

Kurzprotokoll: „Runder Tisch der BIO COMPANY vom 10.09.2015“**Uhrzeit: 14.00 – 16.30 Uhr**

Teilnehmer:

Joachim Weckmann, Märkisches Landbrot	Manuel Pundt, Vertriebsleitung, BC
Toni Beumer, Beumer& Lutum	Katharina Berndt, Vertrieb, BC
Ralf Meder, Beumer& Lutum	
Felix Wasmuth, Midgard Naturkost	
Dirk Biesenbach, Konditorei Tillmann	
Verena Zielke, Biolandhof Zielke	
Thomas Schubert, Biomanufaktur Havelland	
Franziska Geyer, Ökotopia	
Sassa Franke, Märkischer Wirtschaftsverbund	

nicht anwesend:

Meinrad Schmitt, Terra Naturkost
Johannes Emken, Oganiced kitchen

- I. Kurze Vorstellungsrunde jedes fair+regional Partners
- II. Status Quo Bericht der BIO COMPANY (BC)
 - Manuel Pundt gibt einen Ausblick auf die anstehende Expansion, den aktuellen Umsatz- und Mitarbeiterzahlen, den personellen Veränderungen im Vertrieb und Marketing und kündigt den Umzug des BC Vertrieb-Büros innerhalb der Goerz-Höfe an.
- III. BC Beteiligung an Midgard (Anteilsübernahme 39%)
 - Manuel Pundt erläutert die Entscheidungsgrundlage aus Sicht der BC:
Aufgrund der steigenden Nachfrage nach Bioprodukten ist der Ausbau eines 2. stabilen Großhandels für Berlin wichtig. Sortimentsflexibilität und ein Zeitvorteil bei Produkteinführungen seitens der BC zum Mitbewerber wird angestrebt. Neuen Firmen/Produkten möchte die Chance gegeben werden sich im Biosegment zu integrieren.
 - Felix Wasmuth schildert die Entscheidungsgrundlage aus Sicht von Midgard:
Er sieht in der BC einen großen Kunden, mit dem Midgard eine breite Produktvielfalt erreichen kann. Zudem prognostiziert er einen weiterhin steigenden Bioanteil am Markt und möchte neuen Herstellern die Aufnahme ins Sortiment ermöglichen. Resultat des Zusammenschlusses wird ein voraussichtlicher Rückzug der LPG aus dem Abnehmerkreis sein.

Offene Fragen-Themenrunde:

- I. Kommunikation und Zusammenarbeit mit der BC (Franziska Geyer, Ökotopia)
 - Franziska Geyer spricht offen die erschwerende Zusammenarbeit seit Umstrukturierung der BC an, welche zu Kommunikations- und Reibungsverlusten geführt hat.
 - Manuel Pundt offeriert, dass er bei „Problemen“ mit Fachbereichen immer als Ansprechpartner dient und sich dem gerne annimmt.
 - ➔ Folgegespräch zwischen dem Fachbereich und Manuel Pundt, sowie Franziska Geyer wird seitens BC angesetzt

- II. Langfristige Strategie der BC? (Joachim Weckmann, Märkisches Landbrot)
- Manuel Pundt benennt das BC Einzugsgebiet: Nord-/Ostdeutschland, eine genaue Zielfilialanzahl wurde nicht benannt. Die Expansion sollte sich im Gleichgewicht zum Markt entwickeln.
 - Toni Beumer spiegelt die aktuelle Bewohnersituation um den Standort Schlesisches Tor wieder. Es herrscht Verunsicherung und die Befürchtung, dass kleine Bio-Kiez-Läden von Supermarktketten verdrängt werden. Der Wettbewerbsdruck der BC ist zu sensibilisieren.
 - Manuel Pundt versichert, dass der Standort Schlesisches Tor unter keinen Verdrängungsabsichten angemietet wurde. Das Potenzial ist aus Sicht der BC im Kiez vorhanden. Es ist nicht im Sinne der BC kleine Kiez-Läden zu vertreiben.
- III. Beitrittsmöglichkeit der Müller in MWV? (Toni Beumer, Beumer&Lutum)
- Toni Beumer spricht sich positiv zur Zusammenarbeit mit der BC aus, durch die ein kontinuierliches Wachstum ermöglicht wurde. Damit auch die Produkte von Beumer&Lutum das fair®ional-Logo tragen können und somit der regionale Gedanke verstärkt werden könnte, müssten die Bauern dem MWV beitreten. Beumer&Lutum bezieht sein Getreide direkt von zwei Müllern, die wiederum von Bauern beliefert werden. Ein Müller kauft bei 30-60 verschiedenen Bauern ein. Diese alle zu einer Mitgliedschaft im MWV zu bewegen, erscheint als große Hürde. Die Müller hingegen sind einem Beitritt nicht abgeneigt. Kann der Eintritt erleichtert bzw. die Hürde gesenkt werden?
 - Joachim Weckmann erläutert, dass nach MWV Satzung der Bauer Mitglied sein muss und eine fair®ional Auslobung nicht nur durch den Verbandseintritt des Müllers möglich ist.
 - Sassa Franke äußert, dass zur Attraktivitätssteigerung und Minderung der Zeitintensität für die Bauern die Option besteht, die Runden Tische bei ihnen abzuhalten. Außerdem schlägt sie, die Idee eines BC-Bäckertisches zusätzlich zu diesem Runden Tisch aller Lieferantenvor.
 - ➔ Eintrittserleichterung wird als Wiedervorlage in die Mitgliederversammlung genommen
- IV. Kommunikation von fair®ional an den Bauern und Endverbraucher
- Verena Zielke verstärkt nochmal, dass die Sinnhaftigkeit von fair®ional von Bauern/Müllern erkannt und gelebt werden muss.
 - Felix Wasmuth bekundet, dass die Kommunikation über das Produkt/ Verpackung erfolgt, weshalb das Logo genutzt werden sollte, um den Endverbraucher aufmerksam zu machen.
 - Joachim Weckmann stimmt der Äußerung zu, erweiternd wird fair®ional aber auch über die Produktqualität an den Kunden transportiert.
 - Manuel Pundt sieht im fair®ional-Logo die Möglichkeit zur Abgrenzung von Konkurrenzprodukten und zur Erklärung der Produktqualität (z.B. bestehende Preisunterschiede).
 - ➔ Ziel: Bekanntheitsgrad des fair®ional-Logos auszuweiten
 - ➔ Ziel: Endkonsumenten als Vertreter in den Märkischen Wirtschaftsverbund integrieren
- V. Abstimmung über die BC als fair®ional Partnerbetrieb (7 Stimmen zu vergeben)
- BC wird mit 7 „ja“ Stimmen als „fair®ional Partnerbetrieb“ bestätigt.

Anstehende Neueröffnungen 2016

Stadtteil	Straße und Hausnr.	PLZ	Ort	Geplante NEÖ
Neukölln	Hermannstraße 199	12049	Berlin	Nov.15
Kreuzberg	Skalitzer Straße / Schlesisches Tor 72	10997	Berlin	Jan.16
Prenzlauer Berg	Gleimstraße 30-35	10437	Berlin	Febr. 16
Schöneberg	Martin-Luther-Straße 14	10777	Berlin	???
Kreuzberg	Yorckstraße 35-42	10965	Berlin	???