

Big in der Bio-Branche

Mit der ‚Fair-Bio-Genossenschaft‘ setzt sich die Naturkostbranche dafür ein, die regionalen Strukturen zu erhalten und auszubauen. Vorreiter Hermann Heldberg, Geschäftsführer von Naturkost Elkershausen, über die Frage, wann Bio wirklich Bio ist, und über die zunehmende Konkurrenz durch Discounter

TEXT CLAUDIA KLAFT
FOTOGRAFIE ALCIRO THEODORO DA SILVA

LESEZEIT: 7 MINUTEN

Wundern Sie sich auch darüber, dass Bio-Ware immer mehr Platz bei den Lebensmitteleinzelhändlern und Discountern findet? Es stimmt, die Branche ist in Bewegung, denn die Nachfrage steigt, und die Big Player wittern ein großes Geschäft. Immerhin umfasst das Marktvolumen einen jährlichen Absatz von zehn Milliarden Euro alleine in Deutschland. Vegan, Fridays for future, unverpackt! Der gesellschaftliche Diskurs rückt die gesunde Ernährung in den Fokus und natürliche Bio-Ware vom Acker auf den Teller. Umso mehr freuen sich die Verbraucher, dass die großen Handelskonzerne mit ihren Sortimenten – deren gut geölte Marketingmaschinerie Überzeugungsarbeit leistet – immer grüner werden.

Plötzlich schmückt sich vieles im Wachstumsmarkt mit dem Label Bio, ist reichlich im Angebot und vor allem günstig. Warum mehr bezahlen und Umwege machen, wenn der Einkauf beim Discounter bequemer ist? Inhabergeführte Naturkostläden der Region müssen sich im immer stärker werdenden Wettbewerb behaupten. Aber: Ist Bio auch gleich Bio? Und wo kommen die Unmengen an Bio-Waren überhaupt her? Die Erzeugerbetriebe können ja nicht von heute auf morgen auf Bio umgestellt werden – das bedarf schließlich Zeit und Geld. ▶

»Wir wollen den Schritt in die nächste Generation mit den Naturkostladenbesitzern meistern und werden die Unterstützung geben, die notwendig ist.«



„Seit 40 Jahren betreiben und verteidigen wir den Biolandbau. Aber jetzt sehen wir uns Problemen gegenüber, die die gewachsenen regionalen Strukturen in Gefahr bringen“, sagt Hermann Heldberg, Inhaber von Naturkost Elkershausen in Göttingen. Deshalb hat er gemeinsam mit sieben weiteren Partnern (siehe Kasten rechte Seite) Anfang November 2019 die Gründung der ‚Fair-Bio-Genossenschaft‘ beschlossen. Die Satzung nimmt Form an, eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit ist in Planung – um die Verbraucher für Bio und Regionalität zu sensibilisieren und für eine gesündere Ernährung zu werben. Selbstverständlich hat das auch was mit dem Erhalt regionaler Erzeuger, Produzenten und dem Handel zu tun.

DREI HANDLUNGSFELDER STEHEN bei der Fair-Bio-Genossenschaft im Fokus: Vorrangig die Einbindung der Endkunden in die Genossenschaft. „Sie sind es, die künftig mit ihrem Kaufverhalten entscheiden, ob Regionalität und Bio-Qualität zu fairen Bedingungen gekauft werden“, erklärt Heldberg. Hierfür ist viel Aufklärungsarbeit zu leisten: Was ist überhaupt Bio? Und wo unterscheidet sich Bio von Bio? Geplant sind Veranstaltungen mit den Endkunden bei den Erzeugern und Herstellern, eine ‚Fair-Bio-App‘ für Aktuelles und die Sonderangebote für die Mitglieder der Genossenschaft. „Fast wichtiger jedoch ist“, so Heldberg, „das

‚Genosse Kunde‘ seinen direkten Lebensraum, den persönlichen Bezug zu Ware und Händler bewahren und sich weiterhin der sehr guten Lebensmittelqualität aus regionaler Herkunft sicher sein kann.“

Apropos Qualität. Regional ist nicht unbedingt Bio. Und Bio nicht gleich Bio. Deshalb ein kleiner Diskurs: „Die Na-

turkost-Fachgeschäfte bekommen Obst und Gemüse oft erntefrisch am gleichen Tag geliefert. ‚Bioland‘-zertifizierte Landwirte arbeiten mit der Natur, ziehen Gemüse und Obst aus samenfesten Sorten und arbeiten gänzlich ohne Pestizide und künstliche Düngemittel“, erklärt Heldberg. Das EU-Bio-Siegel dagegen erlaubt diese, wenn auch in beschränktem Maße, und fordert nur eine 95-prozentig ökologische Produktion. Um den Bedarf an günstiger Bio-Ware zu decken, wird EU-Bio-zertifizierte Ware mittlerweile aus Indien und China importiert. Die Kontrollen müssen also weit greifen, und der deutsche Mindestlohn ist sicherlich kein Prüfkriterium. Heldberg punktet: „Bei uns können sich Verbraucher auf die strengeren Kontrollen verlassen, darauf, dass wir keine Mischware anbieten, faire Preise handeln und diese angemessen an unsere regionalen Lieferanten weitergeben.“

Zweitens die praktische Unterstützung der inhabergeführten Naturkostläden, sowohl beratend als auch finanziell, um sich noch moderner aufzustellen – aber auch, um für Nachfolger gerüstet zu sein. „Die meisten von uns sind in der Generation, die demnächst in den Ruhestand geht“, sagt der Geschäftsinhaber aus Göttingen. „Wir wollen den Schritt in die nächste Generation mit den Naturkostladenbesitzern meistern und werden die Unterstützung geben, die notwendig ist.“

Wenn diese Unterstützung nicht durch die Fair-Bio-Genossenschaft erfolgen würde, würde das zum Verschwinden von Kleinbauern, die ihr eigenes Land mit viel Liebe bewirtschaften, von Handwerksbetrieben wie Metzgereien, Bäckereien und Käsereien und von inhabergeführten Naturkosthändlern um die Ecke führen. Das ist und kann nicht im Sinne der Endverbraucher sein.

Drittens die Förderung von neuen Ideen – wie die folgenden drei Beispiele von Naturkost Elkershausen.

TRANSPARENZ Von welchem Hof stammt das Produkt? Was ist drin? Die VON-Eigenmarke vereinheitlicht den Marktauftritt für unterschiedliche Produkte, u.a. mit auffälligen Etiketten, die über Region, Betrieb und Inhalt informieren.

VERPACKUNG Aktuell hat Naturkost Elkershausen das Pfandsystem erweitert und damit beim Innovationspreis des Landkreises Göttingen teilgenommen. Seit 2018 füllen die Lieferanten Feinkostsalate und ein Kilogramm Frischkäse in WECK-Gläser ab. Heldberg verweist darauf, dass große Produzenten die händische Abfüllung gar nicht leisten können. Und die Kunden können ihrerseits in den Naturkostläden Pfandgläser für Antipasti und Käse erwerben. „Diese Nachhaltigkeit wird immer beliebter, genauso wie die immer größere Auswahl an unverpackter Ware wie Getreide und Nudeln.“

UMWELT Auch beim Thema Transport tut sich einiges. Durch die Regionalität hat Naturkost Elkershausen schon immer von kurzen Wegen profitiert. Neu ist, dass ein Teil der Lkw-Flotte auf Erdgas umgestellt wurde. „Selbst bei unseren Importen aus dem Ausland – schließlich verlangen unsere Kunden auch nach Bio-Bananen, -Orangen usw. – achten wir neben strengen Kontrollen auf umweltverträgliche Lieferung“, erklärt Heldberg.

Diese drei Handlungsfelder treffen auf drei Herausforderungen, denen sich die Fair-Bio Genossenschaft stellen will und muss.

HERAUSFORDERUNG 1: Der Preisverfall. Lebensmittel Einzelhandel und Discounter geben oft – wie schon bei der konventionellen Ware – den Preisdruck an die Lieferanten weiter. „Es ist ein ganz großes Problem, dass nur der günstigste Anbieter den Zuschlag erhält“, betont Heldberg. Masse zu den günstigsten Preisen ist gefragt. „Das können kleinere Betriebe in unserer ländlichen Struktur gar nicht leisten. Es ist uns eine Herzensangelegenheit, dass sie von ihrem Ertrag leben können, weil sie sonst vom Markt, aus unserer Nachbarschaft und damit unserem Leben verschwinden.“

HERAUSFORDERUNG 2: Bio als Massenware. Die immense Nachfrage der Big Player (Aldi, Lidl, Rewe, Edeka) veranlasst viele konventionelle Landwirtschaftsbetriebe dazu, partiell auf Bio umzustellen. Diesen Teil können sie bereits nach einem Jahr EU-zertifizieren lassen – ob ein Boden allerdings tatsächlich so schnell von Düngung und Spritzmitteln regeneriert, darf bezweifelt werden. Ein weiterer Absatzvorteil: Bei Ernteausfällen können sie die fix vereinbarten Liefermengen durch eine größere Anbaufläche ausgleichen. „Kleine Bio-Betriebe haben dagegen keine Chance, weil sie weder flächenmäßig noch personell so flexibel sind“, sagt Heldberg.

HERAUSFORDERUNG 3: Die Machtkonzentration. „Das Wirtschaftssystem konzentriert sich auf immer weniger Unternehmen, der konventionelle Handel ist sozusagen auf Shoppingtour“, erklärt Heldberg warnend. Barnhouse ist an Hipp verkauft, Davert an den börsennotierten schwedischen Bio-Marktführer Midsona, Provamel

gehört über Alpro zu Danone und so weiter. Deshalb sei es so wichtig, genossenschaftlich die regionalen Kräfte zu bündeln, den Partnern Unterstützung zu bieten und Aufklärungsarbeit bei den Endverbrauchern zu leisten. „Wir werden uns durch die Fair-Bio-Genossenschaft künftig argumentativ stärker und sichtbarer am Markt positionieren.“

WIE WICHTIG SIND UNS ALLEN also die Werte Fairness, Respekt, gesunde Ernährung, Wertschätzung, regionales Umfeld und verantwortlicher Umgang mit der Natur? Das kann jeder für sich entscheiden. Wir sollten jedoch bedenken, dass jeder ein gleich wichtiger Teil der Wertschöpfungskette ist: Erzeuger, Produzenten, Händler und Endkunden. „Deshalb haben wir uns für die Form der Genossenschaft entschieden“, so Heldberg, „bei der alle Anteilseigner, unabhängig von der Anzahl ihrer Anteile, mit einer Stimme zum Gelingen der Fair-Bio-Genossenschaft beitragen kann.“ Sind Sie dabei? f



Sind Sie dabei?

Der echte Startschuss für die Fair-Bio-Genossenschaft in Südniedersachsen fällt erst im Frühjahr 2020. Mitmachen können Interessierte also erst, wenn die Satzung komplett ist. Wer aber bereits heute sein Interesse bekunden möchte oder weitere Infos sucht, kann sich melden bei:

Hermann Heldberg

Genossenschaft@naturkost-elkershausen.de

Genossenschaftsgründer sind:

- Naturkost Elkershausen GmbH
- Bauck GmbH
- Bohlsener Mühle GmbH & Co. KG
- Ökoland GmbH
- Bioland Müller-Oelbke GbR Voelkel GmbH
- Bio-Obst Augustin GmbH & Co. KG
- Naturkost Erfurt
- Voelkel GmbH

