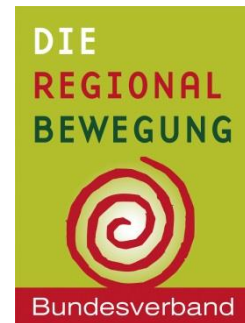


Interview mit Hermann Heldberg,
Geschäftsführer Naturkost Elkershausen:



Mit regionaler Logistik den Lieferverkehr reduzieren

„Bio“ bestand in den 70er sowie in den 80er Jahren im Wesentlichen aus einem regionalen Warenangebot. In dieser Zeit entstanden die ersten Bioläden und diese Zeit hat das Image von „Bio“ geprägt. Das Image wirkt bis heute. Heute sind Bio-Produkte und regionale Produkte weit verbreitet und auch im Naturkost- oder Lebensmitteleinzelhandel zu finden. Wir sprachen dazu mit Geschäftsführer Hermann Heldberg von „Naturkost Elkershausen“ aus Göttingen.

Herr Heldberg, braucht Bio wieder mehr dezentrale Warenströme - auch um den ursprünglichen Inhalten gerecht zu werden?

Bio braucht dezentrale Warenströme, dafür setzen wir uns ein. Eine Zentralisierung kann aber auch sinnvoll sein, um den Lieferverkehr zu reduzieren. Die regionale Logistik ist oft das Problem. Viele Lebensmitteleinzelhändler, wie zum Beispiel Rewe oder Edeka, werden von sehr vielen Lieferanten angefahren, darunter auch kleine regionale Lieferanten. Da jeder einzeln anliefert, sorgt das für viel Verkehr. Es wäre wünschenswert den Verkehr zu bündeln, mit Lagern rund um die Stadt.

Wieviel Verkehr ließe sich dadurch vermeiden?

Im Naturkostbereich ließe sich durch eine gemeinsame Logistik rund ein Drittel des Lieferverkehrs einsparen. Dazu ist jetzt auch ein Forschungsprojekt der Universität Göttingen in Planung, das demnächst in Göttingen oder Bremen durchgeführt werden soll. Daten werden bereits erhoben. Ziel ist es den Lieferverkehr anders zu organisieren. Der Einsatz von Elektromobilität in der regionalen Logistik ist auch ein Lösungsansatz.

In den nächsten zehn Jahren wird es sicher zu einer Verringerung des Lieferverkehrs kommen, allein schon wegen der Klimaschutzziele.

Durch die Digitalisierung ergeben sich auch ganz neue Möglichkeiten

Ja. Es gibt bereits eine Software bei der mit einer App regionale Beförderungstouren im Personenverkehr zusammengestellt werden können. Das Programm wurde an der Uni Göttingen geschrieben und die Lösung wird gerade in Bad Gandersheim getestet. Das ließe sich sicher auch auf den Lieferverkehr übertragen.

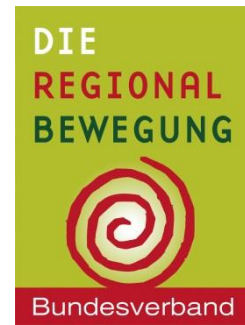
Sind direkte Kontakte zwischen Bioläden/Fachhandel und Erzeugern wünschenswert oder eigentlich zu ineffizient/teuer?

Der direkte Kontakt ist in jedem Fall wünschenswert. Das fördern und empfehlen wir, auch wenn die Produkte nicht von uns sind. Das Persönliche ist sehr wichtig. Kleine inhabergeführte Bioläden haben zum Beispiel Fleischer, Imker oder Eierlieferanten aus der Region. Der Verbraucher sieht das und freut sich, wenn der Erzeuger aus dem Nachbarort kommt oder vielleicht sogar persönlich bekannt ist.

9. Bundestreffen der Regionalbewegung vom 3. bis 5. Mai in Frankfurt am Main

Was ist nach Ihrer Meinung das größte Hemmnis für das „Traumpaar Bio + Regional“? Die Bio-Lebensmittelverarbeitung? Der bürokratische Aufwand?

Das größte Hemmnis ist der Preis! Und der Preisdruck wird immer größer. Viele Bio-Produkte kommen mittlerweile aus China. Geliefert werden Trockenwaren die transportfähig sind, wie Hülsenfrüchte, Sonnenblumenkerne, Leinsaat. In China werden riesige Mengen abgepackt, zu dem Preis können wir nicht abpacken. Sonnenblumenkerne, die wir abpacken, kosten rund das Doppelte, wie Sonnenblumenkerne aus China. Die Produktion im Ausland ist vielfach günstiger, daher wird importiert.



Sie setzen zusätzlich aber auch gezielt auf regionale Bio-Produkte?

Ja, wir haben unsere Eigenmarke „VON“, die wir 2015 eingeführt haben. Das ist eine regionale Marke mit Erzeugerbetrieben aus unserem Vertriebsgebiet. Mit der Eigenmarke setzen wir gezielt auf Regionalität, Transparenz und Qualität. Die Wertschöpfungskette fängt bei uns bereits auf dem Acker an. Wir möchten Vielfalt erhalten und unterstützen auch die Saatgutzüchtung samenfester Sorten.

Welche Erfahrungen haben Sie beim Vertrieb Ihrer Eigenmarke gemacht?

Die Erfahrungen sind sehr positiv. Die „VON“-Produkte finden sie nicht bei Rewe oder Edeka. Wir wollen damit keinen handelsweiten Vertrieb machen. Wir beliefern mit der Eigenmarke den inhabergeführten Naturkosthandel, dazu Hotels und Gastronomie, Hofläden und Marktstände. Unser Vertriebsgebiet erstreckt sich über Niedersachsen bis zu den ostfriesischen Inseln, bis Fulda/Marburg im Süden, bis zur Thüringer Grenze im Osten und bis zum Ruhrgebiet im Westen. Und die Nachfrage steigt ständig.

Was sind für Sie die Erfolgsfaktoren bei der Vermarktung von Bio-Lebensmitteln?

Ehrlichkeit und Vertrauen sind sehr wichtig! Und, wie schon erwähnt, Regionalität, Transparenz und Qualität. Ein Beispiel von unserer Eigenmarke „VON“: Dort ist auf jedem Produkt der Name des Erzeugers angegeben. Wenn es zum Beispiel zum Ernteausfall eines Erzeugers bei der Roten Beete kommt, kann da nicht einfach Rote Beete von einem anderen Erzeuger in der Verpackung verkauft werden. Da muss dann für den neuen Erzeuger neue Verpackung gedruckt werden, auch wenn es kostet. Unsere Kunden erwarten Ehrlichkeit und sie können uns vertrauen.