



PRESSEINFORMATION

16. Schrot & Korn-Leserwahl

Deutschlands beste Bio-Läden 2019 gekürt – mit Schauspielerin Lisa Martinek

14.02.19 – Bioläden erfreuen sich nach wie vor großer Beliebtheit. So wurden jetzt auf der BioFach die besten Bioläden Deutschlands 2019 gekürt. Fast 48.000 Verbraucher stimmten bei der Schrot&Korn-Leserwahl ab und wählten so ihre Lieblinge. Jetzt können sich vier Gold-Gewinner mit den Bestnoten im Gesamteindruck freuen. Schauspielerin Lisa Martinek verlieh die begehrten Schrot&Korn-Ähren. Sie gingen zwei Mal nach Bayern und je ein Mal nach Rheinland-Pfalz und Schleswig-Holstein. Bewertet wurden insgesamt 2.728 Läden.

„Die Leserwahl hat einmal mehr gezeigt, dass erfolgreiche Bioläden sehr stark von persönlichen und standortspezifischen Konzepten geprägt sind“, sagt Dietmar Ingenbleek, Vertriebsleiter beim bio verlag. Und weiter: „Die Bio-Geschäfte haben in vielerlei Hinsicht mehr zu bieten, als reine Bio-Lebensmittel zu verkaufen. Ihnen gelingt es, sich deutlich von eher unpersönlichen Supermärkten und deren Bio-Sortimenten zu differenzieren.“ Bei der Leserwahl zeichnete sich ab, dass auf die Kundengeneration, die mit dem Fachhandel aufgewachsen ist und ihn gestärkt hat, nun zunehmend eine jüngere Generation der „Millenials“ nachwächst. Dieser geht es vor allem darum, Individualität und persönlichen Lifestyle mit sozialer Verantwortung zu verbinden. „Es geht ihnen um ethischen Konsum“, erläutert Ingenbleek. „Wer also ein authentisches, faires Bio-Einkaufserlebnis suche, wird auch in Zukunft den Fachhandel aufsuchen“.

Die 16. Leserwahl zeigt, wie dialogorientiert und interessiert Fachhandels-Biokunden sind. Sie möchten ihrem Lieblingsladen etwas mitteilen und auch mitgestalten. Gleichsam wird deutlich, dass erfolgreiche Bio-Läden mit viel individueller Kundennähe und einem ausgewogenen Sortiment punkten. Eine einzigartige Atmosphäre, engagierte Mitarbeiter und kundenorientierter Service tragen zum Gelingen bei. Durch die Erfolgsbeispiele der Leserwahl will der bio verlag auch andere Einzelhändler in der Naturkostbranche motivieren, mehr Profil zu zeigen. „Die individuellen Konzepte der Gewinner können auch andere beflügeln, im Wettbewerb erfolgreich zu sein“, meint Ingenbleek.

Und die Gewinner sind ...

Es gibt Urkunden in vier Ladenkategorien, damit jede Ladengröße eine Chance hat: Hofläden, kleine Bio-Läden (bis 99 m²), mittlere Bio-Fachgeschäfte (bis 399 m²) sowie Bio-Supermärkte (ab 400 m²).

Beste Hofladen – wo andere Urlaub machen

Der Gewinner ist der **Hofladen Klostersee in Grömitz an der Ostsee** (Schleswig-Holstein). In der Lübecker Bucht gelegen, ist der Hofladen eingebunden in den landwirtschaftlichen Demeter-Betrieb Klostersee mit Ackerbau und Viehwirtschaft auf 150 Hektar Land. So stammen Käse und Milchprodukte im Laden aus der eigenen Käserei, Brot, Kuchen und Gebäck aus der eigenen Backstube. Auch Wurst- und Fleischprodukte kommen vom Hof. Gut 35 Prozent im Sortiment sind Produkte aus eigener Herstellung, der Rest ist ein Bio-Vollsortiment. Für den Laden verantwortlich sind Gerlinde und Alberto Ariberti, Mitglieder der 5-köpfigen Betriebsgemeinschaft, die den Hof zusammen mit zahlreichen Mitarbeitern betreibt. Gerlinde Ariberti kam bereits 1987 auf den Hof, im Jahr 1988 startete der erste Hofladen auf 10 qm. Heute sind es 150 qm in einem alten Wirtschaftsgebäude des etwa 150 Jahre alten Hofensembles. Dem Besucher erstreckt sich ein ästhetischer, heller Verkaufsraum mit schönen alten Holzbalken. Blickfang ist die riesige Frische-Theke für Käse, Fleisch und Backwaren. Der Laden besitzt ein kleines angeschlossenes Hof-Café mit Außengastronomie. Bei milden Temperaturen lässt es sich hier bestens draußen sitzen. Kulinarisches Geheimnis sind sicher die von Alberto Ariberti ausgesuchten italienischen Spezialitäten, Antipastis sowie die Vielfalt hausgemachter Kuchen. Auch das Brot zeichnet etwas Besonderes aus: die lange Teigführung. Dem Teig wird mehr Zeit gelassen, sodass er bekömmlicher werde. Auch Backkurse kommen daher gut an. Kunden und Feriengäste können den Hof besichtigen, sich umgucken, mit ihren Kindern die Tiere besuchen wie Kühe, Schweine oder Hühner. Den Menschen auf dem Hof ist artgerechte Haltung sehr wichtig. So gibt es beispielsweise eine muttergebundene Kälberaufzucht. Hier können die Kälber 12 Wochen bei ihrer Mutter trinken – viel länger als anderswo. Der Hof wird nach anthroposophischen Grundsätzen geführt. Von Anfang an war es das Ziel, den 1990 auf Demeter umgestellten Hof aus dem Erbstrom herauszulösen und in die Gemeinnützigkeit zu überführen. Seit 1997 ist der Eigentümer von Hof Klostersee daher der „Verein zur Förderung der biologisch-dynamischen Landwirtschaft, der Kultur und der Sozialarbeit auf dem Land“. „Unser Antrieb ist nicht die Gewinnmaximierung“, so die Aribertis. Die direkte Nähe zwischen Landbewirtschaftung, Tierhaltung und Menschen ist allen aus der Betriebsgemeinschaft wichtig. „Die Leute sollen sehen, wo ihre Lebensmittel herkommen, wer sie macht.“ Neben dem Laden und der Landwirtschaft gibt es auch Ferienwohnungen sowie das Wohnprojekt „Altenscheune“ mit aktiver Teilhabe der Bewohner am bäuerlichen Gemeinschaftsleben. Mittlerweile ist der Hof Klostersee auch ein Demonstrationsbetrieb Ökologischer Landbau. Hofläden wie Klostersee

verkörpern Authentizität und unmittelbar erlebbare Grundwerte eines ökologischen und sozialen Wirtschaftens im Einklang mit der Natur. Die persönliche Überzeugung und das Engagement der Betreiber für eine lebenswerte Zukunft sind im Laden besonders spürbar. Neben einheimischen Stammkunden wie junge Familien, Waldorferlern, Senioren und Menschen aus umliegenden Dörfern kommen im Sommer auch zahlreiche Feriengäste aus der Umgebung.

Kleine Bio-Läden: Von der Buchhändlerin zum Bioladen

Der Gewinner bei den **kleinen Bio-Läden** (bis 99 m²) ist die **Kornecke, Naturkostladen in Höhr-Grenzhausen** (Rheinland-Pfalz). Inhaberin Judith Schiesser gibt ihrer 50 qm großen Kornecke etwas, was man wohl nicht lernen kann, aber von ihren Kunden so geschätzt wird, sie zum Goldgewinner zu wählen. Und das obwohl die Kornecke erst im August 2018 eröffnet hat. Mit Schiessers eigenen Worten lässt sich das wohl am besten als „emotionales Verkaufen“ bezeichnen. Ursprünglich als Buchhändlerin tätig, konnte sie schließlich den kleinen Bioladen übernehmen, in dem sie zuvor einkaufte und auch arbeitete. Bio ist ihr besonders wichtig, vor allem aber führt sie den Laden, um ihren Kunden ein Einkaufserlebnis zu bieten. „Die persönliche Beziehung zum Kunden ist das Schlüsselerlebnis“, gesteht Judith Schiesser gern zu. „Das suchen die Kunden“. Ihr Bio-Wissen hat sie sich größtenteils selbst angeeignet, teils durch Weiterbildungsseminare und teils auch durch die Erfahrungen von Kunden. Viel „altes Wissen“ über eine naturnahe, biologische Lebensweise hat sie auch von ihrer Großmutter mitbekommen. Sie sammelte Kräuter, zuhause gab es auch einen eigenen Gemüsegarten. Durch ihre bisherige Buchhändlertätigkeit und die Kirche ist sie bestens vernetzt. Der Laden läuft derzeit wie von selbst durch Mund-zu-Mund-Propaganda, nur Handzettel hat sie bislang verteilt. Dabei setzt sie auf das örtliche Café und die Yoga-Schule. Judith Schiesser tut alles, damit sich die Kunden bei ihr wohlfühlen. So erhält man bei ihr auch schon mal eine Tasse Tee oder Kaffee, für besondere Situationen liegt immer eine Flasche Prosecco kalt. Auch die „Nicht-Bio-Kunden“ kommen, gerade für ältere Leute ist die Kornecke ein normaler Einkaufsladen, ganz in der Nähe und immer sehr persönlich. So gibt es in Grenzhausen auch kein anderes Lebensmittelgeschäft. Den kleinsten Kunden gefällt die Sitzecke mit Büchern, Buntstiften und Papier. Wenn es das Geschehen zulässt, dürfen die Kinder auch beim Auspacken und Kassieren assistieren und natürlich beim selbständigen Einkauf den Laden nicht ohne Apfel oder Banane verlassen. Ansonsten bietet der nur 50 qm große Laden ein gutes Bio-Vollsortiment außer Tiefkühlkost: Viel Obst und Gemüse, Käse, Brot und Backwaren sowie Steinofenprodukte von Großhändler Weiling, der drei Mal pro Woche liefert. Gerne lässt sie ihre Kunden auch an der Käsetheke und am Obst-Stand selbst probieren. Bei all ihrer unaufdringlichen Kundenorientierung zeigt Judith Schiesser in ihrem Laden aber auch eine klare Haltung. So hat sie all ihre Logona-Produkte abverkauft, nachdem deren Übernahme durch L'Oréal bekannt wurde. Denn Nestlé hält Anteile an dem französischen Kosmetikerhersteller. „Nestlé geht gar nicht“, das ist für die

Inhaberin eindeutig. Überhaupt engagiert sich Judith Schiesser schon sehr lange: Früher in der Jugend im Eine-Welt-Kreis der katholischen Kirche, später zu ihrer Zeit in der Buchhandlung in Höhr-Grenzhausen. Dort hat sie nebenbei auch GEPA Produkte verkauft. Als Buchhändlerin hat sie zudem 3 Jahre lang in der Buch- und Kunsthandlung des Klosters Maria Laach gearbeitet. Insgesamt versteht Judith Schiesser es, mit ihrer Persönlichkeit ihren Kunden ein gleichermaßen menschlich wie auch fachlich geprägtes Einkaufserlebnis zu bieten.

Mittlere Bio-Fachgeschäfte: Eine Perle bei Neuschwanstein

Die Goldmedaille für das beste **mittelgroße Bio-Fachgeschäft** (100 bis 399 m²) geht an den **Berghofer Biostadl in Halblech/ Ostallgäu** (Bayern). Das Fachgeschäft von Petra Neuber und Helmut Fiebig liegt in der Tourismus-Region Ostallgäu, ganz in der Nähe des weltberühmten Schlosses Neuschwanstein. Das Geschäft besitzt ein beeindruckendes Ambiente: Ein 200 Jahre altes Bauernhaus, in dessen ehemaliger Scheune der Laden untergebracht ist. Stilecht renoviert mit niedriger Holzdecke, alten Balken und Steinfliesen als Boden sowie gemütlicher Sitzecke mit Ofen und Lammfellen. Dazu ein herrlicher, alter Bauerngarten mit Cafébetrieb im Sommer. Petra Neuber lernte Hotelkauffrau und managte zunächst ein Hotel im nahen Touristenort Schwangau. Nebenbei arbeitete sie immer mehr im Bioladen, 2011 übernahm sie schließlich den Biostadl. Helmut Fiebig ist gelernter Konditormeister. Nach 25 Jahren in der Backstube wechselte er auf die Seite der Backindustrie, anschließend ging er zur Naturata AG in den Außendienst. Gelegentlich buk er auch leckere Kuchen für Petra Neubers Biostadl. „Angefangen hat es mit einer Quiche Lorraine, die war am ersten Tag weg“, schmunzelt er. Mit zunehmendem Erfolg ist er dann ganz in das Geschäft eingestiegen. Heute zaubert er jeden Tag die schönsten Kuchen aus Dinkelmehl, vegan oder auch low carb und glutenfrei. Auf Bestellung bäckt er auch für Geburtstagsfeiern. Einkäufe liefert er auch in die nahe Umgebung aus. „**Wir haben unsere Kunden von Anfang an verwöhnt**“, verrät Petra Neuber ihr Erfolgsrezept. Gut 80 Prozent der Kunden kennen sie beim Namen. Wer zum Einkaufen kommt, erhält ein Gratisgetränk. Punsch oder Glühwein im Winter, einen Smoothie im Sommer. Bei Abnahme größerer Verpackungseinheiten gibt's Rabatt. Der Biostadl ist nicht nur Vollsortimenter für die Bio-Kunden aus der Umgebung, sondern auch für viele Touristen, die hier naturnahen Urlaub machen. Auch Wanderern und Radlern bietet es eine gemütliche Raststätte. „Ich kenne kein Sommerloch“, sagt Petra Neuber, „obwohl hier in dieser ländlichen Gegend viele Kunden ihr eigenes Gemüse anbauen“. Die Vielfalt der Kunden spiegelt sich auch im Sortiment wieder. Neben einem klassischen Bio-Vollsortiment haben die Inhaber ihr Angebot stark auf Familien im Urlaub ausgerichtet: viel Kuchen, Snacks, Riegel und frisches Kleingebäck für den schnellen Hunger, aber auch Kinderpflaster, Straßenmalkreide und Trinkflaschen für die Kleinen. Eine zusätzliche Besonderheit des Ladens sind neben der Naturkosmetik auch die Hildegard-Produkte, zu denen Petra Neuber kompetent beraten kann. Denn sie ist ausgebildete Gesundheitsberaterin nach Hildegard von Bingen. Das

Sortiment wird ergänzt durch pflanzliche Heilmittel und entsprechende Bücher. Eine Herausforderung für die beiden Inhaber ist indes der kürzlich eröffnete große Edeka-Markt in der Nähe. Daher hat der Biostadl sein Marketing im Hinblick auf neue, jüngere Kunden deutlich erhöht, beispielsweise durch soziale Medien. „Seither sehen wir junge Menschen aus der Umgebung im Laden, die vorher nie den Weg zu uns gefunden hätten“, berichtet Petra Neuber. Gelegenheitskäufer hätten sich zwar reduziert, aber bewusst einkaufende Stammkunden seien geblieben. Durch Aktivitäten wie Vorträge, Verkostungen, Räucherurse, Kosmetikberatungen und Schminkaktionen trat ein extremer Kundenverlust nicht ein.

Bester Bio-Supermarkt: Bio mit Herz und Seele

Der Gold-Gewinner bei den **Bio-Supermärkten** ist kein Unbekannter: Bereits zum dritten Mal geht die *Schrot&Korn*-Ähre an **ebl Laufamholz in Nürnberg**. Dabei hat die jetzige Filialeiterin Kristina Stolp ihre berufliche Laufbahn als Auszubildende bei ebl begonnen. Da trifft es sich bestens, dass sich mit der Auszeichnung „Bester Bio-Supermarkt“ auch ihr 10-jähriges Dienstjubiläum jährt. Einig sind sich die Mitarbeiterinnen darin, dass die Seele des Geschäfts eigentlich ihre „Thekenchefin“ Jennifer Deinzer ist. Diese sagt dann auch mit Stolz: „Das ist mein Baby“ und meint damit den Laden, vor allem aber die breite Bedientheke mit Käse, Brot, Backwaren, Fleisch, Wurst und Mittagstisch. Letzteren kocht sie tatsächlich selbst, zwei Mal die Woche gibt es warme Gerichte, einmal vegetarisch und einmal mit Fleisch. Das Besondere, was diese Filiale auszeichnet ist die einzigartige familiäre Atmosphäre. Die Kunden spüren, dass hier Menschen mit Begeisterung bei der Arbeit sind. Mit vielen Stammkunden ist man mittlerweile namentlich bekannt. Von ihnen wird immer wieder hervorgehoben, dass es in dieser Filiale wirklich darum geht, den Kunden zu bedienen, ihn an der Bedientheke und am Weinregal probieren zu lassen, ihn freundlich und zuvorkommend zu behandeln. Kundenorientierung wird hier groß geschrieben, man geht auf die Kunden zu, Beratung wird zunehmend wichtiger. Ist mal jemand krank, kann er telefonisch seine Wünsche durchgeben, die Bestellung wird zusammengestellt und kann von Freunden abgeholt werden. Kunden sind nicht nur Kunden, man mag sich, hilft sich. Bei der Laufamholzer Kirchweih treffen sich dann alle, Kunden wie auch Mitarbeiter. Die Erwartungen der Kunden an einen gutsortierten Bio-Supermarkt werden voll erfüllt. Und noch mehr: Denn Regionalität heißt hier nicht nur regionale Produkte bevorzugt ins Sortiment zu nehmen, sondern auch mit dem Filialnetz in Franken beheimatet zu bleiben. So verarbeitet die hauseigene Metzgerei nur Fleisch von Bio-Betrieben im Umland, von persönlich bekannten Erzeugern. Auch „Nicht-Bio-Käufer“ schauen mal im Laden vorbei, für sie ist ebl Laufamholz so etwas wie ein Nahversorger. Insgesamt ist die Filiale gut aufgestellt, so fürchtet man sich auch nicht vor aktuellen Konkurrenzsituationen wie beispielsweise durch die Bioland-Verbandsware bei Lidl. „Wenn mehr Leute Bio kaufen durch Bioland-Lidl, ist das okay“, findet Kristina Stolp. „Bio soll so groß wie möglich werden. Bio ist für die Umwelt toll!“ Und sie ist sich sicher: „Unsere Kunden werden weiter zu uns kommen“.

Bilder der Hauptgewinner und weitere **Bilder und Infos ab 16.02.**
verfügbar unter: www.bioverlag.de/presse

Preisverleihung auf BioFach 2019

Wann: Donnerstag, 14.02., 16.00 Uhr

Wo: Saal Brüssel (NCC Mitte)

Hintergrund

Neben den vier Gold-Gewinnern **mit Bestnoten im Gesamteindruck** erhielten auch 173 weitere Bio-Läden Urkunden in Gold, Silber oder Bronze in fünf Kriterien. Dies gilt für Qualität der Ware im Bereich Frische. Hier wurde Obst und Gemüse sowie Molkereiprodukte einzeln bewertet. Darüber hinaus die Sortiments-Vielfalt, Fachkundige Beratung und Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Beliebtheit der Bio-Läden ist insgesamt hoch: Im Gesamteindruck gab es für alle Läden **durchschnittlich eine Schulnote von 1,4.**

Besonderheit Leserwahl: Individuelles Kundenfeedback

Eine besondere Stärke der Leserwahl ist, dass die Teilnehmer „ihren Bio-Laden“ anonym Lob oder Kritik zukommen lassen können - über Kommentare auf den Wahlkarten oder online. Bei dieser Wahl nutzten gut 80 Prozent der Kunden diese Möglichkeit. Alle teilnehmenden Geschäfte können ihre Kunden so noch besser kennen lernen und die Anregungen nutzen, ihr Profil zu schärfen und Schwachstellen zu beheben. Gelobt wurden dieses Mal beispielsweise die „sehr kompetente, freundliche Beratung“ und „die persönliche Atmosphäre“, aber auch „die Vielfalt“ und „das schöne Sortiment“. Wünsche wie „weniger Folienverpackungen von den Firmen“, „mehr vegane Molkerei-Ersatzprodukte“, oder „mehr Regioproducte“ kann der Laden als Anregung wahrnehmen.

Pressekontakt:

Imke Sturm, bio verlag GmbH, 63741 Aschaffenburg

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

imke.sturm@bioverlag.de

Tel.: 0172 – 32 50 222 (auf der Messe auch per SMS/

Hallenlärm)