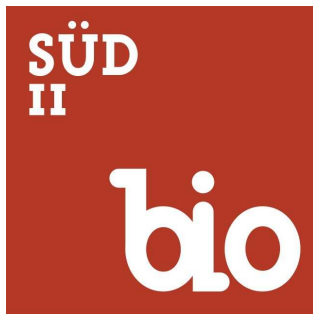


BioSüd - 2. Oktober in Augsburg

Interview mit Wolfram Müller



Zum dritten Mal öffnen sich am 2. Oktober 2011 in Augsburg die Tore zur BioSüd. Veranstaltet wird die Messe von der Matthias Deppe & Wolfram Müller GbR.

Wir befragten Wolfram Müller.

Im letzten Jahr wurde die Messe von 344 Ausstellern genutzt. Wie sieht es dieses Jahr aus?

Auf die Besucher warten interessante Angebote. Es sind 470 Aussteller in diesem Jahr und damit 30 Prozent mehr als im Vorjahr. Es sind dabei die Großhändler, Fachhandelsmarken, Anbauverbände und einige interessante Neuigkeiten.

Mit 3400 Besuchern war die Veranstaltung 2010 sehr erfolgreich. Lassen sich im Vorfeld schon Prognosen über die zu erwartenden Besucherzahlen abgeben?

Die Messe und die Aussteller haben den Fachhandel vorab intensiv informiert und wir rechnen mit einer leichten Steigerung bei den Besucherzahlen. Viele Fachgeschäfte besuchen die Messe mit ihrem gesamten Verkaufsteam, weil die Messe eine Gesamtübersicht über das Angebot und damit eine optimale Informationsbasis für den aktiven Verkauf bietet.

Was macht die Messe für Aussteller und Fachbesucher so reizvoll?

Dass sie ein ganz klares Profil hat. Wir bieten ein Forum für die gesamte deutsche Naturkostbranche, für uns steht der Fachhandel im Zentrum. Das heißt, es gibt einen kompakten Marktüberblick und die Gelegenheit zum Austausch untereinander – wir werden immer wieder auf die angenehme kommunikative Atmosphäre angesprochen.

Sind die traditionellen Naturkosthersteller wieder vertreten?

Selbstverständlich: Von Allos bis Zwergenwiese sind die klassischen Lieferanten für Naturkost und Naturwaren dabei. Dazu

die Naturkosmetik-Marken und natürlich viele regionale Anbieter mit interessanten Spezialitäten, die für die Profilierung des Fachhandels wichtig sind.

Welche Rolle spielt das Thema Regionalität für den Fachhandel?

Bio-Kunden wünschen sich regionale Angebote. Dabei kommt es, wie aktuelle Medienberichte zeigen, vor allem auf Glaubwürdigkeit an und da hat der Naturkostfachhandel einen Vertrauensvorsprung. Den kann er hier nutzen, um sich klar zu positionieren. Unsere Anbieter mit regionalem Schwerpunkt bieten individuelle Bio-Spezialitäten, die für die Profilierung des Fachgeschäfts wichtig sind.

Wie groß ist das Einzugsgebiet der Messe?

Die meisten Besucher reisen aus einem Einzugsradius von ungefähr 300 Kilometern an. Nach Augsburg kommen auch viele Besucher aus der Schweiz und Österreich. In diesem Jahr bieten wir dem Fachhandel einen besonderen Service: Ein Busunternehmen bietet in

Kooperation mit uns Busreisen nach Augsburg für Fachhändler an, die sind buchbar unter www.eurotouring.de. Das ist betriebswirtschaftlich und ökologisch sinnvoll. Übrigens: Auch einige Großhändler bieten für ihre Kunden einen Bus-Service an.



Wolfram Müller

Die BioNord findet erstmals an zwei Tagen statt. Die BNNs nutzen diesen Anlass, um auf dem Messegelände einen Fachtag zum Thema Ausbildung und Qualifizierung zu veranstalten. Gibt es Überlegungen, auch die BioSüd auf zwei Tagen zu verlängern?

Ja, die gibt es. Die Termine für beide Messen ste-

Fortsetzung nächste Seite

Fortsetzung

hen für 2012 auch schon fest: Die BioNord findet am 8. und 9. September in Hannover statt, die BioSüd am 15. und 16. September in Augsburg. Viele Fachbesucher haben sich einen früheren Termin gewünscht, um die Messen noch besser für das Weihnachtsgeschäft nutzen zu können, diesen Wunsch haben wir für 2012 erfüllt.

* * *

Ein Teil des Messteams - die Harting & Tovar GmbH

Wer eine Frage zu BioSüd oder BioNord hat, landet bei Harting + Tovar. Die hannoversche Agentur ist für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, sowie die organisatorische Abwicklung zuständig. Die Veranstalter entschieden sich bewusst für ein „Branchen-Unternehmen“: Harting + Tovar betreut seit über zehn Jahren Kunden aus den Bereichen Naturkosmetik, Naturkost, Ökologie und Nachhaltigkeit.



Jeanine Tovar &
Detlef Harting

Die Full Service Werbeagentur bietet Markenauftritte, Corporate Design, Printwerbung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie strategische Beratung.

Im Mittelpunkt der Arbeit steht die Begeisterung für sinnvollen Konsum, nachhaltige Kommuni-

kation, Werte und Visionen. Den Fachhandel unterstützt das Unternehmen mit dem Kundenmagazin Bioboom und der Handelsinformation Bioboom Business.

Auch ehrenamtlich engagieren sich die Geschäftsführer Jeanine Tovar und Detlef Harting für Bio. Die von ihnen gegründete Bio-Brotbox Hannover verteilt jedes Jahr 12.000 Bio-Brotboxen an Schulanfänger.



* * *

Termine

Termine
Termine

2. Oktober

BioSüd, Messe Augsburg

5. Oktober

„Angst vor fairen Preisen“
Seminar Phönix, Rosbach

12. Oktober

„Vom Gelegenheitskäufer zum
Stammkunden“

Seminar Dresden, 9.00 –13.00

12. Oktober

„Angst vor fairen Preisen“
Seminar Dresden, 14.30 –18.30

15. + 16. Oktober

BioNord
Messegelände Hannover

15. Oktober

BNN-Fachtag
Messegelände Hannover

17. Oktober
Mitgliederversammlung
BNN Einzelhandel
Hannover

Informationen zu den
Terminen erhalten Sie unter:
T. 0221-139 756 22
info@bnn-einzelhandel.de

* * *



wirtschafts- und organisationsberatung
Horst Hartmann Dipl.Oec.
<http://www.wob-Hartmann.de>

Potenzialberatung für nachhaltig
erfolgreiche Unternehmensentwicklungen
im Naturkost- und Naturwarenhandel

- Modernisierung / Standortverlegung
- Finanzierung / Wirtschaftlichkeit
- Teamentwicklung und Kundenorientierung



Kontakt

freie Unternehmensberatung

Horst Hartmann

Fon

0212-59 05 05

Mail

info@wob-hartmann.de

www.wob-hartmann.de