

BioSüd die Erste, BioNord die Sechste

Interview mit Matthias Deppe, Pressesprecher BioSüd & BioNord

Am 20. September öffnen sich zum 1. Mal die Pforten zur BioSüd im Kongresszentrum in Augsburg, am 4. Oktober zum 6. Mal die zur BioNord in der Messe Hamburg.

Was waren die Beweggründe, die erfolgreiche Veranstaltung jetzt auch im Süden der Republik zu veranstalten?

Auf der letzten BioNord war die Stimmung bei den Ausstellern äußerst positiv. Und dann wurden wir von wichtigen Akteuren aus dem Süden gefragt: „Wann kommt ihr denn nun zu uns?“ Da wir uns intern bereits 2007 mit der Möglichkeit einer BioSüd beschäftigt hatten, haben wir trotz der sich abzeichnenden Wirtschaftskrise entschieden, das Konzept 2009 für den Süden der Republik umzusetzen.

Ist dort der Bedarf durch die Bio Fach nicht gedeckt?

BioFach und BioSüd bzw. BioNord verfolgen zwei sehr unterschiedliche Messekonzepte. Die BioFach ist die globale Weltleitmesse für Bio-Produkte. Dort treffen sich Rohstoffhändler, Export,

Verarbeiter ebenso wie Einkäufer des konventionellen Lebensmitteleinzelhandels. Für Hersteller und Handel aus der klassischen Naturkostbranche stellt sich da unter Umständen die Frage nach der Effektivität. Auf BioSüd und BioNord finden die Besucher ihre Lieferanten in einer Halle, die Interessen von Ausstellern und Besuchern decken sich optimal. Etwa 60 Prozent der Aussteller sind sowohl auf der BioSüd als auch auf der BioNord präsent. Der Rest bildet die Branche vor Ort ab. Das gibt den beiden Messen die jeweils eigene regionale Prägung und Bedeutung.

Heißt das, dass der Begriff der Regionalität wieder mehr in den Vordergrund rückt und als wichtiges Profilierungsmerkmal erkannt wird?

Genau, Regionalität ist eines der ganz wichtigen Bio-Kriterien der Zukunft. Wir müssen glaubhaft sein, zum Beispiel was die Nähe zu unseren Erzeugern angeht. Das unterscheidet uns als Branche von den Konventionellen und das müssen wir leben. Entsprechend ist Regionalität zentraler Bestandteil

des Messekonzepts. Die regionalen Aussteller auf BioSüd und BioNord tragen dazu bei, Händler und Lieferanten enger zusammenzubringen.

Die zahlreichen Hausmessen der Großhändler sind in der Regel ebenfalls sehr beliebt und gut besucht. Sind die beiden Messen Konkurrenz, Ergänzung oder sind Vergleiche nur schwer möglich?

Das ist ein komplexes Thema, das für Aussteller, Einzelhändler und Großhändler sehr unterschiedliche Aspekte hat. Der Hersteller wünscht sich sicher eine Konzentration bei den Veranstaltungen. Der Einzelhändler möchte den intensiven Kontakt zu seinen Lieferanten und einen umfassenden Überblick über Sortimente und Produkte. Die Großhändler nutzen sowohl BioSüd als auch BioNord, um sich und ihre Angebote ihren Kunden zu präsentieren. Wir binden sie gerne auch zukünftig aktiv bei der Konzeption ein.

BioNord und BioSüd verfolgen das gleiche Konzept, der BNN Einzelhandel hat auf beiden



Matthias Deppe

Veranstaltungen die Schirmherrschaft inne. Bedeutet das, dass die Hauptzielgruppe wieder der Naturkostfachhandel ist?

Ein klares Ja, wir haben von Anfang an mit der BioNord auf die gewachsenen Strukturen des Fachhandels in Deutschland gesetzt und werden diese Zielrichtung mit BioSüd und BioNord in den kommenden Jahren weiter verfolgen.

Wie viel Aussteller erwarten Sie jeweils und sind die namhaften Naturkosthersteller wieder mit vertreten?

Fortsetzung nächste Seite

Fortsetzung

Auf der neuen BioSüd rechnen wir mit circa 180 Ausstellern, auf der bereits etablierten BioNord werden es an die 200 sein. Dabei sind viele der namhaften Fachhandelsmarken und Naturkostpioniere, aber auch interessante regionale Anbieter und Erzeuger. Es gibt viel Neues zu entdecken, was eben das Flair einer lebendigen Branche ausmacht.

Wie viel Besucher erwarten Sie?

Die BioNord verzeichnete im letzten Jahr eine Steigerung der Besucherzahlen um 35% gegenüber dem Vorjahr. Wir haben festgestellt, dass immer mehr Inhaber und Filialisten ihre Mitarbeiter und Auszubildenden mit auf die Messe nehmen. So haben auch diese die Chance, Lieferanten und Produkte sozusagen live zu erleben. Das wirkt sich im Kundenkontakt dann positiv aus. Ansonsten: Wir wollen ausschließlich den Fachhandel ansprechen und machen deshalb keinerlei Besucherwerbung vor Ort. Wir laden exklusiv über den Großhandel, Anzeigen in BioHandel sowie das gemeinsame Messemagazin der beiden Veranstaltungen ein. Es erfährt also nur der Fachbesucher überhaupt von den Messen. Wenn man den gesamtwirtschaftlichen Hintergrund mit einbezieht, würde ich in diesem Jahr mit jeweils 2.000 bis 2.500 Fachbesuchern auf BioSüd und BioNord rechnen.

Gibt es ein Rahmenprogramm?

Als Veranstalter stellen wir ganz bewusst die Kommunikation zwischen Besuchern und Ausstellern

in den Mittelpunkt der Messen. Auf beiden Messen gibt es eine Eröffnungsveranstaltung mit Branchenvertretern und Repräsentanten der Politik vor Ort. Die Naturkost Akademie hält ihren zweiten Zukunftskongress unmittelbar vor der Messe im Rudolf Steiner Haus in Hamburg ab, das ist eine schöne Synergie, wird aber separat organisiert.

Aktuell hat die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) aus Ergebnissen von Haushaltsbefragungen den Schluss gezogen, der Biomarkt sei nach Jahren des starken Wachstums rückläufig. Die Einschätzung des Bund ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) ist eine andere, auch das aktuelle Fachhandelsbarometer geht von einem Wachstum von 2,5 % aus. Ist das starke Interesse an den beiden Messen ein Beleg dafür, dass die Einschätzung der GfK nicht unbedingt die richtige ist?

Wir gehen davon aus, dass die Entwicklung für den Gesamtmarkt für Bio-Lebensmittel und den Naturkostfachhandel unterschiedlich verläuft. Die Zahlen der GfK beziehen sich auf den Gesamtmarkt, während der Fachhandel offensichtlich leicht gewinnen konnte. Das ist in einer weltweiten Krise ein sehr positives Signal, auch für unsere beiden Messen. Für die Verbraucher ist Bio heute ein Aspekt neben Regionalität, Klimafreundlichkeit, sozialer Gerechtigkeit etc. Hier kann die klassische Naturkostbranche punkten. Wenn wir diese Werte leben und transparent an Verbraucher kommunizieren, dann werden wir auch in Zukunft

in einem wettbewerbsorientierten Markt erfolgreich sein

Tipps, Trends, Termine

Zukunftskonferenz 2009:

Am 3. Oktober 2009 findet im Rudolf Steiner Haus in Hamburg die zweite Zukunftskonferenz für den Naturkostfachhandel statt. Den aktuellen Flyer, Programm und Anmeldeformular finden Sie im Anhang.

* * *

Das Forum Berufsbildung informiert:

Zum Ausbildungsstart 2009: das Bio-Wissen Azubipaket
Der bewährte Fernlehrgang geht in die nächste Runde: Der Naturkosthandel bildet weiterhin viele Jugendliche aus.

Die im Einzelhandel benötigten Inhalte lernen die Auszubildenden in den Berufsschulen. Jedoch wird spezielles Wissen für den Naturkostfachhandel, außer in Berlin, dabei nicht berücksichtigt.

Um diese Lücke zu schließen, hat FORUM Berufsbildung e.V. einen spezialisierten Fernlehrgang entwickelt.

Das "Bio-Wissen Azubipaket" vermittelt wahlweise, in einem oder zwei Jahren, parallel zur Berufsschule, die benötigten Kenntnisse über die komplette Warenkunde, die im Bioladen relevant ist.

Damit wird die Beratungskompetenz der jungen Mitarbeiter zielgerichtet gesteigert, und auch die Ausbildungsbetriebe profitieren deutlich davon. FORUM Berufsbildung e.V., Tel. 030/259 008-0, info@forum-berufsbildung.de