

BioFach 2010

Bio in Bewegung – Die Naturkost-Akademie sorgte für neuen Schwung für den Fachhandel



Dr. Helmut Riethmüller, Forum Berufsbildung e. V.

Der Fachhandel soll deutlich zeigen, wofür er steht – dazu motivierten die fünf Workshops der Naturkost-Akademie am 17. Februar 2010, am Tag des Fachhandels: Die Umsetzung von Nachhaltigkeit zog sich wie ein roter Faden durch die Veranstaltungen, dabei wurden die Themen Vernetzung, Regionalität und Transparenz, Authentizität, Kundenorientierung und Fairness vertieft – und außerdem wurde zu mehr Kreativität und Sexiness für ein modernes Naturkost-Angebot angeregt.

Dr. Helmut Riethmüller, Forum Berufsbildung e. V. und Harald Wurm, BNN Einzelhandel zeigten Nutzen und Perspektiven von **Vernetzungen in der Biobranche**. Hier soll es ein produktives Miteinander der Branchenakteure geben, das sich vom vorherrschenden Konkurrenzprinzip deutlich abhebt, das das Wirtschaften in unserem Land prägt.

„**Bio-Web**“ als **Internet-Plattform** kann faires Wirtschaften fördern und den Prozess von der Herstellung der Ware bis ins Ladenregal für Kunden transparent machen. Zukunftsperspektiven wurden vorgestellt.

Bei der **Regionalität** geht es um die Nähe in der Region und die ist genau zu definieren. Eduard Hüsters, ProZept und Sigrid Petersen, Ökomarkt e.V. zeigten, wie man am eigenen Standort das Besondere finden und präsentieren kann und wie die Unterstützungen der Großhändler und Partner in der Region/Stadt zu einem gelungenen Regionalitätskonzept beitragen können. Vom Austausch mit Gleichgesinnten, aber auch von Querdenkern aus anderen Branchen kann man lernen und profitieren. Wichtiges Fazit: Regionale Ware muss im Laden nicht nur vorhanden, sondern auch deutlich erkennbar sein. Hier gibt es in vielen Geschäften noch Potenzial, um als Ergebnis eine positive und offensive Ausstrahlung zu erreichen.

Für die **Individualität des Geschäftes** und ein herausragendes Einkaufserlebnis schärften Regina Brendel, der petzinger und Sigrid Petersen, Ökomarkt e.V. den Blick der Teilnehmer, die sich von Bildern gelungener **Ladengestaltung und Warenpräsentation** inspirieren lassen konnten. Gerade im Wettbewerb mit den „Großen“ ist es wichtig, sich nicht einschüchtern zu lassen, sondern nach eigenen Möglichkeiten zu suchen, für Kunden attraktiv zu bleiben oder wieder zu werden.

Wie man mehr Erfolg durch attraktive Läden im Wettbewerb mit den Großen erreichen kann zeigten auch Werner Petzinger, der petzinger und Rainer Plum, new ethics Institut.

Holger Rautenberg, Natur und Computer und Gabi Warkus, wob Hartmann stellten das Ladenteam in den Mittelpunkt. Wenn **soziale Nachhaltigkeit** im Sinne von langfristig tragfähigen guten Beziehungen gestaltet werden sollen, geht es heute nicht mehr um Kuschel-Tipps. Welches sind die Faktoren, die uns an guter Zusammenarbeit hindern? Gegen solche individuelle Einschränkungen gab es ganz praktische Anregung um Perspektivwechsel und mehr Verständnis für das Ganze bei allen zu erreichen. Verbundenheit im Team durch mehr Wertschätzung und die Möglichkeit der Beteiligung jedes Einzelnen gibt dann neuen Schwung für die anstehenden Aufgaben und für die Entwicklungsfähigkeit der Gesamtheit.



Ralph Liebing und Toralf Richter, ORA - Organic Retailers Association boten drei „Benchmarks“ aus A/CH/D eine Bühne: **Small bus smart!** Sie haben sich als innovative kleinere Fachgeschäfte sehr erfolgreich entwickelt - trotz Druck durch Veränderungen im Kaufverhalten. Das sind die Eckpfeiler ihres Erfolges:

1. Die eigenen Stärken für den Konsumenten optimal sichtbar machen und das Licht unterm Scheffel hervorholen
2. Mit ihren Geschäften das einzulösen, was sie immer versprechen: Top-FACHWISSEN und unverwechselbare Sortimente
3. Ein zeitgemäßes Einkaufserlebnis der "anderen" Art