfahren dürfen. Das Weihnachtsgeschäft habe geboomt. Geschenkkörbe, Geschenksäckli, Teigwaren, Dörrfrüchte, Sugo und Eingemachtes mussten nachbestellt werden. «Das war gar nicht so einfach. Unsere Lieferanten sind alles Kleinproduzenten und haben keine grossen Lager, aus denen sie die Waren nehmen können», erklärt Grace Schatz. Stolz ist sie auch auf das grosse Gestell mit regionalen Bieren, Weinen und Edelbränden aus der Bodenseeregion, dem Fürstenland, dem Rheintal und Appenzellerland.

### Stadthofladen war ein Kraftakt

Grace Schatz, die Frau mit dem Herz für regionale Produkte, ist weder Bäuerin noch hatte sie je mit der



Das Erdgeschoss des Stadthofladens ist grosszügig gestaltet.

Landwirtschaft etwas zu tun. Sie lebt im Liechtensteinischen, ist Gymnasiallehrerin für Englisch und Französisch und hat in der Schule bis zu den Sommerferien unbezahlten Urlaub genommen. Das Konzept für den Stadthofladen hat sie während des Lockdowns entwickelt. «Klein- und Kleinstproduzenten sind seit Corona die Verlierer. Sie haben gute Produkte und haben keine Vertriebsstrukturen mehr.» Denn Märkte hätten nicht mehr stattfinden dürfen und sie habe sich überlegt, wie sie den Kleinproduzenten helfen könne. Da sei sie auf die Idee mit dem Stadthofladen ge-

kommen. «Innerhalb von wenigen Monaten ist mein Traum von einem Stadthofladen Wirklichkeit geworden. Ja, es war ein Kraftakt», antwortet Grace Schatz, die bis jetzt eher im Hintergrund gewirkt hat. Sie beschäftigt sich vor allem mit der Werbung auf den verschiedenen Social-Media-Kanälen, sie kümmert sich um Administration und Abrechnungen. An der Front arbeitet Milena Auletta; sie weist jahrelange Erfahrung im Verkauf auf.

### Nachhaltige Einrichtung

Der St.Galler Stadthofladen an der Bahnhofstrasse 2 erstreckt sich über drei Stockwerke. Vormieter waren ein Coiffeur- und ein Optikergeschäft. Grace Schatz hat das Ladenlokal umgebaut, helle Böden einbauen lassen. Für die Regale hat sie ausschliesslich Holz aus regionalen Wäldern verwendet. «Die Regale müssen nachhaltig sein», sagt sie. Im Erdgeschoss gibt es Teigwaren, Öle, Essig, Eingemachtes, Saucen, Honig, Konfitüren, Müesli, Gedörntes, Produkte aus Wachteleiern und Aroniabeeren, in der Zwischenetage werden Fleisch- und Wurstwaren, Milchprodukte, Eier, Gemüse und Obst, Weine und Biere präsentiert, im oberen Stock sind Geschen-



Die mittlere Etage mit den Kühlprodukten.



Regionale Granola-Müesli mit fantasievoller Verpackung.

ke, Dekosachen und Naturkosmetik ausgestellt. Grace Schatz zeigt auf einen Shampoostein. «Shampoo einmal nicht in der Plastikflasche. Das funktioniert.» Auf dieser Etage hat es Platz für einen Bistro-Bereich, in dem die Produzenten Degustationen machen könnten. Könnten – Corona hat diesem Vorhaben einen Strich durch die Rechnung gemacht.

Aber in allen anderen Bereichen geht die Rechnung auf. Die Produzenten mieten im Stadthofladen ein Regal für Fr. 12.50 in der Woche. Den Verkauf, die Werbung und das Marketing macht das Hofladen-team und erhält von jedem ver-

kauften Produkt 20 Prozent Provision. Ende Monat wird abgerechnet und die Produzenten erhalten die Abrechnung und das Geld auf das Konto. «Viele waren sehr überrascht und freudig, wie viel Geld sie schon bekommen haben», sagt die Inhaberin freudestrahlend. Insgesamt sind 150 Regale eingerichtet, 90 davon sind bereits besetzt. Für Grace Schatz ist der Stadthofladen eine Win-win-Situation: Vertriebsfläche für regionale Kleinproduzenten und Auswahl und Qualität für die Kundschaft. Da erstaunt es nicht, dass sie sich weitere Hofläden in anderen Städten vorstellen könnte.



Bieressig aus der Essigstube.

## TELEX

**Bio-Marché auf September verschoben.** Der aktuelle Verlauf der Coronapandemie macht Grossanlässe im ersten Halbjahr 2021 sehr unwahrscheinlich. Um eine weitere Absage möglichst zu vermeiden, haben die Organisatoren beschlossen, den Bio-Marché vorsorglich in den Herbst zu verschieben. Der 21. Bio-Marché findet, sofern es die epidemiologische Lage erlaubt, vom 3. bis 5. September in Zofingen statt. lid.

**Vogelgrippe: Erster Fall in der Schweiz.** Bei einer Möwe im Kanton Schaffhausen wurde das Vogelgrippe-Virus nachgewiesen. Dies ist der erste Fall von Vogelgrippe in der Schweiz in diesem Winter. Dass die Vogelgrippe schon bald in die Schweiz eingeschleppt werden könnte, wurde bereits erwartet, nachdem das Virus bei einem Schwan und einer Krähe im grenznahen Ausland nachgewiesen worden war. Zusammen mit den kantonalen Behörden sind deshalb bereits Massnahmen zum Schutz des Hausgeflügels angeordnet worden. Diese gelten für die Gebiete rund um den Bodensee sowie entlang des Rheins. Sie gelten vorläufig bis am 15. März. lid.

**Fenaco: Groupe Serco will expandieren.** Die Fenaco-Tochter Groupe Serco hat Übernahmeverhandlungen mit den Landtechnikunternehmen Angoulême Matériel Agricole (Ama) und Ballanger aufgenommen. Ballanger und Ama sind zwei bedeutende Agrartechnikunternehmen in Frankreich. Die beiden Händler der Marke Claas sind in der Region Poitou-Charentes aktiv und in den Bereichen Vertrieb, Vermietung und Service tätig. lid.